

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 3
กันยายน-ธันวาคม 2559

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 8 No.3
September–December 2016

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 3
กันยายน-ธันวาคม 2559

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 8 No.3

September–December 2016

จัดทำโดย

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ

ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด

จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0-2837-1102, 0-2832-0908

โทรสาร 0-2832-0392

พิมพ์ที่

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพญาไท ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทรศัพท์ 0-2218-3549-50 โทรสาร 0-2215-3612

<http://www.cuprint.chula.ac.th>

E-mail: cuprint@hotmail.com



วารสารปัญญาภิวัตน์

PANYAPIWAT JOURNAL

ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2559 Vol.8 No.3 September - December 2016 ISSN 1906-7658

วารสารปัญญาภิวัตน์ ได้ดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ปัจจุบันเป็นวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI (Thai-Journal Citation Index Centre) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเป็นวารสารที่ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่ฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI) โดยมีนโยบายการจัดพิมพ์ ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นเวทีในการเผยแพร่ผลงานวิจัยและวิชาการในสาขาวิชา บริหารธุรกิจ การจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาการจัดการ ศิลปศาสตร์ ศีษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี อุตสาหกรรมเกษตร นวัตกรรมจัดการเกษตร และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สำหรับคณาจารย์ ผู้วิจัย และนักศึกษาทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อเป็นแหล่งสารสนเทศและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในด้านต่างๆ อันจะนำมาสู่ประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจและประเทศต่อไป

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

ขอบเขตเนื้อหา ประกอบด้วย สาขาวิชาบริหารธุรกิจ การจัดการธุรกิจอาหาร วิทยาการจัดการ ศิลปศาสตร์ ศีษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี อุตสาหกรรมเกษตร นวัตกรรมจัดการเกษตร และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง

ประเภทผลงาน ประกอบด้วย บทความวิจัย (Research article) บทความวิชาการ (Academic article) บทวิจารณ์หนังสือ (Book review) และบทความปริทัศน์ (Review article)

นโยบายการพิจารณากลั่นกรองบทความ

1. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวนอย่างน้อย 2 ท่านต่อบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Peer review)
2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด รวมทั้งผู้เขียนบทความต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานผู้อื่น
3. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์แต่อย่างใด
4. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร

กำหนดตีพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ (ฉบับแรก เดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน ฉบับที่สอง เดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม และฉบับที่สาม เดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม)

ติดต่อกองบรรณาธิการ

สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์: 0-2837-1102, 0-2832-0908 โทรสาร: 0-2832-0392

อีเมล: journal@pim.ac.th

เว็บไซต์: <http://journal.pim.ac.th>



ที่ปรึกษา

อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี และคณบดี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พพร มหาสินไพศาล สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.กานต์จิรา ลิ้มศิริธง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์ ดร.สัญญา จตุรสิทธา	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา ม่วงแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระศักดิ์ อูร์จันนันท	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญวัฒน์ อัดชู	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิระโสภณ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาติ ปณะราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.เอ็จ สโรบล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุนนหพันธ์รักษ์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
Dr. Kelvin C. K. LAM	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ดร.ลูกจันทร์ ภัครษ์พันธุ์	นักวิชาการอิสระ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.จินตวีร์ เกษมสุข

รองศาสตราจารย์ ดร.ชม กัมปาน

รองศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ สิริพลวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาคร สมเสริญ

อาจารย์ ดร.ชาญชัย ไวมะลิ้องอรเอก

อาจารย์ ดร.วีริสา โชติยะปุตตะ

อาจารย์ ดร.อนันต์ บุญปาน

อาจารย์ ดร.กุลพร พูลสวัสดิ์

อาจารย์ ดร.อุราเพ็ญ ยัมประเสริฐ

Dr. Shang Hongyan

คณะนิเทศศาสตร์

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี

คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร

คณะศิลปศาสตร์

คณะอุตสาหกรรมเกษตร

วิทยาลัยนานาชาติ

คณะกรรมการธุรกิจอาหาร

คณะศึกษาศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาจีน

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

นางสาวเมธาวี อันพงษ์กุล

นางสาวหทัยชนก เสาร์สูง

สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

ฉบับ Supplementary

อาจารย์ Nong Renyuan

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาจีน สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

PANYAPIWAT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.พีระศักดิ์ ศรีนิเวศน์
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต จินอรรถ
รองศาสตราจารย์ ดร.ฐาปณีย์ ธรรมเมธา

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวดี มณีโชติ
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญญา วสุศรี
รองศาสตราจารย์ ดร.นัตยา ปิลันธนา นนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.เนาวนิตย์ สงคราม
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิบุญโยภาส
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพิไล บัวสุวรรณ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ
รองศาสตราจารย์ ดร.อรุณี อินทรไพโรจน์
รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บั๊กกินส์
รองศาสตราจารย์ ดร.เอ็จ สโรบล
รองศาสตราจารย์ ชรินทร์ ชุนนพันธ์
รองศาสตราจารย์ ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช
รองศาสตราจารย์ สุวิมล แม้นจริง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ระวี อนันต์อัครกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชมมารี รักษ์ชูชีพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกริช สังขมณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลิน อุณวิจิตร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉวีรัตน์ เนียมทรัพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนิรันดร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท สติรกุล เดชพาหพงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริพร ศุภราทิตย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิมพา หิริภูทิตติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุทธิ ชัยพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพล พรหมมาพันธุ์
ดร.ธนาญ ภูวิทยาธร
ดร.วนิพพล มหาอาชา
ดร.วรรณวิษณีย์ ทองอินทราช
ดร.สมชาย วงศ์รัศมี
ดร.สุมนา จรณสมบุญ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยรังสิต
สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร ศูนย์บางกะดี
โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อดีตอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทบรรณาธิการ

ยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0

เศรษฐกิจรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 ของนานาประเทศทั่วโลกที่กำหนดวิสัยทัศน์เน้นด้านนวัตกรรม งานสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าให้กับประเทศนั้น ทำให้ประเทศไทยต้องปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจให้สามารถรับมือกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงและภาวะการแข่งขัน ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในเรื่อง มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ขับเคลื่อนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านกลไก ประชากรรัฐ โดยมีการกิจสำคัญในการขับเคลื่อน ปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้จัดระบบ และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ

ประเทศไทย 4.0 เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ Value-Base Economy หรือเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม แบ่งเป็นกลุ่ม 5 เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ 2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ 3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม 4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และ 5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง โดยกลไกขับเคลื่อน (Engines of Growth) ประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย 1) Productive Growth Engine เปลี่ยนประเทศไทยสู่ประเทศที่มีรายได้สูงด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ 2) Inclusive Growth Engine ประชาชนได้รับประโยชน์และการกระจายรายได้ โอกาส และความมั่งคั่งที่เกิดขึ้น ประกอบด้วย การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อแก้ไขกับดักความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน 3) Green Growth Engine การสร้างความมั่งคั่งของไทยในอนาคต จะต้องคำนึงถึงการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อม การคำนึงถึงประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost Advantage) ด้วยการพัฒนากระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดอันจะเกิดประโยชน์กับประเทศและประชาคมโลก

กระบวนการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ที่สำคัญคือ 1) เป็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน อย่างเป็นรูปธรรม 2) เป็น “Reform in Action” ที่มีการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อมๆ กัน 3) เป็นการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิด “ประชารัฐ” โดยเป็นประชารัฐที่ผนึกกำลังกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยพัฒนา และบุคลากรระดับโลก แต่ทั้งนี้การพัฒนาที่สร้างความสมดุลต้องอยู่บนฐานคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ “รู้จักเต็ม รู้จักพอ และรู้จักปัน” อันจะทำให้ประเทศไทยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนการสร้างพลังจากการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนผ่านกลไกประชารัฐ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สู่ประเทศไทย 4.0 ที่มีความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืนอย่างแท้จริง

วารสารปัญญาวิวัฒน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2559) ได้รับเกียรติจากรองศาสตราจารย์ ดร.ชวลิต จินอนันต์ เขียนบทความพิเศษเรื่อง “นวัตกรรมแบบเปิดกับห่วงโซ่อุปทานในประเทศไทย” โดยวารสารปัญญาวิวัฒน์มุ่งส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย ให้สามารถเป็นแหล่งข้อมูล รวบรวมองค์ความรู้ที่หลากหลายและทันสมัย เพื่อที่นักวิชาการ นักศึกษา และผู้อ่านที่สนใจ นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาสู่สากลในภาคส่วนต่างๆ ต่อไป

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล
tippapornmah@pim.ac.th

สารบัญ

บทความพิเศษ

นวัตกรรมแบบเปิดกับห่วงโซ่อุปทานในประเทศไทย	1
ชวลิต จินอานันต์, นุชจรินทร์ อินต๊ะหล้า	

บทความวิจัย

แบบจำลองการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุขององค์ประกอบด้านอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออกที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออก	10
ภัทรพล ชุ่มมี	
โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์กับการรับรู้ตราสินค้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	20
นพคุณ ชีวะธนรักษ์	
ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ	32
ธัญวณันท์ เลียนอย่าง, พัชราภา อินทพรต, วริษา กังสวัสดี, สิทธิพัทธ์ เลิศศรีชัยนนท์	
อิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านจริยธรรม ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพและการสอบทานด้วยความสงสัย: หลักฐานเชิงประจักษ์จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	43
วรวิทย์ เลหาเมะเมณี	
องค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่มีต่อความสำเร็จในด้านความเป็นเลิศขององค์กรแพทย์ทางเลือก	54
ปัทมิตา จารุวรรณชัย, กฤษ จรินทร์	
MANAGING POLICIES TO SAFEGUARD FOOD AVAILABILITY IN KENYA: A CASE STUDY OF THAILAND'S AGRICULTURAL PRIVATE SECTOR OUTLOOK	65
Edith A. Oketch, Pithoon Thanabordeekij	
การวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนางานองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน	78
ธิดินันท์ ชาญโกศล	
การศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ โดยใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม กรณีศึกษา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดชัยภูมิ	89
เอกชัย คุปตาวาทิน, พัลลภ พรหมสาเพ็ชร, วาสนา ช่อมะลิ	
การศึกษาหารูปแบบการจัดเส้นทางขนส่งสินค้าที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง: กรณีศึกษา บริษัทขายผลไม้ ABC	99
วารินทร์รัตน์ รินมุกดา, ดันติกร พิชญ์พิบูล, กิตติชัย ศรีสุขนาม, อนุรักษ์ วัฒนธนากรวงศ์	

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา สุดาพร ทองสวัสดิ์	112
แนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยเกษียณ รจิต คงหาญ, วิสาชา วัฒนปกรณ์, อรรจนา เกตุแก้ว	122
ประวัติชีวิต และภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอมือเมืองพล รุ่งอรุณ วัฒนยากร, อนุชา กอนพ่วง	135
การประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย เลิศชัย สุธรรมานนท์, กิรติกร บุญส่ง	149
แนวทางปฏิบัติตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและความต้องการของสถานประกอบการ กษิรา กาญจนพิบูลย์, ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร	165
THE IMPACT OF COORDINATING CONJUNCTION USE ON THE SENTENCE DEVELOPMENT OF THAI AND KHMER UNIVERSITY STUDENT WRITERS Michael Thomas Gentner	178
ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ประมะ แขวงเมือง, สุมาลี ชัยเจริญ	188
การวิเคราะห์องค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู สรรรเสริญ หุ่นแสน, พัทธราภรณ์ ศรีสวัสดิ์, ชุศรี เลิศรัตน์เดชากุล, วิไลลักษณ์ ลังกา	202
‘ภูธร 4จี’ อัตลักษณ์ชาวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล กัญยิกา ขอว์, จุฬารัตน์ ม่วงแก้ว	216
ระบบการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติสำหรับสถาบันการศึกษาแห่งองค์การธุรกิจ ศรัณย์ สวาศดี, ดัชกรณัฏ์ ต้นเจริญ	229
การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคกลาง มลฤดี จันทรัตน์, วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร	242

บทความวิชาการ

พันธมิตรทางธุรกิจ: องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ และประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานด้านพันธมิตร รัตนา ลีดี	254

การใช้เกมกระดานเพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ 265
ชัยเสณฐ์ พรหมศรี

อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวสยามในมาเลเซีย 280
ทัศนาวดี แก้วสนิท, อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์, กาญจนา แก้วเทพ

บทความปริทัศน์

ความรักความใคร่ในที่ทำงาน: ที่มา ผลกระทบ และการจัดการ 292
จิระพงศ์ เรืองกุล



บทความพิเศษ นวัตกรรมแบบเปิดกับห่วงโซ่อุปทานในประเทศไทย

OPEN INNOVATION IN THAI SUPPLY CHAIN

ดร.ชวลิต จินอนันต์¹ และนุชจรินทร์ อินทะหล้า²

Dr. Chawalit Jeenanunta¹ and Nuchjarin Intalar²

อุตสาหกรรมไทยได้รับผลประโยชน์เป็นอย่างมากจากนโยบายที่รัฐบาลได้ดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ในอุตสาหกรรมยานยนต์นั้น รัฐบาลได้มีนโยบายดึงดูดให้ทางบริษัทผู้ประกอบรถยนต์รายใหญ่ เช่น โตโยต้า ฮอนด้า เข้ามาลงทุนในประเทศไทยตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2493 หรือประมาณ 60 กว่าปีมาแล้ว โดยช่วงเริ่มต้นนั้นทางกลุ่มบริษัทญี่ปุ่นได้ร่วมกันมาเกือบทั้งห่วงโซ่ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น หลังจากนั้นทางรัฐบาลไทยได้กำหนดนโยบายให้สัดส่วนของชิ้นส่วนต่างๆ นั้นต้องสร้างหรือซื้อจากบริษัทไทย ซึ่งจุดนี้เองที่ช่วยทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย ที่ช่วยให้บริษัทไทยได้เติบโตขึ้นมาเป็นบริษัทแนวหน้าในระดับโลก และได้ร่วมสร้างนวัตกรรมต่างๆ ออกมาให้กับอุตสาหกรรมยานยนต์ ประเด็นที่น่าสนใจคือ ปัจจัยหรือกระบวนการอะไรที่ช่วยให้บริษัทในประเทศไทยมีการสร้างนวัตกรรมต่างๆ ซึ่งนำไปสู่การเติบโตเป็นบริษัทชั้นนำของประเทศได้

กรณีศึกษาหนึ่งที่น่าสนใจคือ กลุ่มบริษัทในเครือไทยซัมมิต จัดตั้งขึ้นในปี 2520 โดยที่มีเพียงแค่เงินลงทุน

เป็นหลัก แต่ได้รับความช่วยเหลือทางเทคโนโลยีการผลิตจากลูกค้าซึ่งเป็นบริษัทผลิตรถยนต์ไฮลักซ์ของญี่ปุ่น หลังจากนั้นทางไทยซัมมิตได้เติบโตโดยได้รับความช่วยเหลือทางเทคโนโลยีจากบริษัทญี่ปุ่น (Technical Assistant) ตามข้อตกลงที่ได้ทำร่วมกัน ซึ่งบริษัทลูกค้าเป็นผู้แนะนำบริษัทเหล่านี้ เพื่อให้เพิ่มศักยภาพทางการผลิตของไทยซัมมิต นอกจากนั้นทางไทยซัมมิตยังได้รับเทคโนโลยีที่สำคัญผ่านการร่วมทุน (Joint Venture) กับบริษัทญี่ปุ่นที่ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น

นอกจากเทคโนโลยีการผลิตที่สำคัญที่ได้รับการถ่ายทอดจากบริษัทพันธมิตรแล้ว ทางไทยซัมมิตยังได้รับแนวความคิดและปรัชญาจากลูกค้าด้วย เช่น ระบบการผลิตของไทยซัมมิต (Thai Summit Production System: TSPS) โดยปรับปรุงจากแนวความคิดของระบบการผลิตจากโตโยต้า (Toyota Production System: TPS) ซึ่งทางโตโยต้าจะถ่ายทอดระบบการผลิตของโตโยต้า กระบวนการควบคุมคุณภาพ และมาตรฐานต่างๆ ให้กับผู้ผลิตชิ้นส่วนที่เป็นผู้ขาย (Supplier) ให้กับโตโยต้าทุกบริษัท ไทยซัมมิตเองได้นำหลักการและกระบวนการนี้

¹ รองศาสตราจารย์ ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Associate Professor, School of Management Technology, Sirindhorn International Institute of Technology,
Thammasat University, E-mail: chawalit@siit.tu.ac.th

² ภาควิชาเทคโนโลยีการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
School of Management Technology Sirindhorn International Institute of Technology, Thammasat University,
E-mail: nuchjarin.int@gmail.com

มาถ่ายทอดเทคโนโลยีที่สำคัญและเหมาะสม รวมถึงกระบวนการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานไปยังผู้ขายหรือซัพพลายเออร์ของไทยซัมมิทเอง

กรณีศึกษาของไทยซัมมิทนี้เป็นตัวอย่างที่ดีของนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation: OI) ที่บริษัทหรือองค์กรสามารถเรียนรู้แลกเปลี่ยนแนวความคิดประสบการณ์ และเทคโนโลยีจากภายนอก ซึ่งแน่นอนเป็นการลดระยะเวลาในการสร้างเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมในกระบวนการ (Process Innovation) แตกต่างจากระบบนวัตกรรมแบบปิด (Closed Innovation: CI) ที่บริษัทจะสร้างเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมจากงานวิจัยและพัฒนา แล้วขยายขนาดสู่ระดับอุตสาหกรรมเพื่อผลิตเข้าสู่ตลาด แน่นอนว่าระบบนวัตกรรมแบบปิดนี้จะใช้ระยะเวลานานและเงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังไม่สามารถบอกได้ว่าจะสามารถทำให้สำเร็จได้แน่นอนอีกด้วย ดังนั้นเราจึงเห็นรูปแบบของนวัตกรรมแบบปิดนี้ในบริษัทที่มีขนาดใหญ่เท่านั้น เช่น ในบริษัท ปตท. จำกัด

จากกรณีศึกษานี้ทำให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมแบบเปิดกับอุตสาหกรรมไทย เนื่องจากบริษัทไทยจำนวนมากเป็นธุรกิจขนาดเล็กและกลาง ซึ่งจะไม่มีความสามารถในการสร้างระบบการวิจัยและพัฒนาด้วยตัวเองได้ ในบทความนี้จะกล่าวถึงกรณีศึกษาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในการสร้างนวัตกรรมโดยอาศัยระบบนวัตกรรมแบบเปิด และกล่าวถึงข้อมูลในภาพรวมที่ช่วยให้เห็นภาพการสร้างนวัตกรรมในห่วงโซ่อุปทานภายในประเทศไทย

การสร้างนวัตกรรมโดยการถ่ายทอดความรู้ทักษะ และเทคโนโลยี

ในปี พ.ศ. 2554-2558 คณะวิจัยโดยความร่วมมือกับสถาบันวิจัยทางเศรษฐกิจเพื่ออาเซียนและเอเชียตะวันออก หรือ Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA) และสถาบันพัฒนาเศรษฐกิจของญี่ปุ่นและองค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศ

ของญี่ปุ่น (IDE-JETRO) ได้ทำการศึกษาและวิจัย ถึงการสร้างสรค์นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในองค์กร โดยแนวทางการศึกษามีวัตถุประสงค์ต้องการศึกษาที่มาของการสร้างนวัตกรรมในองค์กรตั้งแต่เริ่มต้น และปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการสร้างสรค์นวัตกรรม ทั้งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) และนวัตกรรมในกระบวนการผลิต (Process innovation) ซึ่งนวัตกรรมในที่นี่รวมถึงการพัฒนา/ปรับปรุงระบบการผลิตและผลิตภัณฑ์โดยมีเป้าหมาย เช่น เพื่อแก้ปัญหา เพื่อตอบสนองของลูกค้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร เป็นต้น ซึ่งมีกรณีศึกษาจาก 6 บริษัท คือ บริษัท C.P. จำกัด บริษัท SCG Trading จำกัด บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด บริษัท ดาสมุทร จำกัด บริษัท ฉวีวรรณ จำกัด บริษัท เอ็มเค จำกัด และได้ทำแบบสอบถามเกี่ยวกับนวัตกรรมในองค์กรรวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยทำให้เกิดนวัตกรรม

กรณีศึกษาของนวัตกรรมแบบเปิด การถ่ายทอดเทคโนโลยี

บริษัท C.P. จำกัด มีการถ่ายทอดความรู้จากบริษัทแม่ไปยังบริษัทในเครือที่อยู่ในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) ใน 2 รูปแบบ คือ การส่งผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านจากประเทศไทยไปประจำอยู่ที่บริษัทในเครือ (Transfer to in-house staff (peer-to-peer)) และการส่งผู้เชี่ยวชาญไปอยู่ที่บริษัทของคู่ค้า (Transfer to business partners) บริษัทถ่ายทอดความรู้ไปยังเกษตรกรในพื้นที่เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ และการผลิตสินค้าการเกษตรที่มีประสิทธิภาพให้ผลผลิตดีกว่าเดิม บริษัทยังได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ในประเทศกัมพูชา (CP Knowledge Center in Cambodia) เพื่อเป็นแหล่งความรู้ให้กับเกษตรกรและบุคคลทั่วไป มีการอบรมเพื่อถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิตสินค้าเกษตรอย่างต่อเนื่อง บริษัทยังได้ฝึกอบรมพนักงานในพื้นที่ที่มีความสามารถและศักยภาพในการเป็นผู้นำเพื่อให้เป็น

หัวหน้าและทำการอบรมให้พนักงานในพื้นที่ต่อไป อีกทั้งยังมีการสนับสนุนทุนการศึกษาให้แก่พนักงานของบริษัทในเครือมาเรียนต่อที่ประเทศไทย เพื่อนำความรู้ความสามารถที่ได้รับกลับไปพัฒนาในประเทศของตนเอง การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีในลักษณะนี้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและผลิตสินค้าเกษตรของเกษตรกรในพื้นที่เป็นอย่างมาก เนื่องจากการปรับปรุงตั้งแต่ความสะอาดของพื้นที่เลี้ยงสัตว์ พื้นที่การเกษตร คุณภาพของการผลิต การขนส่ง ตลอดจนการเก็บเกี่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงเป็นอย่างมาก และยกระดับอุตสาหกรรมการเกษตรในประเทศ CLMV ได้อีกด้วย

สำหรับบริษัท SCG Trading จำกัด การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีจากบริษัทแม่ไปยังบริษัทในเครือที่อยู่ใน CLMV โดยบริษัทจะตั้งสำนักงานในพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์ฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงานในบริษัท โดยจะส่งทีมผู้เชี่ยวชาญในแผนกที่สำคัญ เช่น ทีมผู้บริหาร ทีมวิศวกร ทีมบัญชี ไปประจำที่สำนักงานนั้นเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์และฝึกทักษะต่างๆ ให้แก่พนักงานในพื้นที่ พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความรู้กันในการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน ซึ่งอาจจะไม่ได้พบที่บริษัทแม่ ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ มีการจัดฝึกอบรมแก่พนักงานในการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีใหม่ในการทำงาน

การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีของบริษัทน้ำตาลมิตรผล จำกัด จากบริษัทแม่สู่บริษัทในเครือมีลักษณะคล้ายกันกับสองบริษัทที่ได้กล่าวไปในเรื่องการส่งตัวแทนผู้เชี่ยวชาญไปยังบริษัทในเครือเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์ให้พนักงานในพื้นที่ทางมิตรผลได้มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการปลูกอ้อย การใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีทันสมัยที่ใช้ปลูกอ้อยได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพให้แก่เกษตรกรและพนักงานในพื้นที่ CLMV บริษัทยังจัดให้มีการส่งพนักงานจากประเทศ CLMV มาฝึกอบรมร่วมกับมหาวิทยาลัยหลายแห่งในประเทศไทย เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนา

การผลิตในประเทศของตนเอง

กรณีศึกษาอีกบริษัทที่น่าสนใจคือ บริษัท ดาสมุทร จำกัด บริษัทนี้ได้เติบโตจากธุรกิจครอบครัวที่จัดส่งอาหารทะเลแปรรูปให้กับธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) โดยดาสมุทรได้จัดตั้งเป็นบริษัทขึ้นมาในปี พ.ศ. 2556 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาเส้นปรุงรสและจัดส่งให้กับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น Tesco Lotus เป็นต้น ซึ่งบริษัทดาสมุทรมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีกับโรงงานผลิตปลาเส้นปรุงรส ที่มีความสัมพันธ์มายาวนานตั้งแต่รุ่นคุณแม่ จากความพยายามสร้างผลิตภัณฑ์ปลาเส้นขึ้นมาใหม่นั้น ทางดาสมุทรจำเป็นที่จะต้องถ่ายทอดความต้องการของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ผลิตและร่วมกันออกแบบปรับปรุงเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตปลาเส้นรูปแบบใหม่เพื่อให้มีคุณภาพดีขึ้นตามแบบที่ต้องการ

ส่วนการพัฒนาและการสร้างสรรค์นวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปลาเส้นที่เกิดขึ้นในบริษัทนั้นพบว่า การแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น รวมทั้งลักษณะการบริโภคของลูกค้าที่เปลี่ยนไป สามารถผลักดันให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบของสินค้า และทำให้เกิดการสร้างสรรค นวัตกรรมด้านสินค้าและกระบวนการได้ โดยบริษัทได้ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ และเพิ่มข้อมูลด้านโภชนา และยกระดับมาตรฐานการผลิตต่างๆ ให้สูงขึ้น บริษัทได้ร่วมกับซัพพลายเออร์ในการทำวิจัยและพัฒนา รูปแบบสินค้าใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน โดยได้พัฒนาประสบการณ์จากการลองผิดลองถูก (Trial and error) ศึกษาสินค้าที่มีอยู่ในตลาดเพื่อหาจุดแตกต่าง และสร้างความโดดเด่น มีการคิดค้นสูตรใหม่ เพิ่มรสชาติให้สินค้า และผลิตสินค้าให้ได้ตามความต้องการของตลาด บริษัททำการตลาดแบบเชิงรุก คือ ออกงานแสดงสินค้าต่างๆ เป็นผู้สนับสนุนให้กิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้ามากขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้บริษัทสามารถขยายฐานตลาดไปยังต่างประเทศและได้รับความนิยมในประเทศมากขึ้น

บริษัท ฉวีวรรณ จำกัด เป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์จาก

ไกว่า 100% โดยมีบริษัทในเครือครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และได้รับมาตรฐานระดับสากลมากมาย นวัตกรรมที่เกิดขึ้นในบริษัทมีทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต โดยสิ่งที่มีผลให้เกิดการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรคือ การขยายตลาดและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากลูกค้าของบริษัทผลักดันให้บริษัทต้องได้รับมาตรฐานสากลทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริษัทจึงต้องพัฒนากระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำให้มีมาตรฐานและคุณภาพมากที่สุด การพัฒนากระบวนการผลิตและสินค้าได้รับการถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พนักงานในบริษัทและจากซัพพลายเออร์

นอกเหนือจากบริษัทในภาคการผลิตแล้วเรายังสามารถเห็นตัวอย่างของนวัตกรรมแบบเปิดนี้ในอุตสาหกรรมภาคบริการด้วย ตัวอย่างเช่น บริษัท เอ็มเค (MK) ซึ่งเป็นร้านอาหารทางด้านสุกชื่อดังของเมืองไทยที่จัดตั้งขึ้นมาในปี พ.ศ. 2505 โดยคุณทองคำ เมฆโต ซึ่งซื้อกิจการต่อจากคุณมาคง คิงยี (Makong King Yee) ซึ่งเป็นที่มาของคำว่า MK ร้านเอ็มเคได้เติบโตมาจนในช่วงปี พ.ศ. 2536 ได้ตัดสินใจร่วมลงทุน (Joint Venture) กับบริษัทญี่ปุ่นเพื่อเปิดสาขาแรกของเอ็มเคในญี่ปุ่นในปีถัดมา ซึ่งจากการร่วมทุนนี้ทำให้เอ็มเคได้เรียนรู้นวัตกรรม เทคโนโลยี การจัดการ มาตรฐานทางด้านอาหารต่างๆ รวมถึงวัฒนธรรมการบริการจากบริษัทร่วมทุน ตัวอย่างการจัดการที่เอ็มเคได้รับมาจากทางญี่ปุ่นคือ เรื่องการบริหารพื้นที่ เนื่องจากที่ญี่ปุ่นมีพื้นที่จำกัดทำให้มีวิธีและกระบวนการบริหารจัดการพื้นที่ให้สอยอย่างมีประสิทธิภาพ เอ็มเคจึงนำมาประยุกต์ใช้ร้านอาหารของบริษัท

นอกจากนี้ เอ็มเคยังได้เรียนรู้กระบวนการบริหารจัดการการผลิตข้ามอุตสาหกรรม โดยเรียนรู้จากระบบการผลิตของโตโยต้า ทางเอ็มเคได้ประยุกต์เอาแนวความคิดการผลิตแบบทันเวลาพอดี (JUST-IN-TIME: JIT) มาใช้ในการจัดการวัตถุดิบโดยเฉพาะพวกผัก ซึ่งทางเอ็มเค

จะจัดเก็บผักไว้ในคลังตามปริมาณที่ต้องใช้จริงในร้านค้าเท่านั้น พร้อมกันนี้ในครัวกลางของเอ็มเค (Central Kitchen) ที่เป็นศูนย์ผลิตและกระจายสินค้าของเอ็มเคซึ่งเอาแนวความคิดจากอุตสาหกรรมภาคการผลิตยังประยุกต์เอาสายพานการผลิตมาใช้ในการลำเลียงผักเพื่อเข้าสู่การทำความสะดวก นอกจากอุตสาหกรรมยานยนต์แล้ว เอ็มเคยังเข้าไปเรียนรู้เอาเทคโนโลยีด้านสุขลักษณะของอาหารจากอุตสาหกรรมอวกาศ ซึ่งเอ็มเคเป็นร้านอาหารแรกๆ ในประเทศไทยที่ได้นำเอาระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) เข้ามาช่วยการจัดการด้านการควบคุมกระบวนการผลิตในครัวกลางของเอ็มเค

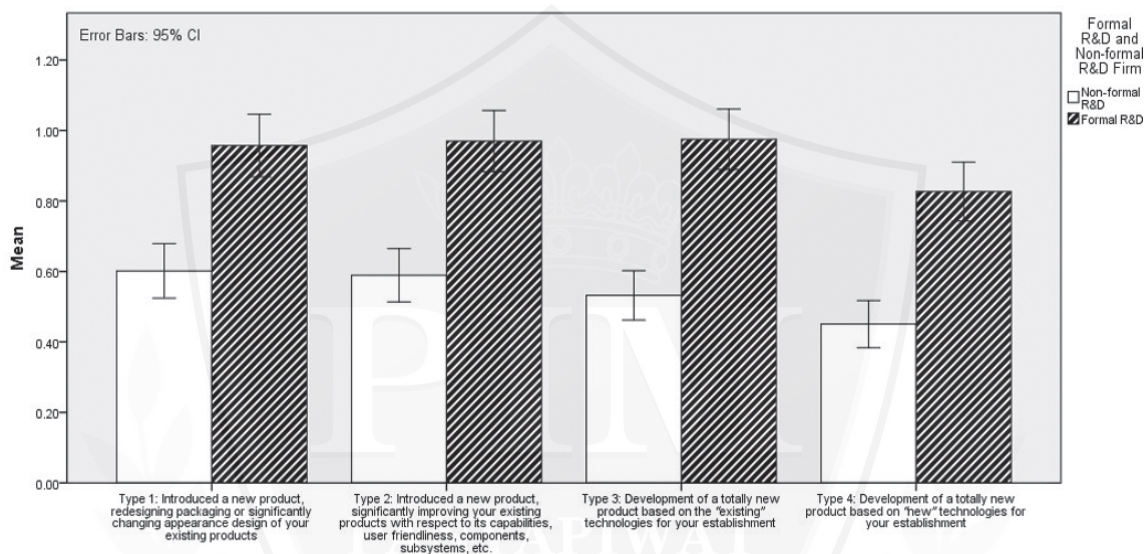
ภาพรวมของนวัตกรรมในห่วงโซ่อุปทานไทย

คณะวิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยส่งแบบสอบถามไปยังบริษัทต่างๆ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลแบบสุ่ม ในช่วงปี พ.ศ. 2555-2558 และเก็บข้อมูลทางโทรศัพท์ เป็นจำนวน 5,000 ราย ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 1,500 กว่าชุด ซึ่งชุดข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ 939 ชุด ได้วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยแบ่งกลุ่มบริษัทออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยหรือมีหน่วยงานวิจัย (Formal R&D) และกลุ่มบริษัทที่ไม่มีการลงทุนที่ชัดเจนในการวิจัย (Non-Formal R&D) โดยเปรียบเทียบระดับนวัตกรรมด้านต่างๆ โดยเฉพาะนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมทางกระบวนการ (Process Innovation) ซึ่งบริษัทที่ไม่มีการลงทุนที่ชัดเจนในการวิจัยนั้นมีสัดส่วนถึง 68.4% ของกลุ่มบริษัทขนาดเล็กและ 55.1% ของกลุ่มบริษัทขนาดกลาง แต่มีสัดส่วนเพียง 23.1% ของกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่

ในภาพที่ 1 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ระหว่างสองกลุ่มบริษัทนี้ โดยนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์นั้นแบ่งได้ออกเป็น 4 รูปแบบ

หรือ 4 ระดับ โดยที่ รูปแบบที่ 1 เป็นนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ง่ายที่สุดคือ เปลี่ยนแค่บรรจุภัณฑ์ และรูปแบบที่ 4 เป็นนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนมากที่สุดคือ ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยที่มีคำตอบ ดังนี้ 0 คือไม่เคยได้สร้างนวัตกรรม 1 คือได้เริ่มดำเนินการสร้างนวัตกรรมนั้น และ 2 คือ

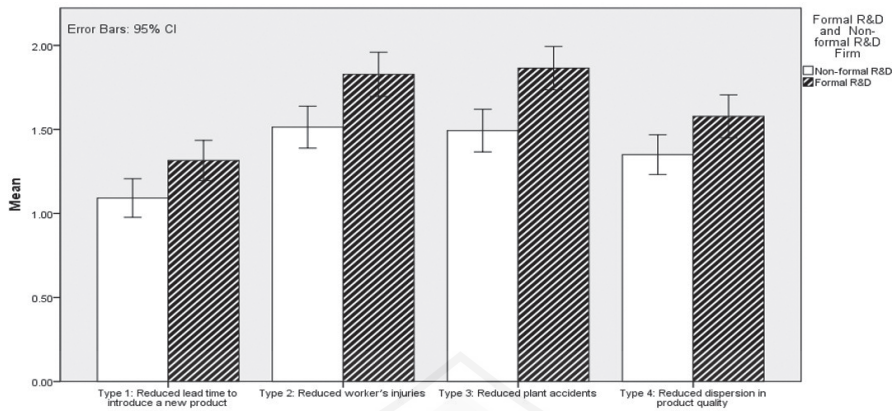
ได้ผลสำเร็จทางด้านนวัตกรรมนั้น จากภาพที่ 1 จะเห็นว่า ค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ของกลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จากกลุ่มบริษัทที่ไม่มีการลงทุนในการวิจัย โดยกลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่า



ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีหน่วยงานวิจัยและกลุ่มบริษัทที่ไม่มีหน่วยงานวิจัย

ในภาพที่ 2 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการผลิตระหว่างสองกลุ่มบริษัทนี้ โดยนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์นั้นแบ่งได้ออกเป็น 4 รูปแบบ โดยที่มีคำตอบเหมือนกันกับนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์คือ 0 คือ ไม่เคยได้สร้างนวัตกรรม 1 คือ ได้เริ่มดำเนินการสร้างนวัตกรรมนั้น และ 2 คือ ได้ผลสำเร็จทางด้านนวัตกรรมนั้น จากภาพที่ 2 นี้ จะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการผลิตของกลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยและกลุ่มที่ไม่มี มีแนวโน้มเหมือนกันกับการสร้างนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ นั่นคือกลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยจะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่าในกลุ่มบริษัทที่ไม่มีการลงทุนในการวิจัย

ในส่วนการปรับกระบวนการผลิตที่ลดระยะเวลาในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นกลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยจะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่า แต่ยังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกันกับการเพิ่มคุณภาพการผลิตที่ช่วยให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน แต่การลดอุบัติเหตุหรือการบาดเจ็บในโรงงานนั้นจะมีแนวโน้มที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญคือ กลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยมีค่าเฉลี่ยความสำเร็จสูงกว่ากลุ่มบริษัทที่ไม่มีการลงทุนในการวิจัย ซึ่งแน่นอนว่าการปรับลดอุบัติเหตุหรือการบาดเจ็บในโรงงานนี้จำเป็นที่จะต้องปรับกระบวนการที่ซับซ้อนจึงจะเห็นได้ในกลุ่มบริษัทที่มีการลงทุนในการวิจัยเพื่อช่วยพัฒนาต่างๆ



ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการสร้างนวัตกรรมของกระบวนการผลิตระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีหน่วยงานวิจัยและกลุ่มบริษัทที่ไม่มีหน่วยงานวิจัย

จากการศึกษาเปรียบเทียบของการสร้างนวัตกรรมระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีหน่วยงานวิจัยและที่ไม่มีหน่วยงานวิจัย โดยรวมพบว่า บริษัทที่ไม่มีหน่วยงานวิจัยนั้นก็ยังได้เริ่มดำเนินการและสำเร็จบ้าง ประเด็นที่น่าสนใจตามมาคือ แล้วบริษัทเหล่านั้นพัฒนานวัตกรรมหรือทำความร่วมมือพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาได้อย่างไร จากกรณีศึกษาที่ได้เกริ่นมานั้นประเด็นที่น่าสนใจคือ ได้มีการถ่ายทอดความรู้และการเรียนรู้จากบริษัทคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Partner) โดยเฉพาะจากบริษัทลูกค้าทางทีมวิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์จากข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2555-2558 ที่มีจำนวนทั้งหมด 939 บริษัท โดยได้แบ่งกลุ่มห่วงโซ่อุปทานของบริษัทที่มีออกเป็น 5 รูปแบบได้แก่

1. ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมด (Pure Thai Supply Chain) ซึ่งประกอบด้วยบริษัทผู้ขายหลัก บริษัทลูกค้าหลักและตัวบริษัทที่ตอบคำถามเป็นบริษัทไทยทุกบริษัท ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 54.1% ของรูปแบบทั้งหมด
2. ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทร่วมทุนทั้งหมด (Pure Joint Venture Supply Chain) ซึ่งประกอบด้วย บริษัทผู้ขายหลัก บริษัทลูกค้าหลักและตัวบริษัทที่ตอบคำถามเป็นบริษัทร่วมทุนทุกบริษัท ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 2.6% ของรูปแบบทั้งหมด
3. ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทต่างชาติทั้งหมด (Pure Multi National Supply Chain) ซึ่งประกอบด้วย

บริษัทผู้ขายหลัก บริษัทลูกค้าหลักและตัวบริษัทที่ตอบคำถามเป็นบริษัทต่างชาติทุกบริษัท ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 2.4% ของรูปแบบทั้งหมด

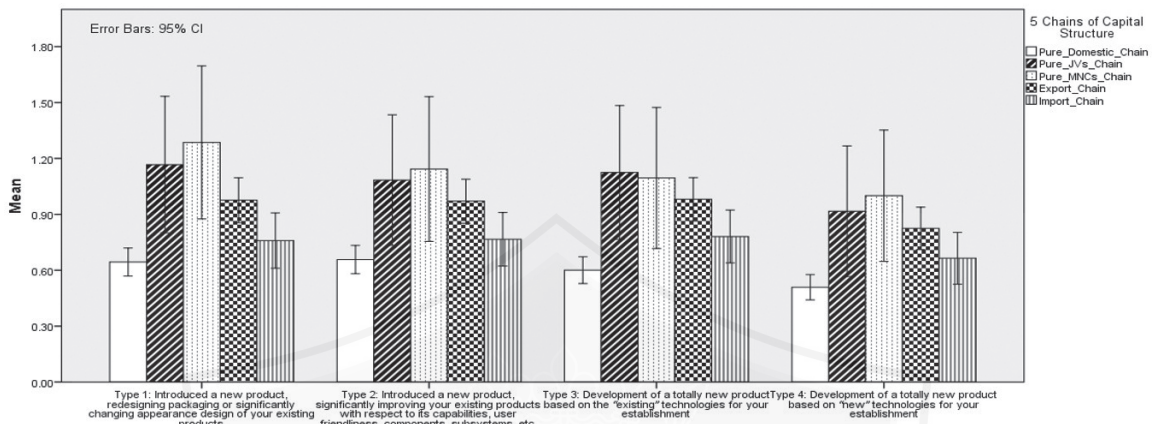
4. ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทส่งออก (Export Supply Chain) ซึ่งเป็นห่วงโซ่อุปทานที่มีบริษัทลูกค้าเป็นบริษัทต่างชาติ แต่บริษัทผู้ขายหลัก และตัวบริษัทที่ตอบคำถามเป็นบริษัทรูปแบบใดๆ ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 24% ของรูปแบบทั้งหมด

5. ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทนำเข้า (Import Supply Chain) ซึ่งเป็นห่วงโซ่อุปทานที่มีบริษัทผู้ขายหลักเป็นบริษัทต่างชาติ แต่บริษัทลูกค้าหลัก และตัวบริษัทที่ตอบคำถามเป็นบริษัทรูปแบบใดๆ ซึ่งมีสัดส่วนเป็น 16.9% ของรูปแบบทั้งหมด

ในภาพที่ 3 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ระหว่างห่วงโซ่อุปทานรูปแบบต่างๆ ซึ่งจะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมด มีแนวโน้มที่มีค่าน้อยที่สุดในทุกด้าน ในขณะที่บริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทต่างชาติทั้งหมดจะมีแนวโน้มที่มีการสร้างนวัตกรรมสูงสุด ที่น่าสนใจคือบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานที่มีลูกค้าเป็นบริษัทต่างชาติหรือห่วงโซ่อุปทานของบริษัทส่งออก จะมีการสร้างนวัตกรรมได้มากกว่าบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมดและห่วงโซ่อุปทานของบริษัทนำเข้า

ซึ่งจะเป็นตัวบ่งบอกให้ได้ว่าลูกค้าต่างชาติมีแนวโน้มที่จะช่วยหรือบังคับให้บริษัทสร้างนวัตกรรมทางด้าน

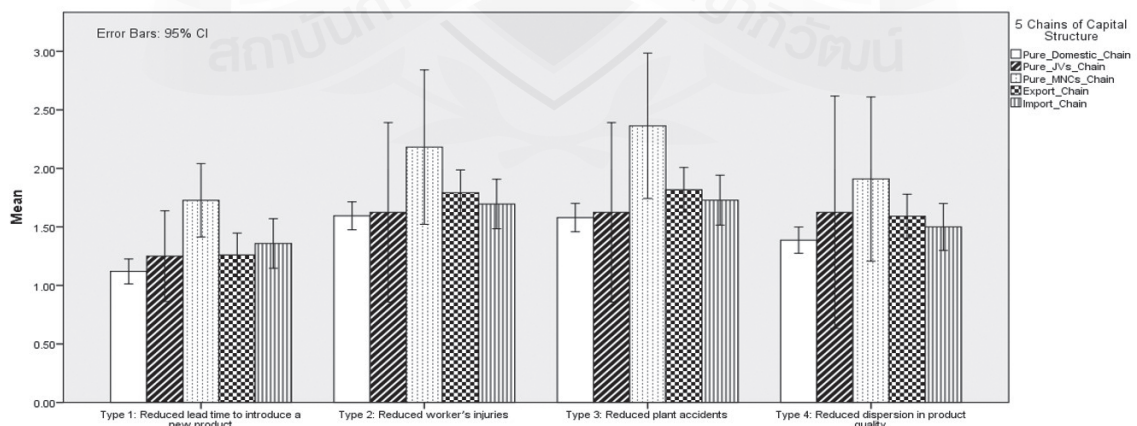
ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากขึ้น



ภาพที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ระหว่างรูปแบบห่วงโซ่อุปทานรูปแบบต่างๆ

ในภาพที่ 4 เป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการผลิตระหว่างห่วงโซ่อุปทานรูปแบบต่างๆ ซึ่งจากรูปนี้จะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการผลิตมีแนวโน้มเหมือนกันกับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการผลิตของบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมดมีแนวโน้มที่มีค่าน้อยที่สุดในทุกด้าน ในขณะที่บริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทต่างชาติ

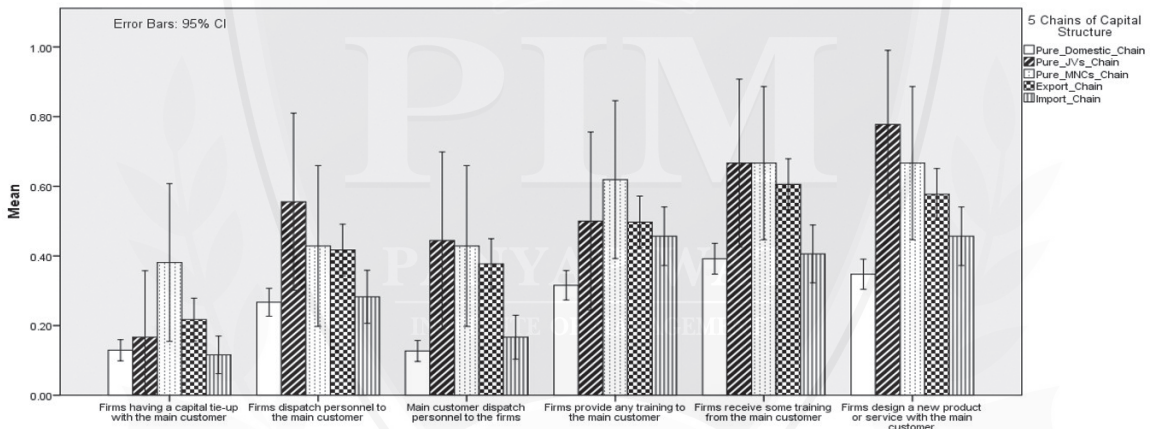
ทั้งหมดจะมีแนวโน้มที่มีการสร้างนวัตกรรมสูงสุด เช่นเดียวกันบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานที่มีลูกค้าเป็นบริษัทต่างชาติหรือห่วงโซ่อุปทานของบริษัทส่งออกจะมีการสร้างนวัตกรรมทางกระบวนการผลิตได้มากกว่าบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมดและห่วงโซ่อุปทานของบริษัทนำเข้า ยกเว้นการลดระยะเวลาในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น



ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการสร้างนวัตกรรมของกระบวนการผลิตระหว่างรูปแบบห่วงโซ่อุปทานรูปแบบต่างๆ

แน่นอนว่าบริษัทต่างชาติที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทต่างชาติทั้งหมด ย่อมมีกำลังทรัพยากรและบุคลากรที่จะสร้างนวัตกรรมได้ดีกว่าบริษัทอื่นๆ ประเด็นที่น่าสนใจมากคือ บริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานที่มีลูกค้าเป็นบริษัทต่างชาติหรือห่วงโซ่อุปทานของบริษัทส่งออก จะมีการสร้างนวัตกรรมได้มากกว่าบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมดและห่วงโซ่อุปทานของบริษัทนำเข้า เหตุผลหลักคือ บริษัทลูกค้าที่เป็นต่างชาติมักมีความต้องการทางคุณภาพสูง และมีกำลังซื้อสูง ดังนั้นบริษัทที่จะสามารถขายให้กับต่างชาติได้นั้นจะต้องปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ตามลูกค้าต้องการ และต้องมีการ

ร่วมมือกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น ดังเห็นได้จากภาพที่ 5 ที่แสดงถึงความร่วมมือกับบริษัทลูกค้าในรูปแบบต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนบุคลากร การอบรมบริษัทลูกค้าหรือได้รับการอบรมจากบริษัทลูกค้า และการร่วมมือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่กับบริษัทลูกค้า จะเห็นว่าบริษัทที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของบริษัทไทยทั้งหมดจะมีความร่วมมือกับบริษัทลูกค้าได้น้อยที่สุด จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาเบื้องต้น ในขณะที่บริษัทที่มีลูกค้าต่างชาติหรือบริษัทผู้ขายเป็นบริษัทต่างชาตินั้นจะมีความร่วมมือกับลูกค้ามากกว่า



ภาพที่ 5 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความร่วมมือกับบริษัทลูกค้า ระหว่างรูปแบบห่วงโซ่อุปทานรูปแบบต่างๆ

บทสรุป

ในบทความนี้ได้อธิบายถึงนวัตกรรมแบบเปิดที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย เราได้เห็นกรณีศึกษามากมายของบริษัทชั้นนำในเมืองไทยที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีไปยังคู่ค้า เช่น ผู้ขายเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ขายในตัวเอง และพัฒนานวัตกรรมจากการสร้างความร่วมมือหรือการถ่ายทอดเทคโนโลยีของบริษัทคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเหมาะสมกับบริษัทไทยจำนวนมากที่เป็นบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางที่ยังไม่มีศักยภาพที่จะสร้างหน่วยงานวิจัยภายในเพื่อพัฒนานวัตกรรมต่างๆ ภายในตัวของบริษัทเอง

เนื่องจากการลงทุนที่สูงและได้ผลตอบแทนที่ไม่แน่นอน ปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยให้บริษัทสร้างนวัตกรรมจากการร่วมมือกับภายนอกได้คือ การหาคู่ค้าที่เหมาะสม โดยเฉพาะบริษัทที่มีศักยภาพสูง เช่น บริษัทต่างชาติ เมื่อใดก็ตามที่ได้เริ่มทำการค้ากับต่างชาติหรือทำการลงทุนกับต่างชาติแล้ว จะช่วยให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมต่างๆ โดยอาศัยจากความร่วมมือข้ามองค์กรและแลกเปลี่ยนความรู้ต่างๆ

ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมคือ กระบวนการหรือกลไกอะไรที่จะช่วยให้ความร่วมมือต่างๆ กับบริษัทคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานที่จะช่วยนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม

ต่างๆ ในตัวบริษัทเอง หรือแม้กระทั่งปัจจัยอะไรที่จะช่วยให้บริษัทสร้างความร่วมมือกับคู่ค้าเพื่อสร้างนวัตกรรมร่วมกัน ในส่วนการวิจัยเชิงนโยบายของรัฐ สามารถ

ทำได้โดยศึกษารูปแบบนโยบายที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้บริษัทได้พัฒนาเติบโตและสร้างศักยภาพให้กับประเทศไทยได้



แบบจำลองการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุขององค์ประกอบด้านอุปสรรคและกฎเกณฑ์ ในการส่งออกที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออก

THE ANALYSIS MODEL OF THE CAUSAL INFLUENCE FACTORS OF EXPORT OBSTACLES AND REGULATIONS AFFECTING EXPORT CAPABILITY

ภัทรพล ชุ่มมี

Pattarapon Chummee

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

College of Innovation Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อค้นคว้าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร และ 2) เพื่อพัฒนาแบบจำลองอิทธิพลเชิงสาเหตุของอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 145 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล และวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรตามกรอบแนวคิดด้วยโปรแกรมลิสเรล ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรคในการส่งออกไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออก แต่กฎเกณฑ์ในการส่งออกมีอิทธิพลในทางบวกต่อความสามารถในการส่งออก ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของกรอบแนวคิด พบว่า กรอบแนวคิดมีความสอดคล้องกลมกลืนดี โดยมีค่าไคสแควร์ = 31.85 ค่าองศาอิสระ = 21 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) = 1.51 ค่าความน่าจะเป็น (P-value) = 0.08 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) = 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) = 0.99 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.55

คำสำคัญ: อุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออก ความสามารถในการส่งออก การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ

Abstract

The objectives of this research aim 1) to investigate factors which are related to the obstacles and regulations of food exporting industry and 2) to develop a model of causal influence of obstacles and regulations on food exporting industry. The researcher collected samples from a specific target group of 145 companies. Data were analyzed by using descriptive statistics. Moreover, the researcher also analyzed the causal influence factors between variables according

to the conceptual framework by LISREL program. The results revealed that export obstacles had no influence on export capability. On the contrary, the analysis showed that export regulations had positive influence on the capability of exporting. Assessment on goodness of fit from the model found that export capability was consistent with the empirical data, the chi-square = 31.85, the degrees of freedom = 21, chi-square relative (χ^2/df) = 1.51, the probability (P-value) = 0.08, goodness of fit index (GFI) = 0.96, comparative fit index (CFI) = 0.99, Root mean square error of approximation (RMSEA) = 0.55.

Keywords: obstacles and regulations to export, export capability, casual influence factor

บทนำ

ปัจจุบันโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) อย่างเต็มรูปแบบมากขึ้น สะท้อนได้จากการเปลี่ยนแปลงรอบด้านที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจโลกที่มีการเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากปริมาณการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นมากในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ กระแสโลกาภิวัตน์ยังมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนการส่งออกของประเทศต่างๆ ทั่วโลกให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีส่วนช่วยพัฒนาคุณภาพสินค้าให้สูงมากยิ่งขึ้นอีกด้วย (Wyman, 2015: 1-5)

เมื่อพิจารณาถึงการดำเนินการส่งออกและการค้าระหว่างประเทศในศตวรรษที่ 21 แล้ว พบว่า มีความผกผันและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อันส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ จากคำกล่าวข้างต้นพบว่า การส่งออกรวมถึงการค้าระหว่างประเทศเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น ในปี ค.ศ. 2011 การส่งออกและการค้าระหว่างประเทศมีการขยายตัวร้อยละ 8.4 ส่งผลให้ GDP โลกขยายตัวอยู่ในระดับร้อยละ 4.6 ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าปี ค.ศ. 2010 อย่างไรก็ตาม การคาดการณ์ GDP ในปี 2015 อยู่ที่ร้อยละ 3 เนื่องจากภาวะการส่งออกที่ถดถอย ประกอบกับราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีความผันผวน ดังนั้น ผู้ส่งออกจำเป็นต้อง

ต้องวางแผนและพัฒนาการส่งออกให้มีประสิทธิภาพ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2544: 1; The Economist, 2012: 5; World bank, 2015: 1)

จากมุมมองด้านเศรษฐกิจมหภาค พบว่า การส่งออกช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่เงินทุนสำรองระหว่างประเทศ ช่วยสร้างงาน รวมทั้งยังช่วยสร้างความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงกันระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินทั้งภายในและภายนอกประเทศ ก่อให้เกิดเครือข่ายทางธุรกิจที่เข้มแข็ง และยังช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนให้สูงขึ้น

ด้านมุมมองเศรษฐกิจจุลภาค การส่งออกช่วยก่อให้เกิดความได้เปรียบ ตลอดจนเพิ่มทุนศักยภาพของแต่ละบริษัท ช่วยรักษาสถานภาพทางการเงินให้มีความแข็งแกร่งและมั่นคงมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียนภายในบริษัท และช่วยพัฒนาระดับเทคโนโลยีต่างๆ ให้มีความทันสมัยและสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้ ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันพบว่า บริษัทส่งออกได้รับผลกระทบจากความเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ และการเงินในตลาดโลกมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อการส่งออกไปยังตลาดต่างๆ ทั่วโลก ยกตัวอย่างเช่น หากบริษัทส่งออกสามารถเพิ่มยอดขายได้อย่างต่อเนื่อง ก็จะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดในการผลิตสินค้า (economies of scale) ลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนการผลิตสินค้าต่อหน่วยและช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับบริษัท

อย่างไรก็ดีการส่งออกของประเทศไทยยังเผชิญกับความท้าทายและอุปสรรคต่างๆ จากสภาพแวดล้อมภายนอกประเทศ เช่น ข้อกำหนดด้านมาตรฐานการผลิตและคุณภาพสินค้าของประเทศผู้นำในกลุ่มสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น เป็นต้น หรือแม้แต่ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากคู่แข่งอื่นๆ ในตลาดโลกที่สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพใกล้เคียงกับไทย และมีต้นทุนการผลิตและราคาขายสินค้าที่ต่ำกว่า

ทั้งนี้ จากข้อมูลพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออกสินค้าประเภทอาหารและผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารสูงกว่าประเทศอื่นๆ ประกอบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารต่อการส่งออกรวมของไทยยังมีสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอีกด้วย โดยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6 ในปี ค.ศ. 2007 มาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 8 ในปี ค.ศ. 2011 โดยพบว่าราว 1 ใน 3 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าในหมวดนี้เป็นการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป อีกทั้งยังพบว่า ในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมอาหารมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงถึงกว่า 32 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวมากกว่าร้อยละ 20 และไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่อันดับที่ 5 ของโลก (องค์ความรู้ประชาคมอาเซียน, 2558: 1; สถาบันอาหาร, 2558: 5; trendmizi, 2015: 1)

ดังนั้น ไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งออกสินค้าประเภทอาหาร ซึ่งเป็นพื้นฐานที่แข็งแกร่งของประเทศไทยอยู่แล้ว และอาศัยความได้เปรียบจากความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ทั้งบนบกและในน้ำ ในการเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อนำไปผลิตและผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทต่างๆ ที่มีมูลค่าสูงขึ้นต่อไป นอกจากนี้ อาหารยังถือเป็นสินค้าจำเป็น (necessary goods) ที่ความต้องการไม่แปรผันตามสภาพเศรษฐกิจและรายได้ประชากร เพราะถึงแม้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกจะประสบปัญหาทางเศรษฐกิจและการเงิน แต่ความต้องการบริโภคอาหารของประชากรกลับไม่ได้ปรับลดลงตามไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นคว้าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองอิทธิพลเชิงสาเหตุของอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร

ทบทวนวรรณกรรม

อุปสรรคในด้านกระบวนการส่งออกถือว่าเป็นปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการวางแผนการตัดสินใจส่งออกเนื่องจากอาจทำให้เกิดความล่าช้า ความยุ่งยากซับซ้อนในด้านกระบวนการเอกสารรวมทั้งทำให้เกิดปัญหาต่างๆ อีกมากมาย ซึ่งนำไปสู่ความสามารถในการส่งออกที่ลดน้อยลงจากการศึกษาของ Barbosa et al. (2004: 465-468) พบว่า บริษัทที่ไม่ได้ทำการส่งออกเนื่องจากต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ ในการส่งออกมากกว่าบริษัทที่ได้ทำการส่งออก ซึ่งอุปสรรคต่างๆ ในการส่งออกดังกล่าว เช่น กฎเกณฑ์ข้อบังคับของรัฐบาลในประเทศ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ คือ อุปสรรคด้านความยุ่งยากซับซ้อนของงานด้านเอกสาร และกฎระเบียบต่างๆ เช่น ในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น รวมทั้งยังพบอีกว่า อุปสรรคทางด้านกระบวนการและระเบียบในการส่งออกต่างๆ เหล่านี้ มักจะเป็นปัจจัยในแง่ลบที่มีผลต่อความสามารถในการส่งออก จากการศึกษาในประเทศที่พัฒนาแล้ว (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น แคนาดา สหรัฐอเมริกา และกลุ่มสหภาพยุโรป) (Rae & Josling, 2003: 147-166) เวเนซุเอลา (Wunder, 2008: 279-297) โมโตเวียร์ (Porto, 2004: 1-24) พบว่า มาตรการต่างๆ เช่น มาตรการทางด้านภาษี ก่อให้เกิดอุปสรรคด้านการส่งออก โดยเฉพาะต่อสินค้าแปรรูปและสินค้าอุตสาหกรรมอาหาร Voerman (2004: 99-102) กล่าวว่า ยังมีกฎระเบียบต่างๆ มากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านการส่งออกเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย มีผลกระทบต่อความสำเร็จหรือมีมากเกินไปจะก่อให้เกิดปัญหาในการดำเนินการส่งออก หาก

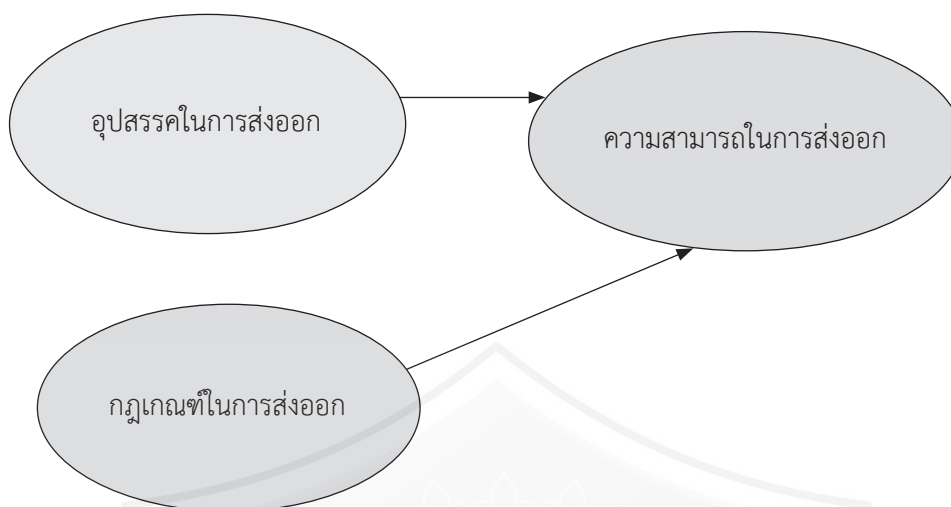
ประเทศไทยสามารถลดกฎระเบียบและขั้นตอนด้านกระบวนการส่งออกต่างๆ ลงได้ ก็จะช่วยเพิ่มความรวดเร็วและประสิทธิภาพในการดำเนินงานส่งออกได้มากยิ่งขึ้น ด้านกฎเกณฑ์ในการส่งออกจากผลการศึกษาของ Shepherd (2010: 1217-1228) พบว่า มาตรการทางด้านภาษีและมีใช้ภาษีนั้นมีความสำคัญอย่างมากต่อความสามารถในการส่งออกของบริษัท รวมทั้งยังพบอีกว่า มาตรการที่มีใช้ภาษีส่งผลกระทบต่อความสามารถในการส่งออกของบริษัทมากกว่ามาตรการทางด้านภาษีอย่างมีนัยสำคัญกฎเกณฑ์ในการส่งออก

มาตรการทางด้านภาษี (tariff) เป็นอุปสรรคในการส่งออกที่สำคัญ จากการศึกษาของ Jayadevapa & Chhatre (2000: 175-194) พบว่า มาตรการทางด้านภาษีนั้นมีผลกระทบค่อนข้างมากต่อองค์กรขนาดเล็ก กล่าวคือ ถ้าอัตราภาษีส่งออกอยู่ในระดับต่ำจะสามารถเพิ่มโอกาสในการส่งออกแก่องค์กรขนาดเล็กได้ แต่หากอัตราภาษีอยู่ในระดับสูงก็จะกลายเป็นอุปสรรคในการส่งออกได้ ผลการศึกษาของ Breinlich & Tucci (2010: 1-32), Arkolakis & Muendler (2010: 1-52) ยืนยันอย่างหนักแน่นในประเด็นที่เกี่ยวกับมาตรการทางด้านภาษีของตลาดส่งออกในต่างประเทศว่า หากมาตรการทางด้านภาษีในต่างประเทศลดลงจะส่งผลดีต่อความสามารถในการส่งออกมากยิ่งขึ้น

ด้านมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (non-tariff) เป็นอุปสรรคอีกประการหนึ่งในการดำเนินการส่งออก ผลจากการศึกษาของ Kettunen (2004: 50-60) พบว่า มาตรการที่มีใช้ภาษี ได้แก่ มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary & Phytosanitary Measures-SPS) มีผลกระทบต่อกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารมากที่สุด Leonidou (2004: 279-302) พบว่า ถ้ามาตรการทางด้านภาษีและมีใช้ภาษี โดยเฉพาะภาษีนำเข้าสูง ส่งออกได้เช่นเดียวกับผลการศึกษาในเนเธอร์แลนด์ (Voerman, 2004: 100-120) บริษัทส่งออก 123 แห่ง ในสหรัฐอเมริกา (Rasheed, 2005: 41-45) และฟินแลนด์ (Pasanen, 2003: 49-60)

พบว่า กฎหมายต่างๆ ในต่างประเทศนั้นมีผลในทางลบต่อความสามารถในการส่งออก Chetty & Holm (2000: 77-93) ยังพบอีกว่า อุปสรรคด้านการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่น ISO, WTO และการรับรองคุณภาพอื่นๆ นั้นไม่เป็นอุปสรรคแต่อย่างใดในประเทศนิวซีแลนด์ เนื่องจากการได้รับการวางแผนอย่างดีจากรัฐบาลและให้ความสำคัญก่อนจะนำมาใช้ในประเทศ

การพัฒนารอบแนวความคิดอิทธิพลเชิงสาเหตุ อุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออกที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออก ประกอบด้วย (1) ตัวแปรแฝงภายนอก คือ อุปสรรคในด้านการส่งออก และกฎเกณฑ์ข้อบังคับในการส่งออก (2) ส่วนตัวแปรแฝงภายใน คือ ความสามารถในการส่งออกดังภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดดังกล่าวพัฒนามาจาก Pak (1991: 120), Nguyen (2000: 50-70), Voerman (2004: 130-140) กำหนดสมมติฐานสำหรับการวิจัย 2 สมมติฐาน กล่าวคือ ตัวแปรแฝงภายนอกด้านอุปสรรคในการส่งออก (OBS) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ด้านกฎระเบียบในการส่งออก (OBS 1) การจัดทำเอกสารในการส่งออก (OBS 2) ค่าใช้จ่ายในการส่งออก (OBS 3) ความรู้ความเข้าใจกระบวนการส่งออก (OBS 4) และวัฒนธรรมประเพณีในตลาดต่างประเทศ (OBS 5) ส่วนตัวแปรแฝงภายนอกด้านกฎเกณฑ์ในการส่งออก (GRE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ด้านมาตรการทางด้านภาษีและกฎเกณฑ์ในการนำเข้าสินค้า (GRE 1) ข้อกำหนดด้านฉลากสินค้าในการนำเข้าสินค้า (GRE 2) และเอกสารต่างๆ ในการนำเข้าสินค้า (GRE 3) ในด้านของตัวแปรแฝงภายในด้านความสามารถในการส่งออก (EXP) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ด้านการดำเนินการส่งออกไปยังตลาดปัจจุบันในระดับเดิม (EXP 1) บริษัทของท่านจะแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดปัจจุบัน (EXP 2) บริษัทของท่านเพิ่มยอดการส่งออกไปยังตลาดปัจจุบัน (EXP 3) และท่านจะขยายการส่งออกไปตลาดใหม่ในอีก 12 เดือนข้างหน้า (EXP 4)



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้เน้นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาคำตอบในการวิจัย โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross sectional data) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยอิงจากฐานข้อมูลของกรมส่งเสริมการส่งออก พบว่า ประชากรเป้าหมายในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารมีจำนวนทั้งสิ้น 1,415 แห่ง โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตารางการคำนวณของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 316 แห่ง แล้วทำการเลือกสุ่มตัวอย่างดังกล่าวเพราะมีความละเอียดสูงกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ตรงกับความคิดเห็นจริงๆ มากยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย กำหนดใช้แบบสอบถามที่พัฒนามาจาก Pak (1991: 129), Nguyen (2000: 40-50)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือได้ดำเนินการทดสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา (content validity) ด้วยการศึกษานำร่องโดยมีคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจำนวน 3 ท่านที่ไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยแต่มีความรู้

ความเชี่ยวชาญในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตรวจสอบข้อมูลเพื่อทดสอบค่าความสอดคล้อง (IOC) และทำการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) เพื่อทำการทดสอบความถูกต้องของตัวแปรว่า เป็นไปตามทฤษฎีและสมมติฐานหรือไม่ ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อทดสอบข้อมูลเบื้องต้น จากกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบผลการวิเคราะห์เบื้องต้นจำนวน 10 ราย

ผลการทดสอบข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ไม่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใดมีค่าน้อยกว่า 0.05 จากนั้นจึงทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์รายข้อคำถาม (Item-Total correlation) มากกว่า 0.3 ทุกข้อ

ผลการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนทำการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL พบว่า ผลการตรวจสอบความเป็นเอกภาพของการกระจาย (homoscedasticity) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (linearity) และการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (muticollinearity) ผ่านเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ (1) สถิติพรรณนาเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนาถึงรายละเอียดของปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ตลอดจน

เป็นการอธิบายถึงสภาพต่างๆ ไปของข้อมูลที่จัดเก็บได้ และอธิบายให้ทราบถึงคุณสมบัติทั่วไปของประชากร ที่ศึกษา โดยใช้สถิติที่นิยมใช้ในการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าสูงสุด (maximum) และค่าต่ำสุด (minimum) และ (2) สถิติวิเคราะห์ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อให้ผู้วิจัยได้พิสูจน์สมมติฐาน และเพื่อการยืนยัน ข้อค้นพบที่มีอิทธิพลต่อกันเพียงใดกับระดับตัวแปรต่างๆ เช่นเดียวกับแนวคิดของ Zikmund (2000: 100-200) กล่าวว่า การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรนั้น ต้องพิจารณา ทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ผู้วิจัยกำหนดใช้การ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factors analysis) พบว่า เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้น เป็นเทคนิคการวิเคราะห์เพื่อใช้จัดหมวดหมู่ตัวแปร จำนวนมาก ให้เป็นหมวดหมู่ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้วิจัย สามารถที่จะดำเนินการจัดหมวดหมู่ของตัวแปรต่างๆ ได้ ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่ทราบว่าจะทำการจัดหมวดหมู่ได้อย่างไร (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544: 40-50) และการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อยืนยันความถูกต้องของตัวแปรจากการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงสำรวจ สามารถทำการวิเคราะห์ได้โดย โปรแกรม LISREL และทำการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ ของเส้นทางความสัมพันธ์ด้วยโปรแกรม LISREL

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากแบบสอบถาม จำนวน 145 ชุด ที่ได้รับกลับคืนมา คิดเป็นร้อยละ 45.8 จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อค้นคว้าองค์ประกอบ ที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในการส่งออก ของอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อหาคำตอบวัตถุประสงค์ ดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของอุปสรรค ในการส่งออก พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมากกว่า 0.75 จึงได้ทำการวิเคราะห์ องค์ประกอบด้านกฎเกณฑ์ในการส่งออก ผลการวิเคราะห์

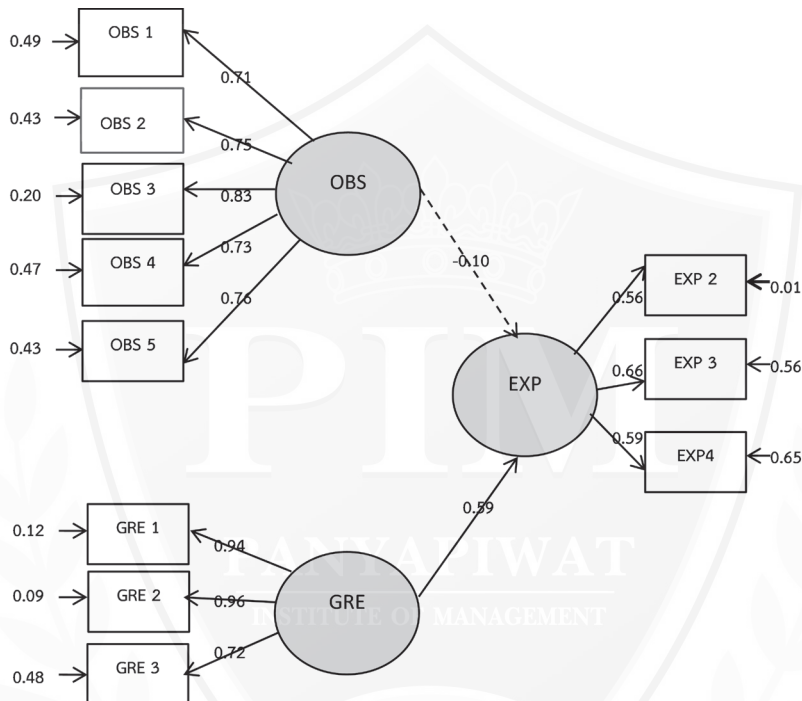
พบเช่นเดียวกัน คือ องค์ประกอบทุกข้อคำถามมีค่า มากกว่า 0.85 และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของ ความสามารถในการส่งออก พบว่า ข้อคำถามแรก การดำเนินการส่งออกไปยังตลาดปัจจุบันในระดับเดิม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.05 จึงได้ตัด ข้อคำถามดังกล่าวออก ส่วนข้อคำถามอื่นๆ มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบมากกว่า 0.85

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของ องค์ประกอบด้านอุปสรรคในการส่งออก และกฎเกณฑ์ ในการส่งออก พบว่า องค์ประกอบทั้งหมดมีค่าสถิติที่ มากกว่า 2.00 และมีค่าดัชนีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ ที่กำหนดกล่าวคือ $\chi^2 = 7.38$, $df = 6$, $\chi^2/df = 1.23$, $P\text{-value} = 0.28$, $RMSEA = 0.40$ และผลการวิเคราะห์ องค์ประกอบด้านความสามารถในการส่งออก พบว่า องค์ประกอบแรกด้านการดำเนินการส่งออกไปยังตลาด ปัจจุบันในระดับเดิม มีค่าสถิติที่น้อยกว่า 2 ให้ผล เช่นเดียวกับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ จึงได้ ตัดออกจากการวิเคราะห์ ส่วนข้อคำถามอื่นๆ มีค่าสถิติ มากกว่า 2 ผลการประเมินความสอดคล้อง พบว่า มีค่า $\chi^2 = 0.00$, $df = 0.00$, $P\text{-value} = 0.00$ และ $RMSEA = 0.00$ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาแบบจำลอง อิทธิพลเชิงสาเหตุของอุปสรรคและกฎเกณฑ์ในด้าน การส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร ผลการวิเคราะห์เส้น อิทธิพลระหว่างอุปสรรคในการส่งออกไปยังความสามารถ ในการส่งออกไปมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = -1.37$) ส่วนเส้นทางอิทธิพลระหว่างกฎเกณฑ์ในการส่งออกไปยัง ความสามารถในการส่งออกมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 6.52$) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของกฎเกณฑ์ในการส่งออก พบว่ามาตรการทางด้านภาษีและไม่ใช่อาชีพในการส่งออก มีความสำคัญมากที่สุด ($t = 11.69$) ผลการพิจารณา องค์ประกอบของกฎเกณฑ์ในการส่งออก พบว่า มาตรการ ทางด้านภาษีและไม่ใช่อาชีพในการส่งออกมีความสำคัญ มากที่สุด ($t = 11.69$) ผลการประเมินความสอดคล้อง พบว่า มีค่า $\chi^2 = 31.85$, $df = 21$, $\chi^2/df = 1.51$,

P-value = 0.08 และ RMSEA = 0.05 กรอบแนวความคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องดี ดังแสดงในภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) ของอุปสรรคในการส่งออก (OBS) กฎเกณฑ์ในการส่งออก (GRE) และความสามารถ

ในการส่งออก (EXP) มีค่าเท่ากับ 0.755, 0.911 และ 0.735 ตามลำดับ ส่วนการหาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted: ρ_v) มีค่าเท่ากับ 0.575, 0.776 และ 0.536 ตามลำดับ



Chi-square=31.85, df=21, $\chi^2/df=1.51$, P-value=0.08, CFI=0.99, GFI=0.96, NFI=0.98, RMSEA=0.55

ภาพที่ 2 แบบจำลองอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถในการส่งออก

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยโดยสรุปพบว่า อุปสรรคในการส่งออกไปมีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออก อุปสรรคดังกล่าวได้แก่ กฎระเบียบในการส่งออก ความรู้ความเข้าใจด้านกระบวนการส่งออกและค่าใช้จ่ายในการส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการส่งออกได้ศึกษาระเบียบและความเข้าใจในการส่งออกมาเป็นอย่างดีก่อนดำเนินการส่งออก ตลอดจนความพยายามในการลดค่าใช้จ่ายและอุปสรรคด้านกระบวนการเกี่ยวกับเอกสารให้เหลือน้อยที่สุด

สอดคล้องกับการศึกษาของ Nguyen (2000: 79-90) ที่พบว่า อุปสรรคในการส่งออกของเยอรมันไม่เป็นอุปสรรคแต่อย่างใด เนื่องจากชาวเยอรมันสามารถเข้าไปดำเนินธุรกิจในตลาดต่างประเทศได้ดี เนื่องจากมีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศสูง สามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมในต่างประเทศได้ดี โดยเฉพาะตลาดในยุโรป และสหรัฐอเมริกา และสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดในประเทศต่างๆ ได้อย่างดี เนื่องจากมีความใกล้ชิดกันทางด้านเชื้อชาติและพรมแดน ส่วนผลการวิเคราะห์

อิทธิพลด้านกฎเกณฑ์ในการส่งออก พบว่า มีอิทธิพลต่อความสามารถในการส่งออก เนื่องจากกฎเกณฑ์ต่างๆ ในการส่งออก เช่น มาตรการทางด้านภาษีและมีใช้ภาษียังเป็นอุปสรรคที่สำคัญยิ่งที่ผู้ส่งออกต้องดำเนินการตามมาตรการดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เนื่องจากมีกฎเกณฑ์หลากหลายประการ ตลอดจนถึงข้อกำหนดต่างๆ เพื่อให้สินค้าที่ทำการส่งออกมีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล สอดคล้องกับการศึกษาของ Stoian, Rialp & Rialp (2010: 117-135) ที่พบว่า กฎเกณฑ์ในการส่งออก รวมถึงมาตรการทางด้านกฎหมาย มีผลต่อการดำเนินธุรกิจในประเทศ กล่าวคือ หากมีองค์ความรู้ด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ในตลาดต่างประเทศที่จะดำเนินการส่งออกเป็นอย่างดีจะช่วยก่อให้เกิดความได้เปรียบในการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการส่งออกต้องรักษาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้มีมาตรฐาน ยิ่งกว่านั้นจะต้องสร้าง

มาตรฐานและมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น และเข้าถึงผู้บริโภคได้ในหลากหลายกลุ่มตามระดับรายได้ ผู้ประกอบการต้องศึกษาถึงอุปสรรคด้านมาตรการในการส่งออกที่มีการพัฒนาข้อกำหนดต่างๆ ขึ้นมาใหม่ๆ เพื่อไม่ให้เป็นการอุปสรรคทางการส่งออก ภาครัฐบาลต้องเร่งเจรจาลดอุปสรรคทางการค้าทั้งมาตรการทางด้านภาษีและมีใช้ภาษีให้เหลือน้อยที่สุด ส่งเสริมการจัดตั้งการรวมกลุ่มทางการค้าของภูมิภาคอาเซียนให้สำเร็จเป็นรูปธรรมโดยเร็ว เช่นเดียวกับกลุ่ม EU จะก่อให้เกิดผลดีต่อประเทศไทยและภูมิภาคนี้หลายประการ เช่น ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตอาหารต่างๆ เพื่อการส่งออกมากมาย โดยสามารถจะส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารในนามของกลุ่มอาเซียนช่วยสร้างศักยภาพด้านการส่งออกและอาศัยจุดแข็งของแต่ละประเทศมาสร้างเป็นความได้เปรียบของกลุ่มอาเซียน และท้ายที่สุดแล้วต้องเปิดช่องทางดำเนินธุรกิจกับตลาดใหม่ๆ ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก ขณะเดียวกันต้องรักษาตลาดเก่าไว้ให้ได้

References

- Arkolakis, C. & Muendler, M. A. (2010). *The extensive margin of exporting product: A firm-level analysis*. Retrieved August 10, 2011, from http://www.nber.org/papers/w16641.pdf?new_window=1
- Barbosa, N., Guimarães, P. & Woodward, D. (2004). Foreign firms entry in an open economy: The case of Portugal. *Applied Economics*, 36(5), 465-468.
- Breinlich, H. & Cuñat, A. (2010). *Trade liberalization and heterogeneous firm models: An evaluation using the Canada-US free trade agreement*. Retrieved April 9, 2011, from <http://eprints.lse.ac.uk/28725/1/dp0975.pdf>
- Breinlich, H. & Tucci, A. (2010). *Foreign Market Conditions and Export Performance: Does 'Crowdedness' Reduce Exports?*. Working Paper. C.E.P.R. Discussion Papers, 7975.
- Brouthers, L. E. & Nakos, G. (2005). The role of systematic international market selection on small firms' export performance. *Journal of Small Business Management*, 43(4), 363-381.
- Chetty, S. & Holm, D. (2000). Internationalisation of small to medium-sized manufacturing firms: A network approach. *International Business Review*, 9(1), 77-93.
- Department of Trade Negotiations. (2001). *Exports ratio and GDP*. Retrieved July 15, 2012, from <http://www.dtn.go.th> [in Thai]

- Jayadevapa, R. & Chhatre, S. (2000). International trade and environmental Quality: A survey. *Ecological Economics*, 52, 175-194.
- Kettunen, E. (2004). *Regionalism and the geography of trade policies in eu-asean trade*. Doctoral Dissertation, Helsinki School of Economics, Finland.
- Knowledge of ASEAN Community. (2015). *Food Industry Stepping into the AEC*. Retrieved September 4, 2015, from <http://www.thai-aec.com> [in Thai]
- Leonidou, L. (2004). An analysis of the barriers hidden small business export development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-302.
- National Food Institute. (2015). *Conclusion Thai Food Industry in 2014 and Outlook for 2015*. Retrieved September 4, 2015, from www.nfi.or.th [in Thai]
- Nguyen, H. T. (2000). *The determinants and decision making process of export marketing activities in small and medium sized manufacturing firms in Germany*. Dissertation, Nova Southern University.
- Pak, J. M. (1991). *The export behavior of firms: A study of determinants and decision making in small and medium sized manufacturing firm*. Ph.D. Dissertation, University of Alabama.
- Pasanen, M. (2003). *In search of factors affecting SME performance: The case of eastern Finland*. Doctoral Dissertation, University of Kuopio.
- Pasit-Rattasin, S. (2001). *Research Methodology in Social Science*. Bangkok: FangFa Printer. [in Thai]
- Porto, G. (2004). Informal export barriers and Poverty. *Journal of International Economics, Corrected Proof*, 1, 1-24.
- Rae, A. & Josling, T. (2003). Processed food trade and developing countries: Protection and trade liberalization. *Food Policy*, 28(2), 147-166.
- Rasheed, H. S. (2005). Foreign entry mode and performance: The moderating effects of environment. *Journal of Small Business Management*, 43(1), 41-54.
- Shepherd, B. (2010). Geographical diversification of developing country exports. *World Development*, 38(9), 1217-1228.
- Stoian, M., Rialp, A. & Rialp, J. (2010). Export performance under the microscope: A glance through Spanish lens. *International Business Review*, 2(2), 117-135.
- The Economist. (2012). *GDP and trade growth*. Retrieved July 15, 2012, from <http://www.economist.com/node/18744587>
- The World Bank. (2015). *Global economic perspectives*. Retrieved November 1, 2015, from <http://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>
- Trendmizi. (2015). *2015 The year of AEC*. Retrieved November 1, 2015, from <http://www.trendmizi.com/2015the-year-of-aec/>

- Voerman, L. (2004). *The export performance of European SMEs*. Ph.D. Dissertation: University of Netherlands.
- Wunder, S. (2008). Payments for environmental services and the poor: Concepts and preliminary evidence. *Environment and Development Economics*, 13, 279-297.
- Wyman, O. (2015). *Globalization in manufacturing industries*. Retrieved November 2015, 1, from http://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/europe/germany/de/insights/publications/2015/jan/20141114_Globalization%20in%20Manufacturing%20Industries_Volume4_Global%20Organization_EN_screen.pdf
- Zikmund, W. G. (2000). *Business research methods*. New York: Dryden.



Name and Surname: Pattarapon Chummee

Highest Education: Ph.D. (Business Administration), Ramkhamhaeng University

University or Agency: Valaya Alongkorn Rajabhat University

Field Expertise: Export, International Business, Business Communication

Address: 1 Moo 20, Phaholyothin Rd., Khlong Nuang, Klong Luang, Phatum Thani 13180

โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์กับการรับรู้ตราสินค้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

THE PRODUCT PLACEMENT ON TELEVISION PROGRAM AND BRAND PERCEPTION OF RESIDENTS IN BANGKOK

นพคุณ ชีวะธนรักษ์

Noppakun Cheewatanarak

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

School of Business Administration, Bangkok University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และทัศนคติของโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ใช้กลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การโฆษณาแฝงมากที่สุดในรายการประเภทเกมโชว์และวาไรตี้โชว์ ในสินค้าประเภทเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าประเภทของใช้อุปโภค และขนมขบเคี้ยว ด้วยรูปแบบที่ทำให้รับรู้ถึงการโฆษณาแฝง คือ การจัดให้สินค้าหรือบริการเป็นส่วนหนึ่งในฉากหรือเวทีมากที่สุด รองลงมาคือ การปรากฏออกมาในรูปแบบของแผ่นป้าย และการกล่าวถึงตราสินค้า และเมื่อสอบถามถึงทัศนคติต่อโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าตราสินค้าเป็นที่รู้จักคุ้นเคยอยู่แล้วจะส่งผลให้สะดุดตาและสังเกตเห็นได้ง่ายขึ้น มองเห็นการโฆษณาแฝงจนรู้สึกคุ้นเคย ทำให้รู้จักตราสินค้ามากขึ้น และช่วยให้สามารถจดจำตราสินค้าได้

คำสำคัญ: โฆษณาแฝง การรับรู้ ทัศนคติ ตราสินค้า

Abstract

The objective research is to study Bangkok residents' perception and attitude on television programs, those whose have different individual factors. A research sample was 400 Bangkok residents. Research conclusion, the samples have the highest perception on television program that are game show and variety show, which the most perception is beverage products, secondary is consumer goods, and snacks, respectively. The most product recognition of product placement on television program that are manages products to be a part of scene or stage, secondary; products appearance is in banner forms, and brand references. Moreover, the attitude about product placement on television program found that samples agree with that product placement makes well know brands are more catch the eyes, outstanding, and helping to increased its

products to know and remember, also increased product familiarity by product placement.

Keywords: Product placement, Perception, Attitude, Brand

บทนำ

ปัจจุบันที่สังคมก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นส่วนสนับสนุนให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมาก สะดวก และรวดเร็ว ธุรกิจจึงมีความจำเป็นต้องแสวงหาและพัฒนาวิธีการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบใหม่อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการพัฒนาแบบการส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย เพื่อที่จะสามารถใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคเพื่อทำการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร จูงใจ หรือย้ำเตือนความทรงจำ เป็นต้น จึงทำให้เกิดการพัฒนาแบบการสื่อสารทั้งในรูปแบบดั้งเดิม (Traditional media) เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วิทยุ หนังสือพิมพ์ และในรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ (Non-traditional media) เช่น การโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ส่งผลให้การตลาดสามารถเลือกใช้สื่อเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจในสิ่งที่นักการตลาดต้องการจะสื่อสารได้อย่างเหมาะสมและหลากหลายมากขึ้น

การสื่อสารผ่านทางโทรทัศน์ในปัจจุบันนับว่ายังเป็นช่องทางการสื่อสารหนึ่งที่ประชาชนยังให้ความสำคัญอยู่ โดยดูได้จากผลการสำรวจข้อมูลการรับชมโทรทัศน์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551) พบว่า ในปี พ.ศ. 2551 มีผู้ชมโทรทัศน์ราว 57 ล้านคน จากประชากรประมาณ 60 ล้านคน (อายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป) หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 95 และจากการที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถทำการสื่อสารให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจได้ง่าย เข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางโดยไม่มีข้อจำกัดด้านเพศ อายุ ระดับรายได้ การศึกษา เป็นต้น จึงส่งผลให้โทรทัศน์ยังคงเป็นช่องทางที่ธุรกิจนิยมใช้เพื่อการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ สังเกตได้จากการสำรวจการลงทุนในโฆษณาของนิลเสน (2558)

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2558 ที่มีการใช้งบประมาณโฆษณาผ่านสื่อ โทรทัศน์ร้อยละ 4,809 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 56.96 และใช้ไปกับทีวีดิจิทัล (เฉพาะทีวีดิจิทัล 10 ช่องที่มีความนิยมสูงสุด) จำนวน 3,332 ล้านบาท (นิลเสน, 2558) จะเห็นได้ว่า โทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อเดียวที่มีอัตราการเติบโตและมีสัดส่วนการลงทุนในสื่อโฆษณาสูงสุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ

จากการที่นักการตลาดเห็นความสำคัญจากการสื่อสารผ่านช่องทางโทรทัศน์ประกอบกับการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้น ทำให้ภาพยนตร์โฆษณามีปริมาณเพิ่มขึ้นและส่งผลทำให้เกิดการกระจุกตัวของงานโฆษณา (Advertising cluster) ทำให้ประสิทธิภาพงานโฆษณาลดลง กล่าวคือ ผู้ชมจดจำรายละเอียดได้น้อยลง ความตั้งใจในการรับรู้ ความสนใจ และการระลึกได้ลดลง ด้วยเหตุดังกล่าวให้นักการตลาดจึงจำเป็นต้องหาช่องทางอื่นหรือพัฒนากลยุทธ์ในการสื่อสารใหม่ๆ อย่างเช่น การโฆษณาแฝง ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้สินค้าหรือบริการดูกลมกลืนแนบเนียนไปกับเรื่องราว องค์ประกอบของฉาก เวที และนักแสดง เป็นต้น การโฆษณาแฝงนี้อาจเรียกในชื่ออื่นๆ สอดแทรกตราสินค้า (Product placement) การวางตราสินค้า หรือไทอิน (Tie-in) ซึ่งล้วนแล้วแต่มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างเดียวกันคือการรับรู้ของผู้ชมและการยังผลประโยชน์ต่อธุรกิจ วิธีการสื่อสารการตลาดด้วยการโฆษณาแฝงจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ได้รับความนิยมและพบเห็นอย่างแพร่หลายในปัจจุบันไม่ใช่เฉพาะเพียงแต่ในรายการโทรทัศน์เท่านั้น แต่ยังแพร่หลายไปสู่สื่ออื่นอีกมากมาย เช่น ภาพยนตร์ เกม สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

การโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์เป็นทั้งเครื่องมือในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเข้าไปปรากฏในรายการประเภทต่างๆ

ด้วยวิธีการตั้งวางให้เห็น การกล่าวถึงตราสินค้า การสาธิต การใช้ การใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบฉาก การเปิดแผ่นป้าย เป็นต้น ด้วยความสามารถในการเข้าถึงผู้ชมโทรทัศน์ได้อย่างทั่วไป ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวาง นักการตลาดจึงเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการใช้กลยุทธ์นี้ผ่านสื่อโทรทัศน์ด้วยจุดเด่นที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียง ที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจได้ง่าย ในขณะที่เดียวกันผู้ผลิตยังสามารถสร้างผลงานที่ดึงดูดความสนใจได้ดีและหลากหลายกว่าสื่อชนิดอื่น แต่ปัญหาประการหนึ่งที่สำคัญ คือ ผู้บริโภคมักจะมองว่าภาพยนตร์โฆษณาในรายการโทรทัศน์เป็นสิ่งที่เข้ามาขัดจังหวะระหว่างการรับชม และสามารถสร้างความเบื่อหน่ายรำคาญใจให้กับผู้ชมได้ ซึ่งเป็นเหตุให้ประสิทธิผลของภาพยนตร์โฆษณาลดลง ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ นักการตลาดจึงจำเป็นต้องหาช่องทางหรือพัฒนากลยุทธ์ในการสื่อสาร คือ การโฆษณาแฝง (product placement) ที่นักการตลาดเลือกใช้มากขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้บริโภคเกิดกระบวนการในการรับรู้ตราสินค้าหรือบริการได้ดีกว่าภาพยนตร์โฆษณาในช่วงพักพิงของรายการโทรทัศน์ ซึ่งกระบวนการรับรู้ในกลยุทธ์การโฆษณาแฝงนั้น จะสามารถนำไปสู่พฤติกรรม หรือการตอบสนองต่างๆ ตามมาได้ เช่น การเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และเกิดกระบวนการการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการรับรู้ ทัศนคติ และความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติของโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม

วรรณกรรมที่เป็นฐานความคิดในการวิจัยในครั้งนี้ คือ

1) แนวคิดเรื่องการรับรู้ (perception) ซึ่งเป็นกระบวนการสัมผัสกับสิ่งกระตุ้นรอบตัว ผ่านทางประสาท

สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น เพื่อให้ได้ความหมายตามที่ตนต้องการโดยผ่านการคัดเลือก และจัดการอย่างมีระบบ แล้วทำการตีความหมายต่อสิ่งที่ได้สัมผัสนั้นตามประสบการณ์ที่แต่ละคนมีอยู่ซึ่งจะมีส่วนเข้ามาสะสมและขัดเกลาเก็บไว้เป็นทัศนคติ ค่านิยม ความจำ และมีผลกับการคิดวิเคราะห์เพื่อแสดงพฤติกรรมต่อไป (Solomon, 2009: 17-18) การรับรู้มีกระบวนการ 3 ขั้นตอนคือ (1) การเปิดรับสัมผัสสิ่งเร้า (Exposure) ในสภาพแวดล้อมซึ่งประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะทำหน้าที่ในการรับข้อมูลแต่ในสภาพแวดล้อมที่มีสิ่งเร้าจำนวนมาก จึงเป็นไปได้ที่บุคคลจะรับรู้สิ่งเร้าได้หมด ด้วยเหตุนี้จึงมีการเลือกรับรู้สิ่งเร้าบางอย่าง (Perceptual selection) และให้ความสนใจกับสิ่งเร้านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของสิ่งเร้า และระดับการรับสัมผัสการรับรู้ (Threshold level) ของผู้บริโภคด้วย ซึ่งขึ้นอยู่กับความอ่อนไหวของประสาทสัมผัสที่เป็นสื่อเชื่อมโยงกับสิ่งกระตุ้นต่างๆ (2) การให้ความสนใจ (Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคตั้งใจหรือเห็นถึงความจำเป็นของสิ่งเร้านั้น โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยและความสามารถของแต่ละบุคคลที่กำหนดความสนใจมากหรือน้อย เช่น ลักษณะของแต่ละบุคคล ลักษณะของสิ่งเร้า และสถานการณ์แวดล้อม (3) การตีความ และทำความเข้าใจ (Interpretation and Comprehensive) เป็นขั้นของการแปลความของสิ่งเร้าที่ได้เลือกแล้ว การแปลความจะขึ้นอยู่กับความเชื่อ ประสบการณ์ และยิ่งรวมถึงองค์ประกอบของสิ่งเร้าในลักษณะที่มีอิทธิพลต่อประสาทสัมผัส และลักษณะของเนื้อหาข้อมูลด้วยว่ามีการจัดแบ่งคุณลักษณะ และมีการจัดข้อมูลสิ่งเร้ากับประสบการณ์หรือข้อมูลเดิมที่ผู้รับสิ่งเร้ามีอยู่ ว่าสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใด หากสอดคล้องกันมากก็จะเกิดการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมขึ้นได้ (สุภาภรณ์ ดิลกไชยชาญวุฒิ, 2547: 20)

ความรู้ในด้านการรับรู้สามารถช่วยให้นักการตลาดสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานโฆษณาได้ เพื่อให้ผู้ชมสามารถจดจำ ระลึกถึงตราสินค้าได้ เพราะ

การรับรู้ถือว่าเป็นกระบวนการแรกเริ่มที่สำคัญที่จะนำไปสู่ผลกระทบต่างๆ ที่จะตามมา เพราะหากไม่มีการรับรู้เกิดขึ้นก็จะเป็นการยากที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่างๆ ตามมาได้

จะเห็นได้ว่าการรับรู้นั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก สภาพแวดล้อม และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เข้ามาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการช่วยให้เกิดการรับรู้ แสดงให้เห็นได้ว่าการที่ผู้บริโภคได้รับสัมผัสกับสิ่งเร้าสิ่งเดียวกัน การรับรู้จะแตกต่างกันไป (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550: 65) ดังนั้นการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์จึงมีผลให้เกิดระดับการรับรู้และความเข้าใจที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล เนื่องจากแต่ละบุคคลอยู่ในสภาพแวดล้อม และมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าที่ทำการโฆษณาแฝงนั้นจึงเป็นการทำความเข้าใจในกระบวนการของผู้บริโภคในการรับรู้ข้อมูล การจัดการข้อมูล และทำการตีความเพื่อประเมินตราสินค้า และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคล ซึ่งสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาคือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภคที่จะมีผลนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคด้วย

2) ทัศนคติ (Attitude) เป็นปฏิกิริยาที่บุคคลเรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะเป็นไปในทิศทางใดก็ได้ โดยอาศัยการประเมินของแต่ละบุคคล ทัศนคติจะสะท้อนถึงมุมมองของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดลอม และจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะแสดงออกมาในรูปของการเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ชอบ หรือไม่ชอบ เมื่อทัศนคติเกิดขึ้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วจะค่อนข้างคงทน และเปลี่ยนแปลงได้ยาก (ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ, 2548: 38) ทัศนคติจะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบคือ (1) ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive component) ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ

(Belief) ต่อสิ่งที่ได้รับรู้จากสิ่งแวดล้อม จนก่อให้เกิดเป็นความรู้ และความเข้าใจ ซึ่งความรู้ การรับรู้ และความเชื่อที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ก็จะส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมที่ต่างกันไปด้วย (2) ความรู้สึก (Affective component) เมื่อคนเราเกิดความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งแวดลอม ก็จะเกิดอารมณ์ และความรู้สึกต่อสิ่งนั้นด้วย อาจเป็นความรู้สึกที่ออกมาในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ดีหรือไม่ดี (3) องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Conative component) เป็นแนวโน้มของการกระทำหรือไม่กระทำที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความรู้ความเข้าใจและความรู้สึก โดยทั่วไปแล้วทั้ง 3 องค์ประกอบนั้นจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ เมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อว่าตราสินค้านั้นดี ผู้บริโภคก็จะเกิดความชื่นชอบในตราสินค้า และส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมทางด้านบวกกับตราสินค้าด้วย

3) โฆษณาแฝง (Product Placement) เป็นการนำสินค้าเข้าไปประกอบในฉากละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ หรือให้นักแสดงได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งการทำโฆษณาแฝงจะมีการครอบคลุมพื้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามพื้นที่ที่มีการฉายรายการโทรทัศน์ ละคร รวมไปถึงภาพยนตร์ จึงเป็นการเพิ่มโอกาสและความถี่ในการเปิดรับตราสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการยอมรับและการจดจำตราสินค้าได้มากขึ้น (Belch & Belch, 2007: 414)

นอกจากนี้สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2556) ได้ให้ความหมายของการโฆษณาแฝงไว้ว่า เป็นการปรากฏของผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้าและบริการ เข้าไปในส่วนที่เป็นเนื้อหารายการ ไม่ว่าจะเป็นรายการข่าว ละคร สารคดี เกมโชว์ เป็นต้น ซึ่งอาจเป็นความตั้งใจของผู้ผลิตรายการและเจ้าของสินค้าเพื่อผลทางธุรกิจ ทั้งนี้โฆษณาแฝงจึงเป็นวิธีการในการส่งข้อมูลสู่ผู้บริโภคผ่านสื่ออย่างแนบเนียน โดยมีเป้าหมายอย่างน้อยคือ ให้ผู้บริโภคมองเห็นสินค้า

ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2551: 105) ได้กล่าวว่า

การโฆษณาแฝงมีประโยชน์ต่อการสนับสนุนการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน คือ (1) เพิ่มช่องทางหนึ่งในการเปิดรับ (2) มีการครอบคลุมลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น (3) เพิ่มโอกาสหรือความถี่ในการเห็นตราสินค้า (4) มีต้นทุนที่ต่ำกว่าการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดอื่น (5) ช่วยในการจดจำ (6) ช่วยสนับสนุนเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดอื่น และ (7) เพิ่มการยอมรับในตราสินค้ามากขึ้นหากนำไปบรรจุในบทหรือเรื่องราวที่เหมาะสม

แม้ว่าโฆษณาแฝงจะสามารถช่วยกระตุ้นยอดขาย และสามารถสร้างการรับรู้ในตราสินค้าแก่ผู้บริโภคได้ แต่การโฆษณาด้วยวิธีนี้ก็มิใช่วิธีที่สมบูรณ์แบบในการใช้ ซึ่งอาจจะส่งผลให้ไม่เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร ดังนั้น จึงควรใช้การโฆษณาแฝงในระดับที่เหมาะสม หากใช้มากเกินไปจะทำให้คุณค่า คุณภาพ หรือภาพลักษณ์ของตราสินค้านั้นด้อยลงหรือสูญเสียไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนทั้งในเพศชาย และเพศหญิง ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขต จำนวน 400 ตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane (1970: 581) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถาม คือ ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้การโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ และทัศนคติที่มีต่อโฆษณาแฝง โดยได้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการหาความเชื่อมั่น (Reliability) จากบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbrach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย (Descriptive

Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Means) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลด้านการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ และข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานหรือสถิติอ้างอิง เพื่อทดสอบตามสมมติฐานที่ว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างพบเห็นการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์และวาไรตี้โชว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.75 รองลงมาคือ ละครโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 56.00 รายการเพลงและมิวสิกวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 54.00 ละครตลกตามสถานการณ์ (ซิตคอม) คิดเป็นร้อยละ 53.75 รายการกีฬา คิดเป็นร้อยละ 49.25 รายการข่าว คิดเป็นร้อยละ 45.75 รายการเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ดังกล่าวมากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์

ประเภทสินค้าที่เคยรับรู้ในการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้สินค้าประเภทเครื่องดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมาคือ สินค้าประเภทของใช้อุปโภค คิดเป็นร้อยละ 59.00 ขนมขบเคี้ยว คิดเป็นร้อยละ 56.00 ยานพาหนะทั้งรถยนต์และจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 51.00 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง และดูแลสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 45.50 เสื้อผ้าเครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 36.25 บริการ คิดเป็นร้อยละ 30.75 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การรับรู้ประเภทสินค้าที่ทำการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง*
1. เครื่องดื่ม	293	73.25
2. สินค้าของใช้อุปโภค	236	59.00
3. ขนมขบเคี้ยว	224	56.00
4. ยานพาหนะ	204	51.00
5. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และดูแลสุขภาพ	182	45.50
6. เสื้อผ้า เครื่องประดับ	145	36.25
7. บริการ	123	30.75

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รูปแบบที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้ถึงการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ พบว่า การจัดให้สินค้าหรือบริการเป็นส่วนหนึ่งในฉากหรือเวทีเป็นรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือการโฆษณาแฝงที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของแผ่นป้าย คิดเป็นร้อยละ 28.25 การกล่าวถึงตราสินค้าหรือบริการนั้นๆ คิดเป็นร้อยละ 20.75 และการนำเสนอสินค้าหรือบริการมาใช้ในการประกอบการสาธิต คิดเป็นร้อยละ 9.75 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นการโฆษณาแฝงอย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 71.00 แต่มีกลุ่มตัวอย่างเพียงบางส่วนที่มองเห็นการโฆษณาแฝงไม่ชัดเจน และไม่ได้สังเกต คิดเป็นร้อยละ 19.25 และร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ความสามารถในการจดจำได้ของสินค้าหรือบริการที่มีการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำสินค้าประเภทเครื่องดื่มได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ สินค้าประเภทยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 31.11 และสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 24.07 ตามลำดับ ยกตัวอย่างตราสินค้าประเภทเครื่องดื่มที่กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำได้ เช่น โค้ก เป๊ปซี่ ลิโอ ซ้าง เนสกาแฟ ไวตามิลค์ โอวัลติน เป็นต้น ตราสินค้าประเภทยานพาหนะ เช่น ฮอนด้า ยามาฮ่า โตโยต้า มาสด้า เมอร์ซิเดส-เบนซ์ เป็นต้น และตราสินค้าประเภทอุปโภค เช่น บรีส คอลเกต โซฟี เป็นต้น

จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ทักษะคิด และความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้และทัศนคติของโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และระดับการศึกษา โดยผู้วิจัยได้มีสมมติฐานว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ทั้งเพศ อายุ รายได้ส่วนต่อเดือน อาชีพ และการศึกษาที่ต่างกัน ล้วนแล้วแต่มีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในรายการกีฬา และละครโทรทัศน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการกีฬา จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 61.30 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงที่รับรู้จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ในขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในละครทางโทรทัศน์ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายที่รับรู้จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โฆษณาแฝงที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ในรายการกีฬา รายการเพลง และรายการตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25 ถึง 33 ปี จะมีการรับรู้การโฆษณาแฝงในรายการกีฬา และรายการตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) มากที่สุด จำนวน 87 และ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 53.37 และ 58.28 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี จะมีการรับรู้การโฆษณาแฝงในรายการเพลงมากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 61.73

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โฆษณาแฝงที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โฆษณาแฝงที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในรายการเพลง และรายการตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการเพลงมากที่สุด จำนวน 85 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 63.43 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) มากที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โฆษณาแฝงที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในรายการข่าว เกมโชว์ และรายการตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการข่าวและเกมโชว์ และรายการตลกตามสถานการณ์มากที่สุด จำนวน 103 186 และ 138 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.46 78.48 และ 58.23 ตามลำดับ และเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มองเห็นโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์กว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 105 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 59.32 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติกับการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์

การรับรู้โฆษณาแฝง	เพศ	อายุ	รายได้	อาชีพ	การศึกษา
ประเภทรายการโทรทัศน์					
1. รายการข่าว					✓
2. เกมโชว์และวาไรตี้โชว์					✓
3. รายการกีฬา	✓	✓			
4. ละครโทรทัศน์	✓				
5. รายการเพลงและมิวสิควิดีโอ		✓		✓	
6. ละครตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม)		✓		✓	✓
7. รายการสั้นส่งเสริมความรู้					
8. รายการเด็กและเยาวชน					
9. อื่นๆ					

การรับรู้ประเภทสินค้าที่ทำโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์มีรายละเอียดดังนี้

จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายมีการรับรู้สินค้าประเภทยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 59.52 มากกว่าเพศหญิงที่รับรู้ร้อยละ 44.83 อย่างมีนัยสำคัญ

จำแนกตามอายุและรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี และมีรายได้ส่วนตัวไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน มีการรับรู้สินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66.05 และ 58.47 อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษา จะมีการรับรู้สินค้าประเภทขนมขบเคี้ยวและยานพาหนะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.16 และ 56.72 อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจะมีการรับรู้สินค้าประเภทเครื่องดื่ม และอุปกรณ์เครื่องใช้การสื่อสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.50 และ 43.47 อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีการรับรู้สินค้าประเภทเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.49 อย่างมีนัยสำคัญ

ความชัดเจนในการมองเห็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการมองเห็นโฆษณาแฝงอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 56.69

ความสามารถในการจดจำตราสินค้าที่ทำโฆษณาแฝงจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการจดจำตราสินค้าได้ต่างกัน คือ เพศหญิงจะสามารถจดจำตราสินค้าประเภทอุปโภคได้ร้อยละ 19.83 ตีกว่า

เพศชายที่สามารถจดจำได้ร้อยละ 11.31 ขณะเดียวกันเพศชายสามารถจดจำตราสินค้าประเภทที่อยู่อาศัย วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้าง และเฟอร์นิเจอร์ได้ร้อยละ 3.16 ตีกว่าเพศหญิงที่สามารถจดจำได้ร้อยละ 0.43 และเพศหญิงสามารถจดจำตราสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพได้ร้อยละ 6.47 ตีกว่าเพศชายที่สามารถจดจำได้ร้อยละ 1.79

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการจดจำตราสินค้าได้ต่างกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 24 ปี จะสามารถจดจำตราสินค้าประเภทที่อยู่อาศัย วัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้าง และเฟอร์นิเจอร์ได้ร้อยละ 2.47

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่ต่างกัน จะจดจำตราสินค้าในกลุ่มต่างๆ ได้อย่างไม่แตกต่างกัน

เมื่อจำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถในการจดจำสินค้าได้ต่างกัน คือ กลุ่มที่มีอาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีความสามารถในการจดจำสินค้าประเภทเครื่องดื่มได้ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่น ด้วยร้อยละ 45.96 เช่นเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีที่สามารถจดจำตราสินค้าประเภทเครื่องดื่มได้ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอื่น ด้วยร้อยละ 39.66

จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันออกไปนั้น จะมีรูปแบบการรับรู้และความสามารถในการจดจำที่แตกต่างกันออกไป

ทัศนคติที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าตราสินค้าเป็นที่รู้จักคุ้นเคยอยู่แล้ว จะทำให้สะดวกและสังเกตเห็นได้ง่ายขึ้น มองเห็นการโฆษณาแฝงจนรู้สึกคุ้นเคย ทำให้รู้จักตราสินค้ามากขึ้น และช่วยให้สามารถจดจำตราสินค้าได้ และยังรู้สึกถูกละเมิดจากโฆษณาแฝง และทำให้เกิดความรู้สึกว่า รำคาญการทำโฆษณาแฝงในรายการบางประเภทอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรายการกีฬา และรายการเพลง/มิวสิควิดีโอ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้โฆษณาแฝงในรายการประเภทเกมโชว์และวาไรตี้โชว์มากที่สุด รองลงมาคือละครโทรทัศน์ รายการเพลง และละครตลก ตามสถานการณ์ (ซีทคอม) เนื่องจากเป็นรายการที่มีพื้นฐานของความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และอารมณ์ขัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ferle & Edward (2006) ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับรู้โฆษณาแฝงในรายการประเภทที่สร้างอารมณ์ขันเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มตัวอย่างยังเห็นการสอดแทรกได้อย่างชัดเจน และเห็นบ่อยขึ้นอันเนื่องมาจากผู้ที่เกี่ยวข้องได้ค้นหาวិธีการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ใหม่ๆ ที่จะสื่อสารในรายการภายใต้ต้นทุนที่ต่ำกว่าแต่ได้ประสิทธิผลที่สูงกว่า และใช้กับสินค้าที่มีข้อจำกัดทางกฎหมายในการโฆษณา เช่น เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ดังนั้นการนำตราสินค้าเข้าไปทำการโฆษณาแฝงในรายการต่างๆ ก็ทำให้เจ้าของตราสินค้าแน่ใจได้ว่าผู้บริโภคได้เห็นตราสินค้านั้นแน่นอน ซึ่งถือว่าคุ้มค่าที่จะสร้างความคุ้นเคย และการจดจำของผู้ชมได้

ทัศนคติที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่มด้วยกันคือ ทัศนคติที่เห็นด้วย และรู้สึกเฉยๆ โดยมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ เช่น โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ ช่วยทำให้จดจำตราสินค้าได้ ตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักหรือคุ้นเคยอยู่แล้วจะทำให้สะดวกและจะสังเกตเห็นได้ง่ายขึ้น มองเห็นโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์จนเกิดความคุ้นเคย และทำให้รู้จักตราสินค้าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของธีรพันธ์ โล่ทองคำ (2551: 105) และ Belch & Belch (2007: 436-438) ที่กล่าวว่า การโฆษณาแฝงทำให้เกิดการเปิดรับตราสินค้า ช่วยเพิ่มโอกาส และความถี่ในการมองเห็นตราสินค้า อันจะช่วยให้เกิดการระลึกได้ และสามารถจดจำตราสินค้าได้

สำหรับทัศนคติที่นิ่งเฉย กับโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ เช่น มีความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ รู้สึกดีกว่าและมีความแตกต่างจากโฆษณาทั่วไป เกิดความ

เบื่อหน่ายกับโฆษณาแฝง รู้สึกว่าถูกยัดเยียด และเกิดความรู้สึกรำคาญกับโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ และจะรู้สึกว่ายัดเยียด รู้สึกเบื่อหน่ายโดยเฉพาะการทำโฆษณาแฝงในรายการกีฬาและในรายการเพลง และโฆษณาแฝงช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจต่อสินค้านั้นได้ เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติที่นิ่งเฉย นั้นเป็นเพราะว่าโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ ทำได้อย่างกลมกลืนแนบเนียน ประกอบกับการมองเห็นโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์จนอาจทำให้เกิดความเคยชิน ทำให้ไม่มีการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าผ่านโฆษณาแฝง ดังนั้นจึงไม่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ นำไปสู่ความรู้สึก และพฤติกรรมต่อตราสินค้าในแง่ของการตัดสินใจซื้อได้ ทั้งนี้การเกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อได้นั้น มักจะมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องนอกเหนือจากการทำโฆษณาแฝงเพียงอย่างเดียว เช่น ความเหมาะสมระหว่างสินค้ากับตนเอง ราคา การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

จากสมมติฐานที่ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศที่ต่างกันจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงที่ต่างกันด้วย โดยเพศชายจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการกีฬา มากกว่า ในขณะที่เพศหญิงจะมีการรับรู้โฆษณาแฝงจากละครโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ เพศชายยังมองเห็นโฆษณาแฝงประเภทยานพาหนะ ความสามารถในการจดจำตราสินค้า พบว่า เพศหญิงสามารถจดจำตราสินค้าในกลุ่มของขนมขบเคี้ยว เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ ขณะที่เพศชายสามารถจดจำที่อยู่อาศัย วัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ได้มากกว่า แสดงให้เห็นว่าเพศมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่า soft news (ข่าวเบา) มากกว่าเพศชาย กล่าวคือเพศหญิงมักจะมีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่างๆ ละเอียดยิ่งกว่าเพศชาย จึงมีความสนใจข่าวสารประเภทเรื่องความสวย ความงาม ความบันเทิง ในขณะที่เพศชายจะชอบข่าวสารหนักๆ และข่าวสารประเภททำทนายมากกว่า

จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี จะมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการเพลง/มิวสิกวิดีโอ ส่วนกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-33 ปี จะรับรู้โฆษณาแฝงผ่านละครตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) อายุระหว่าง 40-46 ปี รับรู้โฆษณาแฝงในรายการกีฬา ซึ่งจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มักจะมีรสนิยมในการฟังเพลงเป็นของตัวเอง (ศรีกัญญา มงคลศิริ, 2548)

จำแนกตามสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ และอาชีพ พบว่าการที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้โฆษณาแฝงที่แตกต่างกัน เนื่องจากสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจจะเป็นตัวกำหนดในเรื่องการเลือกเปิดรับสื่อที่ผู้รับนั้นสามารถเข้าถึงได้ ความสามารถในการซื้อหาเป็นเจ้าของได้ และความสอดคล้องต่อรายได้ และอาชีพของตน

จำแนกตามการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีการรับรู้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ประเภทข่าว เกมโชว์หรือวาไรตี้โชว์ ละครตลกตามสถานการณ์ และยังมีความถี่ในการมองเห็นที่แตกต่างกัน คือ มองเห็นมากกว่า 10 ครั้ง มองเห็นโฆษณาแฝงประเภทเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ มีความชัดเจนในการมองเห็น และสามารถจดจำตราสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดที่ว่าคนที่มีการศึกษาสูงมักจะชักจูงให้เกิดกระบวนการเลือกสรรในการรับรู้ที่ยากกว่า (กิตติมา สุรสนธิ, 2548: 23) ทั้งนี้อาจเกิดจากการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ได้ทำการออกแบบและพัฒนาองค์ประกอบทางเทคนิค เช่น ความถี่ ขนาด ตำแหน่งการวาง สี เป็นต้น ให้ความน่าสนใจและแนบเนียนมากขึ้น

ในทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ประเภทสินค้าที่ทำโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์แตกต่างกันจะมีทัศนคติที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปด้วย เช่น อาจทำให้เกิดความรู้สึกว่าถูกยัดเยียด รู้จักตราสินค้าเพิ่มขึ้น มองเห็นโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์จนเกิดความคุ้นเคย เป็นต้น ซึ่งทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

และองค์ประกอบทางด้านเทคนิคของการโฆษณาแฝง เช่น ความถี่ ความซ้ำซาก สี การเคลื่อนไหว ขนาดของสิ่งเร้า เป็นต้น ซึ่งหากองค์ประกอบดังกล่าวสามารถสร้างอิทธิพลให้เกิดการรับรู้ได้มาก ก็สามารถดึงดูดความสนใจ ที่จะนำไปสู่การเปิดรับสิ่งเร้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับสภาพความพร้อมของจิตใจและประสบการณ์ในการรับรู้ของผู้ชมในขณะนั้นด้วยว่าเป็นเช่นไร เช่น ความรู้สึก ตลอดจนนิสัยในการรับรู้ ความใส่ใจ ความคุ้นเคยกับสิ่งเร้า สภาพอารมณ์ในขณะนั้น และระดับการรับรู้ของการรับสิ่งเร้าเข้ามาทางประสาทสัมผัสด้วย ดังนั้นหากสิ่งเร้าสามารถสร้างการรับรู้ได้ กลุ่มตัวอย่างก็จะเกิดความสนใจในสิ่งเร้านั้นแล้วเกิดการตีความ และเกิดเป็นความรู้ความเข้าใจอันจะมีผลไปสู่ทัศนคติที่ดี และเกิดพฤติกรรมในทางบวกต่อตราสินค้านั้นด้วย

ดังนั้นเจ้าของตราสินค้าหรือผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องควรทำการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ที่ประชาชนเปิดรับชมมากที่สุด และมีการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ รายการประเภทเกมโชว์หรือวาไรตี้โชว์ ละครโทรทัศน์ รายการเพลง มิวสิกวิดีโอ และละครตลกตามสถานการณ์ (ซีทคอม) เพราะเป็นรายการที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โฆษณาแฝงเป็นจำนวนมาก โดยสินค้าที่เหมาะสมที่จะใช้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์คือ สินค้าประเภทเครื่องดื่ม เพราะกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ และสามารถจดจำตราสินค้าได้มากที่สุดเป็นอันดับแรก แต่ในขณะเดียวกันในการนำเสนออันต้องระมัดระวังและต้องมีจริยธรรมในการนำเสนอโดยเฉพาะอย่างยิ่งตราสินค้าประเภทเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่อาจกระทำผิดต่อกฎหมายและส่งผลทำให้เกิดความระคายเคือง (Offensive) ต่อผู้บริโภค ที่เป็นสาเหตุให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ตามมา เช่น ความไม่พึงพอใจ การต่อต้านตราสินค้า (ชนะชาญชัยปิยะวงศ์, 2550) และควรสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ชมกับผู้ผลิตรายการเพื่อให้ผู้ชมเข้ามามีบทบาทกับรายการมากขึ้นซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้ผลิตรายการ

และผู้ชม ทำให้สามารถดึงดูดผู้ชมเข้าสู่รายการได้ (ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจริญวงศ์, 2558: 247)

การทำโฆษณาแผ่นั้นเหมาะสมกับตราสินค้าที่ประชาชนรู้จักมาก่อนหรือมีความคุ้นเคยดีอยู่แล้ว เพราะจะทำให้กลุ่มตัวอย่างรับรู้ตราสินค้าอย่างชัดเจนและรวดเร็วกว่าตราสินค้าใหม่ๆ ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากนัก ส่งผลต่อความสามารถในการจดจำสินค้าประเภทเครื่องดื่ม และตราสินค้าในกลุ่มอื่นได้อีกด้วย เช่น กลุ่มสินค้าเสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า และบริการ

ปัจจุบันโฆษณาแผ่นผ่านรายการโทรทัศน์นั้นได้รับความนิยมจากนักการตลาดเป็นอย่างมาก (สุกรี แมนชัยนิมิตร, 2551) อันเนื่องมาจากปัญหาการหลีกเลี่ยงการรับชมโฆษณาในระหว่างพักช่วงของรายการที่มีการกระจุกตัวมากขึ้นจึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเห็นการสื่อสารด้วยวิธีนี้จนเกิดความคุ้นเคย อันเกิดมาจากการนำเสนออย่างซ้ำซากจนเกิดการปรับตัวกับความถี่ที่เห็นหลายๆ ครั้ง จนกระทั่งการนำเสนอไม่ได้รับความสนใจอีกต่อไป ดังนั้นเราจึงต้องสนใจและลดปัญหาที่ผู้บริโภคได้มองว่า ภาพยนตร์โฆษณาเป็นสิ่งที่เข้าไปรบกวนจิตใจและ

ขัดจังหวะการรับชม ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมหลีกเลี่ยงงานโฆษณา (ซูลท์ และซูลท์, 2550: 175)

สิ่งที่เราควรจะทำการศึกษาอย่างละเอียดลงไปในการวิจัยครั้งต่อไปนั้น คือ การศึกษาองค์ประกอบทางเทคนิคต่างๆ ของสิ่งเร้าที่มีผลต่อประสาทสัมผัสและระดับการรับรู้โฆษณาแผ่นในรายการโทรทัศน์ เช่น สี ขนาด การวางตำแหน่ง เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้วางกลยุทธ์โฆษณาแผ่นในรายการโทรทัศน์ให้ได้ผลดียิ่งขึ้นต่อไป และควรทำการเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นจากโฆษณาแผ่นในสื่อโทรทัศน์กับสื่ออื่นๆ ด้วยไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร วิทยุ เกม ภาพยนตร์ เพื่อศึกษาว่ามีรูปแบบการโฆษณาแผ่น วิธีการรับรู้ ทักษะคิด และการตอบสนองต่อการโฆษณาแผ่นนั้นแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร นอกจากนั้นควรศึกษาเปรียบเทียบผลของพฤติกรรมที่เกิดจากการรับรู้ และทัศนคติ ที่มีต่อโฆษณาแผ่นอย่างสม่ำเสมอเพื่อทำการปรับปรุง และพัฒนารูปแบบวิธีการนำเสนอโฆษณาแผ่นให้เกิดประสิทธิภาพผลสูงสุด และควรทำการศึกษาพฤติกรรมในการรับชมของผู้ชมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อผู้ผลิตจะสามารถสร้างประสบการณ์ในการรับชมที่ดีให้กับผู้ชมได้

References

- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (7th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Chanchaipiyavong, C. (2007). *The Affecting of Advertising Offensive and Advertising Consumer Avoidance*. Thesis for the degree of Master of Communication Arts, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Dilokchaichanwut, S. (2004). The Effects of Product Placement on Consumers: Introduction. *Journal of Communication Arts Faculty of Communication Arts Chulalongkorn University*, 22(4), 12-31. [in Thai]
- Ferle, C. L. & Edward, S. M. (2006). Product placement: how brands appear on television. *Journal of Advertising*, 35(4), 65-86.
- Kuljitjuewong, S. (2015). TV Program in the Digital Age. *Panyapiwat Journal*, 7(2), 245-257. [in Thai]
- Lothongkham, T. (2008). *Inside IMC*. Bangkok: O S Printing House. [in Thai]
- Manchainimit, S. (2008). Tie-in properly of Exact Style. *Positioning Magazine*, January, 2008. [in Thai]

- Mongkolsiri, S. (2005). *Powergens branding*. Bangkok: Brandage Book Printing. [in Thai]
- National Statistic Office. (2008). *The 2008 mass media (Radio and Television)*. Bangkok. Retrieved July 30, 2015, from <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/massMedia51.pdf> [in Thai]
- Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission. (2013). *What is the Product Placement?*. Retrieved October, 2013, from <http://bcp.nbtc.go.th/knowledge/detail/303> [in Thai]
- Palusuk, P. D. & Ponghanyut, S. (2005). *Theory of Motivation*. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press. [in Thai]
- Samerjai. C. (2007). *Consumer Behavior*. Bangkok: V Printing (1991). [in Thai]
- Schultz, D. & Schultz, H. (2007). *The Next Generation IMC: Five Steps for Delivering Value and Measuring Returns Using Marketing Communication*. (Cristanin, T. N. & Lim, p. translator). Bangkok: Phikkanes Center Printing. [in Thai]
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer behavior: buying, having, and being* (8th ed.). NJ: Prentice-Hall.
- Surasonthi, K. (2005). *Knowledge for Communication*. Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. [in Thai]
- The Niesen Company (Thailand). (2015). *Advertising Budget in 2015*. Retrieved July 30, 2015, from <http://www.positioningmag.com/content/60975> [in Thai]
- Yamane, T. (1970). *Statistics; an introductory analysis*. Tokyo: John Weatherhill.



Name and Surname: Noppakun Cheewatanarak

Highest Education: Master of Development Administration major in Personal Administration with First-class Honors, National Institute of Development Administration

University or Agency: Bangkok University

Field of Expertise: Management

Address: 146/3 Village No.5 Wat Dan Samrong Lane, Srinakarin Rd., Samrong Nua, Muang, Samut Prakan 10270

ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ

NEEDS FOR PRODUCTS IN CONVENIENCES STORES OF PRE AND POST RETIRE CONSUMERS IN BANGKOK

ธัญวานันท์ เลียนอย่าง¹ พัชราภา อินทพรต² วริษา กังสวดี³ และสิทธิพัทธ์ เลิศศรีชัยนันท์⁴

Tanyavanun Lianyang¹, Patcharapa Intaprot², Varisa Kangsawad³ and Sittiphath Lerdsrichainon⁴

^{1,2}สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{3,4}คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}The Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

^{3,4}Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร ตลอดจนเปรียบเทียบความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ และศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) รวม 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าฐานนิยม (Mode) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้านสะดวกซื้อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ร้านสะดวกซื้อที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการคือ ร้าน 7-Eleven เหตุผลสำคัญที่สุดที่ใช้บริการ เพราะสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ความถี่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 1-4 ครั้ง ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อเป็นประจำคือ ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. ค่าใช้จ่ายที่ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง 101-200 บาท ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ และต้องการให้ร้านสะดวกซื้อที่มีผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มมากที่สุด

นอกจากนี้ พบว่าเพศไม่มีผลต่อความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภควัยก่อนเกษียณอายุและหลังเกษียณอายุ โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีผลต่อความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มและประเภทหนังสือ/นิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มและประเภทหนังสือ/นิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ ความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทหนังสือ/นิตยสาร ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความต้องการ ผลิตภัณฑ์ ผู้สูงอายุ ผู้เกษียณอายุ

Abstract

The purpose of the research aimed to study needs for products in conveniences stores at Bangkok area of the pre-consumers and post-retirement, compared the needs for products in conveniences stores both the pre-consumers and post-retirement and studied demographic factors that affect needs for products in conveniences stores. The sample in this study were 400 pre-consumers and post - retirement who used to purchase products at conveniences stores. The sample of this research were selected through stratified random sampling. The research instrument was questionnaires. The statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mode and chi-square test. The findings found that the most of consumers bought product from 7-Eleven convenience store. The main reason to go to 7-Eleven conveniences stores was convenient to travel to purchase goods/products. The average shopping frequency was 1-4 times per week. They spent 101-200 Bath. They bought group of products particularly and the most products they wanted in the conveniences stores were beverage group. Besides, the findings found that gender had not affected on the needs for products in conveniences stores at Bangkok Area of the pre-consumers and post-retirement. Income had affected on the needs for beverage and books/magazines at 0.01 and 0.05 significant statistical level respectively. And the needs for book/magazine in conveniences stores at Bangkok Area of the pre-consumers and post-retirement were correlated at 0.05 significant statistical level.

Keywords: Needs, Product, Elderly, Retirement

บทนำ

ประชากรโลกมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลพบว่า ในปี 2543 ประชากรโลกมีประมาณ 6,070.6 ล้านคน และในปี 2548 เพิ่มขึ้นเป็น 6,453.6 ล้านคน และในอนาคต 25 ปีข้างหน้าคือ ปี 2568 ประชากรโลกเพิ่มขึ้นถึง 7,851.5 ล้านคน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551) ประกอบกับโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปที่ สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยในปี 2543 มีอัตรา ประชากรผู้สูงอายุของโลกที่ร้อยละ 10 และในปี 2568 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15 (วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.) เช่นเดียวกับประเทศไทย ที่มีอัตราวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น โดยในปี 2543 อัตราอยู่ที่ ร้อยละ 9.4 และสูงถึงร้อยละ 20.0 ในปี 2568 และ

ในส่วนกลุ่มวัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) ของประชากรโลก มีอัตราที่ประมาณร้อยละ 60 และประชากรไทยที่ประมาณ ร้อยละ 65 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2551) ซึ่งประชากรกลุ่มนี้จะเข้าสู่ การเป็นผู้สูงอายุในอนาคตส่งผลให้อัตราประชากรกลุ่ม วัยแรงงานนี้ค่อยๆ ลดลง ทั้งนี้ ผู้สูงอายุ คือบุคคลที่มี สภาพร่างกายที่เสื่อมลง พลังงานในชีวิตลดลง บทบาท ในการดำเนินชีวิตลดลงทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมส่งผล ให้เกิดความต้องการพื้นฐานเพื่อสามารถใช้ชีวิตได้มี ความสุขมากขึ้น คือ การมีอาหารที่ดีเพื่อบริโภค การมี ที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับวัย การมีสุขภาพที่ดี และมี รายได้เพียงพอเลี้ยงชีพตนเองได้ (สุกัญญา นิธิกร และ นงนุช สุนทรชวากานต์, 2542) ซึ่งความต้องการพื้นฐาน ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุเพื่อตอบสนองให้ผู้สูงอายุมีชีวิต

ที่ยืนยาว คือ การมีสุขภาพจิตดี อารมณ์แจ่มใส สามารถยอมรับสภาพการเสื่อมถอยของร่างกาย รักษาสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอ มีอาหารที่มีคุณค่า มีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี อยู่ในครอบครัวที่อบอุ่น และมีกิจกรรมทางศาสนาเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ (สมโภชน์ อเนกสุข และกชกร สังขชาติ, 2548) อย่างไรก็ตาม ตลาดผู้สูงอายุเป็นตลาดที่เต็มไปด้วยกำลังซื้อ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว ผู้สูงอายุส่วนมากมีการเตรียมความพร้อมทางการเงินอย่างดี ตั้งแต่ก่อนเกษียณอายุ มีเงินออม เงินบำนาญ และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ มีผลให้กำลังซื้อสูง ส่วนประเทศกำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา มีทั้งกลุ่มที่มีการศึกษาดีจะมีการวางแผนชีวิตในระยะยาว มีกำลังซื้อสูงเช่นเดียวกัน ซึ่งจากการที่ประชากรโลกกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการในกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งสินค้าที่มีแนวโน้มเติบโตตอบสนองกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้แก่ สินค้าหรือบริการเกี่ยวกับสุขภาพกาย เช่น อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์อาหารเหลว ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สินค้าหรือบริการเกี่ยวกับความงาม เช่น เครื่องสำอาง เครื่องประคบผิว เป็นต้น (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2551)

ดังนั้น จากโครงสร้างประชากรไทยที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต โดยประชากรที่อยู่ในวัยก่อนเกษียณมีการเตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ และประชากรหลังวัยเกษียณที่มีความต้องการสินค้าหรือบริการเพื่อให้ตนเองมีความสุขในช่วงวัยตอนปลาย ดังนั้น การศึกษาความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคกลุ่มที่ก้าวเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ (วัยหลังเกษียณอายุ) และกำลังจะก้าวเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ (วัยก่อนเกษียณอายุ) เพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และเป็นแนวทางสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านสะดวกซื้อในการวางแผนทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว ซึ่งหากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านสะดวกซื้อ มีความพร้อมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสินค้ากลุ่มนี้ได้ ย่อมทำให้

ตลาดของสินค้าหรือบริการกลุ่มนี้เติบโตได้อย่างดีในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ
3. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อย่างน้อย 1 ปัจจัย มีผลต่อความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ
2. ความต้องการผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 1 สินค้า ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุมีความสัมพันธ์กัน

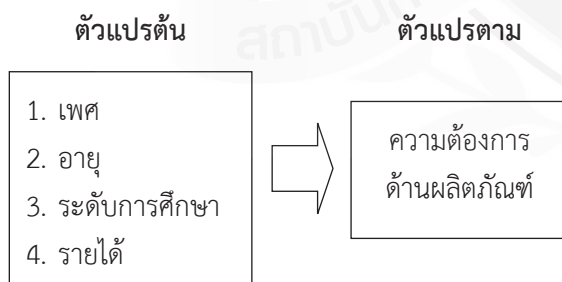
กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในด้านความต้องการพื้นฐานของมนุษย์พบว่า ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เป็น 3 ด้าน (พรอนันต์ กิตติมั่นคง, 2547) ทั้งความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) ความต้องการทางด้านจิตใจ (Psychological needs) และความต้องการทางวิญญาณ (Spiritual needs) ตลอดจนแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 2 ระดับ ได้แก่ ความต้องการขั้นต่ำ คือความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ และการขับถ่าย และความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่

ความต้องการในการมีกิจกรรมทางเพศ ความต้องการในการมีอิสระที่จะกระทำกิจกรรมต่างๆ หรือมีการเคลื่อนไหวที่อิสระ ในส่วนความต้องการขั้นสูง คือ ความต้องการด้านจิตสังคม ได้แก่ ความต้องการได้รับความรักความเอาใจใส่ และความต้องการด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ได้แก่ ความต้องการที่จะบรรลุความสำเร็จ ความสมหวังในชีวิต และได้รับการยอมรับ

นอกจากนี้มีการแบ่งความต้องการเป็น 2 ด้าน คือ ความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) หรือ ความต้องการทางชีวภาพ (Biological needs) คือ ความต้องการด้านร่างกายของเรา ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการพักผ่อน ความร้อน ความหนาว ฯลฯ และความต้องการขั้นทุติยภูมิ (Secondary needs) ความต้องการทางสังคม (Social needs) หรือ ความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned needs) ความต้องการนี้ไม่ได้เกิดสภาพทางชีวภาพแต่เกิดจากการเรียนรู้จากสังคม เช่น ความกระหายเป็นความต้องการขั้นปฐมภูมิ แต่ความต้องการดื่มน้ำผลไม้แทนที่จะดื่มน้ำอัดลมจะเป็นความต้องการขั้นทุติยภูมิ เพราะผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ว่าน้ำผลไม้มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าน้ำอัดลม (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นแนวทางการวิจัยโดยกำหนด ตัวแปรดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือ ผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุในเขตกรุงเทพมหานครที่แบ่งเป็น 6 กลุ่ม

รวม 50 สำนักงานเขต ซึ่งจากการสำรวจสถิติประชากรพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 5,673,560 คน (18 กรกฎาคม 2556) เนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดใหญ่ จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) จำนวนกลุ่มตัวอย่างต้องมีขนาดจำนวน 400 คน ในระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ กำหนดวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกตามกลุ่มประชากร 6 เขต โดยเทียบสัดส่วนจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มและแต่ละเขต ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง จำนวน 50 คน กลุ่มกรุงเทพใต้ จำนวน 61 คน กลุ่มกรุงเทพเหนือ จำนวน 75 คน กลุ่มกรุงเทพตะวันออก จำนวน 89 คน กลุ่มกรุงธนเหนือ จำนวน 58 คน และกลุ่มกรุงธนใต้ จำนวน 67 คน รวม 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าฐานนิยม
2. การวัดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ กับความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ และเพื่อเปรียบเทียบความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยใช้การวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัย

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 เป็นวัยก่อนเกษียณอายุ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน

175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจครอบครัว จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 พักอาศัยอยู่บ้านตนเอง จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50

ในส่วนพฤติกรรมการซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุพบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้านสะดวกซื้อของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการ คือร้าน 7-Eleven จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 เหตุผลสำคัญที่สุดที่ใช้บริการเพราะสะดวกในการเดินทางมาซื้อสินค้า/ผลิตภัณฑ์ มีความถี่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 1-4 ครั้ง จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 75.75 ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อเป็นประจำ คือ 18.01-22.00 น. จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 ค่าใช้จ่ายที่ซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง 101-200 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 และในส่วนความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุในกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตลอดจนราคาที่ต้องการ ข้อมูลมีดังนี้ 1) กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ สบู่ ราคา 20 บาท ยาสระผม ราคา 95 บาท ผงซักฟอก ราคา 79 บาท ยาสีฟัน ราคา 45 บาท และน้ำยาล้างจาน ราคา 20 บาท 2) กลุ่มอาหาร ได้แก่ อาหารสำเร็จรูป ราคา 40 บาท เนื้อสัตว์ (หมู, ไก่, ปลา) ราคา 50 บาท มาม่าหรือบะหมี่สำเร็จรูป ราคา 6 บาท ไข่ไก่ ราคา 39 บาท และเครื่องปรุง ราคา 22 บาท 3) กลุ่มขนม/ของขบเคี้ยว ได้แก่ ขนมแผ่น ราคา 20 บาท

ขนมปัง ราคา 20 บาท ลูกอม ราคา 5 บาท ขนมหวาน ราคา 15 บาท และขนมขบเคี้ยว ราคา 20 บาท 4) กลุ่มเครื่องดื่ม ได้แก่ น้ำอัดลม ราคา 20 บาท น้ำดื่มสมุนไพร ราคา 20 บาท นม ราคา 25 บาท เครื่องดื่มชูกำลัง ราคา 17 บาท และชา ราคา 20 บาท 5) กลุ่มหนังสือ/นิตยสาร ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ราคา 10 บาท นิตยสาร ราคา 50 บาท กีฬา ราคา 20 บาท นิตยสารธรรมะ ราคา 50 บาท และนวนิยาย ราคา 150 บาท 6) กลุ่มบริการรับชำระเงิน ได้แก่ ค่าน้ำ-ค่าไฟ ราคา 5 บาท ค่าโทรศัพท์ ราคา 5 บาท ค่าอินเทอร์เน็ต ราคา 5 บาท และค่าบริการเครดิต ราคา 5 บาท นอกจากนี้ด้านความต้องการสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ร้านสะดวกซื้อที่มากที่สุดของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุ โดยถ้าพิจารณาภาพรวมของผู้บริโภคพบว่า อันดับที่ 1 คือ เครื่องดื่ม อันดับที่ 2 คือ ของใช้ในชีวิตประจำวัน และอันดับที่ 3 คือ อาหารสด และหากพิจารณาจากวัยของผู้บริโภค 2 กลุ่มพบว่า วัยก่อนเกษียณอายุมีความต้องการสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ร้านสะดวกซื้อที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ เครื่องดื่ม อันดับที่ 2 คือ อาหาร และอันดับที่ 3 คือ ของใช้ในชีวิตประจำวัน และวัยหลังเกษียณอายุมีความต้องการสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่ร้านสะดวกซื้อที่มากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ อาหารสด อันดับที่ 2 คือ ของใช้ในชีวิตประจำวัน และอันดับที่ 3 คือ เครื่องดื่ม

ในส่วนการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรคือ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือน และวัยของผู้บริโภคกับความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย	หญิง	χ^2	sig
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน	54	81	34.136	0.162
กลุ่มอาหาร	56	82	21.899	0.405
กลุ่มขนม/ของขบเคี้ยว	25	40	8.960	0.256
กลุ่มเครื่องดื่ม	81	95	4.354	0.738
กลุ่มหนังสือ/นิตยสาร	28	24	7.589	0.180
กลุ่มบริการรับชำระเงิน	26	26	1.520	0.823
รวม	270	348		

จากตารางที่ 1 พบว่า เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับประเภทผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 กลุ่ม ด้วยวิธีการ Chi-Square และไม่มีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ และหญิงกับความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยสรุปได้ว่าเพศ

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ

ประเภทผู้บริโภค	ระดับการศึกษาสูงสุด					
	ไม่ได้เรียน/ ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ ปวส.	สูงกว่า ปริญญาตรี	χ^2	sig
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน	41	21	11	62	1.216	0.790
- กลุ่มอาหาร	43	23	15	57	1.148	0.241
- กลุ่มขนม/ของขบเคี้ยว	24	8	4	29	45.728	0.106
- กลุ่มเครื่องดื่ม	54	22	16	84	54.026	0.021*
- กลุ่มหนังสือ/นิตยสาร	17	7	0	28	43.416	0.013*
- กลุ่มบริการรับชำระเงิน	9	10	5	28	16.995	0.653
รวม	188	91	51	288		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดกับประเภทผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 กลุ่ม ด้วยวิธีการ Chi-Square พบว่า ระดับการศึกษา มีผลกับความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม และกลุ่มหนังสือ/นิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือนกับความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์	รายได้ผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือน						χ^2	sig
	ต่ำกว่า 10,000	10,000 -19,999	20,000 -29,999	30,000 -39,999	40,000 -49,999	ตั้งแต่ 50,000 ขึ้นไป		
- กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน	42	47	24	11	4	7	1.263	0.692
- กลุ่มอาหาร	49	43	23	13	5	5	1.160	0.217
- กลุ่มขนม/ของขบเคี้ยว	24	19	10	4	2	6	46.27	0.096
- กลุ่มเครื่องดื่ม	54	52	36	9	9	0	66.079	0.001**
- กลุ่มหนังสือ/นิตยสาร	17	18	7	3	5	2	39.651	0.032*
- กลุ่มบริการรับชำระเงิน	12	11	11	11	1	6	30.310	0.065
รวม	198	190	111	51	26	26		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือนกับประเภทผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 กลุ่ม ด้วยวิธีการ Chi-Square พบว่า ระดับรายได้ผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือนมีผลกับความต้องการ

ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และกลุ่มหนังสือ/นิตยสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัยของผู้บริโภคกับความต้องการผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์	วัยของผู้บริโภค		χ^2	sig
	วัยก่อนเกษียณอายุ	วัยหลังเกษียณอายุ		
กลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน	91	44	39.226	0.060
กลุ่มอาหาร	3	35	22.910	0.349
กลุ่มขนม/ของขบเคี้ยว	49	16	2.671	0.914
กลุ่มเครื่องดื่ม	127	49	7.817	0.349
กลุ่มหนังสือ/นิตยสาร	38	14	17.295	0.004*
กลุ่มบริการรับชำระเงิน	40	12	1.898	0.754
รวม	348	170		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับวัยของผู้บริโภคกับประเภทผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 กลุ่ม ด้วยวิธีการ Chi-Square พบว่า ระดับวัยของผู้บริโภคมีผลต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทหนังสือ/นิตยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่ควรอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า ร้านสะดวกซื้อที่นิยมใช้บริการคือ ร้าน 7-Eleven โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการในร้านสะดวกซื้อบ่อยที่สุดคือ ช่วงเวลา 18.01-22.00 น. และสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ สินค้าประเภทกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนาธิป ผลาวรรณ และจิรวรรณ ตีประเสริฐ (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อของกลุ่ม Baby Boomer ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อสินค้าในร้าน 7-Eleven ซื้อสินค้าในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. เลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม และงานวิจัยของพิษณุ อิมวิญญาน (2554) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อสินค้าในร้าน 7-Eleven เลือกซื้อสินค้าเครื่องดื่มที่ดูแลโดยซื้อสินค้าในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน จึงทำให้เวลาที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าจึงมักเป็นช่วงหลังเลิกงาน สำหรับจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้แต่ละครั้ง 101-200 บาท สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนาธิป ผลาวรรณ และจิรวรรณ ตีประเสริฐ (2556) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 48-52 ปี จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ใช้แต่ละครั้ง 101-200 บาท และงานวิจัยของชวลินุช สินธรโสภณ (2552) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ร้าน 7-Eleven ในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่ามักจะมีการใช้จ่ายที่สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยกว่า ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 1-4 ครั้ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนาธิป ผลาวรรณ และจิรวรรณ ตีประเสริฐ (2556) กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 1-3 ครั้ง เช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพราะกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอายุรุ่นเดียวกันทำให้มีพฤติกรรมที่ไม่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญที่สุดในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อคือ ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักอาศัย อีกทั้งยังสอดคล้องกับข้อมูลวิเคราะห์ของผลงานวิจัยของชนาธิป ผลาวรรณ และจิรวรรณ ตีประเสริฐ (2556) ที่ผู้บริโภคมีเหตุผลสำคัญที่สุดในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อคือ ใกล้ที่ทำงานหรือที่พักอาศัยเช่นเดียวกัน

2. ด้านความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของผู้บริโภควัยก่อนและหลังเกษียณอายุไม่แตกต่างกัน มีเพียงความต้องการประเภทหนังสือ/นิตยสารเท่านั้นที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ ชัยชนะวิจิตร และคณะ (2552) ที่ผลการศึกษาแบ่งกลุ่ม Baby Boomer ออกเป็น 3 กลุ่ม อายุ 45-50 ปี อายุ 51-57 ปี และ 58-63 ปี โดยความสนใจของกลุ่มอายุ 58-63 ปีขึ้นไป ที่อยู่ในวัยหลังเกษียณอายุมักมีกิจกรรมหลักคือ ดูทีวี อ่านนิตยสาร ส่วนวัยก่อนเกษียณยังชอบความล้ำสมัย ก้าวทันเทคโนโลยี ตลอดจนการดูแลสุขภาพโดยการไปสถานออกกำลังกายมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทกลุ่มผลิตภัณฑ์ของใช้ประจำวัน ร้านสะดวกซื้อควรวางแผนการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการให้มีในร้านสะดวกซื้อมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ เครื่องดื่ม ของใช้ในชีวิตประจำวัน และอาหารสด

อีกทั้งต้องการให้มีสินค้าประเภทอาหารสัตว์ นอกจากนี้ ผู้บริโภคต้องการให้ร้านสะดวกซื้อมีการจัดโปรโมชั่น เช่น การแจกคูปอง การแจกแถมปีละสมรงามวัล ฯลฯ ดังนั้นเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ เพื่อวางแผนการจำหน่ายสินค้าประเภทเหล่านี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้งานวิจัยแสดงถึงผู้บริโภคได้ให้ราคาของสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่คิดว่าเหมาะสมสำหรับสินค้าในแต่ละประเภทจึงเป็นแนวทางการกำหนดราคาที่เหมาะสมตรงความต้องการของลูกค้า และเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคควรมีบริการเสริมโดยมีห้องสุขาเพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะผู้บริโภคทั้งสองวัย

คือ วัยก่อนและหลังเกษียณอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ควรมีการวิจัยไปศึกษาพฤติกรรม การซื้อและความต้องการผลิตภัณฑ์ในต่างจังหวัดที่มีลักษณะเศรษฐกิจใกล้เคียง และแตกต่างจากกรุงเทพมหานคร และควรมีการศึกษา ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ผู้บริโภคทั้งสองวัยได้รับ จากการใช้บริการที่ร้านสะดวกซื้อ เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาการบริการของร้านสะดวกซื้อให้ตรงใจกับ ผู้บริโภค สร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการ ใช้บริการตลอดจนควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการที่ร้านสะดวกซื้อของกลุ่มผู้บริโภคทั้งสองวัย คือ วัยก่อนและหลังเกษียณอายุ เพื่อเป็นแนวทางในการ วางแผนการตลาดและปรับปรุงพัฒนาร้านสะดวกซื้อ

References

- Aneksuk, S. & Sungkachad, K. (2005). The way of life of the over 100 years elderly in Chonburi Province. *Journal of Education*, 17(1), 103-105. [in Thai]
- Chaichanawijit, P. et al. (2009). Life Style of Baby boomers. Retrieved July 31, 2013, from <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt> [in Thai]
- College of Population Studies, Chulalongkorn University. (n.d.). *The percentage and number of elderly in the world*. Retrieved December 30, 2012, from http://www.cps.chula.ac.th/cps/pop_info/thai/nop7/aging/stat8.html [in Thai]
- Imwinyan P. (2011). *Retail Management Influencing Consumer's Buying Behavior: A Study of Convenience Stores in Bangkok Metropolis*. Thesis Master of Business Administration degree, Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Kittimankong, P. (2004). *The Social Welfare Needs of the Elderly in Nakhonratchasima Province*. Thesis Graduate School, Nakhon Ratchasima Rajabhat University. [in Thai]
- Nithangkorn, S. & Soontornchawakarn, N. (1999). *The allocation of resources for investment in improving the quality of life for the elderly*. Research and policy development to improve the social welfare system. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2008). *The Seventh National Economic and Social Development Plan*. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Board. [in Thai]

- Palawan, C. & Deeprasert, J. (2013). Purchasing Behavior of Baby Boomer Group at Convenience Stores In Bangkok Metropolitan Areas. *Panyapiwat Journal*, 5(1), 121-134. [in Thai]
- Pinkaew, K. (2008). Consumer Perceptions of Choice Criteria for Life Insurance Buying Decision. *Bangkok University Journal*, 7(1), 1-13. [in Thai]
- Sintonsopon, C. (2010). *Factors affecting the customer's decision to use the service a case study of 7 eleven in Bangkok*. Thesis Graduate School, Silapakorn University. [in Thai]
- Wongmonta, S. (1999). *Consumer Behavior Analysis*. Bangkok: Duang Kamon Samai Press. [in Thai]
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Tokyo: Harper International Edition.





Name and Surname: Tanyavanunlia Lianyang

Highest Education: M.S. major in Statistics, Chulalongkorn University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Research in Applied Behavioral Science

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi, 11120



Name and Surname: Patchrapa Intrapot

Highest Education: M.Ed. major in Research, Chulalongkorn University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Research in Education

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi, 11120



Name and Surname: Varisa Kangsawad

Highest Education: M.E., major in Business Economics, National Institute Development Administration

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Research in Demography

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi, 11120



Name and Surname: Sittiphat Lerdsrichainon

Highest Education: M.A. in Accounting, University of The Thai Chamber of Commerce

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Research in Economics

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi, 11120

อิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านจริยธรรม ความรอบคอบระมัดระวัง
เยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ และการสอบทานด้วยความสงสัย:
หลักฐานเชิงประจักษ์จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ETHICAL ORIENTATION, DUE PROFESSIONAL CARE AND SKEPTICAL REVIEW: AN
EMPIRICAL EVIDENCE FROM THAI-LISTED COMPANY IN STOCK EXCHANGE OF THAILAND

วรวิทย์ เล่าหะเมธณี

Worawit Laohamethanee

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Business Administration and Liberal Art, Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านจริยธรรมกับความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ และการสอบทานด้วยความสงสัยของผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทางไปรษณีย์จากผู้ตรวจสอบภายในจำนวน 171 คน และวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ และการสอบทานด้วยความสงสัยของผู้ตรวจสอบภายใน และ 2) ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการสอบทานด้วยความสงสัยของผู้ตรวจสอบภายใน ดังนั้น สมาคมผู้ตรวจสอบภายในและบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ควรตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมให้ผู้ตรวจสอบภายในมีความเชื่อด้านจริยธรรมที่เหมาะสม

คำสำคัญ: ผู้ตรวจสอบภายใน ความเชื่อด้านจริยธรรม ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ การสอบทานด้วยความสงสัย

Abstract

The objective of this study is to investigate the relationship among Ethical Orientation, Due Professional Care, and Skeptical Review of internal auditors of Thai-listed Companies. The data were collected by mail questionnaire from 171 internal auditors. The data were analyzed by descriptive statistics and structural equation modeling. The results reveal that 1) internal auditors

with higher ethical orientation are more likely to possess high due professional care and skeptical review. In addition, 2) internal auditors with high due professional care are more likely to possess high skeptical review. In conclusion, The Institute of Internal Auditors and Thai-listed Companies Association should emphasize on the promotion of an appropriated internal auditors' ethical orientation.

Keywords: Internal auditors, ethical orientation, due professional care, skeptical review

บทนำ

ผู้ตรวจสอบภายในมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมประสิทธิภาพของธรรมาภิบาลขององค์กรโดยการให้ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับกระบวนการกำกับดูแล การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในขององค์กร (Alles, Kogan & Vasarhelyi, 2008; Gramling et al., 2004) การส่งเสริมคุณภาพงานของผู้ตรวจสอบภายในจึงเป็นสิ่งสำคัญ การศึกษาในอดีตให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในหน่วยงานตรวจสอบภายในซึ่งอาจพิจารณาจากภูมิประวัติด้านวิชาการ ประสบการณ์ การฝึกอบรม และใบอนุญาตผู้ตรวจสอบภายใน (The Institute of Internal Auditors [IIA], 2012) อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากคุณลักษณะดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ตรวจสอบภายในจำเป็นต้องมีจริยธรรมเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติงาน (IIA, 2012, Gramling et al., 2004) และควรมีความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ (Due Professional Care) (IIA, 2012; McCoy et al., 2011) จึงจะทำให้การปฏิบัติหน้าที่ในการสนับสนุนและส่งเสริมการกำกับดูแลกิจการที่ดีประสบความสำเร็จได้

ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพเป็นแนวคิดที่ถูกกล่าวถึงและอภิปรายอย่างกว้างขวางในมาตรฐานการตรวจสอบระหว่างประเทศและมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน (International Auditing and Assurance Standards Board [IAASB], 2012; IIA, 2012) โดยองค์กรวิชาชีพควบคุมการประกอบวิชาชีพ

สอบบัญชีกำหนดนิยามว่าคือ ทศณคติที่รวมถึงความรู้สึกคิดในการตั้งข้อสงสัย การตั้งข้อสงสัยต่อสถานการณ์ที่อาจชี้ให้เห็นถึงการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงที่อาจเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดหรือการทุจริต และการประเมินหลักฐานการสอบบัญชีอย่างระมัดระวัง (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2555; IIA, 2012; IAASB, 2012)

งานวิจัยในอดีตจำนวนมากที่บ่งชี้ว่า ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพส่งผลต่อความสามารถในการตรวจสอบพบข้อผิดพลาดหรือการทุจริต (Carpenter & Reimers, 2011; Harding & Trotman, 2011) การประเมินหลักฐานและการสอบทานการปฏิบัติงาน และการรายงาน (Guiral & Esteo, 2006) อย่างไรก็ตามงานวิจัยในอดีตส่วนใหญ่เหล่านี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความรอบคอบระมัดระวังในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต การศึกษาความสัมพันธ์ของความรอบคอบระมัดระวังในการปฏิบัติงานกับคุณภาพการตรวจสอบภายในยังมีอยู่อย่างจำกัด (Fullerton & Durtschi, 2005; McCoy et al., 2011)

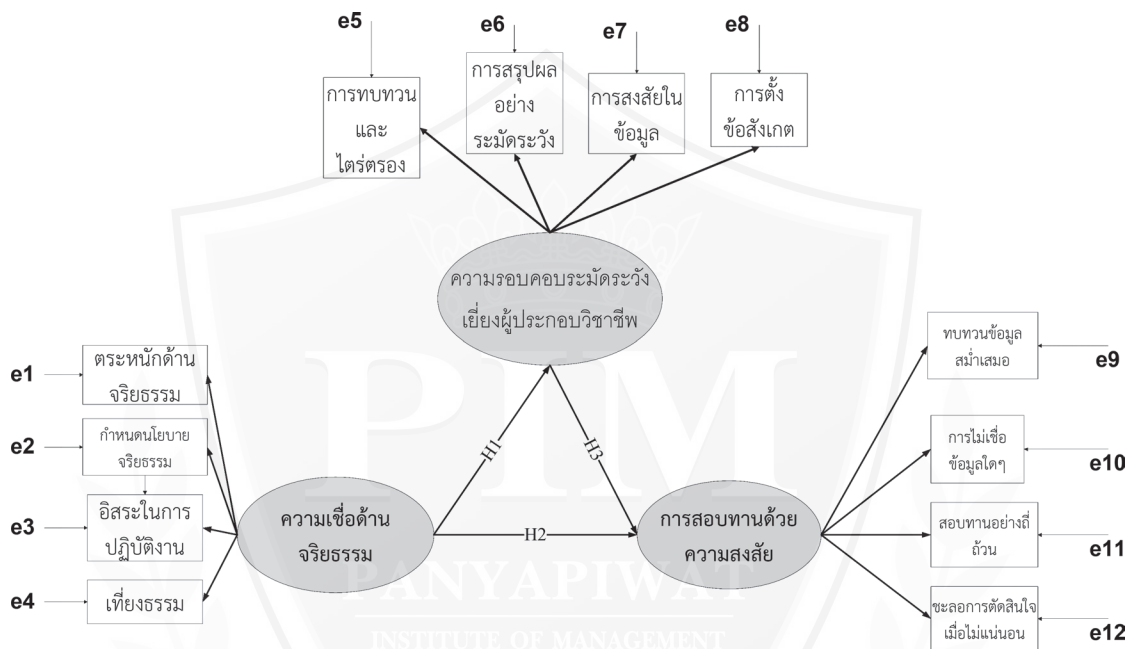
ในประเทศไทยนั้นเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ตรวจสอบภายในสากลและนำมามาตรฐานวิชาชีพมาใช้โดยมิได้ศึกษาถึงผลกระทบหรือความสัมพันธ์ของข้อกำหนดตามมาตรฐานกับคุณภาพการปฏิบัติงานอย่างแท้จริง จึงเป็นคำถามสำคัญที่ควรศึกษาหาคำตอบว่า มาตรฐานจริยธรรมความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพจะส่งผลต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในดังเช่นข้อเสนอขององค์กรวิชาชีพตรวจสอบภายในสากลหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทดสอบอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านจริยธรรม ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบ

วิชาชีพ และการสอบทานด้วยความสงสัยของผู้ตรวจสอบ ภายในของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐาน



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัยโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านจริยธรรม ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ และการสอบทานด้วยความสงสัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อด้านจริยธรรม (Ethical Orientation)

ความเชื่อด้านจริยธรรม (Ethical Orientation) หมายถึง การรับรู้และความตั้งใจในการปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพ (Elias, 2006) จริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพเป็นนามธรรมและไม่สามารถวัดได้อย่างชัดเจน และขึ้นอยู่กับสามัญสำนึกของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม การกำหนดจรรยาบรรณวิชาชีพจะช่วยเพิ่มความชอบธรรมให้กับวิชาชีพมากยิ่งขึ้น (IIA, 2012) งานวิจัยระดับสากลจำนวนมากระบุว่า เมื่ออยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ผู้ประกอบวิชาชีพที่มีจริยธรรมมีแนวโน้มจะปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม

มากกว่า (Abdolmohammadi & Ariail, 2009; Arena & Azzone, 2009; Stewart & Subramaniam, 2010) สำหรับในประเทศไทยภาคอุตสาหกรรมมีความต้องการผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีความเที่ยงธรรมและซื่อสัตย์สุจริตอย่างมาก (เฉลิมขวัญ ครุบุญญงค์, 2557)

การตรวจสอบภายใน คือ กิจกรรมการให้ความเชื่อมั่นและการให้คำปรึกษาอย่างเที่ยงธรรมและเป็นอิสระ เพื่อเพิ่มคุณค่าและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กร (IIA, 2012) ดังนั้นการรับรู้ ตระหนัก และตั้งใจในการปฏิบัติงานภายใต้ความเที่ยงธรรมและเป็นอิสระภายใต้กรอบมาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพ

ของงานตรวจสอบภายใน (Abdolmohammadi & Ariail, 2009; Arena & Azzone, 2009; Stewart & Subramaniam, 2010)

งานวิจัยจำนวนมากระบุว่า ความเชื่อด้านจริยธรรมยังส่งผลต่อพฤติกรรมการตรวจสอบของผู้ตรวจสอบภายใน โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่ยึดมั่นในจริยธรรมจะปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังมากกว่า (Shaub & Lawrence, 1996) สอดคล้องกับข้อสังเกตของ Nelson (2009) ซึ่งระบุว่า ผู้ตรวจสอบที่มีจริยธรรมจะตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนและจะปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทและตั้งใจ รวมทั้งการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ได้รับในระหว่างการปฏิบัติงาน (IAASB, 2012; McCoy et al., 2011; Hurtt et., 2013) ดังนั้น จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องขอให้ข้อสรุปในเชิงทฤษฎีว่า ความเชื่อด้านจริยธรรมเป็นพื้นฐานสำคัญในการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพและการสอบทานด้วยความสงสัย สมมติฐานที่เกี่ยวข้องจึงได้แก่

สมมติฐาน H1: ความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพ

สมมติฐาน H2: ความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสอบทานด้วยความสงสัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพ (Due Professional Care)

ความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพ (Due Professional Care) นั้นเป็นแนวคิดที่ซับซ้อนและยากต่อการกำหนดคำนิยามและวัดค่าปรากฏการณ์ มีการอภิปรายอย่างกว้างขวางในมาตรฐานวิชาชีพและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสอบบัญชีและบริการให้ความเชื่อมั่นในระดับสากล (Hurtt et al., 2013; Hurtt, 2010; Nelson, 2009) โดยแนวคิดนี้มีความหมายใกล้เคียงกับความสงสัยของผู้ประกอบวิชาชีพในบริบท

ของบริการให้ความเชื่อมั่นซึ่งมีความหมายว่าเป็นทัศนคติที่รวมถึงความรู้สึกนึกคิดในการตั้งข้อสงสัย การตื่นตัวต่อสถานการณ์ที่อาจชี้ให้เห็นถึงการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงที่อาจเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดหรือการทุจริต และการประเมินหลักฐานการสอบบัญชีอย่างระมัดระวัง (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2555)

นักวิจัยระดับสากลกำหนดนิยามการสงสัยของผู้ประกอบวิชาชีพไว้หลายท่าน โดยคำนิยามที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดคือคำนิยามของ Nelson (2009) ซึ่งกำหนดคำนิยามว่าคือ ผลจากการใช้ดุลยพินิจและตัดสินใจของผู้สอบบัญชีซึ่งสะท้อนให้เห็นการประเมินความเสี่ยงขั้นสูงเกี่ยวกับความไม่ถูกต้องของสิ่งที่ผู้บริหารให้การรับรองไว้ โดยขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับจากผู้สอบบัญชีที่ได้รับสอดคล้องกับ Hurtt (2010: 151) ซึ่งนิยามว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีที่ไม่ยอมรับหรือสรุปผลจนกว่าจะได้รับหลักฐานหรือข้อมูลที่เพียงพอต่อการสนับสนุนคำอธิบายเกี่ยวกับรายการในงบการเงิน ในขณะที่นักวิจัยท่านอื่นกำหนดคำนิยามที่หลากหลาย เช่น ทัศนคติและมุมมองการตรวจสอบในการตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับการทุจริตในองค์กร (Fullerton & Durtschi, 2005) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพเป็นแนวคิดที่สำคัญในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตรวจสอบภายในมีการใช้ดุลยพินิจที่รอบคอบและก่อให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานการตรวจสอบภายในอันจะเป็นการสร้างคุณค่าให้กับองค์กรในท้ายที่สุด

โดยทั่วไป ความรอบคอบระมัดระวังคือ ทัศนคติในการตั้งข้อสงสัยหรือคำถามเกี่ยวกับความรู้ ข้อมูลข้อเท็จจริง และผู้ประกอบวิชาชีพที่ปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังย่อมจะปฏิบัติงานด้วยทัศนคติในการตั้งข้อสงสัยหรือคำถามเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับ และใช้ความพยายามและความทุ่มเทอย่างมากในการรวบรวมหลักฐานเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริง ค้นหาข้อบกพร่องทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาขององค์กร (Nelson, 2009) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตรวจสอบภายในที่มีความรอบคอบในการปฏิบัติงานจะสอบทานข้อมูลต่างๆ ด้วยความสงสัย

ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกและตอบสนองต่อปัญหาหรือความเสี่ยงที่อาจกระทบต่อองค์กร เพื่อรวบรวมข้อมูลและใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหาหรือบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร (McCoy et al., 2011)

ทัศนคติการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการสอบทานด้วยความสงสัย เนื่องจากผู้ตรวจสอบภายในที่มีทัศนคติดังกล่าวจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการสอบทานข้อมูลด้วยความสงสัยในข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกันหรือข้อสรุปในการตรวจสอบที่ไม่สมเหตุสมผล รวมทั้งตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของข้อเสนอแนะในการสร้างคุณค่าแก่องค์กร ซึ่งทัศนคติดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนและส่งเสริมการสอบทานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ด้วยความรอบคอบระมัดระวังอันจะทำให้ได้รับข้อสรุปที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ดังนั้น ข้อสมมติฐานที่เกี่ยวข้องจึงได้แก่

สมมติฐาน H₃: ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสอบทานด้วยความสงสัย

การสอบทานด้วยความสงสัย (Skeptical Review)

การสอบทานด้วยความสงสัย (Skeptical Review) หมายถึง ความสามารถในการทบทวนการปฏิบัติงานขององค์กรด้วยความรอบคอบและนำไปสู่การให้ข้อเสนอแนะที่สร้างคุณค่าแก่องค์กรโดยผู้ตรวจสอบภายใน (IAASB, 2012; IIA, 2012) การสอบทานแผนการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในขององค์กรเป็นพันธกิจหลักของผู้ตรวจสอบภายในซึ่งจะเป็นการสร้างคุณค่าแก่องค์กร กระบวนการสอบทานจะเป็นการทบทวนและระดมความคิดของคณะทำงานตรวจสอบภายในอันจะก่อให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์และความเชี่ยวชาญระหว่างกัน (Tan & Shankar, 2010) ข้อสรุปสุดท้ายจากการสอบทานจะช่วยในการแก้ไขปัญหาและเป็นการเสนอแนะมาตรการในการควบคุมความเสี่ยงซึ่งจะเป็นการสร้างคุณค่าแก่องค์กร (IIA, 2012; Nelson,

2009) รวมทั้งอาจช่วยในการตรวจพบรายการทุจริตขององค์กร (Fullerton & Durtschi, 2005)

วิธีการวิจัย

ประชากรตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายตรวจสอบภายในหรือผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเป็นธุรกิจที่มีผู้มีส่วนได้เสียจำนวนมากซึ่งคาดหวังในการบริหารงานที่โปร่งใสและต้องมีหน่วยงานตรวจสอบภายใน โดยประชากรในการศึกษาคือ บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ทั้งหมด 692 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558) จากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งได้รับแบบสอบถามตอบกลับและใช้ในการประมวลผลทั้งสิ้น 171 ชุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.71 การวิจัยเชิงสังคมศาสตร์ที่ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ซึ่งหากไม่มีการติดตามแบบสอบถามจะมีอัตราการตอบกลับประมาณร้อยละ 20 (Aaker, Kumar & Day, 2001)

เครื่องมือวิจัยและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งพัฒนาขึ้นจากแบบสอบถามของ Hurtt (2010) แบบสอบถามใช้การวัดค่าตัวแปรแบบ Likert scale 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 (ไม่เป็นความจริงเลย) จนถึง 5 (จริงที่สุด) จากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวนสองท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากนั้นจะทดสอบแบบสอบถาม (pre-test) กับผู้ตรวจสอบภายในจำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทดสอบและปรับแก้ไขแบบสอบถามก่อนส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

เพื่อพิจารณาความสอดคล้องและสม่ำเสมอในการตอบคำถามของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยใช้การทดสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค (Cronbach's α) และค่า Item-total Correlation เพื่อทดสอบความสอดคล้องกันของข้อคำถาม ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค

จะต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 (Nunnally & Bernstein, 1994) และค่า Item-total Correlation จะต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.4 (Kline, 1993) ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 1 ซึ่งพบว่า ทุกองค์ประกอบมีระดับความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้

ตารางที่ 1 แสดงความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability) และความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้ว (Average Variance Extracted) ความเชื่อมั่นเชิงประกอบจะสะท้อนว่าชุดของตัวแปรสังเกตได้สามารถวัดตัวแปรแฝงที่เป็นโครงสร้างได้ดีเพียงใด โดยค่านี้ควร

มีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 จึงจะบ่งชี้ว่า มีความเชื่อมั่นสูง (Hair et al., 2010) ค่าที่แสดงไว้ในตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบของตัวแปรแฝงทุกตัวแปรที่มีค่าเกิน 0.7 สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้ว ซึ่งทุกปัจจัยค่าเฉลี่ยสูงกว่าเกณฑ์ คือ 0.5 เมื่อพิจารณาโดยรวมทั้งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่าความเชื่อมั่นเชิงประกอบ และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดแล้วสามารถสรุปได้ว่า โมเดลการวัดในการศึกษาครั้งนี้มีความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างในระดับดี

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่า Item-total Correlation และค่าความเชื่อมั่นครอนบาค

ชื่อตัวแปร	จำนวน ข้อคำถาม	ค่า Item-total Correlation	ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha)	ความเชื่อมั่น เชิงประกอบ (Composite Reliability)	ความแปรปรวน เฉลี่ยที่สกัดแล้ว (Average Variance Extracted)
ความเชื่อด้านจริยธรรม	4	0.807-0.872	0.932	0.9603	0.8582
ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยง ผู้ประกอบการวิชาชีพ	4	0.822-0.866	0.934	0.9653	0.8744
การสอบทานด้วยความสงสัย	4	0.828-0.876	0.935	0.9657	0.8756

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 171 คน แบ่งเป็นเพศชาย 50.3% และเพศหญิง 49.7% โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ปฏิบัติงานในวิชาชีพตรวจสอบภายในมากกว่า 15 ปี (46.2%) และปัจจุบัน

ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบภายในหรือผู้จัดการฝ่ายตรวจสอบ (60.2%) และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (57.9%) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แสดงไว้ในตารางที่ 2

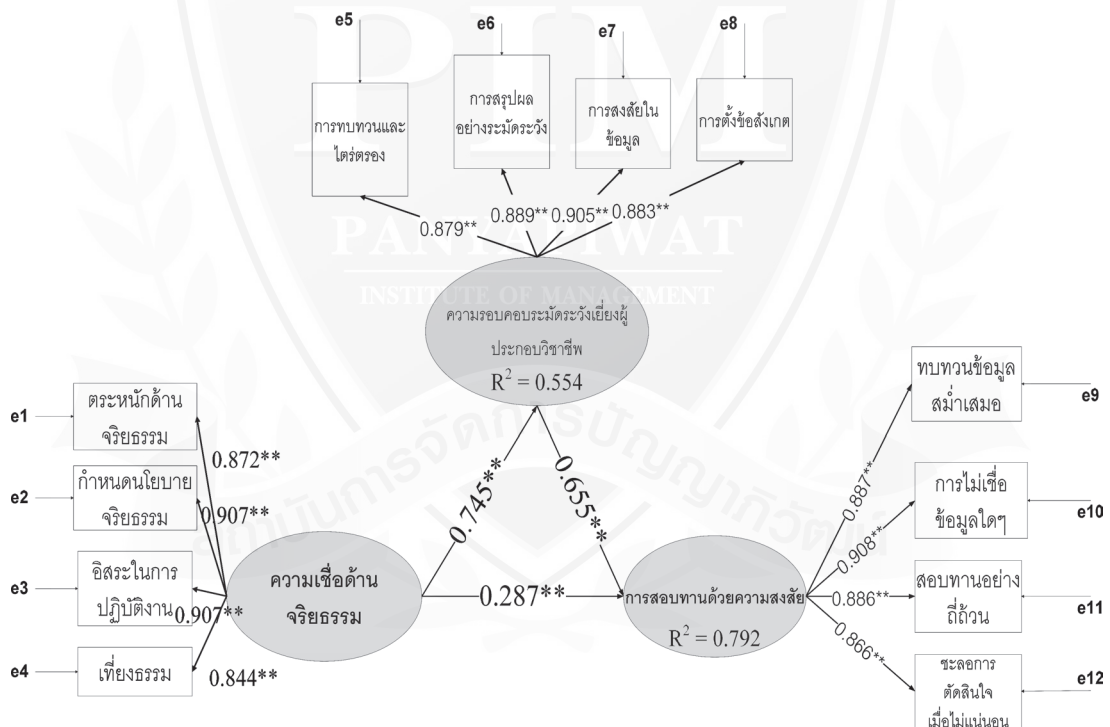
ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	1	2	3
1. ความเชื่อด้านจริยธรรม	4.143	0.676	1		
2. ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ	4.165	0.665	0.816**	1	
3. การสอบทานด้วยความสงสัย	4.181	0.695	0.701**	0.734**	1

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ภาพที่ 2 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแต่ละตัวแปรแฝงและอิทธิพลความสัมพันธ์ในโมเดลนี้ด้วยคะแนนมาตรฐาน (Standardized Coefficient) โดยพิจารณาจากโมเดลการวัดซึ่งเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่สูงจะสะท้อนถึงความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) ตัวแปรแฝงภายในความเชื่อด้านจริยธรรมวัดจาก 4 ตัวแปรสังเกตได้โดยการกำหนดนโยบายจริยธรรมและความมีอิสระในการปฏิบัติงานเป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.907)

เช่นเดียวกับตัวแปรแฝงภายนอกความรอบคอบระมัดระวัง ยิ่งผู้ประกอบวิชาชีพวัดจาก 4 ตัวแปรสังเกตได้ด้วยความช่างสงสัยในข้อมูลที่ได้รับเป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.905) ในขณะที่ตัวแปรแฝงภายในการสอบทานด้วยความสงสัยวัดจาก 4 ตัวแปรสังเกตได้โดยการสอบทานด้วยความไม่เชื่อข้อมูลใดๆ เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.908) เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมดทุกตัวแปรพบว่า แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงกว่า 0.6 ซึ่งบ่งชี้ว่าโมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงในการวัด (Nunnally & Bernstein, 1994)



Goodness of fit: $\chi^2 = 61.258$, $df = 47$, $P < 0.079$, $GFI = 0.942$, $CFI = 0.993$, $IFI = 0.993$, $AGFI = 0.904$, $RMSEA = 0.042$

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ภาพที่ 2 ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านจริยธรรม ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ และการสอบทานด้วยความสงสัย

นอกจากนี้ ภาพที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) หรือความเชื่อมั่นรายข้อในการวัดอันเป็นค่าที่ระบุสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวบ่งชี้กับองค์ประกอบรวม ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในระดับสูงจะสะท้อนให้เห็นถึงค่าความเชื่อมั่นสูง โดยตัวบ่งชี้ที่มีค่าความเชื่อมั่นสูงสุดได้แก่ ความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ ($R^2 = 0.554$) และการสอบทานด้วยความสงสัย ($R^2 = 0.792$)

ภาพที่ 2 แสดงอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง โดยความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ ($\beta = 0.745$, $P < 0.01$) และการสอบทานด้วยความสงสัย ($\beta = 0.287$, $P < 0.01$) ดังนั้นสรุปได้ว่า **สมมติฐานที่ 1 และ 2** นอกจากนี้ ภาพที่ 2 บ่งชี้ว่าตัวแปรแฝงความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการสอบทานด้วยความสงสัย ($\beta = 0.655$, $P < 0.01$) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า **สมมติฐานที่ 3** เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมของตัวแปรแฝงภายในพบว่า ความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลความสัมพันธ์รวม (Total Effect) ต่อความรอบคอบระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ (0.745) และการสอบทานด้วยความสงสัย (0.775)

สรุปและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาครั้งนี้บ่งชี้ว่า สมการโครงสร้างความสัมพันธ์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก และข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานทั้ง 3 โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลความสัมพันธ์ต่อทัศนคติความซื่อสัตย์และความรอบคอบระมัดระวัง โดยผู้ตรวจสอบภายในที่มีความเชื่อด้านจริยธรรมสูงจะปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรมและอิสระปราศจากความลำเอียง ซึ่งส่งผลต่อการใช้ดุลยพินิจด้วยความเป็นกลางอย่างรอบคอบระมัดระวัง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับนักวิจัยจำนวนมาก (Abdolmohammadi & Ariail, 2009; Arena &

Azzone, 2009; Stewart & Subramaniam, 2010) และประเด็นที่น่าสนใจคือ การศึกษาจากนักวิจัยในอดีตเหล่านี้เสนอแนะว่า ความเป็นอิสระและความเที่ยงธรรมเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของความรอบคอบระมัดระวัง โดยแยกศึกษาแต่ละปัจจัย แต่การศึกษานี้กำหนดให้ความเชื่อด้านจริยธรรมเป็นตัวแปรแฝงซึ่งวัดได้จากทั้งความเป็นอิสระ เที่ยงธรรม ควบคู่กับการตระหนักถึงจริยธรรมและนโยบายด้านจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในที่ต้องรักษากฎจริยธรรมหลายๆ ด้าน

2. การศึกษาในอดีตไม่ได้กำหนดให้ความเชื่อด้านจริยธรรมเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของการปฏิบัติงานสอบทานด้วยความสงสัยโดยตรง หากแต่จริยธรรมเป็นตัวกำหนดทัศนคติและนำไปสู่พฤติกรรมการปฏิบัติงานในลำดับท้ายที่สุด อย่างไรก็ตาม จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องยืนยันว่าการตระหนักถึงจริยธรรมมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้น การศึกษานี้พบว่า ความเชื่อด้านจริยธรรมส่งผลต่อการสอบทานกระบวนการปฏิบัติงานทั้งองค์กร โดยผู้ตรวจสอบภายในซึ่งต้องตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูล การตั้งข้อสงสัยด้วยความซื่อสัตย์ เที่ยงธรรม ปราศจากความลำเอียงและอคติในการปฏิบัติงานจะทำให้การสอบทานเพื่อให้คำแนะนำเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (IAASB, 2012; McCoy et al., 2011; Nelson, 2009) ดังนั้น ข้อค้นพบอีกประการที่น่าสนใจคือ ความเชื่อด้านจริยธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อการสอบทานด้วยความสงสัย

3. ความรอบคอบระมัดระวังในการปฏิบัติงานเป็นทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการตื่นตัวต่อสถานการณ์ที่ผิดปกติหรือมีความเสี่ยงสูงต่อการทุจริตในองค์กร ข้อค้นพบในการศึกษานี้คือ ผู้ตรวจสอบภายในที่มีทัศนคติในการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังสูงมีแนวโน้มที่จะสอบทานข้อมูลด้วยความสงสัย และอาจส่งผลทำให้อาจพบข้อผิดพลาดหรือรายการไม่ปกติและนำไปสู่การเสนอแนะเพื่อการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมซึ่งเป็นการสร้างคุณค่าให้กับองค์กรได้ตาม

เป้าหมายของหน่วยงานตรวจสอบภายใน ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับกรอบแนวคิดทางการศึกษาของ Hurtt et al. (2013), McCoy et al. (2011) และ Nelson (2009) ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่ยังไม่ได้รับการศึกษาเชิงประจักษ์ นอกจากนี้ ข้อค้นพบอีกประการคือ ความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพมีความสำคัญในฐานะตัวแปรแฝงที่ส่งผ่านอิทธิพลความสัมพันธ์จากความสำเร็จด้านจริยธรรมไปยังการสอบทานด้วยความสงสัย ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในที่เกี่ยวข้องกับการสอบทานกระบวนการทำงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยผู้บริหารหน่วยงานตรวจสอบภายในควรให้ความสำคัญทั้งการส่งเสริมความเชื่อด้านจริยธรรมที่ถูกต้องและความรอบคอบระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพเพื่อการสร้างคุณค่าเพิ่มแก่องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

การวิจัยต่อไปในอนาคต ผู้ที่สนใจในประเด็นเดียวกันนี้ ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยเชิงสาเหตุอื่น เช่น Nelson (2009) เสนอแนะว่า การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรม (Moral Reasoning) และค่านิยมส่วนบุคคล (Personal Value) อาจเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของทัศนคติในการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังและการสอบทานด้วยความสงสัย ประการถัดมา ทัศนคติในการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังและการสอบทานด้วยความสงสัยนั้นอาจครอบคลุมถึงกลุ่มผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอื่นนอกเหนือจากผู้ตรวจสอบภายใน ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ตรวจสอบภายในและอาจเปรียบเทียบแบบจำลองในลักษณะของ

การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างพหุ (Multi-group) เพื่อศึกษาความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง และเพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวไปพัฒนาวิชาชีพบัญชีต่อไป และประการสุดท้าย ควรศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรแฝงด้านการทำงานอื่นๆ เช่น การให้คำแนะนำเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มแก่องค์กร

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ประการแรก สมาคมผู้ตรวจสอบภายในควรให้ความสำคัญกับความเชื่อด้านจริยธรรมเป็นลำดับแรก เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังและการสอบทานด้วยความสงสัย สมาคมผู้ตรวจสอบภายในควรกำกับให้ผู้ตรวจสอบภายในดำรงไว้ซึ่งความเชื่อด้านจริยธรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ประการที่สอง ควรให้ความสำคัญกับทัศนคติในการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบระมัดระวังและการสอบทานด้วยความสงสัย เนื่องจากมาตรฐานการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในสากลให้ความสำคัญกับการศึกษากับประเด็นดังกล่าว แต่ไม่เคยมีการศึกษาเชิงประจักษ์อย่างจริงจังในประเทศไทย ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนความสำคัญของแนวคิดดังกล่าว

ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ ข้อจำกัดประการแรกคือ ขนาดตัวอย่างซึ่งมีจำนวนน้อย จากโมเดลที่ต้องการศึกษานั้นควรมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 500 คนขึ้นไป (สุวิมล ติรภานนท์, 2553) แต่เนื่องจากการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดยังไม่ได้ขนาดตัวอย่างที่เพียงพอกับการวัด

References

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Abdolmohammadi, M. J. & Ariail. D. L. (2009). Test of the Selection-Socialization Theory in Moral Reasoning of CPAs in Industry Practice. *Behavioral Research in Accounting*, 21(2), 1-12.
- Abdolmohammadi, M. J. & Baker, C. R. (2006). Accountants' value preferences and moral reasoning. *Journal of Business Ethics*, 69(Spring), 11-25.
- Alles, M. G., Kogan, A. & Vasarhelyi, M. A. (2008). Putting Continuous Auditing Theory into Practice: Lessons from Two Pilot Implementations. *Journal of Information Systems*, 22(2), 195-214.
- Arena, M. & Azzone, G. (2009). Identifying Organizational Drivers of Internal Audit Effectiveness. *International Journal of Auditing*, 13, 46-60.
- Carpenter, T. & Reimers, J. L. (2011). *Professional Skepticism: The Effects of a Partner's influence and the Presence of Fraud on Auditors' Fraud Judgments and Actions*. Retrieved February 15, 2015, from <http://ssrn.com/abstract=1068942>
- Elias, R. Z. (2006). The Impact of Professional Commitment and Anticipatory Socialization on Accounting Students' Ethical Orientation. *Journal of Business Ethics*, 68, 83-90.
- Federation of Accounting Profession. (2012). *Thai Standards on Auditing 200 Overall Objectives of the Independent Auditor and the Conduct of an Audit in Accordance with Standards on Auditing*. Retrieved January 9, 2015, from http://www.fap.or.th/images/column_1359010332/st%20200.pdf [in Thai]
- Fullerton, R. R. & Durtschi, C. (2005). *The Effect of Professional Skepticism on the Fraud Detection Skills of Internal Auditors*. Retrieved February 15, 2015, from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=617062
- Gramling, A. A., Maletta, M. J., Schneider, A. & Church, B. K. (2004). The Role of the Internal Audit Function in Corporate Governance: A Synthesis of the Extant Internal Auditing Literature and Directions for Future Research. *Journal of Accounting Literature*, 23, 194-244.
- Guiral, A. & Esteo, F. (2006). Are Spanish auditors skeptical in going concern evaluations, *Managerial Auditing Journal*, 21(6), 598-620.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Harding, N. & Trotman, K. T. (2011). *Enhancing professional skepticism via the fraud brainstorming discussion outcome*. Retrieved February 15, 2015, from http://www.isarhq.org/papers/C8-3_Harding_Trotman_ISAR_2011.pdf
- Hurt, K. R. (2010). Development of an instrument to measure professional skepticism. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 29(1), 149-171.
- Hurt, K. R., Brown-Liburd, H. Earley, C. E. & Krishnamoorthy, G. (2013). Research on Auditor Professional Skepticism: Literature Synthesis and Opportunities for Future Research. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 32(Suppl.), 45-97.

- International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB). (2012). *Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements*. New York: International Federation of Accountants.
- Kline, P. (1993). *A Handbook of Test Construction*. London, UK: Routledge.
- Krootboonyong, C. (2014). Desirable Characteristics of Accountant for Japanese Manufacturing Companies in Thailand. *Panyapiwat Journal*, 6(1), 77-85. [in Thai]
- McCoy, N., Burnett, R. D., Freidman, M. E. & Morris, M. (2011). Internal Audit: How to Develop Professional Skepticism. *The Journal of Corporate Accounting and Finance*, May/June, 3-14.
- Nelson, M. (2009). A Model and Literature Review of Professional Skepticism in Auditing. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 28(2), 1-34.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Shaub, M. K. & Lawrence J. E. (1996). Ethics, Experience and Professional Skepticism: A Situational Analysis. *Behavioral Research in Accounting*, 8(Suppl.), 124-157.
- Stewart, J. & Subramaniam, N. (2010). Internal Audit Independence and Objectivity: Emerging Research Opportunities. *Managerial Auditing Journal*, 25(4), 328-360.
- Stock Exchange of Thailand. (2015). *Data of Thai Listed Companies*. Retrieved January 9, 2015, from <http://www.set.or.th/th/company/companylist.html> [in Thai]
- Tan, H. T. & Shankar, P. G. (2010). Audit Reviewers' Evaluation of Subordinates' Work Quality. *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, 29(1), 251-266.
- The Institute of Internal Auditors (IIA). (2012). *International Standards For the Professional Practice of Internal Auditing Standards*. Retrieved February 15, 2015, from <http://www.theiia.org/guidance/standards-and-guidance/ippf/>
- Tirakanon, S. (2010). *Multivariate Analysis in Social Science Research*. Bangkok: Chulalongkorn Printing. [in Thai]



Name and Surname: Worawit Laohamethanee

Highest Education: Doctor of Philosophy in Accounting (Ph.D.),
Mahasarakham University

University or Agency: Rajamangala University of Technology Lanna

Field of Expertise: Auditing and Accounting

Address: 128 Huay-Kaew Rd., Chang-Puek, Muang Chiangmai,
Chiangmai 50200

องค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่มีต่อความสำเร็จ ในด้านความเป็นเลิศขององค์กรแพทย์ทางเลือก

QUALITY COMPONENTS THAT CONTRIBUTE TO THE PERFORMANCE EXCELLENCE OF ALTERNATIVE MEDICINE ORGANIZATION'S SUCCESS

ปัทมิตา จารุวรรณชัย¹ และกฤต จรินทร์²
Pathita Jaruwanchai¹ and Krit Jarinto²

¹นักวิชาการอิสระ ²วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

¹Independent scholar ²Graduate school of commerce, Burapha University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการดำเนินงานขององค์กรแพทย์ทางเลือกในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่จะนำไปสู่องค์กรแพทย์ทางเลือกอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้วิธีเจาะจงเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกระดับผู้บริหาร ผู้ให้บริการแพทย์ทางเลือกระดับปฏิบัติงาน ผู้รับบริการการแพทย์ทางเลือก และผู้ทำงานในหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรแพทย์ทางเลือก รวมจำนวน 21 คน วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ATLAS ti. 5.0

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์กรแพทย์ทางเลือก มีการจัดให้บริการการแพทย์ทางเลือกตามนโยบายของรัฐบาล โดยส่วนมากจัดให้บริการร่วมในแผนกการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกในโรงพยาบาลของรัฐ แต่ปัจจุบันยังมีปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ ด้านบุคลากร พบว่าไม่มีความก้าวหน้าในสายอาชีพ เพราะไม่มีตำแหน่งบรรจุทำให้บุคลากรขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน มีการลาออกบ่อย ผู้ให้บริการไม่เพียงพอ และบุคลากรขาดทักษะความเชี่ยวชาญในการทำงาน ปัญหาด้านงบประมาณที่มีจำกัด ไม่มีงบประมาณสนับสนุนในเรื่องสถานที่ อุปกรณ์ จึงต้องบริหารจัดการไปตามบริบทที่มีอยู่ ปัญหาของนโยบายของรัฐที่ไม่ชัดเจน ปัญหาการประชาสัมพันธ์จากทางรัฐบาลด้านการแพทย์ทางเลือกน้อย และปัญหาประชาชนขาดข้อมูลเรื่องการแพทย์ทางเลือก 2) องค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรแพทย์ทางเลือก ประกอบด้วย การนำองค์กรโดยผู้นำระดับสูงที่มีวิสัยทัศน์ และนโยบายนำการแพทย์ทางเลือกมาให้บริการในองค์กร มีการวางแผนกลยุทธ์ให้บริการการแพทย์ทางเลือกให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ มีการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรแพทย์ทางเลือก มีการวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ด้านการแพทย์ทางเลือก มีการมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล และมุ่งเน้นการปฏิบัติงานด้านการแพทย์ทางเลือก ตลอดจนมีการประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานด้านการแพทย์ทางเลือก

ในด้านประสิทธิผลในการรักษา ด้านคุณภาพบริการ ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน และด้านการพัฒนาองค์กร
แพทย์ทางเลือก

คำสำคัญ: การแพทย์ทางเลือก องค์กรแพทย์ทางเลือก การประเมินผลความสำเร็จ

Abstract

The research aims 1) to study a implementation of alternative medicine organization in Thailand and 2) to study quality components of alternative medicine organization that bring to long term alternative medicine organization sustainability. The survey was qualitative research collected data from in-depth interview used to purposive sample in 21 peoples were interviewed including directors, providers, clients, and participants. “ATLAS it. 5.0” was used to content analyses the results of the interviews.

The research found that 1) the alternative medicine organization, which operate under relevant government policies and almost provide alternative medicine service coordinate in Thai traditional and alternative medicine unit within public hospitals. However, recently there has been found to be barriers to the operation. Firstly, workforce dimension, opportunities for career development within the units are limited resulting in a high turnover of staff. Moreover, work load in the units is high due to understaffing and skill shortages. Secondly, the units operate with limited budgets in terms of both infrastructure and equipment then they operated within shortage, thirdly, there were no clear government policy, the less publicity from the government in alternative medicine and the people lack information of alternative medicine. 2) In terms of guide line to development quality components of alternative medicine organization, there were guided by the vision of their directors in order to provide alternative medicine services for patients, strategic planning relevant government policies in order to provide alternative medicine services, focus in customer and stakeholder. Measurement, analysis and knowledge management, focus in workforce and operations focus in alternative medicine unit. Moreover, assess the success of the implementation of alternative medicine unit. In the effectiveness of treatment service, the quality service, the operational efficiency and the development of alternative medicine organization.

Keywords: Alternative Medicine, Alternative Medicine organization, Evaluation of Success

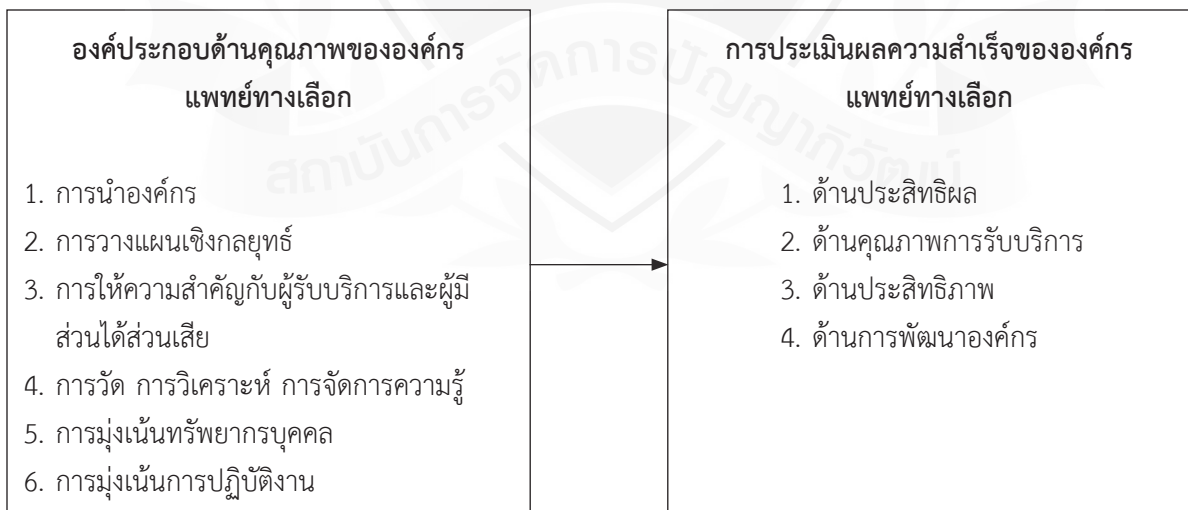
บทนำ

ปัจจุบันปัญหาสุขภาพอนามัยของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจสังคมที่ซับซ้อนมากขึ้น อีกทั้งมีพฤติกรรมการใช้บริโภคที่ไม่ถูกต้อง เช่น ทานอาหารรสจัดมากเกินไป บริโภคผักและผลไม้ไม่เพียงพอ บริโภคอาหารที่ไม่สมดุลตามความต้องการของร่างกาย ขาดการออกกำลังกาย และมีภาวะเครียดที่ส่งผลต่อสุขภาพ ซึ่งนำไปสู่โรคภัยไข้เจ็บต่างๆ โดยเฉพาะในกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ โรคไต โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคหัวใจขาดเลือด เป็นต้น (สำนักงานวิจัยเพื่อพัฒนาหลักประกันสุขภาพไทย, 2557: 1) ซึ่งมีผู้ป่วยที่ไม่ได้รับการปรับเปลี่ยนแผนการรักษาที่เหมาะสม เมื่อแผนการรักษาที่ใช้อยู่เดิมไม่สามารถควบคุมโรคได้ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2557: 4) เพราะการแพทย์แผนปัจจุบันมีข้อจำกัดในการรักษาจึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ทั้งหมด เนื่องจากความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น (เพ็ญจันทร์ เซอร์เรอร์ และพีระพงศ์ วงศ์อุปราช, 2553) ขณะเดียวกัน

รัฐบาลมีนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของอาเซียน และบรรจุให้การแพทย์ทางเลือกเป็นส่วนหนึ่งในแผนการส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ (สำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2555: 2) แต่ในปัจจุบันพบว่า บริการด้านการแพทย์ทางเลือกยังให้บริการไม่ทั่วถึงสู่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ (มนทิพา ทรงพานิช, 2552: 65) จึงเป็นความสำคัญของปัญหาในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาองค์กรแพทย์ทางเลือกสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งมีผลกระทบต่อประชาชนในการดูแลสุขภาพของเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศเป็นอย่างสูง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานขององค์กรแพทย์ทางเลือกในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในด้านความเป็นเลิศขององค์กรแพทย์ทางเลือก



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพในการดูแลสุขภาพแบบสากลให้บรรลุผลมีประสิทธิภาพ มีองค์ประกอบที่สำคัญของลักษณะองค์กร ได้แก่ ผู้บริหารคณะกรรมการ วัฒนธรรมองค์กร โครงสร้างแรงจูงใจ ข้อมูลบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Glickman et al., 2007: 341)

จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรเพื่อพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศ ประกอบด้วย 1) การนำองค์กร 2) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ 3) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4) การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ 5) การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล 6) การมุ่งเน้นการปฏิบัติงาน 7) ผลลัพธ์ (สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ, 2555: 4) และการศึกษาแนวคิดในการประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่ประสบความสำเร็จ มีมุมมองหลักๆ 4 ด้าน คือ ด้านประสิทธิผล ด้านคุณภาพของการรับบริการ ด้านประสิทธิภาพ และด้านการพัฒนาองค์กร (Kaplan & Norton, 1996: 44) จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อศึกษาองค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่นำไปสู่องค์กรแพทย์ทางเลือกอย่างยั่งยืน ดังภาพที่ 1

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จากองค์กรแพทย์ทางเลือกที่เป็นโรงพยาบาลของรัฐจำนวน 5 แห่ง แต่ละแห่งประกอบด้วย ผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือกระดับผู้บริหาร 1 ท่าน ระดับปฏิบัติงาน 1 ท่าน ผู้รับบริการการแพทย์ทางเลือก 1 ท่าน และผู้ทำงานในหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรแพทย์ทางเลือก ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานการแพทย์ทางเลือก 1 ท่าน รองผู้อำนวยการส่วนการศึกษาและพัฒนา 1 ท่าน รองผู้อำนวยการส่วนคุ้มครองสุขภาพ 1 ท่าน รองผู้อำนวยการส่วนบริหารยุทธศาสตร์ 1 ท่าน

หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมบริการสุขภาพ 1 ท่าน และหัวหน้ากลุ่มงานพัฒนาวิชาการ 1 ท่าน รวม 21 ท่าน ระยะเวลาการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2557 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2557

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยกำหนดประเด็น และขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย จำนวน 7 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความสอดคล้องของเนื้อหา หลังจากนั้นนำแบบสัมภาษณ์ส่งเสนอคณะกรรมการจริยธรรมของมหาวิทยาลัยบูรพา เมื่อผ่านแล้วจึงนำมาใช้ในการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ATLAS.ti 5.0 ในการถอดความและวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลข้อมูล

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์พบว่า สภาพการดำเนินงานขององค์กรแพทย์ทางเลือกในประเทศไทย ส่วนมากก่อตั้งขึ้นมาเนื่องจากเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้มียุทธศาสตร์การเปิดให้บริการการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก รองลงมาคือ เพื่อลดค่าใช้จ่ายและผลข้างเคียงจากการใช้ยาแผนปัจจุบัน และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล และได้รับการสนับสนุนจากผู้อำนวยการโรงพยาบาลที่สนใจศาสตร์การแพทย์ทางเลือก เนื่องจากการแพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถหาคำตอบในการรักษาได้หลายโรค และสุดท้ายการแพทย์ทางเลือกมีความโดดเด่น จึงนำมาบริการเสริมให้เหมาะสมกับผู้ป่วย

แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานขององค์กรแพทย์ทางเลือกที่พบในปัจจุบัน ได้แก่

1. ปัญหาด้านบุคลากร พบว่า 1) ไม่มีตำแหน่งงานบรรจุสำหรับผู้ให้บริการการแพทย์ทางเลือก ซึ่งส่วนมากคือ ตำแหน่งแพทย์แผนไทย และผู้ช่วยแพทย์แผนไทย

ทำให้ไม่มีความก้าวหน้าในสายอาชีพบุคลากร ขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน จะพบว่ามีการทำงานได้ไม่นานก็ลาออกไปทำงานในองค์กรเอกชน ทำให้องค์กรขาดคนที่มีความรู้ มีทักษะ มีความสามารถ และความเชี่ยวชาญ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน แก้ปัญหาด้วยการจัดบุคลากรที่บรรจุเป็นข้าราชการแล้วมาให้บริการ เช่น พยาบาล แพทย์ ที่สนใจในศาสตร์การแพทย์ทางเลือก มาให้บริการด้วยความสมัครใจ หรือกรณีบุคลากรที่อยู่ในตำแหน่งลูกจ้าง จะจัดทำสัญญาจ้างงานระยะยาวกับบุคลากร 2) มีผู้ให้บริการไม่เพียงพอ แก้ไขด้วยการกระตุ้นให้ผู้ให้บริการมีจิตวิญญาณในการให้ มีศรัทธา กระตุ้นการเรียนรู้ และทักษะ ให้สามารถทำงานทดแทนกันได้ 3) ผู้ให้บริการแพทย์ทางเลือกมีความรู้จำเป็นต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ ส่งเสริมความรู้ต่อเนื่อง ซึ่งยังขาดงบประมาณสนับสนุนการอบรมที่เพียงพอจากทางรัฐ ปัจจุบันใช้งบส่วนตัวขององค์กร และให้องค์กรมีการทำวิจัย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ให้บริการ 4) ค่าจ้างตอบแทนของบุคลากรแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือกน้อยมาก ตลอดจนศักดิ์ศรีของแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือกมีช่องว่างมากเมื่อเทียบกับแพทย์แผนปัจจุบัน

2. ปัญหาด้านงบประมาณ แม้ว่ารัฐมีนโยบายให้จัดบริการการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก แต่งบประมาณมีจำกัด เช่น งบประมาณด้านสถานที่ให้ได้มาตรฐาน ซึ่งไม่สามารถทำได้ องค์กรแก้ไขด้วยการปรับตามบริบทของสถานที่ เช่น ตู้บและห้องน้ำต้องแยกชาย-หญิง แต่สถานที่ไม่พอ แก้ไขปัญหาโดยปรับเป็นเข้าเป็นหญิง บ่ายเป็นชาย ขาดงบประมาณเรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ แก้ไขด้วยการซื้อแต่ของที่จำเป็น งบประมาณสนับสนุนในการอบรมน้อย แก้ไขปัญหาด้วยการใช้ทุนส่วนตัวของบุคลากร ศึกษาในเอกสารวิชาการที่มีลงเผยแพร่ในเว็บไซต์ และมีหน่วยงานสำนักแพทย์ทางเลือกที่มีการจัดอบรมการแพทย์ทางเลือกร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐ เช่น โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลชุมชน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และหน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต. และร่วมกับหน่วยงาน

เครือข่ายการแพทย์ทางเลือกที่มีอยู่ เช่น ศูนย์เรียนรู้สุขภาพพึ่งตนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงสวนป่านาบุญ ร่วมจัดอบรมหลักสูตรแพทย์วิถีธรรม (หมอเขียว) โดยสำนักแพทย์ทางเลือกออกหนังสือเชิญ เพื่อให้กลุ่มบุคลากรสุขภาพ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และผู้สนใจสามารถไปเรียนรู้ได้ เป็นการกระตุ้นให้บุคลากรมีสุขภาพดี มีความรู้แล้วสามารถนำไปใช้ในชุมชน และนำไปให้บริการกับคนไข้ได้

3. ปัญหาด้านนโยบายของรัฐที่ไม่ชัดเจน ทำให้ระดับปฏิบัติงานทำงานลำบากเป็นอุปสรรคในการทำงาน เมื่อมีการประสานงาน ภายนอกองค์กรถูกต้องด้านจากโรงพยาบาลศูนย์ ที่เป็นแพทย์เฉพาะทาง ภายในองค์กรพบแรงต่อต้านจากแพทย์วิชาชีพแผนปัจจุบัน ทั้งพยาบาล เจ้าหน้าที่ เพื่อนร่วมวิชาชีพยังไม่เข้าใจ หรือยอมรับการแพทย์ทางเลือก มีการกีดกันตั้งแต่ไปประกอบวิชาชีพ ประชาชนเข้าไม่ถึงสิทธิการให้บริการด้านการแพทย์ทางเลือก เพราะไม่มีเปิดให้บริการชัดเจนมากนัก ควรแก้ไขด้วยการปรับความคิดให้เอาประชาชนเป็นตัวตั้ง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ การพิสูจน์ได้ในทางศาสตร์ที่ใช้แล้วได้ผลจริง เอาผลลัพธ์มาเก็บเป็นกรณีศึกษา มีอบรมเข้ากลุ่มให้มาเรียนรู้เรื่องแพทย์ทางเลือก เพื่อใช้ควบคู่ไปกับแผนปัจจุบันแก้ปัญหาความไม่เข้าใจของเพื่อนร่วมวิชาชีพ ด้วยการเข้าประชุม เช่น มีการประชุมวิชาชีพองค์กรพยาบาล นำศาสตร์การแพทย์ทางเลือกเข้าแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วย

4. ปัญหาประชาชนขาดข้อมูลเรื่องการแพทย์ทางเลือก เนื่องจากประเทศไทยอยู่ในระบบการแพทย์ตะวันตกมานาน ไม่เคยมีระบบคู่ขนาน ทำให้คนส่วนมากมองว่า การแพทย์ทางเลือกไม่น่าเชื่อถือ ส่วนมากการแพทย์ตะวันตกเข้ามาในรูปแบบการค้า คือ ประชาชนยึดติดกับความสะดวกในการใช้ยาที่มีรูปแบบที่ใช้ง่าย ซึ่งยาหลายชนิดเพียงแค่ระงับอาการ กินมากจะติดและเพิ่มปริมาณในการกินยา คนได้ประโยชน์ คือ ผู้ผลิตและขายยา เป็นเหตุให้ประชาชนลืมหัดดีเดิมของประเทศขาดความรู้ในการใช้ ทั้งที่อดีตรุ่นพ่อแม่ก็ใช้ยาไทย

หรือยาพื้นบ้านในการรักษา เพราะเติบโตมาในวัฒนธรรมที่ชื้อยาแผนไทยสมุนไพร ท้องถิ่น ยาสามัญประจำบ้าน แต่คนในปัจจุบันกลัวการใช้ยาสมุนไพรเหล่านี้ ขณะที่ผู้ป่วยบางคนมีความรู้เรื่องยาพื้นบ้านดี แต่มีวิถีชีวิตทำงาน เลยต้องการยาแผนปัจจุบันที่เห็นผลเร็วของแพทย์แผนตะวันตก เพราะแพทย์ทางเลือกยังไม่ได้เข้าระบบสุขภาพ ถ้ารัฐบาลจำกัดว่า ศาสตร์อื่นเอาเข้ามาไม่ได้ มันก็จะเป็นปัญหาเดิม แต่ถ้ามองประชาชนเป็นหลัก การแพทย์ทางเลือกจะเป็นอีกทางที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนที่กำลังหาวิธีแก้ไขอาการเจ็บป่วย

5. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์พบว่า การประชาสัมพันธ์เผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ด้านการแพทย์ทางเลือก ได้รับการสนับสนุนจากทางรัฐบาลน้อย เมื่อเทียบกับการแพทย์แผนตะวันตก

องค์ประกอบด้านคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือก ผลการวิจัยพบว่า

1. การนำองค์กร ประกอบด้วย 1) การนำองค์กรระดับสูง ได้แก่ ผู้นำมีวิสัยทัศน์และนโยบายผู้บริหารต่อการแพทย์ทางเลือก มีการดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ สนับสนุนการแพทย์ทางเลือกให้เข้ากับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น มีการสื่อสารในองค์กรเพื่อสร้างความเข้าใจด้านการแพทย์ทางเลือก และ 2) การกำกับดูแลองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม ได้แก่ มีจริยธรรมเป็นไปตามกฎหมาย และไม่เรียกเก็บค่าใช้จ่ายที่แพง

2. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 1) การจัดท่ากลยุทธ์ ได้แก่ การให้บริการการแพทย์ทางเลือกในองค์กร และมีการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร 2) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ได้แก่ การบริหารจัดการด้านงบประมาณด้านการเงิน เช่น แผนงบประมาณสนับสนุนการเงิน และบริหารจัดการแหล่งที่มาของเงินสนับสนุนการดำเนินงาน ซึ่งมีแหล่งที่มาจากสิทธิเบิกต้นสังกัด สปสช. เงินบำรุงจากหน่วยงาน เงินจากสิทธิประกันสังคม เงินบริจาค และเงินจากหน่วยงานอื่นๆ มีการถ่ายทอดแผนงาน และการปฏิบัติตามแผน ได้แก่ การทำงานเป็น

เครือข่ายการให้บริการเชิงรุก จัดเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ ฐานงาน ให้บริการการแพทย์ทางเลือก เช่น กลุ่มกายและจิต ได้แก่ สมาธิบำบัด ดนตรีบำบัด โยคะ กอดจุดลมปราณ การกดจุดสะท้อนเท้า การฝังเข็ม เป็นต้น กลุ่มสารชีวภาพ ได้แก่ การใช้สมุนไพร การสวนล้างลำไส้ใหญ่ การไม่ทานอาหารเนื้อสัตว์ การทานอาหารแมคโครไบโอติกส์ เป็นต้น กลุ่มหัตถการและกายบำบัด ได้แก่ การปรับสมดุลโครงสร้างร่างกาย การจัดโครงสร้างร่างกายแบบโครแพรกติก การนวดฝ่าเท้า และกลุ่มการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ได้แก่ การแพทย์แผนจีน พลังบำบัด สปา วาริบำบัด การแพทย์วิถีธรรม เป็นต้น

3. การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย 1) เสียงของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ให้ความสำคัญของผู้รับบริการ มีช่องทางการรับฟังความคิดเห็นจากผู้รับบริการ ใส่ใจผู้รับบริการ แก้ไขปัญหาให้ผู้รับบริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการการแพทย์ทางเลือก 2) ความผูกพันของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เปิดโอกาสให้ผู้รับบริการตัดสินใจเลือกวิธีการรักษา และให้เกียรติผู้รับบริการ

4. การวัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ ประกอบด้วย 1) การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงการดำเนินงาน ได้แก่ มีการจัดเก็บข้อมูล ใช้ข้อมูลเก่านำมาทบทวนวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงาน มีการประเมินเรื่องต้นทุน มีดัชนีชี้วัดคุณภาพและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนางานทำควบคู่ไปกับการทำงานสร้างความเข้าใจในเรื่องการแพทย์ทางเลือก และมีการติดตามผลการรักษา 2) การจัดการสารสนเทศ และการจัดการความรู้ ได้แก่ นำเทคโนโลยีมาใช้ในการงาน และมีการจัดการความรู้ การจัดทำคู่มือการทำงาน

5. การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคลประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมของบุคลากร ได้แก่ คุณสมบัติผู้ให้บริการแพทย์ทางเลือกที่มีความเป็นกันเอง มีมิตรจิตมิตรใจ มีใบรับรองวิชาชีพ มีใจรักในการให้บริการด้านการแพทย์ทางเลือก ฝึกฝนพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีประสบการณ์

และความเชี่ยวชาญในศาสตร์การแพทย์ทางเลือก มีจริยธรรม เมตตาผู้มารับบริการ มีเครื่องแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย ผู้ให้บริการมีมารยาท และมีน้ำเสียง เป็นมิตร มีการจัดอัตรากำลังคนให้เหมาะสม และมี สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการทำงาน 2) ความผูกพันของ บุคลากร ได้แก่ การสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคลากร มีระบบผลตอบแทนและสวัสดิการที่ดี ส่งเสริมให้โอกาส บุคลากรไปศึกษาเรียนรู้ อบรม และฝึกอบรม มีความ ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และมีช่องทางสื่อสารให้เกิด การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

6. การมุ่งเน้นการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย
1) ระบบงาน ได้แก่ มีให้บริการ 2 แบบ คือ ให้บริการ ที่จุดผู้ป่วยนอก และให้บริการที่จุดแพทย์แผนไทยและ แพทย์ทางเลือก และมีระบบป้องกันความผิดพลาด
2) กระบวนการทำงาน ได้แก่ ทำงานเป็นขั้นตอนตาม มาตรฐานคุณภาพการทำงานและให้บริการแบบ One Stop Service

สรุปการประเมินผลความสำเร็จขององค์กรแพทย์ ทางเลือก มีดังนี้

1. ด้านประสิทธิผล ได้แก่ ดูผลการรักษาดีขึ้น ผู้มา รับบริการเพิ่มมากขึ้น มีการใช้การแพทย์ทางเลือกอย่าง ต่อเนื่อง และยอมรับการกลับมาใช้ซ้ำ
2. ด้านคุณภาพของการรับบริการ ได้แก่ การวัด ความพึงพอใจ และวัดความไม่พึงประสงค์ของผู้รับ บริการการแพทย์ทางเลือก
3. ด้านประสิทธิภาพ ได้แก่ ลดการใช้ยาเคมี ลดระยะเวลาการรักษา ลดต้นทุนการรักษา มีการจัดการ ความเสี่ยง และลดปริมาณผู้ป่วย
4. ด้านการพัฒนาองค์กรแพทย์ทางเลือก ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรด้วยการฝึกอบรมเพิ่มทักษะ และ ศึกษาดูงาน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีผลงานการทำงาน วิจัย และมีตัวชี้วัดที่ต้องการพัฒนา

อภิปรายผล

การพัฒนาการแพทย์ทางเลือกควรเริ่มจากการแก้ ปัญหาที่มีในองค์กร ได้แก่ บุคลากร และงบประมาณ ของรัฐที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับมติพท พทพ (2552) ที่พบว่า การจัด บริการสุขภาพแบบผสมผสานในโรงพยาบาลของรัฐ ต้องมีทีมงานที่ให้ความรู้ด้านการแพทย์ทางเลือก มีสถานที่ และมีงบประมาณสำหรับดำเนินงาน

องค์ประกอบคุณภาพขององค์กรแพทย์ทางเลือก ประกอบด้วย

1. การนำองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Pillay (2008) พบว่า ความรู้และทักษะของผู้บริหาร มีผลต่อประสิทธิผล และประสิทธิภาพของโรงพยาบาล
2. การวางแผนเชิงกลยุทธ์ สอดคล้องกับ Kaissi (2008) พบว่า การวางแผนกลยุทธ์ของโรงพยาบาล มีกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ มีการพัฒนาแผนกลยุทธ์ มีการดำเนินการตามแผน ผู้บริหารระดับสูงต้องดูแลรับผิดชอบแผนกลยุทธ์ และ มีส่วนร่วมในคณะกรรมการบริหาร ส่งผลต่อผลการ ปฏิบัติงานด้านการเงินที่ดีขึ้น
3. การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย สอดคล้องกับ Yasin, Gomes & Miller (2011) พบว่า การสร้างความพึงพอใจ การบริการลูกค้าที่ดีที่สุด เป็นยุทธศาสตร์โรงพยาบาลที่สำคัญที่ต้องฝึกพนักงาน ทุกคนให้มีประสบการณ์และมีความรู้ร่วมกันทำงาน
4. การวัด การวิเคราะห์ การจัดการความรู้ สอดคล้อง กับ Berenson, Pronovost & Krumholz (2013) กล่าวว่า การจัดเก็บข้อมูลผลการดำเนินการที่ผ่านมา ในเวชระเบียนและการสำรวจผู้ป่วยในไฟล์ลงทะเบียน ต้องมีการสร้างความเชื่อมั่นในการบริหาร มีข้อมูลเมื่อ ต้องการเรียกใช้ ประวัติผู้ป่วยและภาวะแทรกซ้อน มีรายละเอียดชัดเจน สะดวก และง่ายต่อการใช้งาน ในอนาคตด้วยการบันทึกในคอมพิวเตอร์

5. การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล สอดคล้องกับ Chen & Lin (2013) พบว่า ปัจจัยสนับสนุนการทำงานของบุคลากร ได้แก่ การทำงานตามบทบาทหน้าที่ และกระบวนการ การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม การตอบสนองความต้องการของบุคลากร การจัดเตรียมอุปกรณ์ที่สะดวกในการทำงาน มีช่องทางการสื่อสารที่ดี สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากร รับฟังและให้ความสำคัญกับคำแนะนำของบุคลากร สอดคล้องกับ Lowe (2012) พบว่า บุคลากรของโรงพยาบาลจะมีความผูกพันกับองค์กรเนื่องจากความเชื่อมั่นในองค์กร การมีโอกาสดำเนินงานในการทำงาน องค์กรเห็นคุณค่าในการทำงาน มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม มีโอกาสใช้ทักษะความสามารถ องค์กรส่งเสริมสุขภาพมีความสมดุลระหว่างครอบครัวชีวิตส่วนตัวกับการทำงาน

6. การมุ่งเน้นการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยระบบงาน และกระบวนการทำงาน สอดคล้องกับปาหนัน กนกวงศ์ นุวัฒน์ (2556) พบว่า โรงพยาบาลที่มีรูปแบบการบริหารด้วยกระบวนการวางแผนการปฏิบัติงาน การสังเกตติดตามการประเมินผล และการสะท้อนกลับ เป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การประเมินผลความสำเร็จขององค์กรแพทย์ทางเลือก ได้แก่

1. ด้านประสิทธิผล สอดคล้องกับ Hines (2009) กล่าวว่า การทำตามพันธกิจขององค์กร และมีมาตรฐานคุณภาพ เป็นปัจจัยความสำเร็จขององค์กร

2. ด้านคุณภาพของการรับบริการ สอดคล้องกับ รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2557) พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเรื่องพนักงานต้อนรับ การบริการชำระเงิน การดูแลห้องพักรักษาตัว การบริการของแพทย์ และการบริการด้านอาหาร มีอิทธิพลต่อการสื่อสารคุณภาพบริการแบบปากต่อปากของผู้รับบริการของโรงพยาบาล

3. ด้านประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ (2555) ที่ว่าแนวการประเมินตัวชี้วัดประสิทธิภาพกระบวนการ ดูจากผลการดำเนินการของระบบงานที่แสดงถึงการลดต้นทุนได้ หรือมีผลิตภาพสูงขึ้น

4. ด้านการพัฒนาองค์กรแพทย์ทางเลือก สอดคล้องกับสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2549) พบว่า โรงพยาบาลที่ได้รับรางวัล MBNQA มีแนวทางการประเมินผลลัพธ์ด้านการพัฒนาที่ระบบการทำงาน ที่มีการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ ความสำเร็จของการพัฒนาบุคลากรบรรลุเป้าหมาย มีจำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมต่อพนักงานเพิ่มมากขึ้น มีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับคู่แข่ง พนักงานมีความภูมิใจในการเป็นพนักงานขององค์กร มีความพอใจต่อสวัสดิการค่าตอบแทน และความก้าวหน้าในอาชีพ เป็นพันธมิตรกับชุมชน เครือข่ายอื่นๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน และส่งเสริมวัฒนธรรมสู่ความเป็นเลิศ ด้วยการทำงานเป็นทีม การเรียนรู้และนวัตกรรม มีการสร้างมาตรฐานเพื่อความมั่นใจในการดูแลตามมาตรฐานที่กำหนด

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนนโยบายด้านการแพทย์ทางเลือกในองค์กรมากขึ้น ได้แก่ เรื่องงบประมาณ อาคาร สถานที่ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

2. รัฐบาลควรจัดให้มีการบริการการแพทย์ทางเลือกผสมผสานร่วมกับระบบการแพทย์แผนปัจจุบัน ได้แก่ การแพทย์ทางเลือกกลุ่มกายและจิต ได้แก่ สมาธิบำบัด ดนตรีบำบัด โยคะ กอดจุดลมปราณ การกอดจุดสะท้อนเท้า การฝังเข็ม เป็นต้น การให้บริการแพทย์ทางเลือกกลุ่มสารชีวภาพ ได้แก่ การใช้สมุนไพร การสวนล้างลำไส้ใหญ่ การทานอาหารแมคโครไบโอติกส์ เป็นต้น การให้บริการแพทย์ทางเลือกกลุ่มหัตถการและกายบำบัด ได้แก่ การนวดฝ่าเท้า การปรับสมดุลโครงสร้างร่างกาย การจัดโครงสร้างร่างกายแบบไคโรแพรกติก และการให้บริการการแพทย์ทางเลือกกลุ่มการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ได้แก่ การแพทย์แผนจีน สปา พลังบำบัด วารีบำบัด การแพทย์วิถีธรรม เป็นต้น เพื่อเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพของผู้รับบริการด้านสุขภาพ และเกิดประโยชน์ที่แท้จริงกับผู้ป่วยด้วยโรคเรื้อรัง

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนทางด้านวิชาการ ข้อมูลการวิจัยเกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือกเพิ่มขึ้น มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ถ่ายทอดความรู้ให้แก่บุคลากรผู้ปฏิบัติงานและประชาชน เพื่อสร้างเครือข่ายการทำงานและการแลกเปลี่ยนความรู้ ทำให้ศาสตร์การแพทย์ทางเลือกมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

4. ควรมีนโยบายสนับสนุนความก้าวหน้าของบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการแพทย์ทางเลือก เพื่อทำให้เกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ เรื่องของสวัสดิการ ค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน การเพิ่มอัตราตำแหน่งงาน และการยอมรับในวิชาชีพด้านการแพทย์ทางเลือก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เน้นเฉพาะกลุ่มองค์กรแพทย์ทางเลือกที่เป็นโรงพยาบาลของรัฐ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนหรือสถานพยาบาลที่ให้บริการด้านการแพทย์ทางเลือก เช่น คลินิก

2. ควรศึกษาวิจัยผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลที่ให้บริการการแพทย์ทางเลือกร่วมกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เปรียบเทียบกับโรงพยาบาลที่ให้บริการเฉพาะแพทย์ทางเลือกอย่างเดียว เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนงานระบบการให้บริการสุขภาพในระดับประเทศต่อไป

References

- Berenson, R. A., Pronovost, P. J. & Krumholz, H. M. (2013). *Achieving the potential of health care performance measures*. Retrieved December 15, 2014, from <http://www.rwjf.org/content/dam/farm/reports/reports/2013/rwjf406195>
- Chen, Y. C. & Lin, S. (2013). Applying importance-performance analysis for improving internal marketing of hospital management in Taiwan. *International Business Research*, 6(4), 45-54.
- Glickman, S. W., Baggett, K. A., Krubert, C. G., Peterson, E. D. & Schulman, K. A. (2007). Promoting quality: the health-care organization a management perspective. *International journal for quality in health care*, 19(6), 341-348.
- Health insurance system research office. (2014). *Eating disease without overlook*. Retrieved April 20, 2014, from <http://www.hisro.or.th/main/?name=news&file=readnews&id=588> [in Thai]
- Hines, A. L. (2009). *Identification of Critical Success Factors for the Sustainability of Frontier Extended Stay Clinics*. USA: Central Michigan University.
- Kaissi, A. A. (2008). Strategic planning processes and hospital financial performance. *Journal of Health Care Management*, 53(3), 197-209.
- Kanokwongnuwat, P. (2013). Model of Hospital Management on Breakthrough financial crisis. *Journal of Prapokklao Hospital Clinical Medical Education Center*, 30(2), 106-122. [in Thai]
- Kaplan, S. R. & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: translating into action*. United States of America: Harvard business school press.
- Lowe, G. (2012). How employee engagement matters for hospital performance. *Healthcare quarterly*, 15(2), 29-39.

- Pillay, R. (2008). Defining competencies for hospital management: A comparative analysis of the public and private sector. *Leadership in Health Services*, 21(2), 99-110.
- Promoting health services office, Health service support, Ministry of public health. (2012). *Business health promotion strategy, Health service support plan 2013-2017*. Bangkok: Art Qualified. [in Thai]
- Serrer, P. & WongAwooparach, P. (2010). Study Alternative Medicine Using Behavior of Thai people. *In Situation Thai traditional Medicine Folk Medicine and Alternative Medicine report 2007-2009 (pp. 158-186)*. Bangkok: Samcharoen panich (Bangkok). [in Thai]
- Songpanich, M. (2009). *The providing complementary medicine in public hospitals*. Thesis of Master degree of Cultural studies, Mahidol University. [in Thai]
- Songsraboon, R. (2014). Perceived service quality and factors affecting word of mouth communication of private hospitals. *Panyapiwat Journal*, 5(2), 16-29. [in Thai]
- Thailand development research institute. (2014). *Report TDRI: Guidelines limiting the cost to the health care bureaucracy*. Retrieved March 15, 2014, from <http://tdri.or.th/wp-content/uploads/2014/02/wb99.pdf> [in Thai]
- Thailand productivity institute. (2006). *Best practices TQA Winner for health care organization*. Bangkok: Jirawat express. [in Thai]
- Thailand quality award Office. (2012). *TQA criteria for Performance excellence 2012-2013 (2nd ed.)*. Bangkok: Pongwarin printing. [in Thai]
- Yasin, M. M., Gomes, C. F. & Miller, P. E. (2011). Competitive strategic grouping for hospitals: Operational and strategic perspectives on the effective implementation of quality improvement initiatives. *The TQM journal*, 23(3), 301-312.



Name and Surname: Pathita Jaruwanchai

Highest Education: Ph.D. (Organization development and human capability management)

University or Agency: Graduate school of commerce, Burapha University

Field Expertise: Dhamma Alternative Medicine and Research

Address: 457/29 Jaroenkrung Rd., Bangklo, Bangkloleam, Bangkok 10120



Name and Surname: Krit Jarinto

Highest Education: Doctor of business administration

University or Agency: Graduate school of commerce, Burapha University

Field Expertise: Organization Behavior and Statistics in Business.

Address: 169 Long-Hard Bangsaen Rd., Saensook, Chon Buri 20131

PANYAPIWAT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์

MANAGING POLICIES TO SAFEGUARD FOOD AVAILABILITY IN KENYA: A CASE STUDY OF THAILAND'S AGRICULTURAL PRIVATE SECTOR OUTLOOK

การจัดการเงินโยบายเพื่อการมีอาหารอย่างเพียงพอในประเทศเคนยา:
กรณีศึกษาจากความคิดเห็นของการเกษตรภาคเอกชนในประเทศไทย

Edith A. Oketch¹ and Pithoon Thanabordeekij²

^{1,2}International College, Panyapiwat Institute of Management

Abstract

Kenya, known as Africa's powerhouse in terms of economic growth and investment is crippled by food insecurity, with over 10 million people suffering from chronic food, attributed to failed food and agriculture policies, through their effectiveness or implementation process to guarantee food availability. **The problem** is Kenya did not achieve the millennium development goals ended 2015, and with the commencement of the sustainable development goals in 2016 towards Zero hunger in the world, the country needs new ways of managing the issue of food security to yield a better outcome. The **objective** of this study is to determine ways of managing policies on food availability in Kenya, using a case study of Thailand's agricultural private sector. The study explores the following **question**: What are the approaches of managing policies in Kenya to ensure food availability through the counsel of corporate Thailand in the agricultural sector? This qualitative case study is based on Food Security and Nutrition Strategies and Policies framework. The population was drawn from 11 key persons of authority in corporates related to food security and agricultural in the country, chosen through triangulation - combining purposive sampling and snow balling. Data was collected through semi-structured interview process and documented data. Analysis tool used was pre-coding. The findings recommending the use of technology to maximize production and control environmental conditions and linking demographic dynamics to technological advancement in food production and utilization, among others.

Keywords: Food Security, Agriculture, Policies, Kenya

บทคัดย่อ

ประเทศเคนยา ที่รู้จักกันว่าเป็นแหล่งพลังที่ช่วยในการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลงทุน แต่มีความไม่มั่นคงทางด้านอาหาร เพราะเหตุที่ประชากรมากกว่า 10 ล้านคนได้รับความทุกข์ยากจากการขาดแคลนอาหาร เป็นเวลายาวนาน อันเป็นผลมาจากความล้มเหลวทางด้านการจัดการอาหารและนโยบายการเกษตรที่ขาดประสิทธิภาพ จนทำให้เคนยาไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาได้ และการพัฒนายังย่ำแย่ได้เริ่มต้นใหม่ในปี 2016 เพื่อลดความอดอยากให้เป็นศูนย์ โดยเคนยาต้องหาวิธีการใหม่ที่ได้ผลที่ดีกว่าในการจัดการกับความมั่นคงทางด้านอาหาร การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการแสวงหาแนวทางเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่ามีอาหารอยู่อย่างพอเพียง บนพื้นฐานการใช้กรณีศึกษาของการเกษตรภาคเอกชนของประเทศไทย และใช้คำถามเป็นหลักดังนี้ คือ วิธีการจัดการเพื่อให้มีอาหารอยู่อย่างเพียงพอด้วยการปรึกษากับบริษัทในภาคการเกษตรแห่งประเทศไทยบนพื้นฐานของความมั่นคงทางอาหาร และกรอบนโยบายทางด้านสารอาหาร และใช้การคัดเลือกบุคคลสำคัญที่มีอำนาจในบริษัทเอกชน จำนวน 11 คน วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้แบบเจาะจง และแบบลูกโซ่ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง รวมทั้งข้อมูลจากเอกสาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้มีการตั้งค่าไว้ล่วงหน้า ผลการศึกษาได้แนวทางในการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ได้ผลผลิตภาพสูงสุด รวมทั้งควบคุมสภาพสิ่งแวดล้อม และการเชื่อมโยงกับประชากร นำไปสู่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตและการใช้อาหารในการบริโภค

คำสำคัญ: ความปลอดภัยด้านอาหาร เกษตรกรรม นโยบาย ประเทศเคนยา

Introduction

Food is a basic necessity of life. Yet about 795 million of the current 7.3 billion world population, suffer from chronic undernourishment (FAO, 2015: 8). Experts have debated the capacity of the world's agricultural systems to produce enough food for an ever-increasing population with FAO maintaining that there is enough food produced to feed everyone, 1½ times over (FAO, 2003: 2-3).

The focus of this paper, therefore, is the Republic of Kenya, the 4th largest economy in Sub-Saharan Africa (SSA), and Africa's powerhouse, yet 33% of the population are food insecure (Wakibi, Gichuhi & Kabira, 2014: 13), taking a general look at the food security concept since insecurity is strewn all over the country as indicated in figure 1.

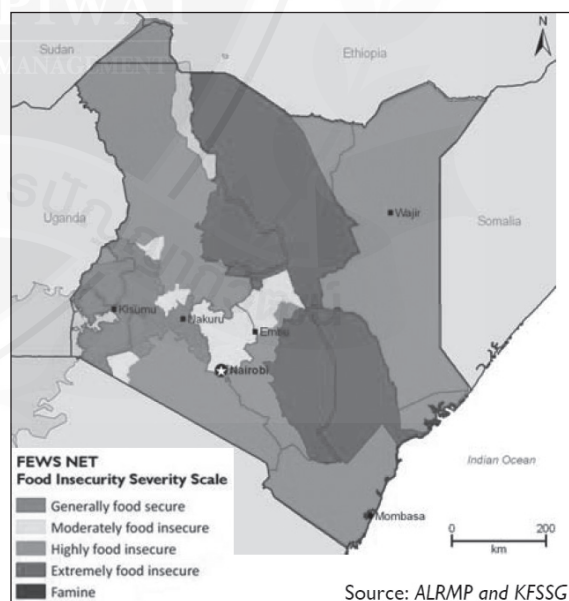


Figure 1

Source: KFSSG, 2011: 3

Food security, therefore, is defined as “when all people at all times have access to sufficient, safe, nutritious food to maintain a healthy and active life”, with food availability, an aspect of food security (FAO, 2008: 1).

The study of food availability, one of the 4 pillars of food security, is based on the supply of food through production, distribution, and exchange.

Unavailability of food is determined by a variety of interdisciplinary factors such as climatic conditions and environmental protection; population growth; rapid urbanization; and land use (Walker et al., 2010: 454-470, Barclay & Epstein, 2013: 215-233), which then affect policy implementation and effect.

Article 43(1)(c) of the constitution of Kenya states that “every person has the right to be free from hunger and to have adequate food of an adequate quality” (GOK, 2014: 362). This is a right the government has failed to protect millions of citizens from, therefore the failed policies form the basis of this study.

Research Objective

The general objective of this study was to determine ways of managing policies on food availability in Kenya, using a case study of Thailand’s agricultural private sector, with the *goal* of offering enlightening counsel for Corporate Kenya towards driving these policies and achieve food security.

Literature Review

Some of the main causes of food insecurity in Kenya affecting food availability include:

1. *The climatic conditions*: affected by extreme drought and famine as well as flooding (Clover, 2003: 5-15), shorter drought cycles of 2-3 years from a period of 5-7 years in the past (Kiome, 2009), higher than average land surface temperatures in pastoral areas, depleting rangeland resources, changing and unpredictable climate from effects of climate change and decreasing land productivity (Gregory, Ingram & Brklacich, 2005: 2139-2148).

2. *Rapid population growth*: with annual growth rate of 2.46% and this means the availability of land for people to work is dwindling and non-farm employment options are declining, increasing pressure for land and on the environment (USAID, 2014), danger of civil strife (IFPRI, 2011:66).

3. *Rapid urbanization*: as a result of rural to urban migration as people seek employment and a better life, with Nairobi’s population set to nearly double to almost six million by 2025. This causes inadequate food supply for the residents, with a large proportion of urban dwellers unable to meet food needs on a sustained (Oxfam, 2009: 16).

4. *Land use and allocation*: faces challenges in the urban fringes since agricultural land use conversions have not been done sustainably (Museleku, 2013: 27), unsustainable land fragmentation and landlessness, as large chunks of idle land owned by the State or individuals still exist (Gitu, 2006: 11).

Kenya’s failed Policy Framework

A policy is the government’s declaration of interest to discharge an activity in response to a particular enigma affecting the public

(NORRAG, 2008: 48). This research intends to deliberate food and agricultural policies whose failures may have resulted in unavailability of food through the implementation of existing national and sectoral policies and strategies to effectively address issues of food insecurity in Kenya (The Republic of Kenya, 2011: 6).

The failed policies according to Sadauskaite, 2014: 20-35, FSNP, 2007: 21-65, FSNP, 2011: 10-42, MAFAP, 2013: 31-43, Alila, 2006: 20-22, Joshi, 2012: 44-69, Nyangweso et al., 2005: 919-926 and Thuo, 2011: 223-238, are summarized in table 1 below.

Table 1 Failed food and agricultural policies on food availability in Kenya

KENYAN FOOD & AGRICULTURE POLICIES	POLICY FAILURES
Agricultural input policy	Ineffective and unsustainable food relief programs. Poor drainage systems have ruined fields and affected farm yields. Lack of proper strategic reserve management to reduce effect of seasonal cropping and food prices. Poor information flow to farmers on appropriateness and levels of use of improved inputs. High cost of inputs make them inaccessible to farmers.
Agricultural productivity policy	Low productivity levels due to unaffordable readily available modern farming technologies. Poor institutions, marketing and storage facilities which have also reduced incentives to produce. The reliance on rain-fed agriculture and competition for land affecting productivity. Lack of crop diversification and access to land. Poor infrastructure for effective transport, storage, refinement, preservation, distribution and marketing.
Research and extension policy	Poor linkage between research, extension and farmers. Poor resource base for farmers and poor adaptability of some of the technologies to local circumstances. Reliance on traditional technology. Kenya Seed Company has an unfair monopoly over KARI output, therefore reducing the distribution of high yielding varieties
Land use policy	Difficulty to access and utilize land with only less than 20% of the country's land surface of high and medium potential. Lack of accurate and up to date database information on land. The core of this policy is to attract and utilize foreign aid which is unsustainable.
Early Warning and Emergency Management Policy	Inappropriateness of some foods donated. Inefficiency of food aid supported programs including lack of timeliness, high costs of delivery and administration. Causes disincentives for investment in domestic production as a result of reductions in domestic prices. Unsustainability to communities that benefit from these programs
Institutional and Legal Framework and Financing Policy	Lack of finance for agriculture. Inaccessibility to credit especially for small scale farmers and women. Actual investment in the sector has been small.

Source: FSNP, 2007, FSNP, 2011, MAFAP, 2013, Alila & Atieno, 2006, Joshi, 2012, Nyangweso et al., 2005 and Thuo, 2011

Thailand's Agricultural sector

Thailand has been widely cited due to its strong economic growth and development that has been based on agricultural production which is the country's backbone (WB, 2016). It can produce surplus agricultural food products for export and the largest sole net food exporter in Asia (BOI, 2013), with the annual value of food exports in 2014 reaching Bht1.01 trillion.

Since Kenya's economy as well as food security concern similarly depend on the development of the agricultural sector, a study of Thailand's pattern of agricultural development may prove valuable to Kenya in dealing with food insecurity.

It is noteworthy that no country can claim that it has eliminated chronic hunger and food insecurity. Therefore, no country that can present itself as an example of complete success in this regard. Successes that can be learnt by other countries may be about specific experiences of countries in improving certain, but not necessarily all, aspects of their food security, and they can be accompanied by shortcomings in other aspects, sometimes being involved even in trade-offs with competing objectives (FAO, 1996).

A bottom-up approach to agricultural policy is adapted in realization that governments do not always have adequate resources to solve all public problems and the corporate sector needs to play a more active role in the sector (Dye, 2011: 15).

Although there is a growing body of literature

examining food security, no studies exist that examine the relationships between failed food security and agricultural policies in Kenya, and how the corporates in Thailand can endorse ways of drive the policies in Kenya. In light of these, the following hypotheses guide this study:

H1: Because Thailand has made considerable success in in the agricultural sector, it can serve as example for Kenya.

H2: Thailand's corporate policy experiences in food, nutrition and agriculture can be applicable to Kenya

H3: Successes made in food security on food availability in Thailand are limited to only certain areas of Kenya.

Research Methodology

The design employed was a qualitative case study, investigating a contemporary phenomenon in depth and within its real life context (Yin, 2009: 93). The population was drawn from English speaking Thai key informants in Thailand's private sector, related to food security in the agricultural sector. A sample study between 3-15 participants is adequate when the subject of interviews seeks to elicit information based on the knowledge and experience of the participants (Creswell, 2013: 78-79). 11 key informants were therefore chosen, through triangulation method based on purposive and snow ball in order to strengthen, enrich, validate the other, or provide a critical perspective to the other (Yin, 2014: 94).

Data collection integrated

(a) *Documentary research techniques* used to collect secondary data from reports published by different government and non-governmental organizations, journal articles, documentaries, and media sources.

(b) *Semi structured interviews* guided by the use of open ended questionnaire to allow elites to respond broadly to the issues, in ways that give them freedom to use their intellectual rigor and imagination to respond in detail and from different perspectives (Rossman & Rallis, 2012).

Data analysis was conducted by manual closed coding which locates the most meaningful fragments of the data, and to generate theories about the data, by manipulating it (Gough & Scott, 2000: 341), derived from the conceptual framework focusing on food availability (Hendriks & Olivier, 2014: 562).

Research Findings

Under the concept of food availability, the research examined supply of food through production, distribution, exchange and consumption, determined by climate, population growth, urbanization and land use which are the causes of food unavailability, resulting in the failed policies. With a clear objective to determine ways Thailand has managed these factors, to guide corporate Kenya on how best to drive the related policies, the research found the following:

1) *Climatic conditions*

The corporate sector in Thailand uses the following mechanism to address climatic

conditions that affect food availability.

1. *Use of technology to maximize production and control environmental conditions:* Due to the high temperatures, use of greenhouse technology is widely used in enhancing productivity in farms. Closed system of housing with evaporating cooling system for poultry and swine to control the environment, using solar panels to produce energy.

2. *Investment in research in optimizing agricultural production:* by developing high yield seeds or species of the crop or animals that would acclimatize to the change of climate, resistance to insects and environmental research that aids in the natural reserve protection and preservation through the use of chemicals in the agricultural area.

2) *Population growth*

The following mechanisms have been applied to ensure food availability.

1. *Diversification of sources of food:* to avoid over dependency on one or few nutrient sources which can put the people at risk of food insecurity. Diversification of feed used for animals is key so that the livestock are not fed on what can be used for feeding the human population in case of shortage or crisis.

2. *Physical infrastructure development:* Corporates have invested in infrastructure which is key in terms of proper and massive storage facilities or silos, cold rooms and preservation technology, which is adequate for the whole sector in the country. This helps to contain large harvest, prevent food spoilage and ensure constant or continuous food supply into the market for both crop and animal products for

an all year round food availability even during low harvests

3) Rapid urbanization

The following mechanisms have been applied to ensure food availability.

1. *Linking new agricultural technologies to the dynamic urban climate and generational change:* Rapid urbanization which causes the work force to move into the industrial or service sector. This has brought about investment in automation to improve efficiency and increase productivity with little manpower required to feed animals, planting or harvesting. The workforce is utilized in the agroindustry sector.

2. *Creating pro-poor strategies to address food needs in urban areas:* such as urban agriculture has also been spearheaded by part of the private sector that try to reach the families in the urban areas, through farming on rooftops, public areas such as government buildings, schools, temples, and other semi-public offices, urban street trees and slum projects.

4) Land use and allocation

The following mechanisms have been applied to ensure food availability.

1. *Community-Private sector partnership strategy is used to increase access to, and utilization of arable land.* Through contract farming, and with the help of the government and local leaders, consolidate farmers to join small uneconomical parcels of land and teach them if they work together they will benefit more from efficiency of mechanization, only possible with large parcels of land.

2. *Research and zoning to increase yield*

and agricultural land maximization: where food crops are grown where they can thrive and then exploit the productivity through high quality inputs through research. Engaging in vertical farming in glass houses or rooftops, which has ensures maximum efficiency in small pieces of land.

Discussion of Findings

The causes of food insecurity have tremendously affected the availability of food through (1) production (mechanization, land use, soil management and climate), (2) distribution (storage, processing, transport, packaging, and marketing of food), (3) exchange (efficient trading systems and market institutions) and (4) consumption (food safety, nutritional value and food choice).

From the findings, it is clear that Thailand's private sector plays a dominant role in driving the policies on food availability and these strategies applied, offer practical lessons to Kenya. This lesson-drawing emphasizes on cognition and the redefinition of interests on the basis of new knowledge which affects the fundamental beliefs and ideas behind policy approaches. However, they need to be tailored even further, so as to target the different needs of each individual or household in Kenya, based on their strategic needs.

The following endorsements are drawn from the study findings, intended to address the key failed food and agriculture policies, towards corporate management of food availability in the country:

(Summarized in Table 2).

Table 2 Thailand-Kenya Cross-national, Lesson-drawing Policy drive experience

KENYAN FOOD & AGRICULTURE POLICIES	THAILAND POLICY DRIVE LESSON-DRAWING
Agricultural input policy	1. Build cheap and effective means of harnessing the rain water that causes flooding
	2. Aid farmers in accessing farm inputs such as seeds, technology, and inputs by way of contract farming
	3. Offer new security and performance-based incentives for farmers to switch technologies
	4. Introduce modern farming methods and information on improved seed varieties, pesticides, green houses, fertilizers, irrigation, crop diversification, machinery and artificial insemination that increase yield
Agricultural productivity policy	1. Invest in proper irrigation systems and water harvesting equipment to promote Rain Water Harvesting methods for irrigation, construction of dams and water pans to store more water and drilling boreholes
	2. Building storage facilities, green house technologies and creation of strategic food
	3. Educating communities on proper preservation and storage methods
	4. Promote technology and innovation in the sector to increase agricultural productivity
Research and extension policy	1. Invest in research and government monopoly in this area should be discouraged. Competition is healthy
	2. Learn best international farming practices is to address gaps in agricultural production
	3. Specialized research on appropriate farming activities, including technology and modern farming with regards to the agro ecological diversity of Kenya
	4. Developing the livestock sector as it remains largely unexploited and this has been worsened by drought and lack of ready market
Land use policy	1. Help transition to large scale mechanized farming in order to significantly improve on productivity
	2. Help control the change of agricultural land use due to low farmers' income by encouraging farmers to plant both the food crops and cash crops for diversified income
	3. developing urban agriculture through vertical farming
Early Warning and Emergency Management Policy	1. Work with the government through CRS programs, to engage in food aid and family support programs
	2. Support to the government through funding or engagement in school milk and school lunch programs
	3. Participate and encourage zoning of food to reduce the food miles covered
	4. Promotion of the weather based insurance scheme for crop and livestock production to farmers
Institutional and Legal Framework and Financing Policy	1. Build on value addition in agricultural products to unravel the agribusiness potential
	2. Collaborate with the government to work out good mapping
	3. Build on the retail market or supermarket revolution

Conclusion

Despite the importance of the agricultural sector to the Kenyan economy, the country is crippled by the effects of climate change on the rise with devastating effects; rising population pressures which continue to tip the balance against food production; urbanization continues at an accelerated pace; increasing risk of land degradation and agricultural land conversions. The viewpoints of Thailand's corporate sector are not new to the Kenyan policy drive environment in managing these concerns. However, the approach and attitude towards self-sufficiency and eradication of hunger with the interest of the citizens being a priority, has driven Thailand to become nationally food secure and a net food producer. The achievement of food security for all, and especially for the most deprived, requires Policy Coherence for Development at all levels. Coherent action should be implemented by the private sector, civil society international organizations as well as governments.

In light of the three hypothesis in this study, the research proved that Thailand serves as an example to Kenya due to its considerable success in the agricultural sector, and these corporate policy experiences in food, nutrition and agriculture can be applicable to Kenya since some of the policy implementation drives have already been implemented in Kenya with varying difference in scope of implementation, approach, and cultural influence that may

have played part. However, the limitation of certain strategies to particular regions in Kenya could not be proved due to the limitation of this project. Nevertheless, the possibility that this hypothesis is still correct is not ruled out.

Recommendations

1) This study recommends:

a) A holistic approach to food availability through production, distribution, exchange and consumption which are linked and failure in any one factor will yields grave consequences for Kenya.

b) The government's participation in creating more and better private sector foreign investment opportunities for the Thai investor such as CP in the food and agricultural sectors, as part of the strategy to work towards achieving the UN SDG zero hunger initiative by 2030.

2) Future research recommendations include:

a) Investigating these four causes of food security singularly and more in-depth with reference to specific regions in the country.

b) Failures and challenges of food security in Thailand may also need to be researched more as they provide equally valuable lessons.

c) An in-depth study of the sufficiency economy and its role in ensuring food security in Thailand is an area of interest and if/how it can be applicable in Kenya.

d) A comparison case study of Thai policy to see if the Kenyan policy can be used.

References

- Alila, P. O. & Atieno, R. (2006). *Agricultural Policy in Kenya: Issues and Processes*. Retrieved February 4, 2016, from http://r4d.dfid.gov.uk/PDF/Outputs/Futureagriculture/Ag_policy_Kenya.pdf
- Barclay, K. & Epstein, C. (2013). Securing Fish for the Nation: Food Security and Governmentality in Japan, *Asian Studies Review*, 37(2), 215-233.
- BOI. (2013). *Thailand: Food Exports Soaring: Industry Focus*. Retrieved February 9, 2016, from http://www.boi.go.th/tir/issue/201303_23_3/42.htm
- Clover, J. (2003). Food security in sub-Saharan Africa. *African Security Review*, 12, 5-15.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research: Choosing among Five Approaches* (3rd ed.). Los Angeles: SAGE.
- Dye, T. R. (2011). *Understanding Public Policy* (13th ed.). Boston: Longman.
- FAO. (1996). *Success stories in food security. World Food Summit*. Technical background documents 1-5. Volume 1.
- FAO. (2003). *Unlocking the water potential of agriculture*. Retrieved February 11, 2016, from ftp://ftp.fao.org/agl/aglw/docs/unlocking_e.pdf
- FAO. (2008). *An Introduction to the Basic Concepts of Food Security*. Retrieved February 7, 2016, from <http://www.fao.org/docrep/013/al936e/al936e00.pdf>
- FAO. (2015). *The State of Food Insecurity in the World*. Retrieved February 6, 2016, from <http://www.fao.org/3/a-i4646e.pdf>
- FSNP. (2007). *The new Food Security and Nutrition Policy*. Retrieved February 10, 2016, from ftp://ftp.fao.org/upload/eims_object/.../NationalFoodSecurityandNutritionPolicy.doc
- FSNP. (2011). *The new Food Security and Nutrition Policy*. Retrieved February 10, 2016, from [https://extranet.who.int/nutrition/gina/sites/default/files/KEN%202011%20National%20Food%20and%20Nutrition%20Security%20Policy\[1\].pdf](https://extranet.who.int/nutrition/gina/sites/default/files/KEN%202011%20National%20Food%20and%20Nutrition%20Security%20Policy[1].pdf)
- Gitu, K. W. (2006). *Agricultural Development and Food Security in Sub Saharan Africa*. Rome: FAO.
- GOK. (2014). *The Food Security Bill, 2014*. Retrieved February 7, 2016, from <http://kenyalaw.org/kl/fileadmin/pdfdownloads/bills/2014/TheFoodSecurityBill2014.pdf>
- Gough, S. & Scott, W. (2000). Exploring the Purpose of Qualitative Data Coding in Educational Inquiry: Insights from Recent Research. *Educational Studies*, 26(3), 339-354.
- Gregory, P. J., Ingram, J. S. I. & Brklacich, M. (2005). Climate Change and Food Security. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 360, 2139-2148.
- Hendriks, S. L. & Olivier, N. J. J. (2014). Review of the South African Agricultural Legislative Framework: Food security implications. *Development Southern Africa*, 32(5), 555-576.
- IFPRI. (2011). *Global Food Policy Report 2011*. Retrieved February 13, 2016, from <http://ebrary.ifpri.org/cdm/ref/cp15738coll2/id/126897ollection/>

- Joshi, A. (2012). Food Security in the Great Lakes Region: Reconciling Trade Liberalization with Human Security Goals. In R. Rayfuse & N. Weisfelt (Eds.). *The Challenge of Food Security. International Policy and Regulatory Frameworks*. (pp. 44-69). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Kenya Food Security Steering Group (KFSSG). (2011). *The 2011 Long Rains Mid-Season Assessment Report*. Retrieved February 24, 2016, http://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/Full_Report_1607.pdf
- Kiome, R. (2009). *Food Security in Kenya*. Nairobi: Ministry of Agriculture, Kenya.
- MAFAP. (2013). *The Monitoring African food and Agricultural Policies*. Retrieved February 10, 2016, from https://http://www.fao.org/fileadmin/templates/mafap/documents/Tanzania/URT_Country_Report_Jul2013.pdf
- Museleku, E. K. (2013). *An Investigation into Causes and Effects of Agricultural Land Use Conversions in the Urban Fringes: A Case Study of Nairobi-Kiambu Interface*. Retrieved February 9, 2016, from <http://cae.uonbi.ac.ke/sites/default/files/cae/cae/Erastus%20Kiita%20Museleku%20%20B92-64952-2010.pdf>
- NORRAG. (2008). *Education for Sustainable Development? Or The Sustainability of Education Investment? A Special Issue*. Retrieved February 9, 2016, from <http://www.norrag.org/en/publications/norrag-news/online-version/education-for-sustainable-development-or-the-sustainability-of-education-investment-a-special-issue/detail/education-skills-sustainability-and-growth-complex-relations.html>
- Nyangweso, P. M., Serem, A. K., Kipsat, M. J. & Maritim, H. K. (2005). *Implementing Kenya's Food and Agricultural Policy: The Ever Widening Gap between Intent and Action*. Retrieved February 15, 2016, from <http://www.acss.ws/upload/xml/research/634.pdf>
- Oxfam International. (2009). *Kenya threatened by new urban disaster*. Retrieved February 10, 2016, from <https://www.oxfam.org/en/pressroom/pressreleases/2009-09-10/kenya-threatened-new-urban-disaster>
- Pratruangkrai, P. (2014). *Food exports to keep surging next year*. Retrieved February 10, 2016, from <http://www.nationmultimedia.com/news/business/macroeconomics/30249979>
- Rossman, G. B. & Rallis, S. F. (2012). *Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research*. Los Angeles: SAGE.
- Sadauskaite, U. (2014). *The issue of food insecurity in Kenya*. Retrieved February 9, 2016, from https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&src=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiW6sW1gl7QAhXEo48KHQFYBFYQFgggMAE&url=http%3A%2F%2Fvbn.aau.dk%2Fws%2Ffiles%2F206970431%2FFood_Security_in_Kenya.docx&usg=AFQjCNF5rzLSmZuqghe0779hqFE3Tvvd1Q&sig2=AWJQUltL11AUyw0KAInJmw

- The Republic of Kenya. (2007). *National Food and Nutrition Security Policy*. Nairobi, Kenya: Agricultural Sector Coordination Unit (ASCU).
- The Republic of Kenya. (2011). *National Food and Nutrition Security Policy*. Retrieved February 15, 2016, from [https://extranet.who.int/nutrition/gina/sites/default/files/KEN%202011%20National%20Food%20and%20Nutrition%20Security%20Policy\[1\].pdf](https://extranet.who.int/nutrition/gina/sites/default/files/KEN%202011%20National%20Food%20and%20Nutrition%20Security%20Policy[1].pdf)
- Thuo, C. M. (2011). The Influence of Enterprise Diversification on Household Food Security among Small-scale Sugarcane Farmers: A Case Study of Muhoroni Division, Nyando District, Kenya. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 17(3), 223-238.
- USAID. (2014). *Food Assistance Fact Sheet: Kenya*. Retrieved February 10, 2016, from <https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1860/Kenya%20Food%20Security%20Fact%20Sheet%2010%2028%2014.pdf>
- Wakibi, S., Gichuhi, W. & Kabira, W. M. (2014). *Food Security Score for Kenya*. Retrieved February 11, 2016 from <http://awdflibrary.org/bitstream/handle/123456789/239/food%20security%20score%20for%20kenya%20by%20samwel%20wakibi,%20wanjiru%20Gichuhi%20%26Mukabi%20Kabira.pdf?sequence=1>
- Walker, R. E., Butler, J., Kriska, A., Keane, C., Fryer, C. S. & Burke, J. G. (2010). How Does Food Security Impact Residents of a Food Desert and a Food Oasis?. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 5(4), 454-470.
- WB. (2016). *Thailand became an upper-middle income economy in 2011*. Retrieved February 19, 2016, from <http://www.worldbank.org/en/country/thailand/overview>
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research: Design and Methods* (4th ed.). Los Angeles: SAGE.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research: Design and Methods*. Los Angeles: SAGE.



Name and Surname: Edith Oketch

Highest Education: Master of Business Administration
(MBA – International Business), Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: International Business

Address: 79/535 Pathumwan Resort, Phaya Thai Rd., Ratchathewi
Bangkok 10400



Name and Surname: Pithoon Thanabordeekij

Highest Education: Doctor of Philosophy, University of Wisconsin
Milwaukee

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Industrial Organization

Address: No. 20/69 Moo 4, Soi Chimplee, 20 Talingchan, Bangkok
10160

PANYAPIWAT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

การวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ ในธุรกิจสายการบิน

THE FACTOR ANALYSIS AND DEVELOPMENT FACTORS OF AIR TRANSPORT SERVICES; SERVICE RISKS IN AIRLINE BUSINESS

ธิตินันท์ ชานุกอสอน

Thitinan Chankoson

คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยงและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน โดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 วิธี คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อค้นหาตัวแปรแฝง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในการทดสอบสมมติฐานและพัฒนาองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ มีองค์ประกอบรวม 6 องค์ประกอบ คือ การปฏิบัติงานบริการและบุคลากร ความรวดเร็วและการเอาใจใส่ การอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ความเหนียวแน่นของผู้โดยสาร และการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพตามลำดับ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 75.64 และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้พัฒนาขึ้น มีความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์คือ Chi-square = 564.711, df = 246, GFI = 0.926, AGFI = 0.902, CFI = 0.969, RMR = 0.035, RMSEA = 0.046

คำสำคัญ: ความเสี่ยงของการบริการ ธุรกิจสายการบิน บริการขนส่งทางอากาศ

Abstract

The purposes of this study were to find factors causing service risks and to develop the factors of Air Transport Services; service risks in Airline business. This research was the survey research and development. The data were collected by using questionnaires. The data were statistically analyzed by factor Analysis into two parts, which are the Exploratory Factor Analysis: EFA to find the latent variable and the Confirmatory Factor Analysis: CFA to prove whether or not the hypothesis was statistically significant. The analysis's result of EFA indicated that the six factors

including People and Service operation, Timeliness and Priority, Facilitation, Service environment, Fatigue, and Service Delivery, respectively. These could be interpreting 75.64% of variance. Moreover, the consistency of the model in each component was tested. The analysis's result of CFA proves that the development model was validated the empirical data due to the comprised indicators as Chi-square = 564.711, df = 246, GFI = 0.926, AGFI = 0.902, CFI = 0.969, RMR = 0.035, RMSEA = 0.046

Keywords: Service Risks, Airline Business, Air Transport Services

บทนำ

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับมหภาค (Macro perspective level) ตลอดจนความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technological Advances) ความเชื่อมโยงทางสังคมโลกาภิวัตน์ (Globalization) ย่อมสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมอย่างผสมผสานกัน ส่งผลต่อความสำคัญในการดำเนินงานทางธุรกิจ ด้วยเหตุดังกล่าว องค์กรธุรกิจพาณิชย์จึงต้องปรับทิศทางและบทบาทในการเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น จากดัชนีชี้วัดการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมบริการ ถือว่ามีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังรายงานปี พ.ศ. 2556 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีมูลค่ารวม 12.9 ล้านล้านบาท ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าผลผลิตที่เกิดจากภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 38 หรือคิดเป็นจำนวนเงินมูลค่า 4.9 ล้านล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงธุรกิจสายการบิน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการคมนาคมของชาติ จัดเป็นการขนส่งทางอากาศ (Air Transport) ประเภทหนึ่งที่เป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังข้อมูลแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ โดยสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ

(International Air Transport Association: IATA) ได้คาดการณ์ความต้องการของจำนวนผู้โดยสารที่มีการเดินทางจราจรทางอากาศ ในระหว่างปี 2013-2017 ซึ่งคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.4 (IATA, 2013) ในขณะที่ยังคงมีการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ได้กล่าวถึง อัตราการเติบโตไปในทิศทางบวกเช่นเดียวกันคือ อัตราจำนวนผู้โดยสารที่จะใช้บริการการขนส่งทางอากาศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี 2015 และปี 2016 ที่ร้อยละ 6.3 และร้อยละ 6.5 ตามลำดับ (ICAO, 2014) จากข้อมูลข้างต้นย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและทิศทางของอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ที่มีแนวโน้มเชิงบวก ตามการคาดการณ์ขององค์กรการบินที่สำคัญของโลก

ภายใต้สถานการณ์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจพาณิชย์ในปัจจุบันของธุรกิจสายการบิน ซึ่งอาจมีลักษณะเที่ยวบินแบบประจำกำหนด (Scheduled flight) และเที่ยวบินแบบไม่ประจำกำหนด (Non-Scheduled flight) ตลอดจนนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรี หรือการทำการผ่อนปรนด้านการขนส่งทางอากาศ โดยมีการเปิดน่านฟ้าเสรีในลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป (Progressive Liberalization) อันเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีภาคการขนส่งทางอากาศแบบเต็มรูปแบบ เพื่อการส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยว (ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2558) ส่งผลทำให้เกิดสถานการณ์ของการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ที่มีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ในขณะที่ความสามารถในการเข้าถึงการบริการขนส่งทางอากาศเพื่อการเดินทาง

ระหว่างประเทศเป็นไปได้มากขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถได้รับการให้บริการจากสายการบินที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ประเด็นการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่มารับบริการ อันได้แก่ มาตรฐานการบินที่ดี ความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความไม่พึงพอใจในการใช้บริการและคุณภาพการบริการฯ จึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้โดยสารที่มารับบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน จึงควรให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาประสิทธิภาพการบริการ อันเป็นการสร้างความแตกต่างสู่ความเป็นเลิศ รวมถึงการบริหารจัดการด้านปัจจัยความเสี่ยงของการบริการ ซึ่งจะเป็ปัจจัยเสริมที่อาจสร้างมูลค่าหรือคุณค่าเพิ่มทางธุรกิจในอนาคตทั้งสิ้น ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเตรียมความพร้อมด้านการบริหารจัดการเชิงรุกและเชิงรับในภาคการบริการขนส่งทางอากาศ ซึ่งอยู่ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) โดยที่จะทำให้อุตสาหกรรมสายการบินประสบความสำเร็จและสามารถดำรงธุรกิจอยู่รอดได้ ภายหลังกการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และมีความพร้อมต่อการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนแบบเต็มรูปแบบในอนาคตอันใกล้

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ตามแนวคิดการตัดสินใจเลือกซื้อการบริการด้านความเสี่ยงของการบริการ หรือความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ อันเป็นพื้นฐานการบริการเชิงบวกที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยนำมาประยุกต์ปรับใช้ในงานวิจัยนี้ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการ ภายใได้บริบทการสร้าง ความพึงพอใจด้วยการลดความเสี่ยงของการบริการที่ผู้โดยสารอาจจะได้รับ หรือลดความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ ซึ่งจะเป็ปัจจัยเชิงสนับสนุนหนึ่งของการยกระดับคุณภาพบริการ เพิ่มศักยภาพเชิงพาณิชย์และ

คุณค่าเพิ่มทางการแข่งขันเชิงรุก ในธุรกิจสายการบิน อันส่งผลให้ผู้ใช้บริการหรือผู้โดยสารเกิดประสบการณ์ที่ดี และเกิดความประทับใจ ซึ่งอาจทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อไปยังผู้ใช้บริการรายอื่น ทำให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดี มีจำนวนผู้โดยสารที่มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นปัจจัยเกื้อหนุนโดยอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจเชิงมหภาคของประเทศชาติโดยส่วนรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 วิธีคือ

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อการค้นหาค่าหรือสำรวจตัวแปรแฝง
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบโมเดลการวัด

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติของการวิจัย โดยเป็นสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนาม (Multivariate statistical analysis) ประเภทเทคนิคตัวแปรสัมพันธ์กัน (Inter-dependent techniques) นั่นคือ การมุ่งลดปริมาณข้อมูลหรือลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่มาก ด้วยการรวมตัวแปรหลายตัวที่มีความสัมพันธ์กัน สร้างเป็นตัวแปรใหม่ที่เป็นคุณลักษณะ (Trait) เบื้องหลังตัวแปรเหล่านั้น โดยตัวแปรใหม่ที่สร้างจากตัวแปรหรือตัวบ่งชี้ (Indicator) หลายตัวที่วัดคุณลักษณะเดียวกันนี้ เรียกว่า องค์ประกอบ (Factor) ซึ่งมีคุณสมบัติโดดเด่นต่างจากตัวบ่งชี้ตรงที่องค์ประกอบเป็นตัวแปรที่ไม่มีความคลาดเคลื่อนจากการวัด (Measurement error) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยมีความสัมพันธ์อาจเป็นทางบวกหรือทางลบก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่แต่ละองค์ประกอบนั้นจะไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันน้อย องค์ประกอบหนึ่งๆ จะแทนตัวแปรแฝง อันเป็นไปตามคุณลักษณะที่ทำให้

การศึกษา (สุภมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญญานาวัฒน์, 2554) สำหรับวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) มุ่งศึกษาโมเดลการวัด (Measurement model) โดยเลือกใช้วิธีการสกัด (Factor Extraction) หรือค่าแปรปรวนจากตัวแปรเดิมมาไว้ในตัวแปรใหม่ให้มากที่สุด ด้วยเทคนิค Principal Component Analysis (PCA) และหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบ Varimax ซึ่งเป็นการหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกัน (หรือยังคงความเป็นอิสระกัน) ซึ่งการทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ทั้งนี้ ค่าความแปรปรวนของตัวแปรค่าไอเกน Eigen value จะต้องมีย่านค่ามากกว่า 1

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการวัดในแต่ละองค์ประกอบและทดสอบโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model) ซึ่งเป็นการประเมินผลความถูกต้องของโมเดล โดยการประเมินความกลมกลืนของโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) และประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล (Component Fit Measure) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

3. แนวคิดการบริการและความเสี่ยงของการบริการ กล่าวคือ การบริการนั้นเป็นการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจที่เกิดจากการติดต่อกันระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญในการบริการกล่าวคือ เป็นองค์ประกอบที่มีความไม่แน่นอน ไม่สามารถจับต้องได้/ไม่มีตัวตน ไม่สามารถแยกจากกัน/แบ่งแยกจากกันได้ และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ แต่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการรับบริการและส่งผลให้เกิดเป็นความพึงพอใจแก่ลูกค้า อีกทั้งแนวคิดองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ อันได้แก่ การบริการด้านสังคม การเงิน กายภาพ จิตวิทยา/จิตใจ

เวลา ความผิดพลาดของระบบการทำงานและพนักงาน เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อหลักพื้นฐานในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ทั้งนี้เป็นความเสี่ยงของการบริการหรือความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ โดยที่ไม่สามารถประเมินก่อนการซื้อได้ หรือเป็นการยากที่จะประเมินก่อนการซื้อและการบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มารับบริการเป็นครั้งแรกซึ่งมักเกิดความไม่แน่นอน ด้วยเหตุนี้ ความเสี่ยงการบริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคในเรื่องความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลการตัดสินใจในเชิงลบ ถ้าหากว่าการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการในประเด็นต่างๆ มีสูง ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่สบายใจกับความเสี่ยงนั้น (Lovelock & Wright, 2002; Kotler & Armstrong, 2004; Gronroos, 2007) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงประยุกต์ปรับใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเสี่ยงการบริการขององค์ประกอบรายด้านในการพิจารณาเพื่อพยายามลดความเสี่ยงภัยลง ตลอดจนเป็นหลักประกันให้แก่ผู้รับบริการได้ตัดสินใจได้เร็วขึ้น อันทำให้เกิดความเชื่อมั่นก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อบริการสำหรับการบริการขนส่งทางอากาศในธุรกิจสายการบิน อันเป็นพื้นฐานการบริการเชิงบวกที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นเชิงสำรวจและพัฒนา เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ประชากรคือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศที่มีตารางการบินแบบประจำบนเส้นทางการบินระหว่างประเทศ โดยออกเดินทางจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ มีจำนวนทั้งสิ้น 6,207,706 ราย (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด, 2558) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ตามแนวคิด Hair et al. (2006) กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ดีควรมีสัดส่วนต่อตัวบ่งชี้ 20:1 ทั้งนี้ มีทั้งสิ้น 30 ตัวบ่งชี้ กลุ่มตัวอย่าง 600 ตัวอย่าง มีความสมบูรณ์เพียงพอในการวิเคราะห์

ข้อมูล โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นข้อความคำถามต่างๆ ให้ความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษาและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในส่วนที่ใช้วัดมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.844 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003) ผลทดสอบอยู่ในระดับที่สูงและเป็นเกณฑ์ที่นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยเทคนิค 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อสกัดองค์ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักด้วยเทคนิค Principal Component Analysis และหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกันด้วยวิธีแบบ Varimax 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวมและประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) (นงลักษณ์วิรัชชัย, 2542; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ได้ผลสรุปผลดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรที่นำมาใช้ศึกษา โดยการวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy พบว่า KMO = 0.844 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (เข้าใกล้ 1) และค่า Significant ของ Chi-Square = .000 (น้อยกว่า 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบในระดับดี และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square = 18542.488, df = 435, P-Value = .000; <0.05) พบว่า ตัวแปรที่นำมามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า สามารถนำไปใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ ส่วนผลของการสกัดองค์ประกอบ ด้วยเทคนิค Principal Component Analysis (PCA) และผลการหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกัน ด้วยวิธีแบบ Varimax อธิบายความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันที่ใช้วัดโดยรวม ได้ร้อยละ 75.642 ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.161	27.204	27.204	8.161	27.204	27.204	5.293	17.644	17.644
2	4.463	14.878	42.082	4.463	14.878	42.082	4.932	16.439	34.083
3	3.994	13.313	55.395	3.994	13.313	55.395	4.705	15.685	49.768
4	3.003	10.009	65.404	3.003	10.009	65.404	2.808	9.360	59.127
5	1.952	6.507	71.911	1.952	6.507	71.911	2.766	9.221	68.349
6	1.119	3.731	75.642	1.119	3.731	75.642	2.188	7.294	75.642

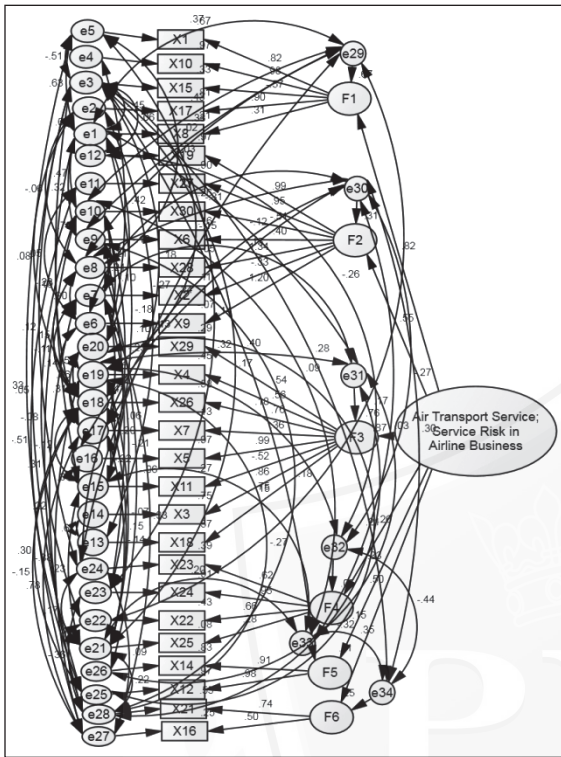
จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดจำนวน 30 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบ (Component) ได้ 6 องค์ประกอบ โดยมีความแปรปรวนของตัวแปรค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1 จำนวน 28 ตัวแปร โดยองค์ประกอบที่ 1 (F1) ด้านการปฏิบัติงานบริการและบุคลากร (People and Service operation) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .771-.905 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 17.644 องค์ประกอบที่ 2 (F2) ด้านความรวดเร็วและการเอาใจใส่ (Timeliness & Priority) ประกอบด้วย 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .578-.871 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 16.439 องค์ประกอบที่ 3 (F3) ด้านการอำนวยความสะดวก (Facilitation) ประกอบด้วย 8 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .544-.846 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 15.685 องค์ประกอบที่ 4 (F4) ด้านสภาพแวดล้อม (Service environment) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .628-.793 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 9.360 องค์ประกอบที่ 5 (F5) ด้านความเหนื่อยล้าของผู้โดยสาร (Fatigue) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .905-.919 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 9.221 องค์ประกอบที่ 6 (F6) ด้านการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพ (Service Delivery) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .652-.655 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 7.294

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแต่ละปัจจัยของการพิจารณาทดสอบความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์และประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดลพบว่า ค่าสถิติที่คำนวณได้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล
χ^2/df	≤ 3	2.295
GFI	≥ 0.90	0.926
AGFI	≥ 0.90	0.902
NFI	≥ 0.90	0.906
NNFI (TLI)	≥ 0.90	0.935
IFI	≥ 0.90	0.970
CFI	≥ 0.90	0.969
HOELTER	> 200	272
RMR	< 0.05	0.035
RMSEA	< 0.05	0.046
ผลสรุป ผ่านเกณฑ์พิจารณาโมเดลองค์ประกอบที่ได้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์		

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากค่าสถิติที่คำนวณได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) พบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.295 มีค่าน้อยกว่า 3 ซึ่งผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อมีการพิจารณาถึงดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ค่าดัชนีทุกตัว ได้แก่ GFI = 0.926, AGFI = 0.902, NFI = 0.906, TLI = 0.935, IFI = 0.970, CFI = 0.969 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาดัชนี Hoelter = 272 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 200 ส่วนค่าดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ค่าดัชนี RMR = 0.035 และ RMSEA = 0.046 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน สามารถสรุปได้ว่า โมเดลองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบินที่ได้พัฒนาขึ้นนั้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแสดงได้ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 โมเดลองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (หลังการปรับโมเดล)

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน มีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายผล ดังนี้

ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 30 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบ (Component) ได้ 6 องค์ประกอบ โดยที่แต่ละองค์ประกอบมีค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1 จำนวน 28 ตัวแปรและสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันได้ร้อยละ 75.642 ทั้งนี้ มี 2 ตัวแปรซึ่งถูกตัดทิ้ง เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ใช้วัดต่ำกว่า .50 (โดยไม่มีการคำนึงถึงเครื่องหมาย) โดยผู้วิจัยได้พิจารณา

ถึงตัวแปรต่างๆ ที่อยู่ในปัจจัยร่วม ซึ่งในการตั้งชื่อปัจจัยร่วมที่เกิดขึ้นจะพิจารณาจากกลุ่มตัวแปรที่พบโดยส่วนใหญ่เป็นหลัก ส่วนกลุ่มตัวแปรที่พบโดยส่วนน้อยนั้นจะถือเป็นปัจจัยส่วนประกอบเสริม สำหรับการพิจารณาถึงความเหมาะสมที่จะอยู่ในปัจจัยร่วมนั้นหรือไม่ ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างอีกครั้ง ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เป็นลำดับถัดไป

ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแต่ละปัจจัยขององค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบินพบว่า โมเดลองค์ประกอบที่ได้พัฒนาขึ้นนั้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ระดับดี โดยมีค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ที่ทุกตัว นั้นแสดงว่า โมเดลองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างดีสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบโดยเรียงลำดับตามนัยสำคัญ พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวกมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Gronroos (2007) ที่กล่าวว่า การอำนวยความสะดวกของการบริการ (Facilities Service) เป็นกระบวนการหนึ่งที่เป็นส่วนสนับสนุนของการบริการหลัก (Core Service) ซึ่งจะทำให้การบริการนั้นมีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น การอำนวยความสะดวกจะไม่เพียงแต่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับความรวดเร็วเพียงอย่างเดียว แต่ยังทำให้การบริการของธุรกิจแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน อีกทั้งอาจส่งผลต่อการบริหารจัดการในแง่การสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มให้กับบริการโดยสามารถกำหนดราคาการให้บริการที่สูงมากกว่าราคาเดิม หรือสูงกว่าคู่แข่ง องค์ประกอบรองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติงานบริการและบุคลากร ซึ่งถือได้ว่าเป็นรากฐานที่สำคัญของการบริการ โดยจะเห็นได้ว่าการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ให้บริการคือการโต้ตอบโดยตรงแบบเผชิญหน้ากับลูกค้า โดยผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้ตลอดเวลาที่รับบริการ ซึ่งงานวิจัยของ Bamford & Xystouri (2005) ที่ได้สำรวจความเสี่ยง

ของการบริการ หรือความไม่พึงพอใจในการบริการของผู้โดยสารสายการบินระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าหนึ่งในปัญหาหลักคือ การให้บริการของพนักงานภาคพื้นดิน (Ground staff attitude) หรืออีกแนวคิดหนึ่งของ Lovelock & Wright (2002) และ Lovelock et al. (2005) ที่ระบุว่า บุคลากรที่ให้บริการมีบทบาทสำคัญมากต่องานบริการ หรือในอีกแง่มุมหนึ่ง ความสามารถและบทบาทในการปฏิบัติงานบริการของบุคลากร ความซื่อสัตย์ ความสุภาพอ่อนโยน การช่วยแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าและการดูแลเอาใจใส่ในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของลูกค้า เป็นสิ่งที่ลอกเลียนแบบได้ยากสำหรับงานบริการและเป็นส่วนสำคัญต่อการได้รับประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า ลำดับถัดมาองค์ประกอบด้านความรวดเร็วและการเอาใจใส่ นั่นคือการแสวงหาการบริการที่ได้รับความสะดวกรวดเร็ว อาจจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญหนึ่งในเรื่องการบริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Hudson (2008) ที่ระบุว่าในปัจจุบันชีวิตมีความเร่งรีบมากขึ้น การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถตอบโจทย้นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน ลูกค้ามีความไวต่อความรู้สึกในเรื่องเวลา (Lovelock & Wright, 2002) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด Stapleton (2003) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า คือ การเอาใจใส่ ติดตาม และความสามารถในการแก้ไขปัญหา ความสัมพันธ์ทางสังคมกับคน คุณค่าที่ได้รับเพิ่มขึ้นของค่าบริการและการบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น องค์ประกอบลำดับที่ 4 ด้านการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพกล่าวคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการ ระเบียบวิธีการปฏิบัติด้านการบริการที่จะนำเสนอให้กับผู้โดยสารที่รับบริการ โดยมีกระบวนการวางแผนที่ดี มีประสิทธิภาพรวดเร็วและทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัย Bejou & Palmer (1998) ได้อธิบายว่าความผิดพลาดที่เกิดจากการให้บริการของสายการบินถือเป็นความเสี่ยงของการบริการที่ลูกค้าจะได้รับ อันมี

อิทธิพลเชิงลบต่อความภักดีในสายการบินของลูกค้า ขณะที่ Wray, Palmer & Bejou (1994) ได้กล่าวถึงประเด็นการส่งมอบบริการ ควรมีคุณลักษณะตรงกับความต้องการตามที่คุณให้บริการให้สัญญาไว้ ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นความไว้วางใจ อันเป็นการสะท้อนถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางด้านการบริการ ทั้งนี้ อาจส่งผลต่อการมีประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า จนเกิดเป็นความประทับใจ โดยที่เป็นลูกค้าระยะยาวและลูกค้าตลอดไป ตลอดจนลูกค้าอาจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หรือบอกกล่าวกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการกับกิจการในอนาคต องค์ประกอบลำดับที่ 5 ด้านความเหนียวแน่นของลูกค้าโดยสาร อาจกล่าวได้ว่า ความเหนียวแน่น อ่อนล้า หรืออ่อนเพลีย อันเกิดจากความเสี่ยงของการบริการที่เป็นผลจากความล่าช้า ความเครียด สภาวะปัญหาทางอารมณ์/จิตใจของผู้ให้บริการในการปฏิบัติงานบริการ ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัยของ Boksberger, Bieger & Laesser (2007) ที่ระบุว่า ความเสี่ยงของการบริการทางด้านร่างกาย (Physical risk) และด้านจิตใจ (Psychological risk) มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสถานการณ์ของผู้โดยสารที่อาจได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง และองค์ประกอบสุดท้ายด้านสภาพแวดล้อม กล่าวคือ สิ่งที่คุณโดยสารสามารถสัมผัสหรือมองเห็นจับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นสภาพการตกแต่ง เครื่องมืออุปกรณ์ ความสะอาด ความสกปรก กลิ่นแสงสว่าง เสียง ท่าทาง และการแสดงพฤติกรรมของลูกค้ารายอื่น นั่นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดการปรุงแต่ง อันทำให้เกิดความคาดหวัง คาดหวัง และการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Hoffman & Bateson (2011) ที่กล่าวถึง ภูมิทัศน์ในการให้บริการ (Servicescape) โดยอธิบายเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพหรือสถานที่ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจทั้งในเชิงบวกและเชิงลบให้กับลูกค้า หรืออีกนัยหนึ่งมีอิทธิพลต่อการสร้างการรับรู้ถึงประสบการณ์การบริการอันดีที่ลูกค้าพึงจะได้รับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะแนวทางการวางแผนและพัฒนาการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินควรมีการกำหนดเป็นนโยบายเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจของการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในอุตสาหกรรมการบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยสนับสนุนด้านกระบวนการในการให้บริการที่จะมีการอำนวยความสะดวก หรือมีการกำหนดมาตรฐานขั้นตอนการบริการระเบียบ วิธีปฏิบัติที่มีระบบแบบแผน และมอบหมายงานในแต่ละฝ่ายอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการควบคุมความเสี่ยงของการบริการที่อาจเกิดขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันเชิงรุก จนนำไปสู่ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ

2. ด้านการพัฒนาตลาด เนื่องจากผู้โดยสารหรือลูกค้าผู้รับบริการนั้นจะพิจารณาจากประสบการณ์ที่ได้รับเป็นสำคัญ ดังนั้น ประเด็นปัญหาความเสี่ยงของการบริการ หรือความไม่พึงพอใจในการบริการที่ผู้โดยสารอาจได้รับจากการใช้บริการของสายการบิน มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและอาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่ได้รับประสบการณ์จากการใช้บริการ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการสายการบินควรมีความตระหนัก ด้วยการติดตาม และประเมินคุณภาพการให้บริการ ตั้งแต่กระบวนการก่อน-ระหว่าง-และหลัง จากได้รับการบริการ โดยพิจารณาประเมินผลความพึงพอใจของผู้โดยสารผ่านระบบการรับทราบคำร้องเรียน การรับฟังคำตำหนิ ข้อเสนอแนะ และการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการบริการกับคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน รวมถึงการสำรวจความต้องการของลูกค้า/ผู้โดยสารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาการให้บริการของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านทรัพยากรบุคคล ผู้ประกอบการสายการบินควรมีการพิจารณาด้านบุคลากร ตั้งแต่กระบวนการ

คัดเลือก เลือกรสรร และการฝึกอบรมให้แก่พนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงการสร้างควมมีมนุษยสัมพันธ์และทัศนคติเชิงบวกให้กับพนักงาน ด้วยการให้ความสำคัญด้านการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานในการให้บริการ จนเกิดเป็น “การให้บริการด้วยหัวใจที่มีความเป็นเลิศ” ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจนั้น มีภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการด้านความเสี่ยงของการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีต่อตลาด เพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ และเปรียบเทียบแนวทางการบริหารจัดการ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงรุกและเชิงรับ อีกทั้งสามารถพัฒนารูปแบบการบริการขนส่งทางอากาศที่มีความเหมาะสมในเชิงสนับสนุนและส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับภูมิภาค

2. ให้ทำการศึกษาปัจจัยการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ โดยการจำแนกประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ความละเอียดลึกของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาตอบ ซึ่งจะทำได้รูปแบบที่ค้นพบตามประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการ อันเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ยังประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินระหว่างประเทศ สามารถพัฒนารูปแบบที่มีความเหมาะสมและนำไปประยุกต์ปรับใช้ได้ตามแต่ละกลุ่มผู้ใช้บริการในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี โดยได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ ท่านคณบดี อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้

อ้างอิงไว้ อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ ตลอดจนได้รับความ
ความอนุเคราะห์ในความร่วมมือจากท่านที่ไม่สามารถ
เอ่ยนามในที่นี้ ในความกรุณาที่ได้เสียสละเวลา และตอบ

แบบสอบถามทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
มา ณ ที่นี้

References

- AEC Information Center. (2015). *Knowledge of ASEAN Economic Community: AEC*. Retrieved May 23, 2015, from <http://www.thai-aec.com> [in Thai]
- Airports of Thailand Public Company Limited. (2015). *Air transport statistic report 2013*. Retrieved May 23, 2015, from <http://www.airportthai.co.th> [in Thai]
- Angsuchot, S., Wijitwanna, S. & Pinyopanuwat, R. (2011). *Statistical analysis for research in social science and behavioral science: Techniques using LISREL* (3rd ed.). Bangkok: Charoendee-munkong printing. [in Thai]
- Bamford, D. & Xystouri, T. (2005). A case study of service failure and recovery within and International Airline. *Managing service quality*, 15(3), 306-322.
- Bejou, D. & Palmer, A. (1998). Service failure and loyalty: an exploratory empirical study of Airline customers. *Journal of services marketing*, 12(1), 7-22.
- Boksberger, P., Bieger, T. & Laesser, C. (2007). Multi-Dimensional analysis of perceived risk in Commercial Air travel. *Journal of Air Transport Management*, 13, 90-96.
- Chankoson, T. (2013). *Business and Everyday Life*. Bangkok: Faculty of Applied Arts. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Cronbach, L. J. (2003). *Essential of Psychology Testing*. New York: Hanpercollishes.
- Gronroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer Management in Service competition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Bain, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Hoffman, D. K. & Bateson, J. (2011). *Services marketing: Concepts, Strategies, & Cases* (4th ed.). South-Western: United State of America.
- Hudson, S. (2008). *Tourism and hospitality marketing: a global perspective*. Los Angeles: Sage.
- International Air Transport Association: IATA. (2013). *Airlines Expect 31% Rise in Passenger Demand by 2017*. Retrieved December 25, 2014, from <http://www.iata.org>
- International Civil Aviation Organization: ICAO. (2014). *Forecasts of Scheduled Passenger and Freight Traffic*. Retrieved December 25, 2014, from <http://www.icao.int>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *The Principles of Marketing* (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

- Lovelock, C. & Wright, L. (2002). *Principles of service marketing and management* (2nd ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Keh, T. H. & Lu, X. W. (2005). *Services Marketing in ASIA: Managing People Technology and Strategy* (2nd ed.). Singapore: Pearson Prentice Hall.
- Office of the National Economics and Social Development Board. (2015). *National Income Account report for 2013, Chain Volume Measures*. Bangkok: The national economics and social development board. [in Thai]
- Stapleton, J. J. (2003). *Executive's guide to knowledge management: The last competitive Advantage*. New Jersey: Wiley.
- Vanichbuncha, K. (2013). *Structural Equation Model Analysis: SEM by AMOS*. Bangkok: Samlada. [in Thai]
- Wiratchai, N. (1999). *Linear structural relationship (LISREL): Statistical methods for research in social and behavioral sciences*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Wray, B., Palmer, A. & Bejou, D. (1994). Using neural network analysis to evaluate buyer-seller relationships. *European Journal of Marketing*, 28(10), 32-48.



Name and Surname: Thitinan Chankoson

Highest Education: Doctor of Science (D.Sc); International Service Business Management, North Eastern University

University or Agency: King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Field of Expertise: The Researcher is interested in Service Business Management, Marketing Management, Entrepreneurs, International Business Management, Tourism and Hospitality Industry

Address: 1518 Pracharat 1 Road, Wongsawang, Bangsue, Bangkok 10800

การศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ โดยใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม กรณีศึกษา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดชัยภูมิ

THE STUDY OF LOGISTICS COSTS WITH ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM: A CASE STUDY OF PINEAPPLES FARMERS IN CHAIYAPHUM PROVINCE

เอกชัย คุปตาวาทิน¹ พัลลภ พรหมสาเพ็ชร² และวาสนา ช่อมะลิ³

Aekachai Khuptawatin¹ Panlop Promsapeth² and Wasana Chowmali³

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

^{1,2,3}Faculty of Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Isan-Khonkaen Campus

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ และการบริหารต้นทุนโลจิสติกส์ของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในจังหวัดชัยภูมิ โดยประยุกต์วิธีวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม เพื่อให้ทราบโครงสร้างต้นทุน ซึ่งจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาหรือลดต้นทุนโลจิสติกส์ จากการวิเคราะห์กิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นด้วยวิธีการแบ่งส่วนต้นทุนตามกิจกรรม ผลจากการศึกษาพบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์รวมของเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 16.49 ของมูลค่าขายทั้งหมด โดยแบ่งต้นทุนโลจิสติกส์รวมออกเป็น 4 ส่วนคือ ต้นทุนด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต คิดเป็นร้อยละ 14.66 ถือได้ว่าเป็นต้นทุนที่สูงที่สุด ต้นทุนการเคลื่อนย้ายผลผลิตในพื้นที่ คิดเป็นร้อยละ 1.33 ต้นทุนการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 0.34 และต้นทุนการดูแลคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง คิดเป็นร้อยละ 0.16 ตามลำดับ แนวทางการลดต้นทุนโลจิสติกส์สามารถทำได้โดยการรวมกลุ่มสมาชิกเครือข่ายผู้ผลิตสับปะรด เพื่อวางแผนการผลิตภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนจัดตั้งศูนย์กลางกระจายผลผลิต

คำสำคัญ: ต้นทุนฐานกิจกรรม ต้นทุนโลจิสติกส์

Abstract

The objectives of this research were to know the logistics management cost of pineapples farmers in Chaiyaphum Province. The study analyze of the logistics cost at farm level using “Activity base costing (ABC)” method in order to understand cost structure and use as a guideline to development and reduce logistics costs. The analysis of logistics cost was separated by each activity. The study found that the average logistics cost of farmers who produce representing

16.49 percent of total sales. The inbound logistics cost from the supply side were divided in to four parts : the highest cost was procurement cost which was 14.66 percent and the cost of moving goods within the area was 1.33 percent, freight costs was 0.34 percent and inventory and warehouse management cost was 0.16 percent. Producer cluster of pineapples was the way for logistic cost reduce, production planning on supported by government organization that involved and distribution center setting.

Keywords: Activity based costing, Logistics cost

บทนำ

ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศ 10 ประเทศ ที่มีการปลูกสับปะรดมากที่สุด และมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวเป็นลำดับที่ 4 รองจากประเทศคอสตาริกา บราซิล และฟิลิปปินส์ มีผลผลิตอยู่เป็นลำดับที่ 6 ถึงแม้ว่าในปี 2556 จะมีผลผลิตลดลงจากสภาวะของการปรับราคาน้ำมัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับค่าขนส่ง ทำให้เกษตรกรหันไปปลูกพืชชนิดอื่นทดแทน แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ยังมีศักยภาพที่เพียงพอในการผลิตสับปะรดในการส่งออกแข่งขันในตลาดโลก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557: 64)

สับปะรดจัดได้ว่าเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของประเทศไทย ทั้งเพื่อการบริโภคและส่งออก สับปะรดนั้นสามารถปลูกได้ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดที่ยังคงประสบปัญหาอยู่หลายด้าน ได้แก่ ขาดความรู้ในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต การจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ที่เหมาะสม ขาดกระบวนการวางแผน การปฏิบัติการและการควบคุมการไหลของสินค้า การเคลื่อนย้าย และการจัดเก็บสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

วิธีการในการช่วยลดต้นทุนให้แก่เกษตรกร เช่น ศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ในการผลิตสับปะรดของเกษตรกร เพื่อการส่งเสริมการส่งออก ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเวลา สถานที่ และความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงความปลอดภัยของสินค้า โดยการบริหาร

จัดการต้นทุนโลจิสติกส์ในระดับพื้นที่ปลูก เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกได้ทราบต้นทุน ตั้งแต่ค่าใช้จ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิตของเกษตรกร ค่าใช้จ่ายด้านขนส่ง รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านการบริหารจัดการในกระบวนการผลิตที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันของเกษตรกร รวมถึงผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของสับปะรด ดังนั้น การนำแนวคิดเรื่องการลดต้นทุนโลจิสติกส์มาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงถือเป็นการสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการต้นทุนที่ดีขึ้น และจำเป็นต้องทราบถึงต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่แท้จริงในระดับจุลภาค ที่มีความชัดเจนลึกลงไปถึงระดับของกิจกรรมโลจิสติกส์ในระดับไร่สับปะรดที่เกิดขึ้น เพื่อสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของเกษตรกรผู้ผลิตสับปะรดในระดับต้นน้ำของไทยและอาเซียนต่อไป โดยงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการลงพื้นที่ในการสำรวจข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างผู้ปลูกสับปะรดในพื้นที่อำเภอเมืองชัยภูมิและอำเภอแก่งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาด้านต้นทุนโลจิสติกส์ และการบริหารต้นทุนโลจิสติกส์ของเกษตรกร ผู้ปลูกสับปะรดในจังหวัดชัยภูมิ โดยประยุกต์วิธีวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้มีอยู่สองส่วนคือ การทบทวนเกี่ยวกับต้นทุนฐานกิจกรรม และงานวิจัย

ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม Stock & Lambert (2001) ได้อธิบายการวิเคราะห์ต้นทุนจากแนวคิดแบบดั้งเดิมในงานด้านโลจิสติกส์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเน้นการลดต้นทุนรวมมากกว่าที่จะลดต้นทุนในแต่ละกิจกรรม เนื่องจากการมุ่งเน้นลดต้นทุนเพียงกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนของกิจกรรมอื่นให้สูงขึ้นได้ ซึ่งในกิจกรรมในระดับต้นน้ำที่ศึกษาจะดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การขนส่ง การจัดเก็บปัจจัยในการผลิต และการส่งมอบสินค้า ซึ่งล้วนแต่เป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ โดยกระบวนการผลิตสามารถมีต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมด 6 หมวด ได้แก่ 1) ต้นทุนการให้บริการลูกค้า 2) ต้นทุนการขนส่ง 3) ต้นทุนคลังสินค้า 4) ต้นทุนขนาดหรือปริมาณในการสั่งซื้อ 5) ต้นทุนในกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อและระบบข้อมูลข่าวสาร และ 6) ต้นทุนในการดูแลสินค้าคงคลัง

จากแนวคิดการพิจารณาเฉพาะต้นทุนรวมมีข้อบกพร่องที่ส่งผลให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่คำนวณได้บิดเบือนจากความเป็นจริง ด้วยเหตุผลนี้ Kaplan &

Cooper (1988) ได้สนับสนุนแนวคิดต้นทุนฐานกิจกรรมทั้งในเชิงทฤษฎี และการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ โดยแบ่งการดำเนินงานขององค์กรออกเป็นกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนเวลาที่ใช้ในแต่ละกิจกรรม สามารถสรุปได้ดังนี้ 1) การวิเคราะห์กิจกรรม 2) การระบุต้นทุนกิจกรรม 3) การระบุตัววัดผลการปฏิบัติงาน ต้นทุนต่อหน่วยของผลที่ได้ สัดส่วนเวลาที่ใช้ และคุณภาพของผลที่ได้ 4) การระบุความเกี่ยวข้องของผลที่ได้ในแต่ละกิจกรรมและตัวผลกัณฑ์ ต้นทุน ซึ่งเป็นข้อมูลในการควบคุมและลดต้นทุนของกิจการ อีกทั้งใช้เป็นฐานในการคำนวณต้นทุนของกิจกรรมที่เกิดขึ้น 5) การระบุต้นทุนกิจกรรมกับสิ่งที่จะนำมาคิดต้นทุน ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมเป็นวิธีที่ช่วยในการคำนวณต้นทุนของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้องมากขึ้น กว่าระบบการคำนวณต้นทุนโดยใช้ระบบบัญชีทั่วไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการสังเคราะห์ของการทบทวนงานวิจัย เพื่อวิเคราะห์แนวคิด วิธีการคำนวณของระบบต้นทุนฐานกิจกรรม การนำผลของงานวิจัยนี้ไปใช้ในงานวิจัยของคณะผู้วิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	วิธีการดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษา	ผลการศึกษา
รุธิร์ พนมยงค์, นุจรี สุพัฒน์ และศิริวรรณ ไชยสุรยกันต์ (2547)	การควบคุมต้นทุนโดยใช้บัญชีต้นทุนวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง	แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	กิจกรรมที่เกิดขึ้นในการผลิตข้าวโพดหวานบรรจุกระป๋อง	การนำระบบต้นทุนฐานกิจกรรมมาใช้ สามารถแสดงให้เห็นต้นทุนของแต่ละกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการผลิต และนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการต้นทุนและกำไรของผู้ประกอบการให้เพิ่มสูงขึ้น
อัครัง เมฆโหรา และคณะ (2551)	รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมเป็นฐานของโซ่อุปทาน	องค์กรที่เลี้ยงโคเนื้อในประเทศไทย	แบบสอบถามการสัมภาษณ์	กระบวนการภายในองค์กรและภายนอกองค์กร	กระบวนการวิเคราะห์ถึงการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ สินค้า และบริการที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในโซ่อุปทานโคเนื้อ ภายในองค์กรและภายนอกองค์กร สามารถทราบถึงค่าใช้จ่ายในแต่ละระดับตลาดที่เกี่ยวข้องภายในโซ่อุปทาน

ตารางที่ 1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

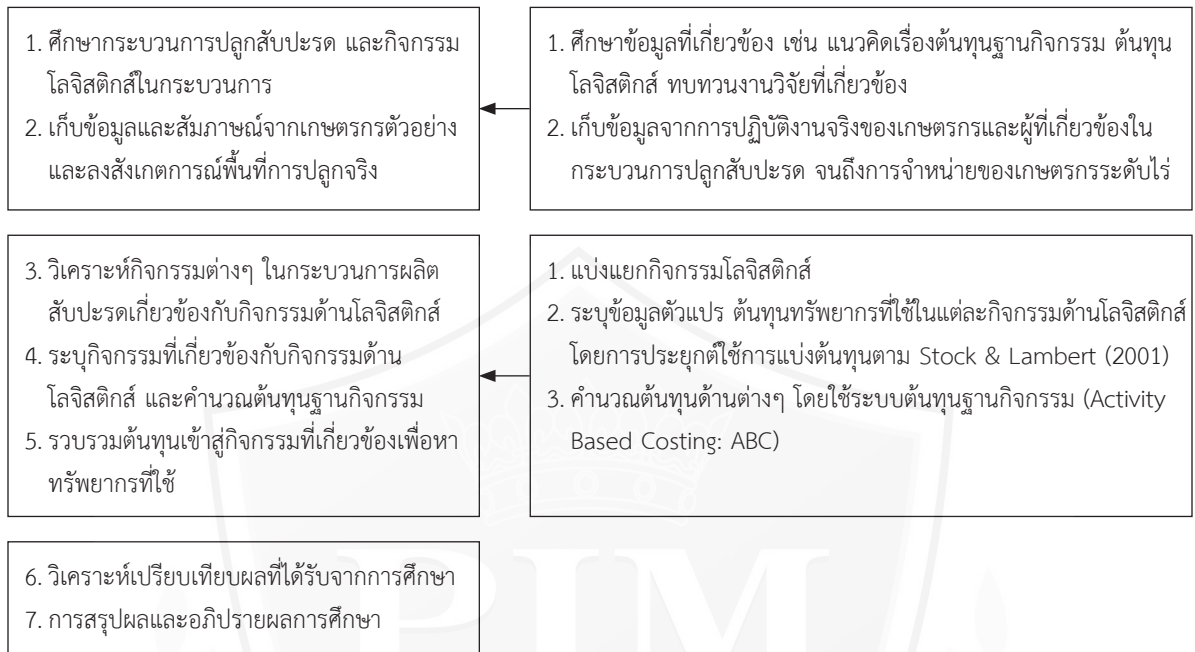
ชื่อผู้แต่ง	วิธีการดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ตัวแปรที่ใช้สำหรับการศึกษา	ผลการศึกษา
รุจิรา เอี่ยมสำอาง (2552)	การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ 6 หมวดประยุกต์ใช้กับระบบต้นทุนฐานกิจกรรม	กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวโพดฝักอ่อนในเขตจังหวัดนครปฐม	แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกร	ต้นทุนกิจกรรมของเกษตรกรผู้รวบรวมผลผลิตและส่วนโรงคัดบรรจุ	ต้นทุนด้านการขนส่ง และต้นทุนด้านการเคลื่อนย้ายผลผลิตในแปลงในการผลิตมีต้นทุนสูง และขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริหารจัดการและขนาดของพื้นที่การผลิตที่แตกต่างกัน
ศศิธร อ่อนสนธิ (2555)	วิเคราะห์การลดต้นทุนด้านโลจิสติกส์โดยใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC) และใช้แผนผังสายธารคุณค่า	บริษัท จอห์นสัน คอนโทรล แอนด์ ซัมมิท อินทิเรียส จำกัด	ข้อมูลเดิมของบริษัท และแบบสอบถาม	กิจกรรมด้านโลจิสติกส์ของบริษัท จอห์นสัน คอนโทรล แอนด์ ซัมมิท อินทิเรียส จำกัด	ทราบแนวทางการลดต้นทุนโลจิสติกส์ 1. การลดต้นทุนด้านทรัพยากร 2. การลดต้นทุนกิจกรรมการบรรจุถุงพลาสติกหีบห่อ 3. การลดต้นทุนโดยการทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งส่งผลให้บริษัทสามารถลดต้นทุนลงได้และเพิ่มผลกำไรขึ้น
สมพงษ์ ปัญญาอึ้งยง (2553)	วิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมครอบคลุมกิจกรรมโดยระบบต้นทุนฐานกิจกรรมของผู้ให้บริการรับจ้างขนส่ง	ผู้ให้บริการรับจ้างขนส่งไปตามศูนย์กระจายสินค้าตามภูมิภาคทั้ง 6 ศูนย์	ข้อมูลจากศูนย์กระจายสินค้าตามภูมิภาคทั้ง 6 ศูนย์ และแบบสัมภาษณ์	กิจกรรมตั้งแต่รับต้นน้ำ สินค้าจากลูกค้าจนถึงการขนส่งไปตามศูนย์กระจายสินค้าตามภูมิภาคทั้ง 6 ศูนย์	ศูนย์กิจกรรมการขนส่งสินค้ามีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงสุด 86.26% 51% เป็นต้นทุนของค่าน้ำมันเชื้อเพลิง โดยศูนย์กระจายนครราชสีมา มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าต่อชิ้นต่ำที่สุด และศูนย์กระจายสินค้าจังหวัดขอนแก่น มีค่าใช้จ่ายสูงสุด

วิธีการวิจัย

คณะผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมมาปรับประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นของแต่ละกิจกรรมการผลิตสับปะรดของเกษตรกร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ หรือปัจจัยการผลิต การรวบรวมผลผลิต การเก็บรักษา จนถึงการขนส่งสินค้าไปยังผู้รับซื้อผลผลิต โดยนำค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากร

ในด้านต่างๆ ของแต่ละกิจกรรมมาคำนวณตามวิธีการวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมที่เกิดขึ้นของต้นทุนด้านโลจิสติกส์ร่วมกับแนวคิดด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของ Stock & Lambert (2001) และจากการศึกษา งานวิจัย (นราพันธ์ จันทรกระจาย, 2554) จึงทำให้ได้ขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย ดังภาพที่ 1

ขั้นตอนการทำวิจัย



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการทำวิจัย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สูตรต้นทุนรวมกิจกรรม (บาทต่อต้น)
ต้นทุนเฉลี่ย (บาทต่อต้น) = ต้นทุนทั้งหมดของเกษตรกรเฉลี่ย 20 ราย ÷ ปริมาณผลผลิตทั้งหมด 3,537 ต้นต่อปี
2. สูตรหาร้อยละของต้นทุนโลจิสติกส์รวม
ร้อยละของต้นทุนโลจิสติกส์รวม = (ค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน ÷ รวมค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน) × 100
3. สูตรหาร้อยละของต้นทุนโลจิสติกส์ต่อรายได้
ร้อยละของต้นทุนโลจิสติกส์รวม = (รวมต้นทุนกิจกรรม (บาทต่อต้น) × 1000) ÷ ราคาขายผลผลิตเฉลี่ย 10,000 บาทต่อต้น
4. สูตรหาค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินที่เกิดขึ้น
รวมค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินที่เกิดขึ้น = รวมต้นทุนกิจกรรม (บาทต่อต้น) × ปริมาณผลผลิตทั้งหมด 3,537 ต้นต่อปี

5. สูตรหาค่าเสื่อมราคาครถ

สูตรหาค่าเสื่อมราคาครถ = (ราคาซื้อของเกษตรกรแต่ละรายมา - 10% ของราคาซื้อ) ÷ อายุการใช้งานที่ได้จากการสัมภาษณ์ ก่อนนำมารวมทั้งหมดแต่ละรายการ

วิธีการเก็บข้อมูลวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านต้นทุนการผลิตและต้นทุนโลจิสติกส์ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำการเพาะปลูกสับปะรด ในปีการผลิต 2557/2558 ที่ทำการเพาะปลูกใน 2 อำเภอของจังหวัดชัยภูมิ คือ อำเภอแก้งคร้อและอำเภอเมืองชัยภูมิ ที่ทำการเพาะปลูกสับปะรดมากกว่า 3 ปี จำนวน 20 ราย เพื่อเป็นข้อมูลในการทำวิจัยเบื้องต้น และเป็นเกษตรกรที่ทำการปลูกมาอย่างต่อเนื่อง โดยในการทำวิจัยได้ทำการศึกษากิจกรรมที่

เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การวางแผนเพาะปลูก การประสานงาน การจัดหาวัตถุดิบ การดูแล การเก็บเกี่ยว จนถึงการส่งมอบสินค้าไปยังผู้รับซื้อผลผลิต การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในแต่ละเกษตรกรที่ละรายจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์การเพาะปลูกสับปะรดและข้อมูลจากการสำรวจการสัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้ทราบว่า เกษตรกรไม่เพียงปลูกสับปะรดแต่ได้มีการปลูกยางพาราลงไป ในแปลงเป็นการผสมผสานลงไป ซึ่งระยะห่างที่เกษตรกรใช้จะมีขนาด 40 x 40 เซนติเมตร บางรายก็ปลูกมันสำปะหลัง สลับการปลูกสับปะรดในแปลงเพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่ม เนื่องจากมีอายุเก็บเกี่ยวที่ใกล้เคียงกัน

ผลการวิจัย

ผลการสำรวจข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและสัมภาษณ์เชิงลึก ตลอดจนลงพื้นที่สังเกตการณ์จาก

กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด จำนวน 20 ราย ที่ทำการเพาะปลูกอย่างต่อเนื่องพบว่า กลุ่มเกษตรกรตัวอย่างมีพื้นที่โดยรวมทั้งหมด 393 ไร่ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ตนเอง 305 ไร่ และพื้นที่เช่าอีก 88 ไร่ ซึ่งเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายแบบมีพันธะเงื่อนไขกับพ่อค้าหรือผู้รับซื้อในพื้นที่ ในการเข้ามาบริหารจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว และเป็นผู้กำหนดราคาให้กับเกษตรกร โดยส่งผ่านราคาซื้อจากโรงงานรับซื้อผลผลิตที่จังหวัดระยอง ให้พ่อค้าคนกลางหรือหัวหน้ากลุ่มสมาชิกภายในและภายนอกเป็นคนรวบรวมผลผลิตเพื่อส่งไปยังโรงงาน โดยการปลูกสับปะรดของกลุ่มเกษตรกรจะเป็นพันธุ์ปัตตาเวียหรือที่เรียกว่า สับปะรดศรีราชา ซึ่งปลูกแล้วได้ผลผลิตดี ผลผลิตที่สามารถผลิตได้ในปีเพาะปลูก 2557/2558 อยู่ที่ 3,537,000 กิโลกรัม ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 9,000 กิโลกรัมต่อไร่ ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10 บาทต่อกิโลกรัม การขายผลผลิตทั้งหมด 30,537,000 บาท ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปข้อมูลของกลุ่มเกษตรกรตัวอย่างที่ปลูกสับปะรดในปี 2557/2558 จังหวัดชัยภูมิ

รายการ	จำนวน
1. พื้นที่เพาะปลูกรวมทั้งหมด (ไร่)	393
2. ปริมาณผลผลิตทั้งหมด (กิโลกรัม)	3,537,000
3. ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ (กิโลกรัม/ไร่)	9,000
4. ราคาขายผลผลิตเฉลี่ย (บาท/กิโลกรัม)	10
5. มูลค่ายอดขายจากปริมาณผลผลิต (บาท)	30,537,000

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดปี 2557/2558 จังหวัดชัยภูมิ

รายการ	ต้นทุนทั้งหมด (บาท/ปี)	ต้นทุนเฉลี่ย (บาท/ตัน)	รวม (บาท/ตัน)	ร้อยละของ ต้นทุน โลจิสติกส์รวม	ร้อยละของ ต้นทุนโลจิสติกส์ ต่อรายได้	รวมค่าใช้จ่าย ที่เป็นตัวเงิน ที่เกิดขึ้น (บาท)
1. ต้นทุนด้านการจัดหา ปัจจัยการผลิต			1,465.92	88.83	14.66	5,184,59
หน่อพันธุ์	4,716,000.00	1,333.33				
ปุ๋ยเคมี	353,700.00	100.00				
ปุ๋ยคอก	2,714.00	0.76				
ปุ๋ยชีวภาพ	108,075.00	30.56				
สารเคมีกำจัดศัตรูพืช	4,480.00	1.27				
2. ต้นทุนการเคลื่อนย้าย ผลผลิต	471,600.00	133.33	133.33	8.08	1.33	471,588
3. ต้นทุนการดูแลคลังสินค้า และสินค้าคงคลัง			16.11	0.98	0.16	56,981
ค่าตรวจสอบสินค้า	0.00	0.00				
ค่าจ้างขนผลผลิตจากรถ ขนส่งที่คลังสินค้า	5,700.00	16.11				
4. ต้นทุนการขนส่งผลผลิต			34.90	2.11	0.34	123,441
ค่าเสื่อมราคารถ	60,000.00	16.96				
ค่าซ่อมบำรุงรถ	57,000.00	16.11				
ค่าขนส่ง	6,500.00	1.83				
รวม	5,837,069.00	1,650.26	1,650.26	100.00	16.49	5,836,970

จากตารางที่ 3 พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด มีต้นทุนโลจิสติกส์รวม 1,650 บาทต่อตัน คิดเป็น 5,836,970 บาท โดยการคำนวณจากสัดส่วนของต้นทุน ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์รวมต่อปริมาณผลผลิตรวมทั้งหมด ในปีผลิต 2557/2558 จากการแบ่งต้นทุนตาม 6 หมวด กิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์ของเกษตรกรที่สามารถ คำนวณหาต้นทุนได้มีเพียง 4 ส่วน โดยต้นทุนการจัดหา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านการผลิตถือได้ว่ามีสัดส่วนของ ต้นทุนโลจิสติกส์มากที่สุด เท่ากับ 5,184,59 บาทต่อปี

การเพาะปลูก คิดเป็นร้อยละ 88.83 ของต้นทุนรวม โลจิสติกส์ ลำดับที่สองคือ ต้นทุนการเคลื่อนย้ายผลผลิต ในแปลงปลูกเท่ากับ 471,588 บาทต่อปี การเพาะปลูก คิดเป็นร้อยละ 8.08 ของต้นทุนรวมโลจิสติกส์ของต้นทุน รวมโลจิสติกส์ตามลำดับ เกษตรกรมีต้นทุนโลจิสติกส์ ร้อยละ 16.49 ของมูลค่าขายผลผลิตโดยรวม แบ่งออกเป็นต้นทุนเฉลี่ย 4 ส่วนคือ ด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต ร้อยละ 14.66 ต้นทุนการเคลื่อนย้ายผลผลิตในแปลง ร้อยละ 1.33 ต้นทุนการขนส่งผลผลิตร้อยละ 0.34 และ

ต้นทุนการดูแลคลังสินค้าและสินค้าคงคลังร้อยละ 0.16 ตามลำดับ และจะไม่มีค่าใช้จ่ายของต้นทุนกิจกรรมการบริการ และต้นทุนกิจกรรมการจัดการคำสั่งซื้อหรือต้นทุนขนาด เนื่องจากในส่วนของต้นทุนการบริการเกษตรกรจะไม่มีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เพราะจะได้รับการสนับสนุนจากผู้รับซื้อผลผลิตหรือตัวแทนในพื้นที่ และต้นทุนขนาดหรือปริมาณในการสั่งซื้อ ไม่มีค่าใช้จ่ายเช่นกัน เพราะเกษตรกรมีพื้นที่และปัจจัยการผลิตอย่างจำกัด ไม่สามารถกำหนดปริมาณผลผลิตที่ทำการผลิตได้

นอกจากนี้ยังพบว่า ต้นทุนกิจกรรมการดูแลคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง มีสัดส่วนที่น้อยมาก โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจะเป็นการขนส่งผลผลิตจากเกษตรกรผลผลิตลงสู่ที่เก็บหรือที่พักผลผลิต เพื่อรอการเคลื่อนย้ายไปยังโรงงาน โดยมีพ่อค้าหรือตัวแทนในพื้นที่ที่รับซื้อผลผลิต โดยเฉลี่ยใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์ จึงทำให้มีต้นทุนที่น้อย และไม่มีค่าใช้จ่ายในการดูแลผลผลิต ส่วนต้นทุนการจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนสูงเกิดจากการใช้ทรัพยากรรถยนต์ในการขนส่งจำนวนมากครั้ง แต่ครั้งก็ไม่เต็มความจุ กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นการหาหน่อพันธุ์ การซื้อปุ๋ยเคมี ปุ๋ยชีวภาพ ปุ๋ยคอก และสารกำจัดวัชพืช ซึ่งรถของเกษตรกรมีอายุการใช้งานที่มากและขาดการดูแลรักษา จึงส่งผลต่อค่าใช้จ่ายต้นทุนในการซ่อมบำรุงยานพาหนะที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งขาดการวางแผนในการจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีการรวมกลุ่ม จึงส่งผลให้ต้นทุนในการจัดหาปัจจัยการผลิตมีต้นทุนที่สูงมากกว่าต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่นๆ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาการใช้แนวคิดต้นทุนฐานกิจกรรมในการหาต้นทุนโลจิสติกส์ของเกษตรกรทั้งในการสังเกตการณ์การลงมือเพาะปลูก และการสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรทำให้ทราบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์ในการหาปัจจัยการผลิตของเกษตรกรมีค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับต้นทุนของกิจกรรมด้านอื่นๆ คณะผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางในการลดต้นทุนโลจิสติกส์ในการจัดการโซ่อุปทาน

ของเกษตรกร ตามกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. กิจกรรมการจัดหาปัจจัยการผลิต วิธีการลดค่าใช้จ่ายคือ การรวมตัวกันภายในกลุ่มผู้ปลูกสับปะรดเพื่อร่วมกันวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต การเลือกยานพาหนะที่เหมาะสมกับการขนส่ง การวางแผนด้านการเลือกเส้นทางการขนส่ง การลดใช้ทรัพยากรต่างๆ ในกระบวนการที่ไม่จำเป็น

2. กิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลผลิตในแปลง วิธีการลดค่าใช้จ่ายคือ การวางแผนการผลิตและเก็บเกี่ยวร่วมกันเป็นกลุ่มทั้งสมาชิกภายในที่จะอาศัยพึ่งพาแรงงานภายในสมาชิกได้ เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการพึ่งพาแรงงานจากภายนอกได้

3. กิจกรรมการขนส่งผลผลิต วิธีการลดค่าใช้จ่ายคือ การรวมกลุ่มระหว่างสมาชิกสร้างภาคีเครือข่ายผู้ผลิตในพื้นที่เพื่อร่วมกันวางแผนประสานงานในการจัดเส้นทางการขนส่งและการจัดหายานพาหนะ ในการขนย้ายระหว่างเกษตรกรไปยังผู้รับซื้อ การวางแผนเส้นทางการขนส่งผลผลิตจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค การวางแผนการจัดส่งแบบรวมศูนย์ในการขนส่งร่วมกันให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

4. กิจกรรมการดูแลคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง วิธีการลดค่าใช้จ่ายคือ การลดค่าจ้างแรงงานในการขนส่งผลผลิตเพื่อเก็บไว้รอส่งไปยังโรงงานรับซื้อ เกษตรกรต้องรวมกลุ่มในการจัดเก็บผลผลิตเป็นลักษณะการรวมศูนย์ส่งผลผลิตเพื่อที่จะสามารถลดค่าใช้จ่ายให้ต่ำลง และเป็นการลดต้นทุนในการขนส่งได้อีกทาง

การทำการวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาวิธีการลดต้นทุนโดยใช้แผนผังสายธารคุณค่าและการนำตัวแบบทางคณิตศาสตร์เข้ามาช่วยจำลองเงื่อนไขเพื่อช่วยลดระยะเวลาในการประมวลผล จากนั้นจะนำข้อมูลวิจัยไปเผยแพร่ให้กับเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขยายผลในการเก็บข้อมูลของงานวิจัยเพิ่มเติมตลอดจนหาข้อตกลงร่วมกันในด้านต่างๆ ที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถที่จะลดต้นทุน และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนจากคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น และขอขอบพระคุณสำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตร

อำเภอ จังหวัดชัยภูมิ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง และอำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลอันมีประโยชน์ ในทำการวิจัยในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

References

- Banomyong, R., Supat, N. & Chaisurayakarn, S. (2004). Control logistics cost using accounting cost. In Banomyong, R. (Eds.). *Logistic cost analysis ABC*. (pp. 119-131). Bangkok: Japan External Trade Organization. [in Thai]
- lamsaarn, R. (2009). *Logistics Cost Analysis for Fresh baby Corn in Nakhon Pathom*. Master Thesis, King Mongkut's University of Technology Thonburi. [in Thai]
- Junkrajai, N. (2011). *Application of activity based costing analysis to study the logistics cost of farmer rice in Chiang Mai province*. Master Thesis, Chiang Mai University. [in Thai]
- Kaplan, R. S. & Cooper, R. (1988). Measure cost right: Make the right decision. *Harvard Business Review*, 107, 96-103.
- Mekhora, T. et al. (2008). *Logistics and Supply Chain Management of Beef Cattle in Thailand*. Report of expansion project beef cattle in Thailand, The Thailand Research Fund (TRF). [in Thai]
- Office of Agricultural Economics, Office of Agricultural Economics Ministry. (2014). *Agricultural Statistics of Thailand 2013*. Bangkok: Office of Agricultural Economics Ministry. [in Thai]
- Onsanit, S. (2012). Reduction cost analysis of using activity based costing (ABC) case study: Johnson Control & Summit Interioros LTD. *Sripatum Journal Chonburi*, 9(2), 115-122. [in Thai]
- Panyayingyong, S. (2010). *Activity-Based Costing: A Case Study of a Logistics Provider*. Master Thesis, Srinakharinwirot University. [in Thai]
- Stock, J. R. & Lambert, D. M. (2001). *Strategic logistics management*. USA: McGraw-hill.



Name and Surname: Aekachai Khuptawatin

Highest Education: Master of Engineering (Industrial Engineering),
Ubon ratchathani University

University or Agency: Rajamangala University of Technology
Isan-Khonkaen Campus

Field of Expertise: Logistics and Supply chain management

Address: 150 Sri Chan Rd., Nai Muang, Muang Khon Kaen, Khon Kaen 40000



Name and Surname: Panlop Promsapeth

Highest Education: Master of Engineering (Industrial Engineering),
Khonkaen University

University or Agency: Rajamangala University of Technology
Isan-Khonkaen Campus

Field of Expertise: Inventory management, Production Planning

Address: 150 Sri Chan Rd., Nai Muang, Muang Khon Kaen, Khon Kaen 40000



Name and Surname: Wasana Chowmali

Highest Education: Master of Engineering (Industrial Engineering),
Chulalongkorn University

University or Agency: Rajamangala University of Technology
Isan-Khonkaen Campus

Field of Expertise: Logistics and Supply chain management

Address: 150 Sri Chan Rd., Nai Muang, Muang Khon Kaen, Khon Kaen 40000

การศึกษาหารูปแบบการจัดเส้นทางขนส่งสินค้าที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง: กรณีศึกษา บริษัทขายผลไม้ ABC

A STUDY OF THE APPROPRIATE VEHICLE ROUTING MODEL TO REDUCE TRANSPORTATION COST: CASE STUDY OF ABC FRUIT TRADING COMPANY

วารินทร์รัตน์ รินมุกดา¹ ตันติกร พิชญ์พิบูล² กิตติชัย ศรีสุขนาม³ และอนรรักษ์ วัฒนธาวรวงศ์⁴

Varinrat Rinnukda¹ Tantikorn Pichpibul² Kitichai Sreesuknam³ and Anuruck Watanathawornwong⁴

^{1,2,3,4}คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2,3,4}Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาระบบการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่งสินค้า โดยเริ่มจากการศึกษาการจัดเส้นทางขนส่งของบริษัทกรณีศึกษา จากนั้นจึงนำวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดมาประยุกต์ใช้ และเมื่อได้เส้นทางที่เหมาะสมแล้ว จึงนำทั้ง 2 วิธีมาเปรียบเทียบต้นทุนค่าขนส่ง ผลการวิจัยพบว่า วิธีการที่นำเสนอสามารถลดต้นทุนที่ใช้ในการขนส่งรวมร้อยละ 17.20 คิดเป็นระยะทางที่ลดลง 646 กิโลเมตร อีกทั้งอัตราการใช้รถขนส่งยังลดลง ร้อยละ 33.33 อีกด้วย

คำสำคัญ: ปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถ วิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัด

Abstract

The objective of this paper is to improve transportation efficiency by reducing the transportation cost. An existing vehicle routing of the company was studied, and we applied the savings algorithm to make the better routes. In the computational results, the transportation cost from both approaches was compared. It shows that the proposed approach can reduce total transportation cost by 17.20% (total traveling distance decreased by 646 Kilometers). Moreover, the number of vehicles used can be reduced by 33.33%.

Keywords: Vehicle routing problem, Savings algorithm

บทนำ

บริษัทขายผลไม้ ABC เป็นกรณีศึกษาที่ประกอบธุรกิจสินค้าเกษตร ขายส่งผลไม้ประเภทส้มโอให้กับกลุ่มลูกค้า Modern trade คือ TOPs Supermarket (Central Food Retail) โดยคลังสินค้าตั้งอยู่ที่ อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Consignment มีพนักงานส่งเสริมการขายหรือ PC ประจำการอยู่ที่สาขา ปัจจุบันมีการส่งสินค้าให้ทั้งหมด 11 สาขา โดยมีสาขาที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 9 สาขา ได้แก่ เซ็นทรัลพระราม 9 เซ็นทรัลสีลม เซ็นทรัลชิดลม เซ็นทรัลสุขุมวิท เซ็นทรัลบางนา เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ เซ็นทรัลปิ่นเกล้า เซ็นทรัลลาดพร้าว และเดอะมอลล์ บางกะปิ และมีอีก 2 สาขา ที่อยู่ต่างจังหวัดคือ เซ็นทรัล พัทยา และเซ็นทรัลชลบุรี

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ระบบการจัดการขนส่งของบริษัทกรณีศึกษา มีปัญหาขาดการวางแผน การจัดเส้นทางขนส่งสินค้า เนื่องจากที่ผ่านมามีบริษัทนี้ ดำเนินธุรกิจแบบครอบครัวไม่มีการนำระบบบริหารจัดการด้านการขนส่งที่ดีเข้ามาบริหาร การจัดตารางงานขนส่งสินค้านั้นจะใช้ประสบการณ์และความชำนาญเส้นทางของพนักงานในการจัดเส้นทาง โดยพิจารณาจากที่ตั้งของลูกค้าแต่ละรายที่อยู่ใกล้กันให้เป็นเส้นทางขนส่งเดียวกัน ไม่มีการพิจารณาเส้นทางที่เป็นมาตรฐานทำให้การจัดเส้นทางขนส่งไม่มีประสิทธิภาพ

ดังนั้น เพื่อเป็นการช่วยให้บริษัทมีระบบการบริหารจัดการด้านการขนส่งที่ดีขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาหาแบบ การจัดการเส้นทางขนส่งสินค้าที่เหมาะสม โดยการนำวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัด (Savings Algorithm) ของ Clarke & Wright (1964) มาประยุกต์ใช้ในการคำนวณหาเส้นทางขนส่งสินค้า ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะแสดงตัวอย่างวิธีการจัดเส้นทางขนส่งสินค้า โดยการค้นหาตำแหน่งที่ตั้งของลูกค้าจาก Google Maps จากนั้นนำผลลัพธ์ที่ได้มาเปรียบเทียบกับต้นทุนระหว่างวิธีการจัดเส้นทางขนส่งสินค้าแบบเดิม กับวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัดเพื่อปรับปรุงกระบวนการ

ทำงานของแผนกขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยไม่ใช้การดำเนินธุรกิจแบบแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้า ในแต่ละวัน เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดให้กับบริษัทได้ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่นับวันยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่ามีมีความจำเป็น อย่างยิ่งที่จะต้องทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาหาแบบ การจัดเส้นทางขนส่งสินค้าที่เหมาะสม เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงานและลดต้นทุนด้านการขนส่ง แนวความคิดในการวิจัยนี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้า Modern trade และผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่ตลาด Modern trade หรือผู้ประกอบการที่กำลังประสบปัญหา ด้านการขนส่งสินค้า

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัด
2. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน และพัฒนาระบบการขนส่งสินค้าของบริษัท กรณีศึกษา ให้เป็นระบบและมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของวิธีการ ใหม่ที่นำเสนอกับวิธีการเดิมของบริษัทกรณีศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม

รูปแบบปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถมีอยู่หลายแบบ แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับรายละเอียด และข้อจำกัดของ ปัญหานั้นๆ โดยคำนึงถึงความแตกต่างของวัตถุประสงค์ ในการจัดเส้นทางขนส่งที่เป็นไปได้ โดยในงานวิจัยนี้ จะมุ่งเน้นไปที่ 2 รูปแบบ จำแนกโดย Toth & Vigo (2002) ดังนี้

1. ปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถแบบมีข้อจำกัดเรื่อง ความสามารถในการบรรทุก ซึ่งปัญหานี้เป็นการจัดส่ง สินค้าให้กับลูกค้าทุกราย เป้าหมายสำคัญของปัญหานี้คือ การพยายามออกแบบกลุ่มของรถขนส่งให้มีการเดินทาง ใช้ต้นทุนในการขนส่งที่ต่ำที่สุด โดยมีจุดเริ่มต้นและจุด

สิ้นสุดที่จุดเดียวกันคือ ศูนย์กระจายสินค้า

2. ปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถที่มีข้อจำกัดเรื่องการใช้เวลาทำงานในการขนส่งสินค้า และความสามารถในการบรรทุกของรถขนส่ง ซึ่งลักษณะของปัญหานี้ถูกต่อยอดจากปัญหาในแบบแรก โดยเพิ่มเรื่องการใช้เวลาทำงานมากที่สุดที่สามารถยอมรับได้

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีดังต่อไปนี้

กวี ศรีเมือง (2550) ทำการศึกษาการหาจำนวนรถขนส่งที่เหมาะสมในการขนส่งสินค้าในธุรกิจค้าปลีก โดยมีที่อุปสรรคอุปเปอร์มาร์เก็ต เป็นกรณีศึกษา โดยใช้วิธี Branch-and-Bound และวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดในการแก้ปัญหาเส้นทางของสินค้าที่ต้องพ่วงกันไปหรือการส่งสินค้าไม่เต็มคัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของอัตราการบรรทุกในเชิงปริมาตรหรือเชิงน้ำหนัก ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถเป็นแนวทางในการประมาณจำนวนรถขนส่งที่ใช้และใช้ประกอบการพิจารณาการจัดซื้อ จัดหารถขนส่งให้เพียงพอกับความต้องการในการขนส่งสินค้า รวมถึงสามารถลดจำนวนรถเสริม รถร่วม และสามารถหมุนเวียนรถขนส่งสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

พรพรรณ โตโภชนพันธุ์ (2558) ได้ศึกษาการจัดเส้นทางเดินรถเพื่อลดอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันภายใต้ข้อจำกัดในการบรรทุก กรณีศึกษา บริษัทจำหน่ายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค ในจังหวัดระยอง โดยเป็นศูนย์กระจายสินค้าที่ทำการกระจายสินค้าไปยังลูกค้าตามจุดต่างๆ 77 จุด โดยในอดีตพบว่าการจัดเส้นทางแบบเดิม มีการจัดเส้นทางเดินรถที่ใช้ประสิทธิภาพของบุคลากรอาจจะมีประสิทธิภาพไม่ดีพอ ผู้วิจัยจึงเลือกแก้ปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถ โดยใช้วิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดมาสร้างแบบการจัดเส้นทางเดินรถเบื้องต้น และนำความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักที่บรรทุกของสินค้ากับอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันของรถมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงในการจัดเส้นทางเดินรถเพื่อลดอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมัน ผลการวิจัยพบว่า ระยะทางที่ได้จากการจัดเส้นทางเดินรถแบบใหม่ลดลงจากเดิม

คิดเป็น 21.63% อัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันแบบใหม่ลดลงจากเดิม คิดเป็น 28.24% ค่าใช้จ่ายรวมในการขนส่งแบบใหม่ลดลงจากเดิม 11.78% และทำให้เวลาที่ใช้ในการขนส่งแบบใหม่ลดลงจากเดิม 21.63% ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเส้นทางเดินรถได้ดี และการจัดเส้นทางแบบใหม่มีความเข้าใจง่ายสามารถนำไปใช้งานได้จริง

นคร ไชยวงศ์ศักดิ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษาการจัดเส้นทางเดินรถขนส่งโดยใช้วิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัด และตัวแบบปัญหาการเดินทางของพนักงาน ซึ่งผลการทดลองพบว่า การจัดเส้นทางโดยวิธีการดังกล่าวทำได้ง่ายและรวดเร็ว ได้ระยะทางที่สั้นที่สุดในแต่ละเส้นทาง

จากผลลัพธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารูปแบบการจัดเส้นทางเดินรถขนส่งสินค้าที่เหมาะสม มีผู้สนใจนำวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดมาทดลองและปรับใช้แก้ปัญหาการจัดเส้นทางให้เหมาะกับปัญหาที่มีอยู่จริงภายใต้ข้อจำกัดของแต่ละบริษัทเพื่อวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ ต้องการลดต้นทุนด้านการขนส่งสินค้า และวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัด ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับในการจัดการปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถขนส่งสินค้า เนื่องจากเข้าใจง่าย สามารถนำมาปรับใช้กับปัญหาจริงของผู้วิจัยได้เพื่อเป็นการศึกษาหาผลลัพธ์ที่เหมาะสมที่สุด ผู้วิจัยจึงทำการทดลองเปรียบเทียบต้นทุน และเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบเดิมของบริษัทกรณีศึกษากับวิธีการใหม่ที่นำเสนอ เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาไปนำเสนอแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน และพัฒนาระบบการขนส่งสินค้าของบริษัทกรณีศึกษาให้เป็นระบบและมีมาตรฐานในการจัดเส้นทางเดินรถให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อทำการพัฒนาการจัดเส้นทางเดินรถให้มีมาตรฐานของบริษัทกรณีศึกษา

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทำศึกษานั้นมีเงื่อนไขดังนี้

1. การขนส่งสินค้าให้ลูกค้านั้นจะต้องไม่เกินความจุของรถขนส่งแต่ละคัน

2. การขนส่งสินค้าให้ลูกค้านั้นจะทำการส่งสินค้าในช่วงเวลา 8.30-17.30 น. ของทุกวันจันทร์-วันเสาร์

โดยเวลาปฏิบัติงานของพนักงานขนส่งสินค้า คือ วันจันทร์-วันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 8.30-17.30 น. รวมเวลาในการปฏิบัติงาน 9 ชั่วโมง พักเที่ยง 1 ชั่วโมง เหลือเวลาในการปฏิบัติงาน 8 ชั่วโมง คิดเป็นเวลาทั้งสิ้น 480 นาที และเวลาที่ใช้ในแต่ละจุดส่งสินค้านั้นจะต้องมีขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง แสดงดังตารางที่ 1

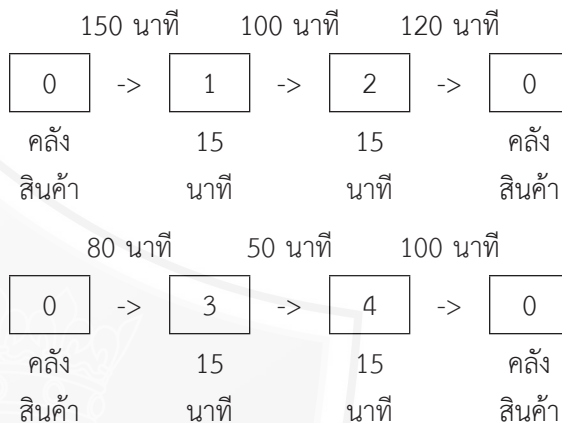
ตารางที่ 1 เวลาที่ใช้ในการขนส่งสินค้าแต่ละจุด

ลำดับ	รายละเอียด	เวลาเฉลี่ย (นาที)
1	จอดรถเข้า-ออก	5
2	ลงสินค้า	5
3	ตรวจรับสินค้า	5

ดังนั้นในแต่ละวันพนักงานจะต้องขับรถไปส่งสินค้าให้กับลูกค้าทั้งหมดไม่เกิน 11 สาขา จึงต้องมีการวางแผนการจัดเส้นทางภายใต้เงื่อนไขเรื่องความจุของรถขนส่งไม่ให้เกินที่กำหนด และภายใต้เงื่อนไขเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ตั้งแต่จุดเริ่มต้น (คลังสินค้า) ไปยังจุดหมาย (ลูกค้า) และกลับมายังจุดเริ่มต้นอีกครั้ง ตลอดจนรวมเวลาที่ต้องใช้ในแต่ละจุดส่งสินค้า ซึ่งเวลาที่ใช้ทั้งหมดจะต้องไม่เกินเงื่อนไขคือ 480 นาที เมื่อครบกำหนดความจุหรือครบกำหนดเวลาจะต้องเริ่มเส้นทางรถขนส่งใหม่ให้กับรถขนส่งคันถัดไป แสดงดังภาพที่ 1

สมมติฐานของการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลระยะทางจะไม่รวมจุดกลับรถ (ระยะทางขาไปและขากลับเท่ากัน)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างเวลาที่ใช้ในการขนส่งสินค้า

2. ในการจัดเส้นทางรถขนส่งสินค้าจะให้ความสำคัญกับลูกค้าเท่ากันหมด โดยจะทำการเลือกลูกค้าจุดใดในการเดินทางก่อนก็ได้

3. ไม่มีเงื่อนไขในการรับสินค้า ลูกค้าทุกรายสามารถรับสินค้าได้ทุกวันจันทร์-วันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 8.30-17.30 น.

4. ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าจะไม่รวมค่าซ่อมบำรุงและค่าจ้างของพนักงานขนส่ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาแบบการจัดเส้นทางขนส่งที่เหมาะสม โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ศึกษานั้นมีข้อมูลที่ตั้ง (พิกัด) แสดงดังตารางที่ 2 และข้อมูลความต้องการสินค้าของลูกค้าแต่ละรายใน 1 สัปดาห์ (6 วันทำงาน) โดยมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 พิกัดของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	ลูกค้า	พิกัด Latitude	พิกัด Longitude
0	คลังสินค้า	14.066528	100.636643
1	พระราม 9	13.766633	100.610732
2	สีลม	13.735339	100.535386
3	ชิดลม	13.744170	100.544342
4	สุขุมวิท	13.730092	100.607193
5	บางนา	13.685020	100.633273
6	แจ้งวัฒนะ	13.909157	100.528422
7	ปิ่นเกล้า	13.791297	100.476375
8	ลาดพร้าว	13.831723	100.559580
9	บางกะปิ	13.778081	100.642886
10	พญา	12.935094	100.883274
11	ชลบุรี	13.337480	100.968648

ตารางที่ 3 ความต้องการสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	ลูกค้า	จำนวนความต้องการสินค้า วันที่ (กระสอบ)					
		1	2	3	4	5	6
1	พระราม 9	10	10	10	15	10	15
2	สีลม	15	10	15	10	10	15
3	ชิดลม	10	10	10	15	10	15
4	สุขุมวิท	10	5	5	15	10	15
5	บางนา	10	10	15	15	10	15
6	แจ้งวัฒนะ	10	10	10	15	15	10
7	ปิ่นเกล้า	5	5	10	10	5	10
8	ลาดพร้าว	10	10	10	15	10	10
9	บางกะปิ	10	10	10	10	10	10
10	พญา	25	20	25	20	20	20
11	ชลบุรี	15	10	15	10	15	10

หลังจากนั้นจึงทำการค้นหาระยะทาง และเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากจุดเริ่มต้น (คลังสินค้า) ไปยังจุดหมาย (ลูกค้า) ในแต่ละจุด โดยใช้ Google Maps ในการค้นหาพิกัดของลูกค้า และเส้นทางแต่ละจุดที่ใช้ระยะทางสั้นที่สุด และเวลาที่ใช้ในการเดินทางน้อยที่สุด โดยมีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4 และ 5 ตามลำดับ

บริษัทกรณีศึกษานั้นมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการขนส่งคือส้มโอ (ผล) บรรจุกระสอบ กระสอบละ 20 ลูก ซึ่งบรรจุในกระสอบที่มีขนาดเท่าๆ กัน ใช้รถกระบะ 4 ล้อ ในการขนส่ง มีความจุสูงสุดอยู่ที่ 80 กระสอบ มีรถขนส่งสินค้า 3 คัน

วิธีการจัดเส้นทางของบริษัทกรณีศึกษา

ในการจัดเส้นทางของการขนส่งสินค้าของบริษัทกรณีศึกษานั้นจะใช้ประสบการณ์และความชำนาญเส้นทางของพนักงานในการจัดเส้นทาง โดยมีการจัดเส้นทางเดินรถไว้อย่างชัดเจน 3 เส้นทาง คือ สายนอก สายใน และต่างจังหวัด ซึ่งจะขนส่งเหมือนกันทุกวัน แม้ว่ายอดสั่งซื้อจากสาขาในแต่ละวันจะไม่เท่ากัน โดยมีเส้นทาง การขนส่งสินค้า ดังนี้

สายนอก รถคันที่ 1 คลังสินค้า-พระราม 9-ชิดลม-สุขุมวิท-สีลม-บางนา-คลังสินค้า

สายใน รถคันที่ 2 คลังสินค้า-แจ้งวัฒนะ-ลาดพร้าว-ปิ่นเกล้า-บางกะปิ-คลังสินค้า

ต่างจังหวัด รถคันที่ 3 คลังสินค้า-ชลบุรี-พญา-คลังสินค้า

ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถคำนวณระยะทางรวมของการขนส่งสินค้าได้ ดังนี้

เส้นทางที่ 1 จากคลังสินค้าไปจุดส่งที่ 1, 3, 4, 2, 5 และกลับมากังสินค้า คำนวณระยะทางได้ $48+4+5+10+16+62$ เท่ากับ 145 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 2 จากคลังสินค้าไปจุดส่งที่ 6, 8, 7, 9 และกลับมากังสินค้า คำนวณระยะทางได้ $29+16+15+25+46$ เท่ากับ 131 กิโลเมตร

ตารางที่ 4 ระยะทาง (กิโลเมตร) ระหว่างจุดส่งสินค้า 2 จุด

จุดส่ง สินค้า	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0	0.0	48.0	49.0	48.0	49.0	62.0	29.0	51.0	33.0	46.0	171.0	121.0
1	48.0	0.0	10.0	4.0	4.0	18.0	23.0	15.0	12.0	10.0	140.0	89.0
2	49.0	10.0	0.0	7.0	10.0	16.0	26.0	13.0	15.0	20.0	150.0	87.0
3	48.0	4.0	7.0	0.0	5.0	16.0	23.0	14.0	10.0	15.0	145.0	87.0
4	49.0	4.0	10.0	5.0	0.0	14.0	25.0	17.0	14.0	11.0	141.0	79.0
5	62.0	18.0	16.0	16.0	14.0	0.0	42.0	34.0	30.0	13.0	123.0	71.0
6	29.0	23.0	26.0	23.0	25.0	42.0	0.0	31.0	16.0	33.0	163.0	110.0
7	51.0	15.0	13.0	14.0	17.0	34.0	31.0	0.0	15.0	25.0	155.0	102.0
8	33.0	12.0	15.0	10.0	14.0	30.0	16.0	15.0	0.0	19.0	150.0	95.0
9	46.0	10.0	20.0	15.0	11.0	13.0	33.0	25.0	19.0	0.0	134.0	85.0
10	171.0	140.0	150.0	145.0	141.0	123.0	163.0	155.0	150.0	134.0	0.0	58.0
11	121.0	89.0	87.0	87.0	79.0	71.0	110.0	102.0	95.0	85.0	58.0	0.0

ตารางที่ 5 ระยะเวลาเดินทาง (นาที) ระหว่างจุดส่งสินค้า 2 จุด

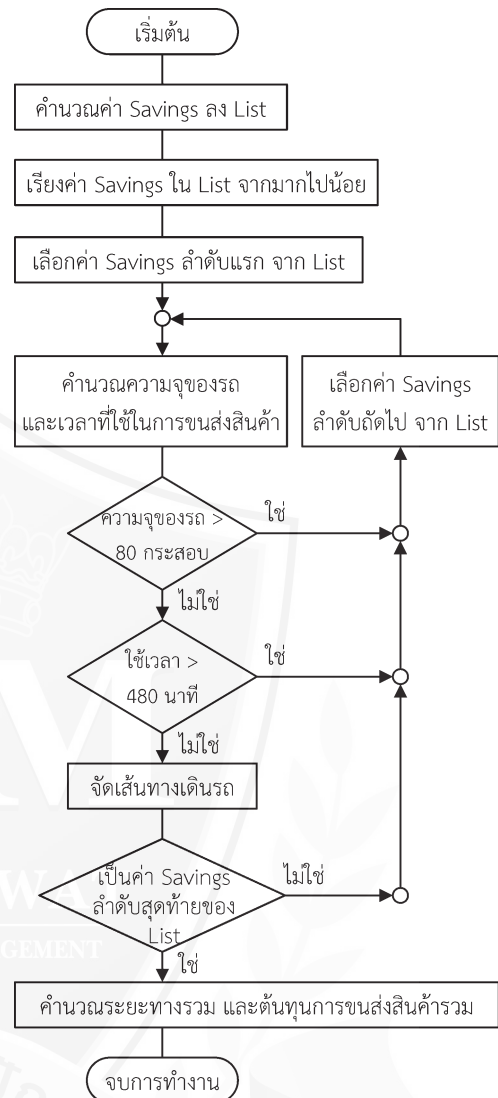
จุดส่ง สินค้า	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0	0.0	47.0	48.0	52.0	48.0	50.0	27.0	52.0	37.0	46.0	131.0	94.0
1	47.0	0.0	16.0	14.0	12.0	21.0	24.0	25.0	17.0	18.0	109.0	71.0
2	48.0	16.0	0.0	18.0	24.0	24.0	30.0	29.0	24.0	30.0	121.0	74.0
3	52.0	14.0	18.0	0.0	13.0	18.0	22.0	23.0	13.0	20.0	110.0	69.0
4	48.0	12.0	24.0	13.0	0.0	26.0	32.0	33.0	25.0	25.0	119.0	74.0
5	50.0	21.0	24.0	18.0	26.0	0.0	43.0	44.0	34.0	28.0	104.0	58.0
6	27.0	24.0	30.0	22.0	32.0	43.0	0.0	34.0	23.0	37.0	128.0	89.0
7	52.0	25.0	29.0	23.0	33.0	44.0	34.0	0.0	26.0	39.0	129.0	90.0
8	37.0	17.0	24.0	13.0	25.0	34.0	23.0	26.0	0.0	24.0	114.0	75.0
9	46.0	18.0	30.0	20.0	25.0	28.0	37.0	39.0	24.0	0.0	106.0	72.0
10	131.0	109.0	121.0	110.0	119.0	104.0	128.0	129.0	114.0	106.0	0.0	53.0
11	94.0	71.0	74.0	69.0	74.0	58.0	89.0	90.0	75.0	72.0	53.0	0.0

เส้นทางที่ 3 จากคลังสินค้าไปจุดส่งที่ 11, 12 และ กลับมาคลังสินค้า คำนวณระยะทางได้ $121+58+171$ เท่ากับ 350 กิโลเมตร

จากนั้นรวมระยะทางของทั้ง 3 เส้นทางได้ $145+131+350$ เท่ากับ 626 กิโลเมตร และนำมาคำนวณ ต้นทุนการขนส่งสินค้า (ระยะทาง $\times$ ต้นทุนค่าขนส่ง) โดยมีค่าขนส่งสินค้าอยู่ที่ 2.50 บาทต่อกิโลเมตร (อ้างอิงจากการเก็บข้อมูลต้นทุนการขนส่งสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2559) จะได้ต้นทุนการขนส่งสินค้าของการจัดเส้นทางเดินรถของบริษัทกรณีศึกษา อยู่ที่วันละ 1,565 บาท

วิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัด

เป็นการจัดเส้นทางการขนส่งสินค้าโดยใช้การคำนวณ เพื่อทำการค้นหาเส้นทางที่ประหยัด (Savings) สำหรับ ทุกคู่จุดส่ง i และ j แต่เนื่องจากวิธีการจัดเส้นทางแบบ ประหยัดในรูปแบบเดิมนั้นไม่ได้รองรับการแก้ปัญหา การจัดเส้นทางที่มีเวลาการทำงานเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย มีเพียงเงื่อนไขเดียวคือ การขนส่งสินค้าต้องไม่เกินความจุ ของรถขนส่งที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงต้องมีการปรับปรุง ขั้นตอนโดยการเพิ่มเงื่อนไขเวลาการทำงานของพนักงาน ขนส่งสินค้าเข้าไปด้วย ซึ่งผู้วิจัยจะแสดงวิธีการจัดเส้นทาง ที่นำเสนอโดยยกตัวอย่างจากจำนวนความต้องการสินค้า ในวันที่ 1 จากตารางที่ 3 แสดงดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการจัดเส้นทางที่นำเสนอ

จากภาพที่ 2 ขั้นตอนจะเริ่มต้นจากการคำนวณหา
ค่า Savings ($S_{i,j}$) ด้วยสมการดังนี้

$$S_{i,j} = C_{i,0} - C_{0,j} + C_{i,j} \quad (1)$$

โดย $S_{i,j}$ คือค่า Savings ระหว่างคู่จุดส่งสินค้า i และ j , $C_{i,j}$ แทนระยะทางระหว่างคู่จุดส่งสินค้า i และ j และ 0 แทนคลังสินค้า เช่น $C_{i,0}$ คือ ระยะทางระหว่างจุดส่ง i ไปยังคลังสินค้า โดยจะต้องคำนวณหาค่า Savings ทุกคู่ i และ j ตั้งแต่จุดส่ง 1 ถึงจุดส่ง 11

หลังจากคำนวณเสร็จแล้วค่า Savings ของทุกคู่ i และ j จะถูกจัดเก็บลง List และทำการเรียงลำดับค่า Savings จากมากไปน้อย ซึ่งเมื่อเรียงเสร็จแล้ว แสดงดังตารางที่ 6 ค่า Savings แต่ละค่าจะถูกตรวจสอบเงื่อนไข โดยนำมาคำนวณความจุและเวลาที่ใช้ในการขนส่งสินค้า ตั้งแต่ลำดับที่ 1-55 จนได้เส้นทางการขนส่งสินค้า ดังนี้
รถคันที่ 1 คลังสินค้า-ชิดลม-พระราม 9-สุขุมวิท-

บางนา-ชลบุรี-พัทยา-คลังสินค้า

รถคันที่ 2 คลังสินค้า-สีลม-ปิ่นเกล้า-เดอะมอลล์

บางกะปิ-ลาดพร้าว-แจ้งวัฒนะ-คลังสินค้า

ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถคำนวณระยะทางรวมของการขนส่งสินค้าได้ ดังนี้

เส้นทางที่ 1 จากคลังสินค้าไปจุดส่งที่ 3, 1, 4, 5, 11, 10 และกลับมาคลังสินค้า คำนวณระยะทางได้ 370 กิโลเมตร

เส้นทางที่ 2 จากคลังสินค้าไปจุดส่งที่ 2, 7, 9, 8, 6 และกลับมาคลังสินค้า คำนวณระยะทางได้ 151 กิโลเมตร

จากนั้นรวมระยะทางของทั้ง 2 เส้นทางได้ 521 กิโลเมตร และนำผลลัพธ์ที่ได้มาคำนวณต้นทุนการขนส่งสินค้า จะได้การจัดเส้นทางเดินรถแบบใหม่ ที่มีต้นทุนการขนส่งสินค้าอยู่ที่ 1,302.50 บาท

ตารางที่ 6 การคำนวณความจุและเวลาที่ใช้

ลำดับ	i, j	Savings	ตรวจสอบเงื่อนไข
1	10,11	234	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 1: 0-10-11-0, ความจุรวม 40, เวลารวม 308 นาที
2	5,11	112	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 1: 0-10-11-5-0, ความจุรวม 50, เวลารวม 337 นาที
3	5,10	110	-
4	4,5	97	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 1: 0-10-11-5-4-0, ความจุรวม 60, เวลารวม 376 นาที
5	2,5	95	-
6	5,9	95	-
7	3,5	94	-

ลำดับ	i, j	Savings	ตรวจสอบเงื่อนไข
8	1,4	93	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 1: 0-10-11-5-4-1-0, ความจุรวม 70, เวลารวม 402 นาที
9	1,3	92	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 1: 0-10-11-5-4-1-3-0, ความจุรวม 80, เวลารวม 436 นาที
10	1,5	92	-
11	3,4	92	-
12	4,11	91	-
13	2,3	90	-
14	2,4	88	-
15	1,2	87	-

ลำดับ	i, j	Savings	ตรวจสอบเงื่อนไข
16	2,7	87	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 2: 0-2-7-0, ความจุรวม 20, เวลารวม 159 นาที
17	3,7	85	-
18	1,7	84	-
19	1,9	84	-
20	4,9	84	-
21	2,11	83	-
22	4,7	83	-
23	9,10	83	-
24	3,11	82	-
25	9,11	82	-
26	1,11	80	-
27	1,10	79	-
28	3,9	79	-
29	4,10	79	-
30	5,7	79	-
31	2,9	75	-
32	3,10	74	-
33	7,9	72	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 2: 0-2-7-9-0, ความจุรวม 30, เวลารวม 207 นาที
34	3,8	71	-
35	2,10	70	-
36	7,11	70	-

ลำดับ	i, j	Savings	ตรวจสอบเงื่อนไข
37	1,8	69	-
38	7,8	69	-
39	(4,8)	68	-
40	(2,8)	67	-
41	(7,10)	67	-
42	(5,8)	65	-
43	(8,9)	60	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 2: 0-2-7-9-8-0, ความจุรวม 40, เวลารวม 237 นาที
44	(8,11)	59	-
45	(1,6)	54	-
46	(3,6)	54	-
47	(8,10)	54	-
48	(4,6)	53	-
49	(2,6)	52	-
50	(5,6)	49	-
51	(6,7)	49	-
52	(6,8)	46	รวมจุดส่ง เส้นทางที่ 2: 0-2-7-9-8-6-0, ความจุ รวม 50, เวลารวม 265 นาที
53	(6,9)	42	-
54	(6,11)	40	-
55	(6,10)	37	-

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาหาวิธีการจัดเส้นทางรถขนส่งสินค้าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า ผู้วิจัยได้นำแนวคิดในการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัด ในรูปแบบที่มีเงื่อนไขเวลาการทำงานของพนักงานขนส่งสินค้า เพิ่มเติมจากวิธีการในรูปแบบเดิม โดยผู้วิจัยได้นำกลุ่มตัวอย่างคือ ข้อมูลความต้องการสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา จำนวน 1 สัปดาห์ ในเดือนกุมภาพันธ์ 2559 มาใช้ โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

เปรียบเทียบผลการวิจัย วิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบเดิม และแบบใหม่

ผลการวิจัยที่ได้จากการจัดเส้นทางรถแบบใหม่ สามารถแสดงผลลัพธ์ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าตามระยะทางที่ใช้ในการขนส่ง (กิโลเมตร) และจำนวนรถที่ใช้ในการขนส่ง แสดงดังตารางที่ 7 ซึ่งจากชุดข้อมูลตัวอย่างของกรณีศึกษาที่นำมาทดลองใช้กับวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัดที่มีการเพิ่มเติม

เงื่อนไขเรื่องเวลาการทำงานของพนักงานขนส่งสินค้า แสดงให้เห็นว่า สามารถลดระยะทางในการขนส่งรวมได้อย่างชัดเจน ทำให้ระยะทางที่ลดลงมีผลต่อต้นทุนที่ใช้ในการขนส่งรวมลดลง 1,615 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.20 และอัตราการใช้รถขนส่งในการขนส่งสินค้าลดลงอีกร้อยละ 33.33

เปรียบเทียบประสิทธิภาพของการใช้สอยพื้นที่บนรถขนส่งสินค้า (Utilization) ระหว่างวิธีการเดิม และวิธีการที่นำเสนอ

การใช้งาน หรือการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ที่มีอยู่เป็นอีกหนึ่งตัวชี้วัดที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผู้วิจัยได้นำกลุ่มตัวอย่างมาทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการใช้สอยพื้นที่บนรถขนส่งสินค้า โดยนำผลการจัดเส้นทางเดินรถของบริษัทกรณีศึกษาที่ใช้ประสบการณ์และความชำนาญเส้นทางของพนักงานมาเปรียบเทียบกับวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัด แสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 7 ผลลัพธ์ระหว่างวิธีการเดิม กับวิธีการใหม่ที่นำเสนอ

ผลลัพธ์ / วันที่	วันที่ 1	วันที่ 2	วันที่ 3	วันที่ 4	วันที่ 5	วันที่ 6	ผลรวม
ผลลัพธ์ของวิธีการจัดเส้นทางแบบเดิมของบริษัทกรณีศึกษา							
- ระยะทางที่ใช้ในการขนส่งสินค้า (กม.)	626	626	626	626	626	626	3,756
- ต้นทุนที่ใช้ในการขนส่งสินค้า (บาท)	1,565	1,565	1,565	1,565	1,565	1,565	9,390
- จำนวนรถขนส่งที่ใช้ในการขนส่ง (คัน)	3	3	3	3	3	3	18
ผลลัพธ์ของวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดที่นำเสนอ							
- ระยะทางที่ใช้ในการขนส่งสินค้า (กม.)	521	518	521	515	521	515	3110
- ต้นทุนที่ใช้ในการขนส่งสินค้า (บาท)	1,302.5	1,295	1,302.5	1,287.5	1,302.5	1,287.5	7,775
- จำนวนรถขนส่งที่ใช้ในการขนส่ง (คัน)	2	2	2	2	2	2	12

ตารางที่ 8 ประสิทธิภาพของการใช้สอยพื้นที่บนรถขนส่งสินค้าระหว่างวิธีการเดิม กับวิธีการใหม่ที่น่าสนใจ

ประสิทธิภาพ / วันที่	วันที่ 1	วันที่ 2	วันที่ 3	วันที่ 4	วันที่ 5	วันที่ 6
ประสิทธิภาพของการใช้สอยพื้นที่บนรถขนส่งสินค้า ของวิธีการจัดเส้นทางแบบเดิม ของบริษัทกรณศึกษา						
- รถขนส่งคันที่ 1	68.75%	56.25%	68.75%	87.50%	62.50%	93.75%
- รถขนส่งคันที่ 2	56.25%	43.75%	50.00%	62.50%	50.00%	50.00%
- รถขนส่งคันที่ 3	50.00%	37.50%	50.00%	37.50%	43.75%	37.50%
ประสิทธิภาพของการใช้สอยพื้นที่บนรถขนส่งสินค้า ของวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดที่น่าสนใจ						
- รถขนส่งคันที่ 1	100.00%	93.75%	100.00%	93.75%	93.75%	93.75%
- รถขนส่งคันที่ 2	75.00%	43.75%	68.75%	93.75%	62.50%	87.50%

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษารูปแบบการจัดเส้นทางรถขนส่งสินค้าที่เหมาะสมในธุรกิจสินค้าเกษตร (ขายส่งส้มโอ) ของบริษัทกรณศึกษา เป็นการศึกษาเพื่อการแก้ไขปัญหาในการวางแผนการจัดเส้นทางรถขนส่งสินค้า และเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายจากการขนส่งสินค้าให้กับบริษัทกรณศึกษา โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำวิธีการจัดเส้นทางเดินรถแบบประหยัดมาประยุกต์ใช้ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดด้านการบรรทุก และข้อจำกัดด้านระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งสินค้าตามที่กำหนด ข้อมูลจำนวนลูกค้า และปริมาณความต้องการสินค้า ที่นำมาทดลองใช้นั้นเป็นชุดข้อมูลจริงจากบริษัทกรณศึกษา ในเดือนกุมภาพันธ์ 2559 (6 วันทำงาน) นำมาเปรียบเทียบ

ผลลัพธ์ระหว่างวิธีการจัดเส้นทางรถขนส่งแบบเดิมที่ใช้ประสิทธิภาพของพนักงานในการจัดเส้นทาง กับวิธีการจัดเส้นทางแบบประหยัดที่น่าสนใจ จากผลการวิจัยสามารถสรุปผลลัพธ์ของการจัดเส้นทางเดินรถได้ ดังนี้

วิธีการจัดเส้นทางเดินรถที่น่าสนใจนั้น สามารถลดระยะทางที่ใช้ในการขนส่งรวมจากเดิมที่ใช้ 3,756 กิโลเมตรต่อสัปดาห์ เหลือ 3,110 กิโลเมตรต่อสัปดาห์ ลดลง 646 กิโลเมตร ทำให้ระยะทางที่ลดลงมีผลต่อต้นทุนที่ใช้ในการขนส่งรวม จากเดิมที่ใช้ 9,390 บาทต่อสัปดาห์ เหลือ 7,775 บาทต่อสัปดาห์ ลดลง 1,615 บาทต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.20 และอัตราการใช้รถในการขนส่งสินค้ายังลดลงร้อยละ 33.33 อีกด้วย

References

- Chaiwongsakda, N., Ananaue, P., Jeenaboonrueang, N., Winyangkul, S., Sinnarong, K., Jakkaew, T., Jaibal, W. & Srisawang, N. (2015). Vehicle Routing by Using a Saving Algorithm and the Traveling Salesman Problem: A Case Study of a Drinking Water Factory. *Thai Journal of Operations Research*, 3(1), 51-61. [in Thai]
- Clarke, G. & Wright, J. W. (1964). Scheduling of vehicles from a central depot to a number of delivery points. *Operations Research*, 12, 568-581.
- Srimuang, K. (2007). *Fleet Size Determination in Freight Transportation for Retail Business A Case Study of TOPS Supermarket*. Master of Engineering, King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Tophochanapun, P. (2015). *Reduction of Fuel Consumption for the Capacitated Vehicle Routing Problem Case Study of a Consumer Product Company*. Master of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management. [in Thai]
- Toth, P. & Vigo, D. (2002). *The Vehicle Routing Problem*. SIAM Monographs on Discrete Mathematics and Applications, Philadelphia.





Name and Surname: Varinrat Rinmukda

Highest Education: M.B.A. in Business Administration (Major Logistics Management), Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Logistics Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Tantikorn Pichpibul

Highest Education: Ph.D. in Engineering, Sirindhorn International Institute of Technology, Thammasat University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Information System, Supply Chain and Logistics Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Kitichai Sreesuknam

Highest Education: M.B.A. in Business Administration Retail Business Management, Panyapiwat Institute of Management

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Retail Business Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Anuruck Watanathawornwong

Highest Education: Ph.D. in Political Science, Ramkhamhaeng University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Political Science, Management, Merchandising & Marketing

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา

MALAYSIAN TOURISTS BEHAVIOR AND SATISFACTION OF CULTURAL TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE

สุดาพร ทองสวัสดิ์

Sudaporn Thongsawas

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Hatyai Business School, Hatyai University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว จากกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test ผลการวิจัยพบว่า

1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 3,001-4,000 บาท รองลงมาคือมีรายได้น้อยกว่า 3,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเมืองกลันตัน รองลงมาคือมีภูมิลำเนาในเมืองเคดาร์ 2) นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อพักผ่อน รองลงมาเดินทางมาเพื่อประชุม/สัมมนา และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาแล้วจำนวน 7-8 ครั้ง ใช้รถตู้เป็นยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนในจังหวัดสงขลา 2 คืน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นเงิน 2,000-3,000 บาท และนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลล่วงหน้าในการจัดงานประเพณีหรือเทศกาลต่างๆ ของจังหวัดสงขลาเพิ่มเติม 3) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาในภาพรวมแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน ส่วนระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย จังหวัดสงขลา

Abstract

The research objectives were: 1) To study the privacy of Malaysian tourists traveling cultural tourism in Songkhla 2) To study the behavior of Malaysian tourists to the cultural tourism in Songkhla 3) To study the level of satisfaction of Malaysian tourists to the cultural tourism in Songkhla 4) To compare the satisfaction levels of Malaysian tourists to the cultural tourism in Songkhla by personal factors, and travel habits. The sample consisted of 400 Malaysian tourists traveling cultural tourism in Songkhla. The research instruments were questionnaires. Statistics for data analyses were frequency, percentage, mean standard deviation, t-test, and F-test. Research findings were as follows:

Most visitors are male, aged 20-30 years, followed by 31-40 years, a career as a public servant minor occupational trade / business, The average income per month during the 3,001-4,000 ringgit minor earning less than 3,000 ringgit, and domiciled in the city Kelantan. 2) Most Malaysian tourists whose main purpose in traveling to Songkhla to rest. Followed by a trip to a conference / seminar, And had been traveling in the Province of 7-8 times, ravel by van is a vehicle to travel by traveling with tour companies, Tourists traveling during the holidays, Saturday – Sunday, spent two nights camping in the Songkhla, with the cost of travel time is money 2,000-3,000 ringgit, and Visitors want dates and times in the festival. Festival of the offense more 3) The satisfaction of tourists were satisfied with the tour as a whole at a high level. However, visitors who travel behavior at different points in the average cost of leisure time. And to come back repeatedly. Satisfaction of cultural tourism in Songkhla province as a whole difference was statistically significant at the 0.05 level. Apart from that Those are personal factors including age career and hometown were satisfied in cultural tourism in Songkhla no different.

Keywords: Cultural Tourism, Malaysian Tourists, Songkhla Province

บทนำ

สงขลาเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น หาดสมิหลา หาดสร้อยสวรรค์ น้ำตกโดนงาช้าง นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และโบราณสถาน เช่น วัดพระเจดีย์งาม วัดพะโคะ เจดีย์เขาดังกวน อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง ด้านแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของจังหวัดสงขลา เช่น สถาบันทักษิณคดีศึกษา เกาะยอ ชุมชนสทิงหม้อ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จากสถิติการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2556 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย จำนวน 451,000 คน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 194,000 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากที่สุดคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2556 จังหวัดสงขลาได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 10,160 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) จากการที่จังหวัดสงขลา มุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดมีการตื่นตัวและมีการพัฒนาศักยภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจห้องพัก ธุรกิจทัวร์ ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

วิถีชีวิตของคนในจังหวัดสงขลาเป็นวิถีชีวิตที่มีวัฒนธรรมและเรียบง่าย ดังจะเห็นได้ว่าหน่วยงานของรัฐบาลพยายามส่งเสริมสนับสนุนให้จังหวัดสงขลาเป็นถิ่นของวิถีชีวิตดั้งเดิมและพยายามบูรณะสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดสงขลาได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนกำหนดจัดกิจกรรมเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นอันดีงาม และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีด้านท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ดังนี้ 1) งานสมโภชเจดีย์หลวงเขาดังกวน 2) งานเทศกาลอาหารหอย ผลไม้อร่อยและของดีเมืองใต้ 3) งานประจำปีของจังหวัดสงขลา จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ

จังหวัดสงขลาทำให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา มีเอกลักษณ์และมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสงขลาในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการศึกษาในประเด็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา แต่ยังไม่มีการศึกษาในประเด็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาในประเด็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ศึกษาปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว และศึกษาว่าปัจจัยด้านใดที่นักท่องเที่ยวเห็นควรปรับปรุงหรือพัฒนาเพิ่มขึ้น โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพัฒนาวางแผนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดให้เป็นที่ยอมรับหลายในวงกว้างขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสามารถสร้างรายได้กับจังหวัดต่อไป ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
- 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
- 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมการท่องเที่ยว

Wade & Tavris (1998: 245) อธิบายว่า พฤติกรรม (Behavior) คือ การกระทำของคนเราที่สังเกตได้ทั้งนี้ สุขุมาลย์ หนูมาศ (2552: 68-69) ได้ให้ความเห็นว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับ ความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (2003: 36) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับการคาดหวัง ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็พอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะเกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของลูกค้า และเกิดการประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นมากในการดำเนินงาน เพราะเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะมาใช้บริการ มีนักวิชาการได้นำเสนอวิธีการเพิ่มคุณค่าเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) การเพิ่มคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้ามากขึ้น หมายถึง คุณประโยชน์ทั้งในด้านการใช้บริการ คุณประโยชน์เชิงอารมณ์ ความมั่นใจ หรือบุคลิกภาพที่สะท้อนมาจากการใช้บริการนั้นๆ

2) การลดต้นทุนให้ผู้มาใช้บริการ หมายถึง การจ่ายเงินในราคาที่ลดลงของการมาใช้บริการนั่นเอง และที่สำคัญการลดต้นทุนดังกล่าวนี้ต้องไม่ทำให้คุณภาพหรือคุณประโยชน์ของบริการลดลง

ในการให้บริการหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการรับบริการก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ หรือการใช้บริการซ้ำ โดย Kim et al. (2012: 374) ได้อธิบายการซื้อซ้ำไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการกับผู้ผลิตรายเดิมที่มีผลมาจากการเกิดจากความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และให้การบริการดังกล่าวสืบเนื่องจากการตัดสินใจในครั้งแรกที่อาจเกิดจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกของผู้บริโภคเองเป็นหลัก

รุ่งกาญจน์ แสงหาญ (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่า การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในขณะที่การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ระยะทางในการท่องเที่ยว การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

กัลยาณี ทองงาม (2553: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย การวิจัยครั้งนี้มีจุดหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ และทวีป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุในช่วง 31-45 ปี และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยแตกต่างกับช่วงอายุ 46-60 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีทวีปต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม ด้านการบริหารจัดการ และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวที่มีทวีปต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วรพร ฉายกั (2556: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้าน ด้านคุณค่าทางศิลปกรรม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมไม่แตกต่างกัน 3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรผู้ให้บริการและด้านคุณค่าทางศิลปกรรม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน 4) นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่มีสถานภาพทางสัญชาติต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แคทรียา ปันทะนะ (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในด้านการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านความรู้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวด้านสถานที่จัดงานด้านความสะดวกในการเดินทาง/ท่องเที่ยว และด้านราคาตามลำดับ โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้ายาจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อจำแนกอายุมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษานี้มีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ไม่แตกต่างกัน
- 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการเข้ามาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา” ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1) ด้านพื้นที่

การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสำรวจพื้นที่อำเภอภายในจังหวัดสงขลาที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมพบว่า มี 13 อำเภอ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งผู้วิจัยได้ขอข้อมูลของ

มัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวชั้นนำในจังหวัดสงขลา โดยการคัดเลือกมัคคุเทศก์และใช้วิธีการคัดเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball techniques) ซึ่งจากการใช้วิธีนี้ได้มีการเสนอชื่อมัคคุเทศก์ซ้ำๆ กัน เป็นจำนวน 4 คน ผู้วิจัยจึงได้สอบถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าพื้นที่ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 แหล่งด้วยกัน ได้แก่ เขาตังกวน ย่านเมืองเก่าสงขลา ตลาดน้ำคลองแดน ตลาดน้ำคลองแห วัดถาวร (วัดจีน) พระมหาธาตุเจดีย์ไตรภพ

2) ประชากรและวิธีสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางทายโรยามาเน่ ในกรณีที่มีขนาดประชากรมากกว่า 100,000 คน (วรรณิ แกมเกตุ, 2551: 283) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม มี 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ซึ่งตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ข้อคำถามเป็นลักษณะให้เลือกตอบ (Check list) ซึ่งตอบได้เพียงคำตอบเดียว ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา เป็นลักษณะมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการให้บริการของหน่วยงานรัฐ ด้านการต้อนรับของประชาชนในท้องถิ่น และด้านความเหมาะสมของร้านค้า/ร้านอาหาร และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open ended Questions) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

4) วิธีสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเป็นดังนี้ 1) ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจนได้นิยามของตัวแปรที่จะศึกษา 2) ทำการร่างแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัย 3) สร้างแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 สำหรับนำไปสร้างแบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) โดยทำการทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่วัดหาดใหญ่ในจำนวน 30 ชุด 5) ทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่างๆ และวัดความสม่ำเสมอสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.88 และ 6) การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ในการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามด้วยตนเองด้วยการเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป การสุ่มตัวอย่างสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยแบบสอบถามเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยจะคำนึงถึงสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยแบ่งเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวละเท่าๆ กันคือ $400/6 = 66.66$ หรือประมาณ 66-67 คนต่อแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญ สำหรับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test, F-test เพื่อทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐ รองลงมาประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 3,001-4,000 บาท มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 3,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเมืองกัวลันตัน รองลงมามีภูมิลำเนาในเมืองเคดาร์

3) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จากการ

ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การต้อนรับของประชาชนในท้องถิ่นโดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สำหรับประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจนั้นเกิดจากประชาชนในพื้นที่จังหวัดสงขลาให้การต้อนรับที่ดีเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสในการต้อนรับ รองลงมานักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านร้านค้า ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 สำหรับประเด็นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากในด้านนี้ ได้แก่ ร้านค้า ร้านอาหาร มีเพียงพอต่อความต้องการ และร้านค้าร้านอาหาร มีความสะอาด อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 สำหรับประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก เช่น ความสะอาดของบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และความเพียงพอของสถานที่จอดรถ เป็นต้น

4) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 จากการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และภูมิถิ่นานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ด้านการต้อนรับของประชาชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในส่วนของการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ในประเด็นวัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการเพิ่มเติม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ที่ต้องการไปมากที่สุด มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชยธาราราม จังหวัดอ่างทอง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของแคทรียา ปันทะนะ และคณะ (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ผลการวิจัยนักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2) ผลการทดสอบเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ที่แตกต่างกันในประเด็นวัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว รูปแบบของการท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ต้องการเพิ่มเติม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา ที่ต้องการไปมากที่สุด มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในประเด็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้ง และความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวในอนาคต มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวที่มีความต้องการจะมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคตย่อมมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ณ จังหวัดสงขลา ในการมาท่องเที่ยวในครั้งแรก มีความประทับใจ และมีความเชื่อมั่นในการให้บริการ ดังนั้น จึงเกิดความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อซ้ำ ดังที่ Kim et al. (2012: 374) ได้อธิบายการตั้งใจซื้อซ้ำไว้ว่า เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการของผู้บริโภคกับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายเดิมที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ อันเป็นผลเนื่องมาจากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการครั้งที่ผ่านมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

1) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของภาครัฐน้อยที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อมูลรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ น้อยที่สุด ทั้งนี้ผลการวิจัยยังคงสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เสนอแนะว่า ควรมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มจำนวนห้องละหมาดให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และควรมีเจ้าหน้าที่ของรัฐที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อยู่ประจำแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสามารถให้คำแนะนำ หรือให้ความรู้เพิ่มเติมกับนักท่องเที่ยวได้ จากข้อมูลเหล่านี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงเพื่อก่อให้เกิดการให้บริการที่ดียิ่งขึ้นได้ในอนาคต

2) จากผลการวิจัยในเรื่องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งจากประเด็นนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สามารถนำมาวางแผนการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตรงกับช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งอาจส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเท่านั้น ควรศึกษาเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น สิงคโปร์ เป็นต้น

2) ควรมีการศึกษาในประเด็นเปรียบเทียบความคาดหวังและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

References

- Chayki, W. (2013). *Satisfaction of foreign tourists who visit the Sukhothai Historical Park. Sukhothai*. Master of Science thesis, Srinakharinwirot University. [in Thai].
- Gamgate, W. (2008). *Research Methodology in Social Sciences* (2nd ed.). Bangkok: Printing of Chulalongkorn University. [in Thai].
- Ha-numas, S. (2009). *The motivation of tourists in Thailand temple Wat Phra Mahathat, case studies and museum district, Nakhon Si Thammarat*. Master of Art thesis, Naresuan University. [in Thai]
- Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Han, J. & Kim, J. (2012). Factors influencing internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce. Research and Applications*, 11(4), 374-387.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). *Statistical information on tourism*. Retrieved May 13, 2015, from <http://mots.go.th> [in Thai]
- Pantana, K. et al. (2015). *The satisfaction of tourists on Doi Inthanon National Park*. Research, Rajamangala University of Technology Lanna. [in Thai].
- Royal Academy. (1992). *Dictionary of Honor 1987*. Bangkok: Aksornjaroentad. [in Thai]
- Sa-vangkarn, R. (2008). *Factors that decision and the satisfaction of the tourists are. On tour case study of chaiyo temple Ang Thong Province*. Research, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [in Thai]
- Thongngam, K. (2010). *Satisfaction of foreign visitors to the Sukhothai Historical Park tour. Sukhothai*. Master of Science thesis, Srinakharinwirot University. [in Thai]

Tourism Authority of Thailand. (2016). *Pocket Guide Songkhla*. Retrieved July 5, 2016, from <http://thai.tourismthailand.org> [in Thai]

Wade, C. & Tavis, C. (1998). *Psychology* (5th ed.). New York: Longman.



Name and Surname: Sudaporn Thongsawad

Highest Education: Master of Business Administration,
Ramkhamhaeng University

University or Agency: Hatyai University

Field of Expertise: Business Management

Address: 125/502 Hatyai University, Polpichai Rd., Hatyai, Songkhla
90110

แนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรม สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ

SERVICE MODEL DEVELOPMENT IN HOTEL BUSINESS FOR FOREIGN RETIREES TOURISTS

รจิต คงหาญ¹ วิสาखा วัฒนปกรณ์² และอรรรจนา เกตุแก้ว³

Rajit Khongharn¹, Wisakha Vadhanapakorn² and Aunjana Katekaew³

^{1,2,3}คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2,3}Faculty of Management, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ ความคิดเห็น และทัศนคติ การรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ศึกษาความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ โดยการกำหนดขนาดประชากรจากการคำนวณของ Taro Yamane ณ ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.10 พบว่า จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวนทั้งสิ้น 100 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในด้านราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณอยู่ในระดับมากทุกด้าน และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า องค์ประกอบหลักของรูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ ควรสะท้อนความเป็นวัฒนธรรมไทยในงานบริการ ลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีความต้องการที่หลากหลาย โอกาสเติบโตของลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการจ่ายมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการจะมาใช้บริการเป็นระยะเวลายาวนานในแต่ละครั้ง ซึ่งมีจำนวนมากขึ้นทุกปี หากได้รับการบริการที่ดีและราคาห้องพักไม่ได้ปรับสูงขึ้นมากในแต่ละปี ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะมีการมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: งานบริการ ธุรกิจโรงแรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ วัยเกษียณ

Abstract

The study of Service Model Development in Hotel Business for foreign retirees tourist aims to study requirements, opinions and attitudes of services in the hotel and tourism business. Also study the availability of services for tourists and become a development guideline to accommodate customers traveling as elderly foreigners. Research is mixed of quantitative and qualitative method. The questionnaire to collect of the foreign retirees tourist retirement by determining population size from the calculation of Taro Yamane at 0:10 tolerances that are required to use the sample population consisted of 100 people, as well as in-depth interviews of 10 hotel and tourism related service's people. The study indicated that the demand on the services of hotel and tourism business for elderly foreign tourists are price, promotion, place, process, and to create and present physical characteristics are moderate while hotel product and staff are high. Data from in-depth interviews found that the major forms of services in hotel and tourism business for foreign retirees should reflect the culture of its service. Moreover, Customers also have diverse needs. Potential growth of this segment is the group that has the ability to pay. The numbers of foreigners who come to spend long period of time during their stay has grown every year. Furthermore, good service and yearly increased reasonable room rate would draw these customers to return their visit.

Keywords: Service, Hotel, Foreigner, Retirees

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างหนึ่งของโลกในยุคปัจจุบันเนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของรายได้หลักของหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย ซึ่งรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีสัดส่วนถึงร้อยละ 6 ของรายได้ประชาชาติและยังช่วยให้ประเทศไทยเกินดุลจากภาคการท่องเที่ยวมาตลอด เนื่องจากรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่ารายจ่ายที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปต่างประเทศ ถึงแม้รายได้เงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวจะมีขนาดเพียง 1 ใน 10 ของมูลค่าการส่งออกสินค้า แต่รายได้ดังกล่าวส่วนใหญ่จะตกอยู่กับคนไทย เพราะการท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรจากในประเทศเป็นหลัก (ธีร ติระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ, 2557) หลายประเทศที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นการค้าบริการที่มีศักยภาพเพื่อสร้างงาน กระจาย

รายได้ และหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ โดยได้ระบุวัตถุประสงค์และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในยุทธศาสตร์การเพิ่มสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ กล่าวคือ “พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ซึ่งรวมถึงวิถีชีวิต สภาพแวดล้อม ตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีพื้นบ้าน ตลอดจนการส่งเสริมไทยเที่ยวไทย และการประสานความร่วมมือ

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศเดียวที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ มีคู่แข่งมากมายที่สามารถเข้ามาช่วงชิงส่วนแบ่งทางการท่องเที่ยวไปจากประเทศไทยได้ แต่การมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวไปที่ทุกกลุ่มเป้าหมายอาจไม่ใช่ความคิดที่ดีเพราะเป็นการทำการตลาดที่ไร้ทิศทาง ประเทศไทย

ควรจะมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนซึ่งกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งที่น่าจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษในสถานการณ์ปัจจุบันและในอนาคตอันใกล้ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากในปี 2554 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 19,230,470 ล้านคนหรือเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 20.67 โดยก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวเป็นจำนวนทั้งสิ้น 776,217.20 ล้านบาท เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ประมาณ 2.9 ล้านคน คิดเป็นรายได้ประมาณ 115,656 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2559) ในปี พ.ศ. 2549 และปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุ 2,119,675 คน และ 2,259,161 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 13,821,802 คน และ 14,464,228 คน คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามายังประเทศไทยร้อยละ 15.3 และ 15.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17.87 และร้อยละ 10.78 หากพิจารณานักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นรายประเทศพบว่า ในปี พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวสูงอายุจากประเทศเยอรมนี สวีเดน และฝรั่งเศส ตามลำดับ อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มขึ้นเท่าใดนัก แม้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศไทยจะเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2549-2550 ประมาณร้อยละ 20 ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านโครงสร้างของประชากรและพฤติกรรมของตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุและคนที่เกษียณอายุว่าเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและเป็นตลาดเป้าหมายของไทย ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากในตลาดท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความต้องการ ความคิดเห็น และทัศนคติ การรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาความพร้อมในการให้บริการของธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ
3. เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจบริการ (Services Marketing)

Lovelock and Wright (อ้างถึงในอดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2546: 4) ให้นิยามบริการไว้ 2 แบบ ได้แก่ บริการ (Service) เป็นการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้า แต่การปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จำต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ และบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้ให้บริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้บริการ คือ กิจกรรม หรือชุดของกิจกรรมที่โดยทั่วไปอาจจับต้องได้ ซึ่งตามปกติมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อกันระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ให้บริการ และ/หรือทรัพยากรที่มีตัวตนหรือสินค้า และ/หรือระบบของผู้ให้บริการนั้น ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้านั่นเอง

การบริการคือ การกระทำ หรือกระบวนการผลิตใดๆ ที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่เกิดผลในความเป็นเจ้าของ โดยกระบวนการนั้นอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าทางกายภาพหรือไม่ก็ได้ (Kotler, 2003: 444) จากความหมายของคำว่า “การบริการ” ข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การบริการคือ การที่ผู้ให้บริการ (ผู้นำเสนอกิจกรรม) นำเสนอ

กิจกรรมหนึ่งให้แก่ผู้รับบริการ (ผู้บริโภคหรือลูกค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งกิจกรรมที่นำเสนอในกระบวนการนี้เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจบริการ ทำให้ทราบว่า งานบริการมีความแตกต่างจากรูปแบบงานชนิดอื่นอย่างยิ่ง เนื่องจากการตอบสนองความพึงพอใจให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งโดยไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งการบริการมักจะถูกผลิตและบริโภคในระยะเวลาเดียวกัน โดยลูกค้าที่เป็นผู้ซื้อบริการมักจะต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบริการนั้นด้วย และในแต่ละกระบวนการในการบริการนั้นคุณภาพการบริการไม่คงที่ไม่เหมือนการผลิตสินค้า จึงเน้นความสำคัญไปยังบุคคลที่ให้บริการ มุ่งเน้นให้งานบริการมีมาตรฐาน

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) โดยความหมายของคุณภาพ (Quality) คือ สิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ (Gronroos, 1990; Buzzell & Gale, 1987 อ้างในธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2557: 179) คุณภาพของสินค้า (Product Quality) คือ ระดับของคุณประโยชน์แห่งคุณสมบัติของสินค้าที่เอื้ออำนวยต่อผู้ใช้สอยและตอบสนองความต้องการที่ตั้งใจหรือความคาดหวังก่อนใช้สอยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ (วีรพงษ์ เฉลิมาจิระรัตน์, 2539: 14)

คุณภาพบริการ (Service Quality) ตามแนวคิดของ Parasuraman เชื่อว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง และประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวัง ถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985)

นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการ

สร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่า คุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก (Kotler, 2003: 455)

Gronroos (1982, 1983, 1984, 1990 อ้างในธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2557: 182) ให้แนวทางที่ผู้บริโภคใช้ประเมินคุณภาพของการบริการ การศึกษาทางด้านคุณภาพการบริการของ Gronroos และงานของ Parasuraman และคณะเสนอแนวความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality - PSQ) และ “คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด” (Total Perceived Quality) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจาก “ความคาดหวัง” ของลูกค้าด้านคุณภาพของสินค้าที่มีต่อ “การประเมินคุณภาพ” ของสินค้าหลังจากการบริโภคสินค้านั้น Gronroos อธิบายแนวความคิดเรื่อง “คุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด” โดยกล่าวว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้จะเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ คุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้า (Experienced Quality) โดยทั่วไปลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพของการบริการจากการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวัง (Expected Quality) กับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการ (Experienced Quality) ว่าคุณภาพทั้งสองประเภทยานั้นสอดคล้องกันหรือไม่ เมื่อนำมาพิจารณารวมกันเป็นคุณภาพที่รับรู้ทั้งหมดก็จะทำให้ได้ผลสรุปเป็นคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ได้ (PSQ) นั่นเอง ถ้าจากการพิจารณาเปรียบเทียบในประเด็นดังกล่าวพบว่า คุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ไม่เป็นไปตามคุณภาพที่คาดหวัง

จะทำให้ลูกค้ามีการรับรู้ว่าคุณภาพของการบริการไม่ดีอย่างที่คาดหวัง โดยการศึกษาของ Parasuraman และคณะ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการพบว่า ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินคุณภาพของการบริการมี 10 ด้าน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ด้าน คือ ด้านการรับรู้และด้านการคาดหวัง มีรายละเอียดดังนี้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985: 47)

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability) เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรก และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ตามที่สัญญาไว้อย่างครบถ้วน

2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ ความตั้งใจและความพร้อมที่จะให้บริการของพนักงาน รวมไปถึงความเหมาะสมของระยะเวลาให้บริการด้วย เช่น พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า

3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง คุณสมบัตินักการมีทักษะและความรู้ความสามารถในการให้บริการ นั่นคือ พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีความรู้ความชำนาญ และสามารถในงานที่ให้บริการ

4. การเข้าถึงการบริการ (Access) หมายถึงความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เช่น สามารถโทรศัพท์ติดต่อได้ตลอดเวลา การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลต้องมีความเหมาะสม สะดวกสบายในการเดินทาง

5. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) พนักงานที่ให้บริการลูกค้าต้องมีอัธยาศัยไมตรี มีความสุภาพ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีรวมถึงการแต่งกายที่สุภาพและเหมาะสมของพนักงานด้วย

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถในการอธิบายลูกค้าให้เข้าใจอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการและส่วนลด

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ได้แก่ ชื่อเสียงขององค์กร ลักษณะที่น่าเชื่อถือของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้า ความซื่อสัตย์ น่าไว้วางใจ ความเชื่อถือได้ และการนำเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

8. ความปลอดภัย (Security) การบริการที่ส่งมอบแก่ลูกค้าไม่มีอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ ซึ่งได้แก่ความปลอดภัยของร่างกาย ทรัพย์สิน และความเป็นส่วนตัว

9. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing the customer) การเข้าใจความต้องการของลูกค้า และเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการส่วนตัว ให้ความสนใจลูกค้าเฉพาะบุคคล และสามารถจำชื่อลูกค้าได้

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพขององค์กร ลักษณะภายนอกของพนักงาน รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการให้บริการต่างๆ

ต่อมา Parasuraman และคณะ ได้นำปัจจัยทั้ง 10 ปัจจัย ไปพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” ประกอบด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการให้เหลือเพียง 5 ด้านดังนี้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985: 23)

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) บริการที่ให้แก่ผู้รับบริการต้องแสดงให้เห็นว่าบริการ สามารถคาดคะเนคุณภาพการบริการได้ชัดเจน เช่น สถานที่ที่ให้บริการมีความสะดวก สบาย และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการมีความสวยงาม ทันสมัย เป็นต้น

2. ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ตามต้องการ

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และมียุทธศาสตร์ที่ดีในการให้บริการ และสามารถ

ของผู้ให้บริการส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงจิตใจ และความแตกต่างของผู้รับบริการตามลักษณะของแต่ละบุคคล เป็นสำคัญ เครื่องมือ SERVQUAL ตามปัจจัยประเมินคุณภาพ 5 ด้านนี้ ประกอบด้วยข้อคำถามแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นการประเมินคุณภาพบริการตามความคาดหวัง ส่วนที่ 2 เป็นการประเมินคุณภาพบริการตามการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยเรียกเครื่องมือนี้ว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy & Responsiveness) (Buttle, 1996: 9) จะเห็นได้ว่า ปัจจัย 5 ด้านของ SERVQUAL นี้ ปัจจัยที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ และการตอบสนองความต้องการ เป็นปัจจัยเดิมซึ่งได้จากการทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) ในงานวิจัยเมื่อปี 1985 ส่วนข้อที่ 4 และ 5 ซึ่งได้แก่ การให้ความมั่นใจ และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ เป็นปัจจัยใหม่แต่ก็ประกอบไปด้วยรายการต่างๆ ที่สื่อไปถึงปัจจัยเดิมอีก 7 ด้านที่เหลือ ดังนั้นแม้ SERVQUAL จะประกอบด้วยปัจจัยในการวัดคุณภาพบริการเพียง 5 ด้านแต่ก็ครอบคลุมแง่มุมต่างๆ ของปัจจัยเดิมทั้ง 10 ด้าน และเป็นแนวคิดที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการประเมินคุณภาพบริการในมุมมองของผู้รับบริการ

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mix Method) โดยมีสาระสำคัญถึงวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และจะนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ตอนที่ 1 การสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยสูงอายุ

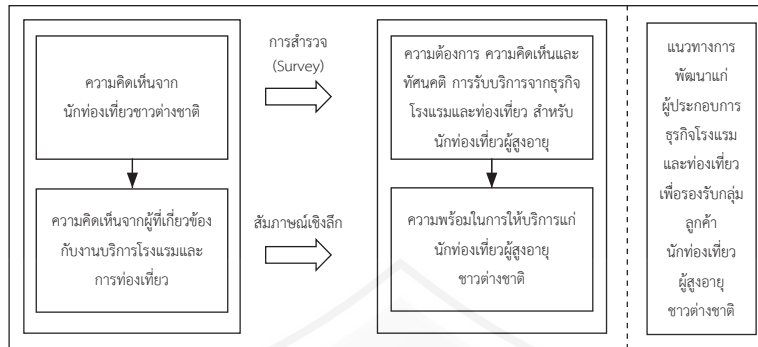
ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการวิจัย ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คณะผู้วิจัยใช้การศึกษาข้อมูลในแหล่งปฐมภูมิ 2 แนวทาง 1) การวิจัยเชิงปริมาณ การสอบถามความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยสูงอายุ จำนวน 100 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยพิจารณาผู้ให้ข้อมูลที่เป็นชาวต่างชาติอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป และ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key information) ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรม อันได้แก่ เจ้าของธุรกิจโรงแรม ผู้จัดการฝ่าย ฝ่ายการตลาด และพนักงานฝ่ายปฏิบัติงานในโรงแรมระดับ 3 ดาว และธุรกิจบริการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าของธุรกิจทัวร์และพนักงานทัวร์ไกด์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 คน โดยเป็นผู้ที่ทำงานในธุรกิจดังกล่าวไม่ต่ำกว่า 5 ปี

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การศึกษาทฤษฎีและงานวิจัย หนังสือ ตำรา และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ “แนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ” ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดธุรกิจบริการ (Services Marketing) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และธุรกิจและการปฏิบัติงานโรงแรมในปัจจุบัน สำหรับนำไปกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและเป็นแนวทางการศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การสำรวจความคิดเห็น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยสูงอายุ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยายด้วยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติ t-test แบบ Independent Sample ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5

2.2 การทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ตอนที่ 1

ส่วนที่ 1

ผลการสำรวจความคิดเห็น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 61-65 ปี มีสถานภาพสมรส

คิดเป็นร้อยละ 37 โสด ร้อยละ 32 และหม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ ร้อยละ 31 โดยผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความต้องการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ความต้องการด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ความต้องการด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ความต้องการด้านความไว้วางใจได้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ความต้องการด้านการตอบสนองความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ความต้องการด้านความสามารถของผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ความต้องการด้านความมีอัธยาศัย โดยรวมอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ความต้องการด้านการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ความต้องการด้านการเข้าใจ และการรู้จักลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ส่วนที่ 2

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติ t-test แบบ Independent Sample ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ข้อความ	เพศ	t – test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	df.	t	Sig. (2 tailed)
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.78	0.69	99	52.231**	.000
	หญิง	4.00	0.79			
ด้านราคา	ชาย	3.35	0.56	99	55.329**	.000
	หญิง	3.44	0.67			
ด้านสถานที่	ชาย	3.30	0.77	99	38.414**	.000
	หญิง	3.14	0.92			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	3.05	1.06	99	34.603**	.000
	หญิง	3.59	0.70			
ด้านบุคคล	ชาย	3.77	0.65	99	42.502**	.000
	หญิง	3.51	1.05			
ด้านกระบวนการ	ชาย	3.32	0.94	99	22.396**	.000
	หญิง	3.34	1.97			
ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ชาย	3.43	0.96	99	34.320**	.000
	หญิง	3.08	0.92			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า Sig. (2 tailed) ของความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว มีค่าน้อยกว่า 0.01 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) ทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างในด้านต่างๆ มีผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะคุณสมบัติส่วนบุคคล

ข้อมูลที่แตกต่างกัน คุณภาพการบริการ	อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพสมรส		รายได้		อาชีพ	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ค่า Sig (2-tailed)	<0.05	> 0.05	<0.05	> 0.05	<0.05	> 0.05	<0.05	> 0.05	<0.05	> 0.05
ด้านผลิตภัณฑ์		.013		.265		.006		.031	.000	
ด้านราคา		.579		.355		.110	.000	.000		.175
ด้านสถานที่	.000			.748		.617		.073	.000	
ด้านการส่งเสริมการตลาด		.105		.199		.121		.144		.226
ด้านบุคคล	.000			.283		.923		.237	.005	.005
ด้านกระบวนการ		.027		.010		.176		.631		.045
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	.000			.279	.004			.466	.002	.002

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงการทดสอบสมมติฐานจากการทดสอบความแตกต่างของด้านลักษณะคุณสมบัติส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig (2-tailed) ของความคิดเห็นต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว จำแนกตามความแตกต่าง พบว่า ด้านอายุที่แตกต่างมีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวในด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างมีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านรายได้ที่

แตกต่างมีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวด้านราคา ส่วนความแตกต่างด้านอาชีพมีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล และด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความคิดเห็นต่อความต้องการด้านต่างๆ ที่กล่าวข้างต้นในความต้องการการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน ในขณะที่ ค่า Sig (2-tailed) ด้านอายุที่แตกต่างมีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านกระบวนการ ส่วนด้านการศึกษาที่แตกต่างกันพบว่า มีผลความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวเกี่ยวกับด้าน

ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ส่วนความแตกต่างด้านสถานภาพสมรส มีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ความแตกต่างของรายได้มีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และ ความแตกต่างด้านอาชีพมีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ โดยทั้งหมดมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) ยอมรับ สมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายความว่าความคิดเห็นต่อความต้องการด้านต่างๆ ที่กล่าวข้างต้นเกี่ยวกับการรับบริการจากธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยว ไม่แตกต่าง

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ด้วยการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviewing) กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานบริการโรงแรมและการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวต่างชาติโดยมีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบหลักของรูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวสำหรับชาวต่างชาติวัยเกษียณนั้น ผู้ทำงานบริการควรสะอาดและมุ่งเน้นความเป็น

วัฒนธรรมไทยในงานบริการ เช่น การไหว้ การกล่าวคำทักทาย ความมีเมตตาจิตและการสร้างความสัมพันธ์ในด้านการเอาใจใส่แก่ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก ดังนั้นบุคลากรที่จะเข้าร่วมทำงานในด้านงานบริการ โดยเฉพาะการบริการกลุ่มลูกค้าวัยเกษียณ จึงต้องได้รับการคัดเลือกเป็นอย่างดี ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จะต้องมีใจรักงานด้านบริการเป็นอย่างมาก มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ เพราะการบริการแก่ชาวต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ จะมีความแตกต่างทางด้านอายุ แก่ผู้ให้บริการ เกิดช่องว่างของอายุ และควรเรียนรู้วัฒนธรรมของลูกค้าที่เราให้บริการด้วย ซึ่งส่งผลทำให้เรื่องของวัฒนธรรมจึงเป็นส่วนที่บุคลากรจะต้องทำความเข้าใจ เพื่อที่จะได้ถ่ายทอดการให้บริการได้อย่างถูกต้อง และเข้าใจลูกค้ากลุ่มนี้ รวมทั้งเสนอความเป็นวัฒนธรรมมารยาทของไทย เพราะโดยส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวในวัยนี้ ที่เลือกมาท่องเที่ยวและใช้บริการธุรกิจโรงแรมและท่องเที่ยวมีความชื่นชอบความเป็นวัฒนธรรมของไทย การบริการที่แตกต่างสำหรับลูกค้ากลุ่มวัยเกษียณ ลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีความต้องการที่หลากหลาย ในสิ่งที่ต้องการการรับบริการ โดยกลุ่มเกษียณวัยส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการในส่วนของโรงแรมนั้นต้องการการดูแลในลักษณะเดียวกับลูกค้าวัยอื่นทั่วไป เนื่องจากลูกค้าสามารถทราบหลักการบริการของโรงแรมตามมาตรฐานสากลของโรงแรมที่ได้จัดมาตรฐานไว้ เช่น หาดาว สามดาว เพียงแต่ผู้ประกอบการจะเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพิ่มมากขึ้นให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ เช่น การออกแบบทางเดิน การมีราวจับ และการบริการเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งสามารถสร้างความสะดวกและสร้างความประทับใจให้ลูกค้าตัดสินใจกลับมาเลือกใช้บริการซ้ำได้อีกด้วย โดยสามารถสรุปรูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับชาวต่างชาติวัยเกษียณ ได้ดังตารางนี้

ตารางที่ 3 รูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับชาวต่างชาติด้วยเกียณ

รายการ	แนวทางการบริหารจัดการ
ด้านผลิตภัณฑ์	มีรูปแบบห้องพักให้เลือกหลากหลาย ห้องพักมีมาตรฐานและมีความปลอดภัย
ด้านราคา	มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก ราคาและมาตรฐานการให้บริการที่ลูกค้าได้รับมีความเหมาะสม
ด้านสถานที่	สถานที่ตั้งของโรงแรมสามารถเดินทางไปมาสะดวก สถานที่ภายในโรงแรมตกแต่งอย่างสะอาด มีความเป็นระเบียบ รู้สึกลดภัยเมื่อเข้ามาใช้บริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ในสื่อที่หลากหลาย มีการจัดแพ็คเกจการใช้บริการที่น่าสนใจ
ด้านบุคคล	พนักงานให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่โทรมาสอบถามอย่างละเอียด มีพนักงานคอยให้บริการอย่างทั่วถึง
ด้านกระบวนการ	มีการติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อควบคุมกระบวนการให้บริการของพนักงาน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการให้บริการ
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	โรงแรมตั้งอยู่ในที่ที่เข้าถึงได้ง่าย การตกแต่งโรงแรมทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

ที่มา: สังเคราะห์จากข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษางานวิจัยแนวทางการพัฒนารูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยเกียณนั้นจากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการบริการที่มีรูปแบบในการบริการในทิศทางของการบริการในด้านจิตใจ ความเอาใจใส่ในเชิงประจักษ์แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ โดยลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการบริการที่ได้รับการดูแลทางด้านความรู้สึกและด้านจิตใจมากกว่าความต้องการทางด้านกายภาพ อันจะเห็นได้จากความต้องการทางด้านบุคคลในความไว้วางใจ ด้านความตอบสนองความต้องการ ทางด้านความสามารถของผู้ให้บริการ ความมีอัธยาศัย ความรู้สึกปลอดภัย และความต้องการด้านความเข้าใจและการที่ผู้ให้บริการรู้จักลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของพรหมพร ธรรมงคล (2549) อ่างในผกาวรรณ ผดุงสินเลิศวัฒนา (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของโรงแรมโนโวเทล กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านราคา อันส่งผลต่อความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่มากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งข้อมูลด้านความแตกต่างสถานภาพบุคคล รายได้ การศึกษา และอายุ มีผลต่อความต้องการการรับบริการและจากผู้ประกอบการ มีผลที่สอดคล้องกันในเรื่องการดูแลและความเอาใจใส่ เป็นสิ่งที่ผู้จะดำเนินธุรกิจในการเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยเกียณอันเป็นกลุ่มที่กำลังซื้อมาก และเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของประสงค์ ฤทธิเดช (2550) เรื่อง การวิเคราะห์

ความจำเป็นในการฝึกอบรมบุคลากรของธุรกิจโรงแรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของไชยชนะ จันทรอารีย์, มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก (2559) ได้ศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของลูกค้าโรงพยาบาลพระราม 2 ความไว้นื้อเชื่อใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า หากดำเนิน ธุรกิจด้วยความโปร่งใสแสดงให้เห็นถึงความซื่อสัตย์ สุจริต มอบการให้บริการที่ซื่อตรงและจริงใจ สามารถ ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้นื้อเชื่อใจทางใจได้ต่อโรงพยาบาล ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการทางการแพทย์ เป็นอย่างมาก โดยสรุปได้ว่า เมื่อลูกค้าเกิดความไว้นื้อ เชื่อใจที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อ โรงพยาบาลที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ดังจะเห็นได้ว่าความ

ไว้วางใจมีผลต่องานบริการ

สำหรับแนวทางรูปแบบงานบริการในธุรกิจโรงแรม และท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณ ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ที่เข้าใจลักษณะของความต้องการ การได้รับบริการจากลูกค้ากลุ่มนี้ว่าต้องการการบริการ ที่เน้นในด้านจิตใจมากกว่าด้านกายภาพ ดังนั้นรูปแบบ ในการบริการจึงต้องสะท้อนถึงความเอาใจใส่ สร้างความ ไว้นื้อเชื่อใจ โดยการนำเอาวัฒนธรรมไทยอันประกอบด้วย กิริยามารยาท ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอยู่มาจัดเป็น ลักษณะของการบริการ อันจะส่งผลถึงความพึงพอใจ และการกลับมาใช้ซ้ำ ทำให้เกิดความยั่งยืนในธุรกิจงาน บริการโรงแรมและท่องเที่ยว ซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มี ความเติบโตในประเทศไทยเป็นอย่างมาก

References

- Buttle, F. (1996). *Relationship marketing*. London: Paul Chapman Publishing.
- Chalermjirarat, W. (1996). *Service Quality*. Bangkok: Prachachol. [in Thai]
- Chantra-ari, C., Nami, M. & Choosanook, A. (2015). The Influence of Service Quality on trust, Satisfaction and Customer Positive Word of mouth and revisit of RAMA II Hospital. *Panyapiwat Journal*, 8(2), 25-40. [in Thai]
- Department of Tourism. (2016). *Statistics Available*. Retrieved March 5, 2016, from <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/listcontent/11/221/276> [in Thai]
- Jaturongkakul, A. (2003). *Management, Marketing Strategy and Tactics*. Bangkok: Thammasat Printing. [in Thai]
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Nawarat Na Ayudhya, T. (2004). *The market for services: concepts and strategies*. Bangkok: Chulalongkorn University. [in Thai]
- Padungsinleartwattana, P. (2011). *Factors affecting the loyalty of the five star hotels in Bangkok*. MBA Thesis, Valaya Alongkorn Rajabhat University. [in Thai]
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A. & Berry L. L. (1985). A conceptual model of services quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Rittidate, P. (2007). *Analyzed the need for trained personnel of the hotel business in Phuket*. MBA Thesis, Sukhothaimathirath University. [in Thai]
- Theerachinda, T. & Kanrchanakij, S. (1994). The Promotional tour for Japanese elderly in Thailand Tourism Market. *Journal of Institute of Physical Education*, 6(1), 111-125. [in Thai]



Name and Surname: Rajit Khongharn

Highest Education: Master of Business Administration:

Tourism and Hotel Management, Silpakorn University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field Expertise: Hospitality Management and Tourism Business

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Wisakha Vadhanapakorn

Highest Education: MA in Human Behavior, National University, San Diego, U.S.A.

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field Expertise: Hospitality Management and Human Behavior

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Aunjana Katekaew

Highest Education: Master of Business Administration:

Tourism and Hotel Management, Silpakorn University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field Expertise: Hospitality Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120

ประวัติชีวิต และภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพล

LIFE PROFILE AND LEADERSHIP TRAITS OF MUANG PHON MEDICAL DOCTOR

รุ่งอรุณ วัฒนยากร¹ และอนุชา กอนพวง²

Roongaroon Wattayakorn¹ and Anucha Kornpuang²

^{1,2}คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร

^{1,2}Education Program in Educational Administration, Naresuan University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติชีวิตและภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพลในช่วงชีวิตตั้งแต่วัยเด็ก วัยเรียน วัยสร้างครอบครัว และวัยทำงาน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ สังเกต การศึกษาจากเอกสารสิ่งพิมพ์ งานวิจัย และข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเฉพาะกรณีแบบกึ่งอัตชีวประวัติด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และสัมภาษณ์เพื่อนร่วมงานและญาติใกล้ชิดของหมอเมืองพล การสังเกต การศึกษาค้นคว้าจากเอกสารสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมอเมืองพล ตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกประเภทข้อมูล สร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย และตรวจสอบความถูกต้องของข้อค้นพบกับหมอเมืองพล

ผลการวิจัยด้านประวัติชีวิตของหมอเมืองพลพบว่า จากวัยเด็กที่มาจากครอบครัวยากจนมีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำ แต่เป็นครอบครัวที่อบอุ่นและได้รับการเลี้ยงดูจากครอบครัวอย่างดี วัยเรียนเป็นเด็กที่มุ่งมั่น อดทนต่อการขาดโอกาสในการเข้ารับการศึกษา แต่กระตือรือร้นใฝ่รู้จนสำเร็จแพทย์ สู่วัยสร้างครอบครัวที่มั่นคง และวัยทำงานที่อุทิศชีวิตแก่การบริการช่วยเหลือผู้ยากไร้ในสังคม สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการหล่อหลอมและพัฒนาภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพลจนกลายเป็นบุคคลต้นแบบที่ถือเป็นแบบอย่างที่ดีของความเป็นผู้นำที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติยศจากทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพลที่โดดเด่นจากการวิจัยครั้งนี้มี 7 ประการคือ 1) เจตคติเชิงบวก 2) นำตนเองด้วยความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และมีน้ำใจ 3) ขยัน อดทน และกระตือรือร้น 4) ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้ 5) เมตตา 6) มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี และ 7) ความรักที่แท้จริง

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ หมอเมืองพล

Abstract

This research study aimed at studying the life profile and leadership traits of the so-called Muang Phon medical doctor. His life profile included the biography since the family background of his childhood parenting, schooling period, marriage and family life and working experiences. This research was a qualitative research with the methodology of interview, observation and literature reviews from books, printing documents, research reports and various electronic media sources. This research was conducted as a case study of auto-biographs by in-depth interviews with Muang Phon medical doctor, his close friends and relatives, as well as reviewing previous research studies concerning the life history of Muang Phon medical doctor. Triangulation for ascertaining the reliability and validity; analyzed by categorizing information, analytic induction, and verifying validity of the findings with Muang Phon medical doctor

The finding of Muang Phon medical doctor's life profile indicated that since his childhood he was brought up from a very poor and low economic status family but a good parenting care. He was taking great effort by himself for his advanced schooling. He was determined in marriage and family security and his all-time working experiences devoting to the poor and the disadvantaged in the community. His worthy life profile as mentioned affected development of his leadership personalities. He has been recognized and honored as a role model and one of the best leaders of Thailand and international countries. As for Muang Phon medical doctor's leadership traits, there were 7 significant traits as follows: 1) positive attitude, 2) self-directed to honest, responsibility and generosity, 3) enthusiasm, 4) acceptability and approachable, 5) kindness, 6) human relationship & effective communication, and 7) true love.

Keywords: Leadership, Leadership traits, Muang Phon medical doctor

บทนำ

ชาติหรือรัฐหากไร้ซึ่งพระราชา รัฐบุรุษ หรือผู้นำประเทศชาตินั้นๆ ย่อมระส่ำระสาย ไม่เป็นปึกแผ่นมั่นคง กองทัพหากปราศจากแม่ทัพ ขวัญและกำลังใจย่อมเสื่อมสลาย องค์การซึ่งเกิดจากการที่คนมารวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ย่อมต้องมีผู้นำเพื่อผลักดัน องค์การให้เจริญก้าวหน้าไปสู่จุดหมาย ผู้นำเปรียบได้กับ รัฐบุรุษหรือแม่ทัพขององค์การ ความสำเร็จขององค์การ จึงขึ้นอยู่กับผู้นำเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามไม่ใช่ผู้บริหารทุกคนจะเป็นผู้นำได้ เพราะการเป็นผู้นำที่แท้จริงต้องเกิดขึ้นจากการสร้างแรงจูงใจให้ผู้อื่นเกิดความต้องการ

ที่จะทำตามโดยคุณวิสัย ไม่ใช่ทำตามอำนาจหน้าที่ของผู้บังคับบัญชา ผู้นำจึงจำเป็นต้องมีคุณลักษณะต่างๆ ที่แตกต่างจากผู้บริหารทั่วไป ความสามารถในการเป็นผู้นำมุ่งเน้นการพัฒนาที่สำคัญ 2 ประการ คือ การพัฒนาตนเอง และการพัฒนาบุคคลอื่น (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2554: 10) และการจะพัฒนาสู่จุดนั้นต้องอาศัยการฝึกฝนจากประสบการณ์จริงอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลา รวมทั้งฝึกสังเกตและเรียนรู้จากการก้าวไปสู่ความสำเร็จของผู้มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ

เมื่อพิจารณาชีวิตและผลงานของผู้นำที่ได้รับการยอมรับในระดับโลกตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน เช่น มหาตมะ

คานธี ผู้นำชาวอินเดียต่อสู้สิทธิเสรีภาพโดยการยกเลิกระบบชนชั้นวรรณะในประเทศอินเดีย เขาสอนให้ชาวอินเดียนับถือศาสนาผู้ก่อตั้ง และต่อสู้กับตัวเองด้วยวิธีต่อต้านแบบอหิงสาซึ่งจำเป็นต้องแสดงความกล้าหาญออกมาให้เห็น จึงจะถึงความรู้สึกผิดชอบชั่วดีในตัวมนุษย์ออกมาได้ (Guha, 2015: 1-14) หรือมาร์ติน ลูเธอร์ คิง นักบุญชาวอเมริกาผู้เดินตามรอยมหาตมะ คานธี มีลักษณะเด่นในการเป็นผู้นำที่มีกลยุทธ์ในการกล่าวสุนทรพจน์อย่างดียิ่งเยี่ยมเพื่อไม่ให้เกิดการเสียเลือดเนื้อ และประสบความสำเร็จในการสร้างความยุติธรรมทางด้านเชื้อชาติ จนได้รับรางวัลโนเบล สาขาสันติภาพปี 1964 (Carson, 2001: 14-15) เช่นเดียวกับเนลสัน แมนเดลา ที่อุทิศตนเพื่อความสุขของชาวแอฟริกา แม้ว่าจะถูกรัฐบาลผิวขาวของแอฟริกาใต้จับขังคุกมาถึง 27 ปีเต็ม แต่ก็สามารถต่อสู้จนล้มล้างระบบเหยียดผิวได้สำเร็จ ทำให้เขาได้รับรางวัลโนเบล สาขาสันติภาพ ในปี 1993 เขามีรอยยิ้มเป็นสัญลักษณ์ของความถูกต้องและความเสียสละ และเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้คนทั่วโลกอีกด้วย (Stengel, 2008: 8) และรามอน แมกไซไซ ซึ่งมีวิถีชีวิตจากเด็กยากจนในครอบครัวที่ขัดสนกลายเป็นวีรบุรุษนักสู้และนักการเมืองของประเทศฟิลิปปินส์ ผู้ให้นิยามที่ชัดเจนของคำว่าความเป็นธรรมคือ การลดช่องว่างในสังคม ผู้ด้อยโอกาสควรได้รับการดูแลจากรัฐมากกว่าคนทั่วไป ชีวิตการเมืองของเขาได้สะท้อนให้เห็นความหมายของความเสียสละและการทำงานเพื่อประเทศชาติ ไม่ใช่เกมของการแย่งชิงอำนาจและผลประโยชน์ จึงเป็นการทำงานเพื่อประชาชนเพื่อนร่วมชาติ แบบมุ่งมั่นลดช่องว่างในสังคม (Ryan, 2007: 9-12) ผู้นำดังที่กล่าวมานี้ต่างมีคุณลักษณะที่เหมือนและแตกต่างกันตามบุคลิกภาพ การศึกษา ประสบการณ์ และพื้นฐานทางครอบครัวของแต่ละบุคคล แต่สิ่งหนึ่งที่ทุกคนมีเหมือนกันคือความสามารถของการเป็นผู้นำซึ่งรวบรวมเอาคุณลักษณะต่างๆ ที่ตนมีมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรหรือเมืองพล (2555: 1) ได้แสดงทัศนะไว้ว่า ผู้นำที่ดี

เมื่อมีอะไรเกิดขึ้นในเชิงผิดหวังต้องไม่โทษคนอื่น ต้องไม่แก้ตัวและพร้อมรับผิดชอบ แต่หากมีอะไรเกิดขึ้นแล้วเป็นผลดีมีคนที่ชื่นชมยกย่องยอมรับ ต้องพร้อมมอบให้เป็นความดีและความเสียสละของเพื่อนร่วมทีมหรือผู้น้อยที่เกี่ยวข้อง

ด้วยหลักการและเหตุผลดังที่พรรณานี้ ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของผู้นำแต่ละคนย่อมส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรหรือสังคมนั้นๆ จากประวัติชีวิตและผลงานของหม่อมเมืองพล ซึ่งเป็นผู้นำภายใต้บริบทของสังคมไทยที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและนานาชาติ ท่านหนึ่งว่า เป็นผู้ที่ภาวะผู้นำจนได้รับรางวัล รามอนแมกไซไซ สาขาผู้นำชุมชน ในปี พ.ศ. 2516 และรางวัลอื่นๆ อีกมากมายนั้น มีเส้นทางชีวิตที่น่าติดตามและเรียนรู้เป็นอย่างยิ่ง จากเด็กขายน้ำตามสถานีรถไฟเกือบจะไม่ได้เรียนหนังสือ แต่มุ่งมั่นจนเรียนจบแพทย์ กลับสู่บ้านเกิดที่แสนกันดารด้วยใจมุ่งมั่นในอุดมการณ์กลายเป็นหัวหน้าพรรคการเมืองที่ทรงพลัง ขึ้นเป็นรัฐมนตรีของประเทศไทย รับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ชั้นสูงสุดจากจักรพรรดิญี่ปุ่น เพียบพร้อมด้วยความรู้ความสามารถทางวิชาการ บริหารหน่วยงานระดับโลก จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาค้นคว้า โดยเฉพาะคุณลักษณะผู้นำที่ศึกษาในรูปแบบของลักษณะทางบุคลิกภาพ สังคม สติปัญญา ความดี ซึ่งตรงกับภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ประกอบกับการศึกษาภาวะผู้นำของผู้นำในบริบทไทยด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพยังมีน้อย จึงควรทำการศึกษาวิจัยในลักษณะนี้เป็นอย่างยิ่ง เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์และสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติชีวิตและผลงานของหม่อมเมืองพล ในช่วงวัยเด็ก วัยเรียน วัยสร้างครอบครัว และวัยทำงาน
2. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหม่อมเมืองพล

ทบทวนวรรณกรรม

ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ (Trait Theories) เป็นระยะแรกของการศึกษาภาวะผู้นำเริ่มในปี ค.ศ. 1930-1940 แนวคิดมาจากทฤษฎีมหาบุรุษของกรีกและโรมันโบราณ

1. ทฤษฎีวีรบุรุษผู้ยิ่งใหญ่ (Great men theory)

โดย Thomas Carlyle (1841 cited in Maurik, 2001: 6) มีความคิดความเชื่อว่า ภาวะผู้นำเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือโดยกำเนิด (Born leader) ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้แต่สามารถพัฒนาขึ้นได้ เช่น ฉลาด มีปัญญา บารมี เป็นต้น

2. ทฤษฎีคุณลักษณะ (Trait Theory) โดย

Stogdills & others (1974 cited in Maurik, 2001: 7-9) เป็นทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะที่คนอ้างถึงกันมาก เช่น ความเฉลียวฉลาด มั่นใจในตนเอง มุ่งมั่น ซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ อดทน ความสามารถในการใช้อิทธิพล เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพการศึกษา รายการณแบบกึ่งอัตชีวประวัติ (Auto-biographs) ด้วยการสัมภาษณ์ สังเกต การศึกษาจากเอกสารสิ่งพิมพ์ งานวิจัย และข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. การเลือกกรณีศึกษา ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive) ได้แก่ หมอเมืองพล โดยผู้วิจัยดำเนินการติดต่อหมอเมืองพลด้วยตนเอง เนื่องจากเคยพบกับหมอเมืองพลมาก่อนหน้าด้วยการศึกษาบันทึกบทเรียนเพื่อการเรียนรู้ผู้นำในดวงใจ: กรณีศึกษาหมอเมืองพล ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งในรายวิชา 354602 ภาวะผู้นำและการบริหารการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2556 หลักสูตรการศึกษาชุมชนบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ใช้เวลาในการศึกษา 3 เดือน ได้ผลงานเป็นเอกสารการบันทึกบทเรียน 1 เล่ม เมื่อผู้วิจัยตัดสินใจที่จะศึกษาเรื่องภาวะผู้นำจึงได้รับความกรุณาตอบรับ

และยินดีให้ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลได้ โดยหมอเมืองพลเป็นผู้ให้สัมภาษณ์และบอกเล่าเรื่องราวประวัติชีวิตในช่วงวัยเด็ก วัยเรียน วัยสร้างครอบครัว และวัยทำงาน รวมทั้งให้ความคิดเห็น และร่วมตรวจสอบข้อค้นพบที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการอื่น

2. รวบรวมข้อมูลตามขอบเขต ดังนี้

2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา มีกรอบของการเก็บรวบรวมข้อมูลประวัติชีวิตในช่วงวัยเด็ก วัยเรียน วัยสร้างครอบครัว และวัยทำงาน แล้ววิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพลจากประวัติชีวิตแต่ละช่วงวัย

2.2 ขอบเขตด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.2.1) การศึกษาจากภาคสนาม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกหมอเมืองพล และผู้ใกล้ชิด 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเรื่องครอบครัวและคนใกล้ชิด จำนวน 25 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเรื่องการทำงานด้านการแพทย์และสาธารณสุข จำนวน 6 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเรื่องการทำงานด้านการเมือง จำนวน 22 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเรื่องการทำงานด้านการศึกษา จำนวน 35 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเรื่องการทำงานด้านการบริหารองค์การนานาชาติ จำนวน 9 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในเรื่องอื่นๆ จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น 105 คน

2.2.2) ศึกษาจากเอกสารบันทึก และวิเคราะห์เอกสาร ได้แก่ หนังสือ วารสาร นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ วิดีทัศน์ เอกสารบันทึกเล่าประวัติที่หมอเมืองพลเขียนขึ้นหรือเคยให้สัมภาษณ์ไว้ในเอกสารต่างๆ จำนวน 10 บทความ และบทความที่ผู้อื่นเขียนถึงหมอเมืองพลในวาระต่างๆ จากเอกสารหลัก 15 เล่ม จำนวน 80 บทความ โดยคัดเลือกเนื้อหาเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องที่กล่าวถึงหมอเมืองพลและบุคคลในครอบครัวของหมอเมืองพลเท่านั้น

2.2.3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและแบบมีส่วนร่วม จากการร่วมเป็นคณะอนุกรรมการพิจารณากรอบการจัดทำรัฐธรรมนูญ คณะที่ 6 ภาค 2 ผู้นำการเมืองที่ดีและสถาบันการเมือง หมวด 7 การกระจายอำนาจและการปกครองท้องถิ่นที่หมอเมืองพล

เป็นประธาน

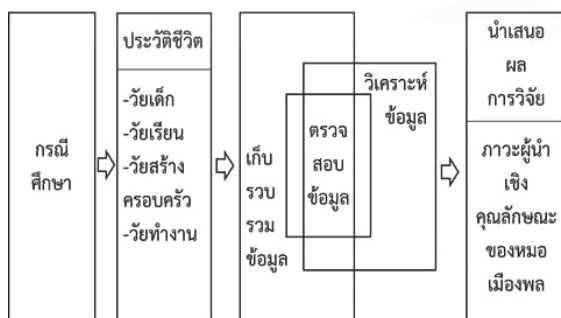
2.3 ขอบเขตด้านสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลของหมอเมืองพลที่บ้านเกิดและบ้านพัก ในจังหวัดขอนแก่น เพชรบูรณ์ และกรุงเทพมหานคร สถานที่ทำงานและติดตามหมอเมืองพลไปรับฟังการบรรยายตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด

2.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลรวมทั้งสิ้น 15 เดือน โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2558 สิ้นสุดเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559

3. ตรวจสอบข้อมูล ด้วยเทคนิควิธีตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อหาความตรงและความเที่ยงของข้อมูลโดยตรวจสอบด้านข้อมูล ด้านวิธีการ และด้านผู้วิจัย

4. วิเคราะห์ข้อมูล ประวัติชีวิตของหมอเมืองพล ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพลด้วยแนวคิดภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะเพื่อนำมาสู่การสร้างข้อสรุปโดยการจำแนกชนิดข้อมูลนำมาสังเคราะห์ด้วยการเปิดรหัสและจัดหมวดหมู่ตามคุณสมบัติของข้อมูลแต่ละกลุ่ม แล้วตีความหมายของชุดข้อมูลสร้างเป็นข้อสรุปแบบอุปนัย

5. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อค้นพบร่วมกับหมอเมืองพล แล้วนำเสนอผลการวิจัย



ภาพที่ 1 วิธีดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

1. หมอเมืองพลเป็นตัวอย่างของบุคลลธรรมดาคคนหนึ่งที่ไม่ได้เกิดมามีพร้อมทั้งชาติตระกูล และทรัพย์สิน แต่พัฒนาตนเองขึ้นมาจนกลายเป็นผู้นำที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ จากเด็กขายน้ำตามสถานีรถไฟ จนเกือบไม่ได้เรียนหนังสือ เขาเรียนจบแพทย์ กลับสู่บ้านเกิดที่แสนกันดาร ได้รับรางวัลแมกไซไซ เป็นหัวหน้าพรรคการเมืองที่ทรงพลัง บริหารหน่วยงานระดับโลก ก้าวขึ้นเป็นรัฐมนตรีต่างประเทศ รับเครื่องราชอิสริยาภรณ์ชั้นสูงสุดจากจักรพรรดิญี่ปุ่น (सरर หนองสองห้อง, 2551: 3) นั่นคือภาพของหมอเมืองพลที่เริ่มต้นจากเด็กน้อยที่ยากจนกระทั่งกลายมาเป็นผู้ทำคุณประโยชน์คุณูปการให้แก่ประเทศไทย นับว่ามีเส้นทางทางการเดินทางที่ยาวนานสามารถสรุปประวัติชีวิตและผลงานของหมอเมืองพลตามช่วงวัยต่างๆ ได้ดังนี้

วัยเด็ก หมอเมืองพลเกิดมาในครอบครัวที่ยากจน แต่เต็มไปด้วยความรัก ที่อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น (สุกิจ อุทินทุ, 2548: 9) เป็นบุตรคนที่ 6 ในจำนวนพี่น้อง 8 คน ต้องดิ้นรนต่อสู้กับชีวิตแต่เด็ก ความขัดสนของครอบครัวจึงต้องเลิกเรียนหนังสือจากโรงเรียนเทศบาลพลประชานุกูล เมื่ออยู่ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เพื่อออกไปทำงานหารายได้จนเจ็ครอบครัว ทำงานทุกอย่างตั้งแต่เด็กฝึกงานในร้านรับซื้อของป่าและโรงฟอกหนังที่ไม่มีค่าแรง กระทั่งขายน้ำและของจีปาละบริเวณชานชาลาสถานีรถไฟเมืองพล เมื่อโรงฟอกหนังปิดกิจการได้ไปช่วยงานพี่สาวและพี่ชายที่อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานีด้วยความใฝ่รู้จึงใช้เวลาว่างเรียนภาษาจีนเพิ่มเติม เมื่อบิดาเสียชีวิตจึงกลับมาอยู่ที่เมืองพลอีกครั้ง (หมอเมืองพล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2558)

วัยเรียน หมอเมืองพลกลับเข้าเรียนในระบบโรงเรียนอีกครั้ง จากการชักนำของครูใหญ่โรงเรียนอินทราบำรุง อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น สอบเทียบเข้าเรียนในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-4 ที่โรงเรียนแห่งนี้ (सरर หนองสองห้อง, 2551: 12-13) เมื่อมีโอกาสพบกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

จังหวัดขอนแก่นท่านหนึ่ง จึงได้เข้ามาศึกษาในกรุงเทพฯ และสำเร็จชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.6) จากโรงเรียนอำนวยศิลป์พระนคร และชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.8) จากโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ซึ่งลักษณะผู้นำของเขาเริ่มปรากฏเด่นชัดเมื่อได้รับเลือกให้เป็นสาราณียกรเพื่อผลิตหนังสืออนุสรณ์เตรียมอุดมศึกษา รุ่น 60 เมื่อหนังสือสำเร็จเป็นรูปเล่มเขาได้รับคำชื่นชมจากเพื่อนและอาจารย์ รวมทั้งถูกเสนอชื่อให้เป็นนักเรียนที่บำเพ็ญประโยชน์สูงสุดแก่โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา และได้เข้าพิธีรับมอบพระเกี้ยวทองคำ (สรร หนองสองห้อง, 2551: 28)

หมอเมืองพลสอบเข้าเรียนเตรียมแพทยศาสตร์ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเริ่มเป็นนักกิจกรรมตั้งแต่ปีแรก เขาชื่นชอบการพูดต่อหน้าชุมชน เมื่อเรียนชั้นปีที่ 2 จึงได้เป็นนายกชุมนุมปาฐกถาได้ว่าทิจของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และร่วมเป็นกรรมการกลุ่มนิสิตนักศึกษา สัมนนา 5 มหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ซึ่งเริ่มก่อตั้งเป็นกลุ่มแรกของประเทศ และมีอุดมการณ์ร่วมกันว่าศึกษาเพื่อรับใช้ประชาชน (สุกิจ อุทินทุ, 2548: 52) ขณะเดียวกันเขาต้องชวนขายอาหารรายได้พิเศษโดยรับจ้างสอนหนังสือที่โรงเรียนกวดวิชายานสี่พระยาเพื่อให้มีรายได้ในการทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวม ประกอบกับใจรักในการตีแผ่ความจริงตั้งแต่เด็กจึงเข้าเรียนที่แผนกวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ควบคู่ไปด้วย และต้องหยุดเรียนไปโดยปริยายเมื่อเรียนคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล (สรร หนองสองห้อง, 2551: 32) และจากชื่อเสียงที่โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา เขาได้รับมอบหมายให้เป็นสาราณียกรหนังสือเวชนิสิต 2503 ที่สี่ปีจะทำหนึ่งครั้งเพื่อแจกในวันพระราชทานปริญญาบัตรของนักศึกษาแพทย์ ด้วยความรับผิดชอบเขาสามารถผลิตหนังสือเวชนิสิตได้สำเร็จ แต่เขาต้องศึกษาเพิ่มเติมอีก 3 เดือน ทำให้ไม่สามารถรับปริญญาพร้อมเพื่อนร่วมรุ่นได้ และเข้ารับพระราชทานปริญญาบัตรในปีถัดมา (หมอเมืองพล, 2554: 150-151)

หลังจากทำงานเป็นแพทย์ได้ระยะหนึ่ง หมอเมืองพลได้รับทุนไปศึกษาและสำเร็จปริญญาโทด้านการบริหาร

งานสาธารณสุข (D. T. P. H.: Diplomatic Tropical Public Health) จากมหาวิทยาลัยลอนดอน ประเทศอังกฤษ ต่อมาสำเร็จปริญญาเอก ด้านบริหารงานทางด้านประชากรศาสตร์ (Dr. P. H.: Doctor of Public Health) จากมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย รัฐนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

วัยแห่งการสร้างครอบครัว คู่สมรสของหมอเมืองพลเป็นเพื่อนร่วมโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ผ่านเตรียมแพทย์สู่แพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาลมาด้วยกัน ภายหลังการสมรสได้ย้ายมาอยู่ที่เมืองพล และเข้ารับราชการที่โรงพยาบาลขอนแก่น ต่อมาลาออกจากราชการเพื่อติดตามหมอเมืองพลไปเรียนต่อที่ประเทศอังกฤษ เมื่อกลับมาจึงเปิดโรงพยาบาลนิเวศน์สมบูรณ์เวช ตามชื่อพี่ชายคนโต และพี่สะใภ้ผู้มีพระคุณ โดยภรรยาของหมอเมืองพลเป็นผู้ดูแลสถานพยาบาลแห่งนี้ซึ่งเก็บค่ารักษาถูกมากและไม่เคยคิดเงินค่ารักษาจากคนไข้ผู้ยากจนเลย (สรร หนองสองห้อง, 2551: 44) อีกทั้งดูแลสถาบันการศึกษาที่หมอเมืองพลได้จัดตั้งขึ้น และมีบุตรธิดา 2 คน

วัยทำงาน จำแนกเป็น

ก) ด้านการแพทย์และสาธารณสุข หลังเรียนจบแพทย์ หมอเมืองพลตระหนักถึงความด้อยโอกาสของชาวชนบท ประกอบกับพี่สะใภ้ผู้มีพระคุณเสียชีวิตจากโรครครรภ์เป็นพิษ ซึ่งเป็นโรคที่ป้องกันได้ ด้วยความกตัญญูเขาจึงตัดสินใจกลับมาเป็นนายแพทย์อุทิศตัวให้กับชนบทที่แสนกันดารที่เทศบาลตำบลเมืองพล จนชาวบ้านรักประดุจพ่อ เปรียบเสมือนพ่อพระของเมืองพล (วิลาศ มณีวัตร, 2557 อ้างในธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 150-151) ด้วยความมีอัธยาศัยดี ขยันขันแข็ง เขาได้เชิญชวนให้ข้าราชการและประชาชนบริจาคเงินคนละหนึ่งบาทเพื่อสร้างสถานอนามัยแทนสุศาลาที่ทรุดโทรมโดยไม่ต้องรอนเงินงบประมาณจากรัฐบาล นำไปสู่การได้รับรางวัลต่างๆ มากมาย ได้แก่ รางวัลพนักงานเทศบาลดีเด่น จากสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2507) รางวัลแพทย์ในราชการส่วนภูมิภาคผู้มีผลงานดีเด่น จากแพทยสมาคมแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2510) รางวัลข้าราชการดีเด่น

จากกรมการแพทย์และอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (พ.ศ. 2514) รางวัลแพทย์ชนบทดีเด่น (คนแรก) จาก คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล (พ.ศ. 2515) รางวัล แมกไซไซ สาขาผู้นำชุมชน (พ.ศ. 2516) รางวัล นักสาธารณสุขดีเด่นระหว่างประเทศ จากประเทศ สหรัฐอเมริกา (พ.ศ. 2529) รางวัลศิษย์เก่าดีเด่น จาก คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล (พ.ศ. 2536) รางวัล มหิตลยากร จากสมาคมศิษย์เก่า มหาวิทยาลัยมหิดล (พ.ศ. 2538) รางวัลศิษย์เก่าดีเด่น จากมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ (พ.ศ. 2547) (สรร หนองสองห้อง, 2551: 57)

ข) ด้านการเมือง หลังจากได้รับรางวัลแมกไซไซ ไม่นาน เขาได้รับการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้ดำรง ตำแหน่งสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ พ.ศ. 2516 ร่วม ก่อตั้งพรรคพลังใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2517 โดยดำรงตำแหน่ง หัวหน้าพรรคและได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดขอนแก่น เมื่อบ้านเมืองเกิดรัฐประหาร 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 โดยคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดิน เขาได้ ยุติบทบาททางการเมืองไปศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก ที่มหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ต่อมา ปี พ.ศ. 2522 ได้รับเชิญจาก พล.อ.เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น แต่งตั้งให้เป็นที่ปรึกษานายก- รัฐมนตรี และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข ในปี พ.ศ. 2522-2523 (กระทรวงสาธารณสุข, ม.ป.ป.) จากนั้นพลิกผันตัวเองไปเป็นนักวิชาการ พ.ศ. 2534 ได้ รับเชิญจาก พล.ต.จำลอง ศรีเมือง มาเป็นรองผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร ด้านการสาธารณสุขและสวัสดิการ สังคม พ.ศ. 2535-2538 ได้รับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา ผู้แทนราษฎรกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2537-2538 รับ ตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2538 รับตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ พ.ศ. 2544-2548 รับตำแหน่งเป็นรัฐมนตรีประจำสำนัก นายกรัฐมนตรี และเมื่อบ้านเมืองอยู่ในสภาวะความขัดแย้ง ทางการเมือง เขาได้รับคัดเลือกเป็น 1 ใน 36 คน ของ คณะกรรมาธิการยกร่างรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2557

ค) ด้านการศึกษา หมอเมืองพลให้ความสำคัญกับ การศึกษาของชาชนบทโดยมีแนวคิดที่ว่า **การศึกษาของ ชาชนบท คืออนาคตของประเทศ** เขาจึงก่อตั้ง โรงเรียนเทคโนโลยีพลพัฒนการ (พ.ศ. 2523-ปัจจุบัน) โรงเรียนกระแสนพัฒนา (พ.ศ. 2532-ปัจจุบัน) วิทยาลัย บัณฑิตเอเชีย (พ.ศ. 2545-ปัจจุบัน) และโรงเรียนเพชรบูรณ์ การเดินฮิลล์ (พ.ศ. 2555-ปัจจุบัน) และเป็นผู้นำสถาบัน อุดมศึกษาชั้นนำระดับประเทศ โดยเป็นนายกสภา มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ และสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ นอกจากนี้ยังเคย เป็นผู้อำนวยการสถาบันฝึกอบรมและพัฒนาสาธารณสุข มูลฐานอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล (พ.ศ. 2525-2532) และผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัย ขอนแก่น (พ.ศ. 2532-2534) อีกด้วย (ธานินทร์ สันติวัฒนธรรม, 2557: 13-14)

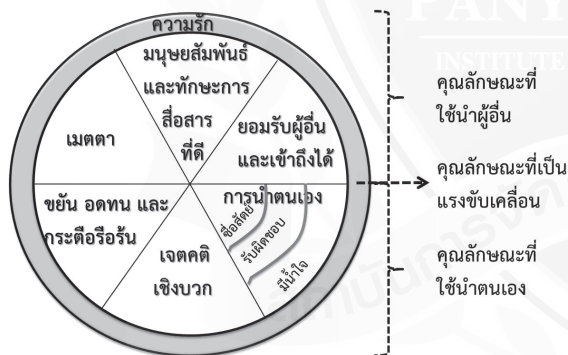
ง) ด้านการบริหารองค์การนานาชาติ หมอเมืองพล ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ โดยมีประสบการณ์ด้าน การบริหารองค์การนานาชาติมากมาย ได้แก่ หัวหน้า คณะผู้เชี่ยวชาญองค์การ สหประชาชาติ ด้านประชากร และการวางแผนครอบครัว ประจำบังกลาเทศ (United Nations Fund for Population Activities) ประธาน มูลนิธิรักไทย (Rak Thai Foundation) ประธานมูลนิธิ ศูนย์เตรียมความพร้อมป้องกันภัยพิบัติแห่งเอเชีย (Asian Disaster Preparedness Center) ผู้ก่อตั้งและประธาน มูลนิธิสมาคมไทยเพื่อส่งเสริมความเข้าใจระหว่างประเทศ (Thai Association for International Understanding)

2. ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะจากประวัติชีวิตของ หมอเมืองพลประกอบด้วย 7 คุณลักษณะเด่น ได้แก่ 1) เจตคติเชิงบวก 2) นำตนเองด้วยความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และมีน้ำใจ 3) ขยัน อดทน และกระตือรือร้น 4) ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้ 5) เมตตา 6) มนุษย์สัมพันธ์ และทักษะการสื่อสารที่ดี และ 7) ความรักที่แท้จริง โดยมีความสัมพันธ์กับประวัติชีวิตในช่วงวัยต่างๆ ดังแสดง ในตารางที่ 1 และภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอมืองพล จำแนกตามประวัติชีวิตในช่วงวัยต่างๆ

ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ช่วงวัย	นำตนเอง			นำผู้อื่น			แรงขับ
	เจตคติเชิงบวก	การนำตนเอง	ขยัน อดทน และกระตือรือร้น	ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้	ความเมตตา	มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี	
วัยเด็ก	✓	✓	✓				✓
วัยเรียน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
วัยสร้างครอบครัว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
วัยทำงาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอมืองพล ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะเด่น จำแนกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ คุณลักษณะที่ใช้นำตนเอง คุณลักษณะที่ใช้นำผู้อื่น และคุณลักษณะที่เป็นแรงขับเคลื่อน ดังปรากฏในภาพที่ 2 และปรากฏในข้อมูลดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอมืองพล

1) เจตคติเชิงบวก เป็นคุณลักษณะที่ใช้นำตนเอง และเป็นพื้นฐานสำคัญในการดำเนินชีวิตในทุกช่วงวัยของหมอมืองพล โดยพร้อมที่จะเรียนรู้และเปลี่ยนวิกฤตหรือความเสี่ยงให้เป็นโอกาสอย่างสร้างสรรค์เสมอ มองทุกอย่างอย่างเข้าใจ ไม่อับอายต่ออดีตที่ยากจน กลับมองเป็นความโชคดีที่ทำให้มีโอกาสได้เรียนรู้ ดังเช่น

ผมโชคดีที่เกิดมายากจน เพราะพ่อแม่ผมได้ให้ความอดทน ทุกข์ยาก ความจำเป็นที่ต้องทำงาน ที่ผมว่าโชคดีเพราะว่า เวลาที่ผมจะไม่มีอะไรเลย ผมก็ยังรู้สึกว่าผมก็ไม่มีอะไร มาแต่แรกแล้วจะเอาอะไร (หมอมืองพล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2558) อีกทั้ง กษม ชนวงษ์ (ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2559) ได้กล่าวไว้ว่า ในทัศนะของหมอมืองพลนั้น ความพ่ายแพ้เป็นสิ่งที่สวยงาม เป็นสิ่งที่ทำให้ชัยชนะมีค่ามีความหมาย ไม่มีชัยชนะไหนที่ไม่มีผู้แพ้ ชิงชัย หาญเจนลักษณ์ (ผู้ให้สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2558) บอกเล่าว่า หมอมืองพลเป็นผู้ที่มองทุกอย่างเป็นโอกาสทั้งสิ้น มองในแง่ที่เป็นเชิงสร้างสรรค์ มีมุมมองในการมองปัญหาให้เป็นโอกาสพัฒนา ด้วยมุมมองอย่างนี้ ทำให้ท่านกลายเป็นคนที่ไม่มีปัญหา และเป็นคนที่มีการบริหารจัดการทุกอย่างอย่างสร้างสรรค์

2) การนำตนเอง หรือความเป็นตัวตน เป็นคุณลักษณะที่หมอมืองพลใช้นำตนเองมาตั้งแต่วัยเด็กถึงปัจจุบัน ประกอบด้วยความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และมีน้ำใจ ดังเช่น ปริญญา ช่างเสวก (2557 อ้างในธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 28) กล่าวว่า ในทางการเมืองแล้วไม่เคยมีสักครั้งที่หมอมืองพลจะถูกติฉินเหมือนกับการเมืองคนอื่น ๆ หากจะมีก็แค่เสียงชื่นชมเป็นสำคัญ เพราะมือของหมอมืองพลไม่แปดเปื้อน และสำราญ มีแจ้ง (ผู้ให้สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2558) ผมเคยไปศึกษาดูงานที่

เกาหลีกับหมอมืองพล ท่านเป็นเหมือนหัวหน้าทัวร์ (ผู้นำ) ที่ให้เกียรติลูกทัวร์มากๆ มีความห่วงใย เปรียบเสมือน แม่ทัพที่ไม่ทิ้งลูกน้องหรือเอาตัวรอดเพียงคนเดียว นั้นแสดงถึงความรับผิดชอบและความมีน้ำใจของท่านในฐานะผู้นำที่มีต่อผู้ตาม และเป็นตัวอย่างที่ดีซึ่งมีค่ามากกว่าคำสอนจริงๆ

3) ขยัน อดทน และกระตือรือร้น มีความตั้งใจ เพียรพยายามทำหน้าที่หรือภารกิจอย่างสม่ำเสมอ ไม่ท้อถอย มุ่งมั่นในการใฝ่เรียนรู้ เป็นคุณลักษณะที่ หมอมืองพลใช้นำตนเองมาตั้งแต่วัยเด็กถึงปัจจุบัน สุจินต์ จินายน (ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2558) กล่าวว่า หมอมืองพลมีความขยัน อดทน และมีจิตอาสา พัฒนาศักยภาพอยู่ตลอดเวลา ปัจจุบันยังคงศึกษาหาความรู้ จากการอ่านหนังสือ ตำรา และกระตือรือร้นในการนำ ความรู้ไปถ่ายทอดให้กับลูกศิษย์ของท่านเสมอ

4) ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้ เป็นคุณลักษณะ ที่หมอมืองพลใช้นำผู้อื่นปรากฏเด่นชัดตั้งแต่วัยเรียน จนถึงปัจจุบัน นับถือและเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ จึงส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงได้ ดังที่ พิจิตต รัตตกุล (ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2558) กล่าวว่า หมอมืองพลเป็นคนที่ให้เกียรติกับผู้อื่นในระดับที่ทำให้ คนอื่นมีความรู้สึกว่าร่าเริงจะเปิดใจพูดคุยกับท่านได้ อย่างไม่ตะขิดตะขวงใจใดๆ และสุโรจน์ พลาลิขิต (2557 อ้างในธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 160) กล่าวว่า หมอมืองพลนั้นเรียกหาอย่างง่ายว่าสั่งโอเลี้ยงเสียอีก

5) เมตตา เป็นคุณลักษณะที่หมอมืองพลใช้นำ ผู้อื่นปรากฏเด่นชัดตั้งแต่วัยเรียนจนถึงปัจจุบัน ปรารถนา ให้ผู้อื่นมีความสุข ดังที่ พิจิตต รัตตกุล (ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 พฤศจิกายน 2558) หมอมืองพลยึดหลักของธรรมะ เป็นสำคัญ ตรงที่ว่าอะไรที่เหมาะสม ตรงตามแนวทางการสร้างความดีงาม ไม่ใช่เพื่อตนเองแต่เพื่อให้กับสังคม ท่านจะรีบพาพวกเราเดินเข้าไปสู่ช่องทางนั้นทันที ทำให้ คนที่อยู่ในองค์การรู้สึกปลอดภัย รับรู้ว่าการปฏิบัติ อย่างมีความเสมอภาคและเป็นธรรม และสุวัฒน์ จันทน์จาง (2557 อ้างในธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 76)

หมอมืองพลมีความเป็นสุภาพบุรุษ มองศัตรูคือมิตรที่ ยังไม่มีเวลาจับเข้าคุกกัน

6) มีมนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี

เป็นคุณลักษณะที่หมอมืองพลใช้นำผู้อื่นปรากฏเด่นชัด ตั้งแต่วัยเรียนจนถึงปัจจุบัน เน้นฟังเป็นจับประเด็นได้ และพูดเป็นมีประเด็นให้คิด โดยใช้ทักษะการฟังและพูด ที่ให้เกียรติและเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น สุภาพ อ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีท่าทีเป็นมิตร กับทุกคน ดังเช่น สมภพ มานะรังสรรค์ (ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 สิงหาคม 2558) กล่าวว่า หมอมืองพลเป็นผู้นำ ที่ให้เกียรติและสร้างความรู้สึที่ดีให้ผู้อื่น มีศิลปะในการ ใช้คำพูด ทำให้ผู้คนเกิดกำลังใจ และเกิดความรู้สึกที่ อยากจะปรับปรุงตนเอง ศิลปะด้านปิยวาจาของท่านคง หากคนเทียบเคียงได้ยาก เช่นเดียวกับจิงรัก พลาคัย (2557 อ้างในธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 15) กล่าวว่า หมอมืองพลมีความสามารถในการพูดโน้มน้าวใจคน และเจรจาต่อรองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ในการ ประชุมแต่ละครั้งหากมีผู้เสนอความคิดเห็นไม่ตรงประเด็น ท่านจะขัดจังหวะด้วยท่าทีสุภาพ ทำให้เขาไม่เสียหน้า หรือลำบากใจ และสุวัฒน์ จันทน์จาง (2557 อ้างใน ธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 76) กล่าวว่า หมอมืองพล ตั้งทฤษฎีการต่อรองแบบการทูตอังกฤษ กล่าวคือ ตั้ง ความหวังไว้ต่ำในการเริ่มเจรจา เมื่อพบคู่เจรจาที่มีความ เป็นสุภาพบุรุษ ผลการเจรจาของหมอมืองพลจึงมักจะ สูงเกินความคาดหวังเสมอ

7) ความรักที่แท้จริง

เป็นคุณลักษณะที่หมอมืองพลใช้นำผู้อื่นปรากฏเด่นชัดตั้งแต่เด็กจนถึง ปัจจุบัน เป็นรักที่มีแต่ให้ มีทั้งการให้ความรักไปและการ ได้รับความรักกลับคืนมา ดังเช่น สุวิทย์ กิ่งแก้ว (ผู้ให้ สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2559) กล่าวว่า หมอมืองพล เป็นผู้นำที่มีบาร์มี เป็นครูบาอาจารย์ที่มีวิถีและบุคลิก ของความเป็นครู อีกทั้งเป็นผู้ที่มีความพร้อมในการให้ และเป็นผู้ให้ที่ไม่หวังผลตอบแทนใดๆ และสุพัฒนา บุญญานิตย์ (2557 อ้างในธานินทร์ สันติวัฒนธรรม: 173) กล่าวว่า หมอมืองพลรักและนับถือประชาชน

ประชาชนจึงรักและนับถือเหมือนเมืองพลเช่นกัน

สรุปและอภิปรายผล

1. จากวัยเด็กของหมอเมืองพลที่มาจากรอบครัวยากจน ผ่านวัยเรียนที่มูมานะอดทนจนสำเร็จแพทย์ เข้าสู่วัยสร้างครอบครัว และวัยทำงานที่อุทิศชีวิตแก่การบริการช่วยเหลือผู้ยากไร้ในสังคม อภิปรายผลได้ดังนี้

วัยเด็ก จากครอบครัวยากจนแม่ต้องหยุดเรียนเพื่อไปทำงานแต่หมอเมืองพลไม่เคยน้อยใจในโชคชะตา กลับมูมานะใฝ่เรียนรู้นอกห้องเรียน ถือเป็นพลังตัวตนของหมอเมืองพล ที่สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องต้นทุนชีวิตภายในของสุริยเดว ทรีปาตี (2554: 10-11) ในการมองเห็นคุณค่า ศรัทธา และเชื่อมั่นในตนเองและทักษะชีวิต ผสานกับต้นทุนชีวิตภายนอก ได้แก่ พลังครอบครัว และพลังปัญญาจึงเกิดกระบวนการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา และทุกสถานการณ์แม้จะเป็นการเรียนรู้นอกห้องเรียนก็ตาม อธิบายเพิ่มเติมด้วยทฤษฎีพัฒนาการทางบุคลิกภาพของอีริกสัน (Erikson, 1959 อ้างในศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540: 37-39) หมอเมืองพลได้ข้ามผ่านพัฒนาการในแต่ละช่วงวัยมาได้อย่างสมบูรณ์เริ่มตั้งแต่ขั้นที่ 1 ความไว้วางใจ (แรกเกิด-18 เดือน) ขั้นที่ 2 ความเป็นตนเอง (18 เดือน-3 ปี) ขั้นที่ 3 ความริเริ่ม (3-6 ปี) จึงกล้าเผชิญความเป็นจริงของชีวิต ส่งผลต่อการยอมรับและปรับตัวไปในทางที่สร้างสรรค์เมื่อต้องหยุดเรียนในโรงเรียนสู่การเรียนรู้นอกห้องเรียน และก้าวเข้าสู่ขั้นที่ 4 ความขยันหมั่นเพียร (6-12 ปี) หมอเมืองพลในวัยเด็กสามารถก้าวผ่านขั้นตอนเหล่านี้ได้อย่างสมบูรณ์ จนส่งผลต่อพัฒนาการทางบุคลิกภาพในวัยเรียนต่อไป

วัยเรียน แม้จะต้องอดทนต่อการขาดโอกาสในการเข้ารับการศึกษา แต่ก็มูมานะจนเรียนสำเร็จแพทย์ และการศึกษาในระดับสูงสุดได้ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องต้นทุนชีวิตภายในของสุริยเดว ทรีปาตี (2554: 10-11) ซึ่งต่อมาจากวัยเด็ก รวมทั้งต้นทุนชีวิตภายนอก ได้แก่ พลังครอบครัวที่ส่งเสริมให้หมอเมืองพลได้กลับเข้าเรียนในโรงเรียนอีกครั้งจนถึงการส่งเสริมให้ไปเรียนต่อที่

กรุงเทพ เมื่อเข้าเรียนแล้วพลังเพื่อนและกิจกรรมถือเป็นพลังสำคัญ ประสานกับพลังปัญญาโดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน สอดรับกับหลักการพาเรตต์ หรือกฎ 80/20 (Koch, 2008: 1-7) ที่หมอเมืองพลเชื่อว่า ความสำเร็จในการทำงานใดๆ มาจากความรู้เพียงร้อยละ 20 และอีกร้อยละ 80 มาจากภาวะผู้นำ เขาจึงทุ่มเทให้กับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาภาวะผู้นำ เพิ่มเติมด้วยทฤษฎีพัฒนาการทางบุคลิกภาพของอีริกสัน (Erikson, 1959 อ้างในศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540: 39-40) เป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องมาจากช่วงวัยเด็กเข้าสู่ขั้นที่ 5 ความเป็นเอกลักษณ์แห่งตน (13-20 ปี) หมอเมืองพลนับได้ว่าเป็นผู้ที่เข้าใจตนเอง และสามารถประสานอัตลักษณ์ของตนเข้ากับโครงสร้างของสังคมไทยได้เป็นอย่างดี ทำให้น่าตนเอง ด้วยความซื่อสัตย์ มีน้ำใจ หรือเสียสละ รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อตนเองและส่วนรวมได้เป็นอย่างดี

วัยสร้างครอบครัว การสร้างครอบครัวที่อบอุ่นกับคู่สมรส และมีบุตรธิดา 2 คนนั้น อธิบายด้วยทฤษฎีพัฒนาการทางบุคลิกภาพของอีริกสัน (Erikson, 1959 อ้างในศรีเรือน แก้วกังวาล, 2540: 40) ขั้นที่ 6 มีความผูกพัน (20-40 ปี) ถือเป็นช่วงชีวิตแบบผู้ใหญ่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง มีพัฒนาการสร้างไมตรีจินนามาสู่การแต่งงานและสร้างครอบครัวของตนเองในที่สุด สอดรับกับความรักใคร่ปรารถนา (พระมหาจุลฉัย, 2553: 33-36) เป็นสัญญาณของการดำรงเผ่าพันธุ์ และพัฒนาไปสู่ความรักที่มีแต่ให้ พร้อมจะแบ่งปันให้แก่ส่วนรวมและช่วยผู้อื่นให้เขาดีขึ้น

วัยทำงาน จากประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของหมอเมืองพลทั้งด้านการแพทย์และสาธารณสุข ด้านการเมือง ด้านการศึกษา และด้านการบริหารองค์การนานาชาติ แสดงให้เห็นภาวะผู้นำที่แข็งแกร่งขึ้นตามลำดับ อธิบายด้วยต้นทุนชีวิตภายในและภายนอกที่สั่งสมมาเป็นต้นทุนชีวิตที่สูง (สุริยเดว ทรีปาตี, 2556: 11) ประกอบกับทฤษฎีพัฒนาการทางบุคลิกภาพของอีริกสัน (Erikson, 1959 อ้างในศรีเรือน

แก้วกังวาล, 2540: 40-41) ชั้นที่ 6 มีความผูกพัน (20-40 ปี) ทักษะกับวัยสร้างครอบครัว สามารถสร้างความรักและศรัทธาจากประชาชนจนได้รับรางวัลแมกไซไซ ชั้นที่ 7 ทำประโยชน์ให้สังคม (40-60 ปี) พร้อมทั้งจะสร้างประโยชน์ให้สังคมได้เต็มที่ จนกระทั่งปัจจุบันซึ่งเป็นชั้นที่ 8 การบูรณาการ (60 ปีขึ้นไป) หมอเมืองพลนั้นผ่านขั้นตอนต่างๆ มาด้วยดีทำให้มองอดีตซึ่งเต็มไปด้วยความสำเร็จด้วยความไม่ยึดมั่นถือมั่น ทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวของชีวิต มีปรัชญาชีวิตของตนเอง มีความพอใจและพบความสงบสุขในชีวิต ถือเป็นแบบอย่างของบุคคลที่ก้าวเดินที่ละก้าวอย่างมั่นคง โดยมุ่งมั่นในการทำความดีและมุ่งประโยชน์อันจะเกิดแก่ส่วนรวม ดังที่หมอเมืองพลได้เคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า I'm almost 80. The time that I have left is short and so I have to work more. (ธานินทร์ สันติวัฒนธรรม, 2557: 35)

2. ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพลที่โดดเด่นจากการวิจัยครั้งนี้มี 7 ประการคือ 1) เจตคติเชิงบวก 2) นำตนเองด้วยความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และมีน้ำใจ 3) ขยัน อดทน และกระตือรือร้น 4) ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้ 5) เมตตา 6) มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี และ 7) ความรักที่แท้จริง อภิปรายผลได้ดังนี้

1) เจตคติเชิงบวก เป็นลักษณะเด่นของหมอเมืองพลในการดำเนินชีวิตทุกช่วงวัย ส่งผลให้มีสุขภาพจิตดี และปฏิบัติต่อผู้อื่นได้อย่างสร้างสรรค์ ดังหลักการของซามูไร (Templar, 2011: 28-29) ที่ว่าผู้ที่มิภาวะผู้นำต้องไม่กลัว และไม่ประหลาดใจ เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ Mandela (n.d. cited in Stengel, 2008: 9) ที่ว่า ถ้าไม่เวิร์คก็ล้มเลิกซะ สอดรับกับ Hill (2011: 379-418, 487-512) คือ คิดอย่างเที่ยงตรง ไม่มองโลกเป็นสีขาวหรือดำให้มองเป็นกลางๆ และเอากำไรจากความล้มเหลวแนวคิดเหล่านี้ส่งเสริมการมีเจตคติเชิงบวกของหมอเมืองพลทั้งสิ้น

2) นำตนเองด้วยความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ

และมีน้ำใจ หมอเมืองพลนำหรือครองตน ด้วยการประพฤติและการปฏิบัติตนที่ประกอบไปด้วยคุณธรรมควรแก่การยกย่อง อธิบายได้ด้วย หลักทวารวาสธรรม 4 (พระธรรมปิฎก, 2546: 113-114) ได้แก่ ทมะ คือรู้จักข่มใจ และจาคะ คือเสียสละ สอดคล้องกับค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ ตามนโยบายของ คสช. (เกริก ท่วมกลาง, 2558: 3) ว่า ซื่อสัตย์ เสียสละ อดทน มีอุดมการณ์ในสิ่งที่ดีงามเพื่อส่วนรวม สอดรับกับ Hill (2011: 280-315) เรื่องการควบคุมตัวเอง และ Maxwell (2007: 37-43) ต้องกล้ารับผิดชอบผลที่เกิดจากการตัดสินใจถึงแม้ว่าจะเกิดความผิดพลาดแต่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ได้

3) ขยัน อดทน และกระตือรือร้น หมอเมืองพลมิได้ยึดติดเฉพาะในห้องเรียนเท่านั้นแต่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ในห้องเรียนควบคู่ไปด้วย อธิบายได้ด้วย หลักทวารวาสธรรม 4 และหลักอิทธิบาท 4 (พระธรรมปิฎก, 2546: 113-114, 842-846) ได้แก่ สัจจะ คือซื่อสัตย์ ไม่คดโกง ขันติ คืออดทน วิริยะ คือพากเพียร และจิตตะ คือความเอาใจใส่ สอดคล้องกับ Maxwell (2007: 15-22, 141-147) ที่ว่า ผู้นำต้องใฝ่รู้และต้องไม่ล่าช้าหลังมีความทุ่มเทเชื่อมั่นในสิ่งที่ทำตรงกับ Covey (2004: 73-101, 299-235) ในเรื่องของทำงานเชิงรุก และลับเลื่อยให้คมอยู่เสมอ เช่นเดียวกันกับ Hill (2011: 243-275) ความกระตือรือร้นของผู้นำจะสามารถดึงดูดคนมีความสามารถเข้ามาร่วมทีมได้ง่าย ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ปรากฏเด่นชัดในตัวของหมอเมืองพล

4) ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้ หมอเมืองพลที่มีความคงเส้นคงวา ไม่เปลี่ยนแปลง ติดดิน ไม่ถือตัว ความอ่อนน้อมถ่อมตน และให้เกียรติผู้อื่น ส่งผลให้เกิดการเข้าถึงได้ของหมอเมืองพลนั้น อธิบายด้วยหลักสังคหวัตถุ 4 (พระธรรมปิฎก, 2546: 186) ได้แก่ สมานัตตตา คือ ไม่ถือตัวเย่อหยิ่ง สอดคล้องกับ Mandela (n.d. cited in Stengel, 2008: 9) ยอมรับในความต่าง เพราะคนเหมือนกันแต่ไม่เหมือนกัน สอดรับกับก่อกำเนิดไซริศมีศักดิ์ (2547: 118-121) ผู้นำต้องไม่ถือศักดิ์

ต้องเคารพในคุณค่าของผู้อื่น และให้เกียรติ และ Hill (2011: 513-528) เชื่อว่า ความใจกว้างสร้างความสำเร็จ ด้วยลักษณะเหล่านี้ หมอเมืองพลจึงได้รับการยอมรับ และเป็นผู้หน้าที่สามารถเข้าถึงได้อย่างแท้จริง

5) เมตตา เป็นการนับถือและให้เกียรติกันและกัน ในฐานมนุษย์ อธิบายได้ด้วยความรักเมตตาอารี (พระมหาจุฬิชัย, 2553: 36-39) อยากรจะเป็นผู้ให้ซึ่งเป็น ความรักในเชิงบวก สอดรับกับพรหมวิหาร 4 (พระธรรม ปิฎก, 2546: 148-149) ได้แก่ เมตตา คือ รักและปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุข มุทิตา คือ ยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดี และอุเบกขา คือ การรู้จักวางเฉยเมื่อไม่สามารถช่วยเหลืออะไรได้ สอดคล้องกับ Maxwell (2007: 1-7) ที่ว่าผู้นำ ต้องเชื่อมั่นในหลักคุณธรรม เอาใจใส่ดูแลและสั่งสอน ลูกน้องด้วยความปรารถนาดี เปิดใจรับฟังความคิดเห็น ที่แตกต่างของลูกน้องและผู้ร่วมงานทุกระดับ

6) มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสารที่ดี ด้วยบุคลิกลักษณะที่เป็นมิตร มีใบหน้ายิ้มแย้มและมี ทักษะในการฟังและพูดให้คิดด้วยการให้เกียรติผู้อื่น อธิบายได้ด้วยหลักสังคหวัตถุ 4 (พระธรรมปิฎก, 2546: 186) ด้วยปิยวาจา คือ กล่าวคำสุภาพก่อเกิดไมตรีและ ความรักใคร่นับถือ และ Maxwell (2007: 23-29, 74-80) ผู้นำสามารถสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจในสิ่งที่ตนเองคิด รวมทั้งการเป็นผู้ฟังที่ดีเพื่อเข้าถึงจิตใจคนด้วย ผู้นำที่ดี จะตั้งใจฟังสิ่งที่ผู้อื่นต้องการบอกเพื่อนำมาเป็นข้อมูล ประกอบการพิจารณาและตัดสินใจ ซึ่งหลักการสำคัญของมนุษยสัมพันธ์คือ ต้องให้เกียรติซึ่งกันและกัน

7) ความรักที่แท้จริง หมอเมืองพลเป็นผู้ที่รัก ตนเอง รักผู้อื่น และรักในงานที่ทำจึงไม่เคยวางใจลงใจใดๆ อธิบายด้วยแนวคิดของ Maxwell (2007: 81-87, 133-140) ที่ว่า มีใจรักในงาน รักผู้ร่วมงาน รักผู้เกี่ยวข้อง ในงาน รักตนเองเข้าใจตนเอง จึงเป็นผู้ที่ไ้โดยเป็นผู้สนับสนุนที่ดี เพื่อให้งานสำเร็จ รักที่จะเรียนรู้และเติบโตไปข้างหน้าพร้อมกับเพื่อนร่วมทีม สอดคล้องกับ พระมหาจุฬิชัย (2553: 24) ความรักอย่างลึกซึ้งคือ รักที่มีแต่ให้ ซึ่งวางรากฐานอยู่บนปัญญาที่แท้จริง

ประกอบกับหมอเมืองพลมีใบหน้าที่ยิ้มไปด้วยรอยยิ้ม สร้างความอึดอเมใจ และประพฤติปฏิบัติชอบ เป็นตัวอย่าง ที่ดีให้แก่ลูกศิษย์และผู้อื่นเสมอมา นั่นคือส่วนหนึ่งของ ความรักที่แท้จริง ดังที่หมอเมืองพลมักกล่าวเสมอว่า Leadership is about Love. No Love, No Leadership

สรุป ภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะของหมอเมืองพล ที่โดดเด่นจากการวิจัยครั้งนี้มี 7 ประการคือ 1) เจตคติเชิงบวก 2) นำตนเองด้วยความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ และมีน้ำใจ 3) ขยัน อดทน และกระตือรือร้น 4) ยอมรับผู้อื่นและเข้าถึงได้ 5) เมตตา 6) มนุษยสัมพันธ์และ ทักษะการสื่อสารที่ดี และ 7) ความรักที่แท้จริง นับเป็น แบบอย่างที่ดีของผู้นำไทยท่านหนึ่งที่ได้รับการยอมรับ ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ดังปรากฏในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรเผยแพร่งานวิจัยให้กว้างขวางในสังคมทั่วไป รวมทั้งการเผยแพร่สำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อให้ หมอเมืองพลเป็นบุคคลต้นแบบที่ควรยึดถือเป็นแบบอย่าง ที่ดีในการดำเนินชีวิต

2. ควรสนับสนุนให้จัดพิมพ์ประวัติชีวิตและภาวะ ผู้นำของหมอเมืองพลเป็นหนังสืออ่านนอกเวลาเรียน ในสถานศึกษา เพราะตัวอย่างที่ดีมีค่ามากกว่าคำสอน ให้เป็นเด็กดีเท่านั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยภาวะผู้นำของหมอเมืองพล โดยวิเคราะห์จากทฤษฎีภาวะผู้นำในรูปแบบอื่น เช่น ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม ภาวะผู้นำเชิงสถานการณ์ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาองค์ประกอบและปัจจัยส่งเสริม ภาวะผู้นำของไทยโดยใช้พหุกรณีศึกษา เพื่อเปรียบเทียบ และสร้างข้อสรุปเชิงทฤษฎีขององค์ประกอบและปัจจัย ส่งเสริมภาวะผู้นำ

References

- Carson, C. (2001). *The Autobiography of Martin Luther King, Jr.* New York: Warner Books.
- Chairasmisak, K. (2004). *The CEO of Asian region* (5th ed.). Bangkok: Siam inter Books. [in Thai]
- Chanawongse, K. (2016, January 9). *Interview*. President. College of Asian Scholars. [in Thai]
- Covey, S. R. (2004). *The seven habits of highly effective people* (15th ed.). New York: Little, Brown & Company.
- Guha, R. (2015). *Gandhi before India*. New York: Vintage Books.
- Hanchanlak, J. (2015, November 20). *Interview*. Executive Director. Asian Disaster Preparedness Center. [in Thai]
- Hill, N. (2011). *THE LAW OF SUCCESS In Sixteen Lessons*. Blacksburg, United Stages of America: Wilder.
- Jinahyon, S. (2015, September 13). *Interview*. President. Naresuan University. [in Thai]
- Kaewkangwan, S. (1997). *Developmental psychology all ages vol. 1* (7th ed.). Pathum Thani: Thammasat Printing House. [in Thai]
- Kingkaew, S. (2016, March 9). *Interview*. Senior Executive Vice President. CP ALL Public Company Limited. [in Thai]
- Koch, R. (2008). *The 80/20 principle: The secret achieving more with less* (2nd ed.). New York: Doubleday.
- Manarungsan, S. (2015, August 21). *Interview*. President. Panyapiwat Institute of Management.
- Maurik, J. V. (2001). *Writers on Leadership*. London: PenguinBooks.
- Maxwell, J. C. (2007). *The 21 Indispensable Qualities of A Leader* (2nd ed.). Nashville, Tennessee: Thomas Nelson.
- Meejang, S. (2015, September 25). *Interview*. Dean of Faculty of Education. Naresuan University. [in Thai]
- Ministry of Public Health. (n.d.). *The name list of the former deputy minister of Public Health of Thailand*. Retrieved September 11, 2015, from www.moph.go.th/index.php/about/deputy_minister [in Thai]
- Nongsonghong, S. (2008). *The successful way of the Magsaysay doctor*. Bangkok: Loksodsai. [in Thai]
- Phra Brahmaganabhorn (P. A. Payutto). (2003). *Dictionary of Buddhism*. Bangkok: MCU Press. [in Thai]
- Phromsri, C. (2011). *Organizational Leadership* (2nd ed.). Bangkok: Expernet. [in Thai]
- Rattakul, P. (2015, November 24). *Interview*. Special Advisor. Asian Disaster Preparedness Center. [in Thai]

- Ryan, A. C. (2007). *RM: A Biographical Novel of Ramon Magsaysay*. Bloomington, Indiana, United States: Xlibris.
- Santiwattanatham, T. (2014). *Ready foe anything by Prof. Dr. Krasae*. Bangkok: Aksornsampan (1987). [in Thai]
- Stengel, R. (July 21, 2008). *Mandela: His 8 Lessons of Leadership*. TIME. 8-9.
- Templar, R. (2011). *The rules of life: a personal code for living a better, happier, more successful life* (2nd ed.). New Jersey: Pearson
- The Doctor of Muang Phon. (2011). *The reachable success* (9th ed.). Bangkok: B Media. [in Thai]
- The Doctor of Muang Phon. (2012). Why leadership is important?. *MIS Journal of Naresuan University*, 7(2), 1-2. [in Thai]
- The Doctor of Muang Phon. (2015, February 22). *Interview*. Chairman. Asian Disaster Preparedness Center. [in Thai]
- Toumklang, K. (2015). *The 12 core values of Thais vol. 1*. Bangkok: Sathaporn Books. [in Thai]
- Tripathi, S. (2011). *Life assets...a turning point for Thai society*. Bangkok: Jianhua. [in Thai]
- Utintu, S. (2005). *Tamkrasae*. Nonthaburi: S. pichit printing. [in Thai]
- Vajiramedhi, W. (2010). *Love Analysis vol. 1* (15th ed.). Bangkok: Taynam Taytha. [in Thai]



Name and Surname: Roongaroon Wattayakorn

Highest Education: Doctor Candidate, Education Program in Educational Administration, Naresuan University

University or Agency: Naresuan University

Field of Expertise: Psychology, Educational Administration

Address: Division of Psychology and Military Leadership, Cadet Regiment King's Guard, Chulachomklao Royal Military Academy Nakhon Nayok 26001



Name and Surname: Anucha Kornpuang

Highest Education: Doctor of Education Program in Educational Administration, Naresuan University

University or Agency: Naresuan University

Field of Expertise: Educational Administration

Address: Faculty of Education, Naresuan University, Phitsanulok 65000

การประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEM READINESS ASSESSMENT IN THAI BUSINESS ORGANIZATIONS

เลิศชัย สุธรรมมานนท์¹ และกীরติกร บุญส่ง²

Lertchai Suthammanon¹ and Keeratikorn Boonsong²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อพัฒนาแบบประเมินและทำการประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย ในการพัฒนาแบบประเมินได้ใช้วิธีการให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบรายการที่กำหนดขึ้น ร่วมกับการประชุมกลุ่มย่อย เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นมี 11 ด้าน (รวม 72 ข้อ) เมื่อนำไปใช้ประเมินกับองค์กรภาคธุรกิจไทย จำนวน 211 องค์กร ได้ผลดังนี้คือ ด้านกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีค่าระดับความพร้อม (Readiness score) 44.52% ด้านองค์กรประสิทธิภาพสูงและพัฒนาองค์กร มีค่าระดับความพร้อม 45.66% ด้านการกำหนดงาน และสมรรถนะ มีค่าระดับความพร้อม 38.77% ด้านการบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์ มีค่าระดับความพร้อม 43.11% ด้านการวางแผนกำลังคนและการสรรหาคัดเลือก มีค่าระดับความพร้อม 34.56% ด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีค่าระดับความพร้อม 38.34% ด้านการบริหารความก้าวหน้าในอาชีพและผู้มีความสามารถสูง มีค่าระดับความพร้อม 32.90% ด้านการบริหารค่าตอบแทน มีค่าระดับความพร้อม 47.76% ด้านการจัดระบบงานและระบบสารสนเทศ ด้านทรัพยากรมนุษย์ มีค่าระดับความพร้อม 39.88% ด้านการเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากล มีค่าระดับความพร้อม 19.29% และด้านบุคลากรสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร มีค่าระดับความพร้อม 45.93% ซึ่งทุกด้านเป็นค่าระดับความพร้อมที่ต่ำกว่า 50% และต้องได้รับการพัฒนาเร่งด่วน

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ ประเมินระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์

Abstract

The objective of this study is to develop the readiness assessment in business human resource (HR) system of Thai business organizations. Researcher used mixed method approaches in order to develop the readiness evaluation form as well as questionnaires used as a tool in human resource (HR) system. These developmental systems are approved by luminaries. The human resource assessment tool has developed 11 systems (total 72 items). These systems have

been applied in 211 business organizations and the researcher received results as following 1) 44.52% for human resource strategy, 2) 45.66% for high performance organization and organizational development, 3) 38.77% for job profile and competency mode, 4) 43.11% for strategic performance management, 5) 34.56% for workforce planning and attractive, 6) 38.34% for learning and development, 7) 32.90% for career and talent management, 8) 47.76% for rewarding management, 9) 39.88% for human resource system and information, 10) 19.29% for globalization human resource system, and 11) 45.93% for employee relations and engagement. All scores indicate that the readiness system scores are lower than 50% resulting in the urgent improvement needed.

Keywords: Human Resource Management, Human Resource Management System, Assessing Human Resource Management System

บทนำ

จากการศึกษาวิจัยของ IBM (2012) จาก CEO ทั่วโลก ถึงปัจจัยที่สร้างความยั่งยืนและมีผลการดำเนินการ (Economic Value) ที่ดี เกิดจากปัจจัยสำคัญ 5 อันดับ คือ ระบบทุนมนุษย์ (Human Capital) ถึง 71% ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relation) 66% นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service Innovation) 52% ตราสินค้า (Brand) 43% และ นวัตกรรมการดำเนินธุรกิจ (Business Model Innovation) 33% จะเห็นว่าคน ทุนมนุษย์ หรือทรัพยากรมนุษย์ มีความสำคัญสูงสุดต่อความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นการมีระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนขององค์กร

การพัฒนาระบบบริหารงานใดให้มีความพร้อมเพื่อเป็นองค์กรประสิทธิภาพสูง มีความจำเป็นต้องรู้สถานะปัจจุบันก่อน หากสามารถรู้ความพร้อมหรือขีดความสามารถของคู่แข่งหรือคู่เปรียบเทียบ โดยมีเครื่องมือหรือเกณฑ์ประเมินบางอย่าง จะง่ายต่อการพัฒนาระบบงานนั้นๆ อย่างยิ่ง (สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ, 2558; Mc Connell, 2011) ดังนั้นการมีเครื่องมือประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่องค์กรสามารถทำการประเมินตนเองได้ ทั้งยังมีข้อมูลเชิงเปรียบเทียบจึงมีประโยชน์อย่างมาก

อนึ่งการที่จะพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีหลากหลายระบบในเวลาเดียวกันย่อมใช้เวลาและทรัพยากรมาก การรู้สถานะและลำดับความสำคัญในการพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งงานวิจัยนี้จะตอบสนองความต้องการข้างต้นได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ

1. สร้างแบบประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย
2. ประเมินระดับความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย

การดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายข้างต้นจะทำให้ภาคธุรกิจไทยโดยทั่วไปสามารถนำไปปรับใช้ในการประเมินระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ของตนเอง โดยมีระดับอ้างอิงเป็นดัชนีความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management System Index) เป็นจุดอ้างอิงเพื่อวางแผนพัฒนาได้

ขอบเขตของการวิจัย

กำหนดขอบเขตการวิจัยนี้เป็น 2 ด้านคือ

1. ด้านเนื้อหาสาระ เป็นการศึกษาะบบบริหาร

ทรัพยากรมนุษย์ ระบบพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และระบบพัฒนาองค์กร เพื่อให้มีความครบถ้วนทุกระบบที่มีปฏิบัติในองค์กรเพื่อนำไปพัฒนาเครื่องมือประเมินความพร้อมต่อไป

2. ด้านการประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทำการประเมินเฉพาะธุรกิจไทยที่ได้ร่วมศึกษา และทำความเข้าใจมาตรฐานวัดโดยการเข้าร่วมสัมมนาแล้วเท่านั้น เนื่องจากมาตรฐานดังกล่าวมีสาระบางประการที่ผู้ที่มีความรู้พื้นฐานพอสมควรแล้วจึงจะทำการประเมินได้ดี

การทบทวนวรรณกรรม

มีนักวิชาการและนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้จัดระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้มีสาระครอบคลุมการปฏิบัติจริงทั้งหมดในหลายลักษณะ เช่น Armstrong (2008) แบ่งเป็น 10 ระบบ, เลิศชัย สุธรรมานนท์ และ วิเศษ คำบุญรัตน์ (2556) แบ่งเป็น 11 ระบบ ในที่นี้ผู้วิจัยจะใช้แนวทางของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็น 11 ระบบ ดังนี้

1. กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Strategy)

องค์กรที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันต้องกำหนดแผนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ และมีการถ่ายทอดสู่แผนกลยุทธ์ทรัพยากรมนุษย์เพื่อจัดทำเป็นแผนปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติร่วมกันระหว่างหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์และผู้บริหาร มีการติดตามประเมินผลและปรับแผนอย่างเป็นระบบ (Kervin et al., 2011; Bersin, 2011) ด้วยวิธีการนี้จึงทำให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

2. องค์กรประสิทธิภาพสูงและพัฒนาองค์กร (High Performance Organization and Organization Development)

องค์กรต้องมีการยกระดับขีดความสามารถในการตอบสนองต่อแผนกลยุทธ์ธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ด้วยวิธีการพัฒนาองค์กร (Organization Development)

หรือพัฒนาสู่องค์กรประสิทธิภาพสูง (High Performance Organization) โดยการออกแบบโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับแผนธุรกิจ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างส่วนงานอย่างสอดคล้องประสานกัน โครงสร้างไม่ตายตัวเกินไปจนทำให้บุคคลที่อยู่ในโครงสร้างขาดความอิสระ มีความคล่องตัวที่จะแสดงความสามารถ เอื้อต่อการทำงานร่วมกันในสายงานและระหว่างสายงาน และมีระบบการควบคุม (Holbeche, 2005; Corporate Leadership Council, 2010)

นอกจากนั้นการพัฒนางานองค์กรยังหมายถึงการสร้างค่านิยม วัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับธุรกิจ รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ มีกระบวนการบริหารคุณภาพ ส่งเสริมนวัตกรรมและการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ (Gibson, Ivancevich & Konopaske, 2012)

3. การกำหนดงานและสมรรถนะ (Job profile and Competency Mode)

สิ่งที่เป็นพื้นฐานสำคัญของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือ จะต้องมีการกำหนดงาน การจัดทำคำบรรยายงาน (Job Description) มีการประเมินค่างาน (Job Evaluation) เพื่อจัดโครงสร้างตำแหน่งงาน และใช้ในการบริหารค่าตอบแทน การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ (WordatWork, 2007; Martin, 2010)

นอกจากนั้นองค์กรในยุคใหม่ต้องการให้บุคคลแสดงศักยภาพในองค์กรให้สูงที่สุดแทนที่จะถูกออกแบบงานไม่ยืดหยุ่น จำกัดความสามารถของบุคคลที่เรียกว่า สมรรถนะ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงถึงศักยภาพสูงสุดของบุคคลในฐานะสมาชิกขององค์กร (Core Competency) ในฐานะมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Functional Competency) และในบทบาทของความเป็นผู้นำ (Leadership Competency) ซึ่งจะถูกนำไปใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านอื่นๆ เช่น การสรรหาคัดเลือก การบริหารค่าตอบแทน และการบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ (Rothwell, 2010)

4. การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Performance Management)

การทำให้กลยุทธ์ธุรกิจสู่การปฏิบัติด้วยกระบวนการบริหารผลงาน โดยการจัดทำแผนกระจายความรับผิดชอบทั่วทั้งองค์กร (Cascade and Alignment) ทำให้มีแผนงาน กำหนดวิธีการวัดประเมินผลตั้งแต่ระดับองค์กร ทีมงาน และบุคคล อย่างมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน (Armstrong, 2009)

แผนจะถูกติดตามประเมินผล ใจ ให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) มีการยกระดับผลการปฏิบัติงานตลอดระยะเวลาของการบริหารผลงาน (Briscoe & Claus, 2008) จึงเรียกระบบเช่นนี้ว่าเป็นการบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์

5. การวางแผนกำลังคน และการสรรหาคัดเลือก (Workforce Planning & Attractive)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่องต้องเตรียมการในระยะยาว จำเป็นต้องมีการวางแผนกำลังคนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพให้สอดคล้องกับเป้าหมายธุรกิจ (Bechet, 2008)

องค์กรต้องการบุคลากรที่มีศักยภาพสูงที่สุดเข้าร่วมงาน จึงมีความจำเป็นต้องสร้างความไว้วางใจแรงดึงดูด (Employer Brand) ให้เข้าร่วมงาน (SHRM, 2011) ทำการสรรหาคัดเลือกโดยใช้เครื่องมือที่มีคุณภาพคัดเลือกบุคคลให้เหมาะสมกับงานและสมรรถนะที่กำหนด (Murphy, 2012) กับงานในปัจจุบันและในอนาคต โดยไม่มีข้อจำกัดทางเชื้อชาติ ค่านิยม ความเชื่อ หรือวัฒนธรรมที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน

6. การเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development)

การเรียนรู้และพัฒนา มีขอบเขตที่กว้างขวางขึ้นกว่าเดิมที่เป็นหลักสูตรฝึกอบรมที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน ความสามารถกับบุคคลที่สอดคล้องกับธุรกิจในอนาคต ส่งเสริมการเรียนรู้หลากหลายวิธีทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ การสอนงาน การเป็นพี่เลี้ยง (Mentor) การโค้ช (Coach) (U.S. Department of Labor Statistics, 2010)

นอกจากนั้นยังต้องทำให้มีการจัดระบบความรู้ในองค์กร (Knowledge Management) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เตรียมทรัพยากรเพื่อการเรียนรู้อย่างเพียงพอ รวมถึงการแสวงหาความรู้จากภายในและภายนอกในรูปแบบ Best Practices, Networking และการศึกษาต่อ

7. การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ และผู้มีความสามารถสูง (Career and Talent Management)

การเรียนรู้และการพัฒนาในระบบปกติยังไม่เพียงพอ องค์กรในยุคปัจจุบันต้องทุ่มทรัพยากรที่มีจำกัดกับการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพต่อการขับเคลื่อนองค์กรในอนาคต โดยการบริหารความก้าวหน้าในอาชีพ (Career Management) ทดแทนในตำแหน่งสำคัญ รวมถึงการบริหารและการพัฒนาคณะ (Talent) เพื่อเป็นผู้นำในอนาคต (Rothwell, 2010)

8. การบริหารค่าตอบแทน (Rewarding Management)

ค่าตอบแทนมีสองประเภทใหญ่ๆ คือ ค่าตอบแทนที่เป็นเงิน และไม่ใช่งาน ค่าตอบแทนที่เป็นเงินถูกออกแบบจากค่าจ้างและการแข่งขันกันในตลาดแรงงาน ค่าตอบแทนที่เป็นเงินยังต้องสอดคล้องกับความสามารถของบุคคล และผลการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มงาน เช่น กลุ่มงานขาย กลุ่มผู้บริหาร (Worldatwork, 2007)

ค่าตอบแทนที่ไม่ใช่เงินโดยตรง เช่น สวัสดิการที่ใจ การยกย่องชมเชยอย่างเป็นระบบต่อผู้มีความสามารถและหรือมีผลปฏิบัติงานที่ดี (Worldatwork, 2007)

นับวันค่าตอบแทนต้องมีการออกแบบให้มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับเงื่อนไขการจ้างที่มีความหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นระบบค่าตอบแทนจึงควรสื่อสารให้เกิดความเข้าใจทั้งองค์กร (Worldatwork, 2007)

9. การจัดระบบงานและระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource System and Information)

ระบบนี้เกี่ยวข้องกับหน่วยงานและทีมงานด้าน

ทรัพยากรมนุษย์โดยตรง โดยที่จะต้องมีความครบถ้วนทุกระบบซึ่งมักจะคุ้นเคยที่เรียกว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาองค์กร โดยมีการจัดโครงสร้างและกระบวนการทำงาน จัดวางทีมงานทรัพยากรมนุษย์ สร้างและพัฒนาเครื่องมือด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทำให้ระบบสารสนเทศเข้าถึงและใช้งานได้ง่าย ทั้งเพื่อการบริหารงานปัจจุบันและเชิงพยากรณ์เสนอทางเลือกในอนาคต (Analytic) และการวัดผลลัพธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (SHRM, 2011)

ด้านทีมงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องมีความสามารถในเชิงการสนับสนุน การเป็นผู้เชี่ยวชาญ สามารถสร้างความเชื่อถือ เชื่อมั่น และนำการเปลี่ยนแปลง

10. การเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากล (Globalization Human Resource System)

รูปแบบการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีโอกาสดำเนินการออกนอกขอบเขตประเทศ หรือแม้แต่ร่วมกับพันธมิตรจากต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งรูปแบบการดำเนินการบางรูปแบบต้องการการเคลื่อนย้ายกำลังคนด้วย จึงต้องมีการจัดระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระบบสำคัญๆ เช่น การสรรหา การพัฒนาเป็นการเฉพาะ เพื่อเตรียมไปทำงานในต่างประเทศ ระบบค่าตอบแทนที่จูงใจ (Briscoe, Schuler & Tarique, 2009) และระบบที่มีความเกี่ยวเนื่องอื่นๆ

11. บุคลากรสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร (Employee Relations and Engagement)

ระบบการสร้างความสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กรมีระดับของการพัฒนา กล่าวคือ องค์กรที่มีการพัฒนาในขั้นพื้นฐานอาจมุ่งเน้นเพียงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร การปฏิบัติให้ครบถ้วนตามมาตรฐานของกฎหมายด้านแรงงานสัมพันธ์ คัมครอง

แรงงาน ความปลอดภัยในการทำงาน อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อม

ความสัมพันธ์ในองค์กรอาจมีการยกระดับสูงขึ้นในการส่งเสริมความผูกพันกับองค์กร ซึ่งองค์กรจะมีการศึกษาวิจัยเพื่อมีตัวแบบความผูกพันที่เหมาะสมเฉพาะองค์กร มีการสำรวจเพื่อรู้ระดับความผูกพันกับองค์กร นำผลที่ได้มาพัฒนาระดับความผูกพันกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง (Albrecht, 2010)

วรรณกรรมที่นำเสนอข้างต้นมีความครอบคลุมสาระสำคัญของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งหมดซึ่งจะมีประโยชน์ในการนำไปพัฒนาเครื่องมือประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ต่อไป

การสร้างแบบประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์พัฒนาจากการประเมินระบบขององค์กรประสิทธิภาพสูงที่ประเมินจากการสร้างระดับการประเมินเป็น 6 ระดับ ให้ค่าคะแนน 0-100% โดยพัฒนาให้เป็นการประเมินที่ใช้งานสะดวก ซึ่งเป็นการประเมินที่ครอบคลุมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 11 ระบบ กำหนดระดับประเมินเป็น 5 ระดับ (NBMQA, 2015; Mc Connell, 2011; Rao, 2008) คือ

ระดับ 0 ไม่มีระบบ (Non System)

ระดับ 1 ดำเนินการเฉพาะกิจ (Case by case) ยังไม่เป็นระบบต่อเนื่อง

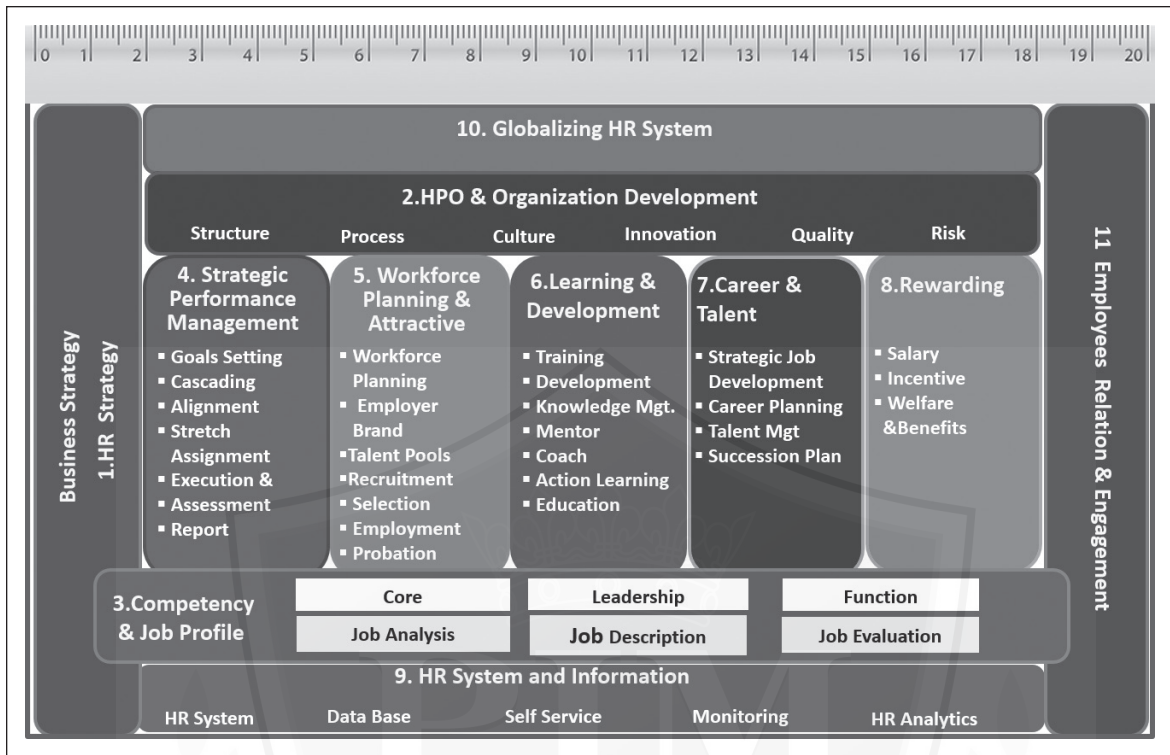
ระดับ 2 เป็นระบบ (Systematic)

ระดับ 3 มีการบูรณาการ (Integration)

ระดับ 4 เป็นแบบอย่างอ้างอิงในธุรกิจที่ดี (Best practice)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจึงพัฒนาเป็นกรอบความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบความคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือประเมินความพร้อมระบบ 7. การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพและผู้มีความสามารถสูง (Career and Talent Management)

1. กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Strategy)

8. การบริหารค่าตอบแทน (Rewarding Management)

2. องค์กรประสิทธิภาพสูงและพัฒนาองค์กร (High Performance Organization and Organization Development)

9. การจัดระบบงานและระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource System and Information)

3. การกำหนดงานและสมรรถนะ (Job Profile and Competency Management)

10. การเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากล (Globalization Human Resource System)

4. การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Performance Management)

11. บุคลากรสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร (Employee Relations and Engagement)

5. การวางแผนกำลังคนและการสรรหาคัดเลือก (Workforce Planning & Attractive)

โดยจะพัฒนาเป็นเครื่องมือที่ง่ายต่อการใช้งานสามารถบอกระดับเพื่อรู้สถานะ วางแผนพัฒนา และติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง

6. การเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development)

วิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative) โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ขั้นพัฒนาเครื่องมือประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์

ผู้วิจัยจัดทำร่างเครื่องมือประเมินโดยศึกษาวิธีการของ Mc Connell (2011) เรื่อง Auditing Your Human Resource Department และวิธีการของ Rao (2008) เรื่อง HRD Score Card 2500 Based on HRD Audit ปรับเปลี่ยนขอบเขตการประเมินจากการประเมินหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์เป็นประเมินระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ 11 ระบบตามกรอบความคิดในการวิจัยและปรับวิธีการให้คะแนนจากแบบใช่กับไม่ใช่ (YES/NO) ผสมกับการประเมินแบบให้คะแนนสูง-ต่ำ จาก 0-6 หรือ 0-10 แล้วแต่กรณี มาใช้วิธีการประเมินระบบองค์กรเพื่อความเป็นเลิศแห่งชาติ (Thailand Quality Award) โดยปรับปรุงเป็นการประเมิน 5 ระดับ (สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ, 2558; NBMQA, 2015) ดังนี้

0 ไม่มีระบบ (Non System) หรือมีน้อยมาก หมายถึง ไม่มีระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ระบบนี้หรือ

1 มีการดำเนินการเฉพาะกิจ (Case By Case) หรือมีน้อย หมายถึง มีการดำเนินการเป็นกรณีๆ ไป แต่ยังไม่เป็นระบบและต่อเนื่อง

2 เป็นระบบ (Systematic) หรือปานกลาง หมายถึง มีกำหนดไว้เป็นระบบ มีการวัดผลและพัฒนา

3 มีการบูรณาการ (Integration & Support to Business) หรือมาก หมายถึง เป็นระบบมีความเชื่อมโยงกับระบบอื่นอย่างสอดคล้องกันและสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจชัดเจน

4 เป็นแบบอย่างอ้างอิงในธุรกิจที่ดี (Best Practice) หรือมากที่สุด หมายถึง เป็นระบบที่บูรณาการ มีการวัดผลพัฒนาต่อเนื่อง และมีการเทียบเคียงผลได้ในระดับสากล และเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ธุรกิจ

หลังจากนั้นได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาทรัพยากร

มนุษย์ และพัฒนาองค์กรรมมาไม่น้อยกว่า 15 ปี และเคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารสูงสุดด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 8 คน เป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีค่า IOC สูงกว่า .75 และมีการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกันอีกครั้งหนึ่งเพื่อปรับปรุงประเด็นที่มีความคิดเห็นแตกต่าง หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงเครื่องมือประเมินเพื่อนำไปใช้ในขั้นตอนที่สองต่อไป

อนึ่ง ได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินในด้านความเที่ยง (Reliability) Cronbach's Alpha แต่ละระบบใน 11 ระบบ ที่ระดับ .809 ถึง .972 และภาพรวมที่ระดับ .986 นับเป็นแบบประเมินที่มีคุณภาพด้านความเที่ยงในระดับที่ยอมรับ (สุวิมล ติรกันันท์, 2550)

2. เชิญนักบริหารทรัพยากรมนุษย์กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมฝึกอบรมรุ่นละ 35-45 องค์กร จำนวน 5 รุ่น รวม 211 องค์กรๆ ละ 1-3 คน เป็นเวลา 3 ชั่วโมงเพื่ออธิบายเครื่องมือประเมิน แล้วให้ทำการประเมินโดยกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมฝึกอบรมที่สังกัดองค์กรเดียวกันจะประเมินด้วยกัน แล้วนำผลการประเมินมาจัดทำรายงาน ภาพรวมและรายองค์กรเพื่อเปรียบเทียบกับค่าระดับความพร้อมภาพรวม 211 องค์กร และระดับความพร้อมที่เป็นสากล โดยผู้วิจัยใช้จุดอ้างอิงของ Mc Connell (2011) โดยกำหนดที่ค่าระดับความพร้อมระดับต่ำกว่า 50% เป็นค่าที่ต้องพัฒนา (Improvement) ค่าระดับความพร้อม 51-75% เป็นค่าที่ดี (Better) และค่าระดับความพร้อม 85% ขึ้นไป เป็นค่าที่ดีมาก (Very well)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งเป็นสองส่วน คือ ส่วนที่ 1 เครื่องมือประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย และส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์

ภาคธุรกิจไทยโดยรวม

ส่วนที่ 1 เครื่องมือประเมินความพร้อมระบบบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย

จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและพัฒนาเป็นกรอบ
ความคิดในการวิจัย ผู้วิจัยจัดทำแบบประเมินความพร้อม
ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย โดยแบ่ง
เป็นสองตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปประกอบด้วย ประเภท/
ลักษณะธุรกิจ กลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ ระยะ
1-5 ปี การจัดโครงสร้างการบริหารทรัพยากรมนุษย์
จำนวนพนักงาน และยอดขาย/รายได้ต่อปี ในส่วนนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นพ้องกัน โดยมีการปรับเปลี่ยนข้อความ
เล็กน้อย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำปรับเปลี่ยนตามข้อเสนอแนะของ
ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตอนที่ 2 ร่างประเด็นประเมินครบทั้ง 11 ระบบ
จำนวน 85 ข้อ ผู้วิจัยเลือกข้อที่มีค่า IOC เกินกว่า 0.75
และมีการเปลี่ยนข้อความจำนวนหนึ่ง ทำให้เหลือแบบ
ประเมิน จำนวน 75 ข้อ

ผู้วิจัยได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 คน เพื่อประชุม
กลุ่มย่อยร่วมกันอีกครั้งเพื่อยืนยันแบบประเมิน โดยได้มี
ข้อเสนอให้ปรับข้อความและรวมข้อคำถามทั้ง 11 ระบบ
คงเหลือจำนวน 72 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงเครื่องมือประเมินระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์

แบบประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์

คำแนะนำในการตอบแบบประเมิน

1. โปรดประเมินระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรของท่านตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ในการ
เรียนรู้ตัวเองและวางแผนพัฒนา
2. ผลประเมินเป็นความลับ จะสรุปและรายงานให้ท่านทราบเท่านั้น
3. แบบประเมินมี 11 ตอน แต่ละตอนประกอบด้วยข้อคำถามต่างๆ ให้ท่านประเมินทุกข้อโดยให้คะแนนประเมิน
ดังนี้

- 0 ไม่มีระบบ (Non System) หรือมีน้อยมาก หมายถึง ไม่มีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ระบบนี้หรือ
- 1 มีการดำเนินการเฉพาะกิจ (Case By Case) หรือมีน้อยหมายถึง มีการดำเนินการเป็นกรณีๆ ไป
แต่ยังไม่เป็นระบบและต่อเนื่อง
- 2 เป็นระบบ (Systematic) หรือปานกลาง หมายถึง มีความเป็นระบบต่อเนื่อง มีการวัดผลและพัฒนา
- 3 มีการบูรณาการ (Integration & Support to Business) หรือมาก หมายถึง เป็นระบบ
มีความเชื่อมโยงกันและสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจ
- 4 เป็นแบบอย่างอ้างอิงในธุรกิจที่ดี (Best Practice) หรือมากที่สุด หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของ
กลยุทธ์ธุรกิจที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและมีคู่แข่งได้ในระดับสากล

ประเด็นที่ประเมิน	ระดับการประเมิน (✓)				
	0	1	2	3	4
ตอนที่ 1 กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Strategy)					
1. มีการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจและสื่อสารให้บุคลากรทราบ					
2. ผู้บริหารระดับสูงกำหนดกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์ธุรกิจ					
3. นำกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์มากำหนดทิศทางของแผนปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร					
4. มีกระบวนการนำกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์สู่การปฏิบัติและติดตามผลอย่างเป็นระบบ					
ตอนที่ 2 องค์การประสิทธิภาพสูงและพัฒนาองค์กร (HPO & OD)					
1. จัดทำโครงสร้างองค์กรและสื่อสารให้บุคลากรเข้าใจ					
2. มีการทบทวนโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับธุรกิจ					
3. ออกแบบโครงสร้างองค์กรที่ทำให้ทุกคนเข้าใจบทบาทความสัมพันธ์ในองค์กร					
4. โครงสร้างองค์กรเปิดโอกาสให้บุคคลได้แสดงความสามารถ ความยืดหยุ่น และการควบคุม					
5. โครงสร้างองค์กรเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างสายงาน / ต่างหน่วยงาน					
6. พัฒนาค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรสอดคล้องกับธุรกิจ					
7. มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ					
8. มีกระบวนการสร้างหรือสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร					
9. มีระบบการบริหารที่สนับสนุนต่อการพัฒนาระบบคุณภาพ					
10. มีระบบบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์					
ตอนที่ 3 การกำหนดงานและสมรรถนะ (Job Profile & Competency Mode)					
1. มีการวิเคราะห์จัดทำคำบรรยายงาน (Job Description)					
2. มีการประเมินค่างาน (Job Evaluation) และจัดระดับตำแหน่ง					
3. นำผลการวิเคราะห์ประเมินค่างานในการบริหารค่าตอบแทน การพัฒนาและความก้าวหน้าในงาน					
4. มีการกำหนดสมรรถนะหลักสำหรับบุคลากรทั้งองค์กร (Core Competency)					
5. มีการกำหนดสมรรถนะสำหรับผู้บริหาร / ผู้นำ (Leadership Competency)					
6. มีการกำหนดสมรรถนะเฉพาะงาน (Functional Competency)					
7. นำสมรรถนะไปใช้ในการสรรหา พัฒนาความก้าวหน้าในอาชีพและค่าตอบแทน					
ตอนที่ 4 การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Performance Management)					
1. มีการจัดทำแผนงานและกระจายความรับผิดชอบทั่วทั้งองค์กร (Cascade & Alignment)					
2. มีการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดผลงานไว้ล่วงหน้าในระดับองค์กร ทีมและบุคคล					
3. มีระบบการติดตามผลงาน การสื่อสารสร้างความเข้าใจในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร					
4. มีระบบการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ในระหว่างการปฏิบัติงานและสิ้นสุดการปฏิบัติงาน					

ประเด็นที่ประเมิน	ระดับการประเมิน (✓)				
	0	1	2	3	4
ตอนที่ 5 การวางแผนกำลังคนและการสรรหาคัดเลือก (Workforce Planning & Attractive)					
1. จัดทำแผนกำลังคนที่ระบุจำนวนและประเภทกำลังคนที่ต้องการ ระยะ 1 ปี					
2. จัดทำแผนกำลังคนที่ระบุจำนวนและประเภทกำลังคนที่ต้องการ ระยะ 2 – 5 ปี					
3. จัดทำแผนกำลังคนที่ระบุจำนวนและประเภทกำลังคนที่ต้องการ ระยะ 6 ปีขึ้นไป					
4. บริษัทสามารถดึงดูดความสนใจผู้สมัครงานจากภายนอก					
5. มีเครื่องมือในการคัดเลือกบุคลากร (เช่น สัมภาษณ์ ทดสอบ) ที่น่าเชื่อถือ					
6. มีกระบวนการปฐมนิเทศ สอนงานหรือพี่เลี้ยง เพื่อให้บุคลากรใหม่เรียนรู้งานและปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรอย่างรวดเร็ว					
7. มีระบบรองรับการสรรหาคัดเลือกบุคลากรโดยไม่จำกัดเชื้อชาติและประเทศ					
ตอนที่ 6 การเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Development)					
1. จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานต่าง ๆ					
2. มีหลักสูตรการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับธุรกิจในอนาคต					
3. มีวิธีการพัฒนาบุคลากรที่มีความหลากหลายตามประเภทบุคคลและลักษณะงาน					
4. มีโปรแกรมการเรียนรู้ทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติอย่างสมดุล สอดคล้องกัน					
5. มีกระบวนการสอนงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร					
6. มีกระบวนการพี่เลี้ยง (Mentor) ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร					
7. มีระบบการจัดการความรู้ที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร					
8. มีระบบการเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติ และริเริ่มสิ่งใหม่จากการได้รับการพัฒนา					
9. มีระบบการส่งเสริมให้มีการศึกษาเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง					
10. เตรียมแหล่งและสื่อการเรียนรู้เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างเพียงพอ					
ตอนที่ 7 การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพและผู้มีความสามารถสูง (Career and Talent Management)					
1. กำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ และสื่อสารให้พนักงานเข้าใจ					
2. มีระบบการจัดทำแผนพัฒนาเพื่อการทดแทนในตำแหน่งสำคัญ					
3. มีระบบการวางแผนและพัฒนาผู้มีความสามารถสูงเป็นการเฉพาะ					
ตอนที่ 8 การบริหารค่าตอบแทน (Rewarding Management)					
1. มีการสำรวจค่าจ้างค่าตอบแทนและนำไปใช้					
2. มีโครงสร้างค่าจ้างที่แข่งขันได้ ตามนโยบายของบริษัท					
3. มีระบบสวัสดิการที่จูงใจ					
4. มีระบบค่าตอบแทนตามผลงานที่จูงใจ					
5. มีระบบค่าตอบแทนเฉพาะกลุ่มงาน/ ตำแหน่งงานที่เหมาะสม					
6. มีระบบการสื่อสารเกี่ยวกับระบบค่าตอบแทนที่ดี					
7. มีระบบค่าตอบแทนที่หลากหลายตามเงื่อนไขการทำงานที่หลากหลาย					
8. มีระบบการยกย่องชมเชยที่ดี					

ประเด็นที่ประเมิน	ระดับการประเมิน (✓)				
	0	1	2	3	4
ตอนที่ 9 การจัดระบบงานและระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources System and Information)					
1. มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านทรัพยากรมนุษย์โดยตรง					
2. จัดทำโครงสร้างระบบงานด้านทรัพยากรมนุษย์และจัดกำลังคนรับผิดชอบ เพื่อรองรับพันธกิจตามกลยุทธ์ธุรกิจ					
3. มีหน่วยงานในการพัฒนาระบบงานและเครื่องมือด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์					
4. มีระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ที่พนักงานเข้าถึงได้ง่าย					
5. ความสามารถของทีมงานด้านทรัพยากรมนุษย์รองรับเป้าหมายทางธุรกิจในบทบาทเป็น พันธมิตรทางธุรกิจได้					
6. ความสามารถของทีมงานด้านทรัพยากรมนุษย์รองรับเป้าหมายทางธุรกิจในบทบาทเป็น ผู้เชี่ยวชาญงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้					
7. ความสามารถของทีมงานด้านทรัพยากรมนุษย์รองรับเป้าหมายทางธุรกิจในบทบาทในการ สร้างความน่าเชื่อถือและนำการเปลี่ยนแปลงได้					
8. ความสามารถของทีมงานด้านทรัพยากรมนุษย์รองรับเป้าหมายทางธุรกิจในบทบาทเป็น ผู้ให้การสนับสนุนและการบริการด้านทรัพยากรมนุษย์ได้					
9. มีกระบวนการทำงานด้านทรัพยากรมนุษย์และอำนาจการอนุมัติที่ชัดเจน และเป็นการกระจายความรับผิดชอบต่อการเข้าทำงานจนพ้นสถานะพนักงาน (Termination)					
10. มีระบบการวัดผลสำเร็จของงานด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์สำหรับผู้บริหารและหน่วยงาน HR					
ตอนที่ 10 การเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากล (Globalization Human Resource System)					
1. มีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์สามารถรองรับการดำเนินงานในระดับนานาชาติ					
2. มีระบบการสรรหาและพัฒนาเตรียมความพร้อมบุคลากรสู่การแข่งขันระดับนานาชาติ					
3. มีระบบการบริหารงานและค่าตอบแทนที่รองรับการแข่งขันระดับนานาชาติ					
4. มีวิธีการกำหนดกระบวนการทำงานด้าน HR รองรับการทำธุรกิจในระดับนานาชาติ					
ตอนที่ 11 บุคลากรสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร (Employee Relations and Engagement)					
1. มีวิธีการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรและองค์กร					
2. วางระบบความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน					
3. มีการสำรวจ รับฟังทัศนคติ และความผูกพันกับองค์กร					
4. นำผลการสำรวจ รับฟังทัศนคติ และความผูกพันกับองค์กรมาดำเนินการ					
5. ใช้ตัวชี้วัดความผูกพันเพื่อการพัฒนาการบริหารและพัฒนาองค์กร					

หลังจากนั้นได้ทำการตรวจสอบคุณภาพแบบประเมินด้านความเที่ยง (Reliability) ได้ค่าความเที่ยงตามสูตรคำนวณ Cronbach's Alpha ภาพรวม 11 ตอน มีค่า .986 และค่าความเที่ยงแต่ละตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 มีค่า .926 ตอนที่ 2 มีค่า .939 ตอนที่ 3 มีค่า .928 ตอนที่ 4 มีค่า .947 ตอนที่ 5 มีค่า .809 ตอนที่ 6 มีค่า .949 ตอนที่ 7 มีค่า .914 ตอนที่ 8 มีค่า .905 ตอนที่ 9 มีค่า

.959 ตอนที่ 10 มีค่า .972 และตอนที่ 11 มีค่า .941 ซึ่งเป็นระดับที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ

อนึ่งผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นร่วมกันว่าระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 11 ระบบ แต่ละองค์กรไม่จำเป็นต้องเน้นความสำคัญเท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ทางธุรกิจ จึงมีข้อเสนอแนะให้ค่าน้ำหนักกับแต่ละกลุ่มธุรกิจที่กลยุทธ์ทางธุรกิจต่างกันดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าน้ำหนักแต่ละระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามกลยุทธ์ธุรกิจ

ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์	กลยุทธ์ธุรกิจ							Average
	① ขยายตัวใน ธุรกิจเดิม	② ขยายตัวใน แนวตั้ง	③ ขยายตัวใน แนวนอน	④ รักษาสถานะเดิม/ ลดขนาด/รักษา ธุรกิจหลัก	⑤ ข้ามไปหา ธุรกิจอื่น	⑥ ขยายตัวใน ธุรกิจเดิมและ ขยายในแนวตั้ง (1+2)	⑦ ขยายตัวใน ธุรกิจเดิมและ ไปต่างประเทศ	
1. กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์	10.00	10.00	10.00	7.50	10.00	10.00	10.00	9.64
2. องค์กรประสิทธิภาพสูงและพัฒนาองค์กร	10.00	10.00	10.00	7.50	10.00	10.00	10.00	9.64
3. การกำหนดงานและสมรรถนะ	7.50	7.50	7.50	5.00	10.00	10.00	7.50	7.86
4. การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์	10.00	10.00	10.00	10.00	7.50	10.00	7.50	9.29
5. การวางแผนกำลังคนและการสรรหาคัดเลือก	5.00	7.50	10.00	12.50	10.00	10.00	7.50	8.93
6. การเรียนรู้และพัฒนา	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	7.50	9.64
7. การบริหารความก้าวหน้าในอาชีพและผู้มี ความสามารถสูง	10.00	10.00	10.00	7.50	7.50	7.50	10.00	8.93
8. การบริหารค่าตอบแทน	10.00	7.50	10.00	10.00	10.00	10.00	7.50	9.29
9. การจัดระบบงานและระบบสารสนเทศด้าน ทรัพยากรมนุษย์	10.00	10.00	7.50	7.50	7.50	7.50	10.00	8.57
10. การเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากล	7.50	7.50	5.00	7.50	7.50	7.50	12.50	7.86
11. บุคลากรสัมพันธ์และความผูกพันกับองค์กร	10.00	10.00	10.00	15.00	10.00	7.50	10.00	10.36
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในช่วงต่อไป กล่าวคือ จัดการฝึกอบรมให้ความรู้กับองค์กรกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความเข้าใจเครื่องมือประเมิน แล้วทำการประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตในประเด็นต่อไปนี้

1. เป็นองค์กรภาคบริการมากกว่าภาคอุตสาหกรรมค่อนข้างมาก คือ 137 องค์กรต่อ 59 องค์กร

2. องค์กรที่เข้าร่วมประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์มีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นขยายตัวในธุรกิจเดิมและไปต่างประเทศค่อนข้างมาก คือ 69 องค์กร

และ 48 องค์กร ตามลำดับ

3. เป็นที่น่าสังเกตว่ามีถึงจำนวน 36 องค์กรที่ยังไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นรับผิดชอบด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยตรง ทั้งที่รับทราบโดยทั่วไปว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นความท้าทายสูงสุดของการบริหารในยุคปัจจุบันและอนาคต

4. องค์กรที่ร่วมสำรวจเป็นองค์กรขนาดกลาง กล่าวคือส่วนใหญ่มีพนักงาน จำนวน 500-1,000 คน และมีรายได้ต่อปี จำนวน 1,000-5,000 ล้านบาท

ตารางที่ 3 แสดงคุณลักษณะองค์กรร่วมประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์

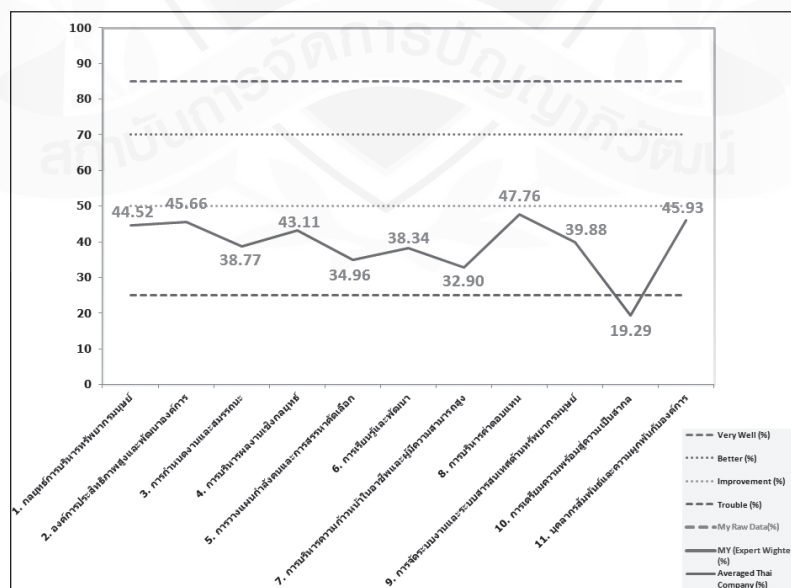
หน่วย : องค์กร

ประเภทธุรกิจ	1. บริการ	2. อุตสาหกรรม	3. อื่นๆ (ผสมผสาน)		
	137	59	15		
กลยุทธ์ธุรกิจ ระยะ 1-5 ปี (ตอบได้เกิน 1 ข้อ)	1. ขยายในธุรกิจเดิม	2. ขยายในแนวตั้ง	3. ขยายในแนวนอน	4. รักษาสถานะเดิม/ ลดขนาด	
	69	8	14	2	
การจัดโครงสร้าง หน่วยงาน HR (ตอบได้เกิน 1 ข้อ)	1. มีหน่วยงาน HRM	2. มีหน่วยงาน HRD	3. มีหน่วยงาน OD	4. อื่นๆ (ไม่มี)	
	165	120	15	36	
จำนวนบุคลากร	1. น้อยกว่า 199 คน	2. 200-499 คน	3. 500-999 คน	4. 10,000 คนขึ้นไป	
	17	90	63	41	
ยอดขาย/รายได้ต่อปี	1. 500 ล้านบาท ลงมา	2. 501-10,000 ล้านบาท	3. 1,001-5,000 ล้านบาท	4. 5,000 ล้านบาท ขึ้นไป	5. อื่นๆ (ไม่ระบุ)
	11	12	91	32	65

ส่วนที่ 2 ผลประเมินความพร้อมระบบบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย

เพื่อให้การประเมินความพร้อมระบบบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทยมีความเที่ยงตรงที่สุด

จึงต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับแบบประเมินโดยผู้ประเมิน
ต้องผ่านการฝึกอบรมแล้วถึงทำการประเมิน ปรากฏว่ามี
องค์กรเข้าร่วมประเมิน จำนวน 211 องค์กร มีรายละเอียด
ดังกราฟต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แสดงผลการประเมินภาพรวมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์องค์กรธุรกิจไทย

จากภาพข้างต้นแสดงผลการประเมินระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 11 ระบบ โดยภาพรวมของภาคธุรกิจไทย จะเห็นว่าผลประเมินไม่มีระบบใดเลยมีค่าระดับความพร้อมถึง 50% ในขณะที่ 48 องค์กร (ตามตารางที่ 1) มีกลยุทธ์ขยายธุรกิจไปต่างประเทศ แต่ค่าระดับความพร้อมของการเตรียมความพร้อมสู่ความเป็นสากลมีเพียง 19.29% เท่านั้น อนึ่งระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ถือว่าภาคธุรกิจไทยมีค่าระดับความพร้อมสูงสุด คือ การบริหารค่าตอบแทนที่มีค่าระดับความพร้อม 47.76% ซึ่งก็ยังห่างไกลกับระดับความพร้อมระดับดี (Better) ที่ 70% หรือดีมากที่ค่าระดับความพร้อม 85% ขึ้นไป

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ได้นำเสนอแบบประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ใน 11 ระบบ มีข้อคำถามย่อยในแต่ละระบบตามขอบเขตงานที่ควรมีในองค์กร และประเมินด้วยเกณฑ์ที่พัฒนาจากการประเมินระบบองค์กรสู่ความเป็นเลิศ การวิจัยนี้ได้ปรับเปลี่ยนแนวความคิดการตรวจสอบงานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (Auditing Human Resource Department) (Mc Connell, 2011) และแบบประเมินการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HRD Score Card 2500) (Rao, 2008) ให้มาเป็นการประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจไทย ซึ่งเป็นความรับผิดชอบร่วมกันทั้งฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และผู้บริหาร

แบบประเมินผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพในระดับที่ยอมรับ โดยมีมาตรวัดจำนวน 72 ข้อ แต่มีสาระครอบคลุมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 11 ระบบ ทำให้สามารถประเมินได้สะดวก ใช้เวลาน้อยกว่าเครื่องมือประเมิน 2 ชุดข้างต้นที่มีความยาวกว่า 200 หน้า และ

สลับซับซ้อน แต่อย่างไรก็ตามแบบประเมินที่พัฒนาขึ้นมีความจำเป็นต้องให้ความรู้เกี่ยวกับระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 11 ระบบก่อนโดยใช้เวลาเรียนรู้ประมาณ 3 ชั่วโมง

เมื่อได้ทำการประเมินความพร้อมระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์กลุ่มเป้าหมายจำนวน 211 องค์กร พบว่า ค่าระดับความพร้อมทั้ง 11 ระบบต่ำกว่า 50% ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำกว่าจุดอ้างอิงในระดับดี-ดีมากที่ระดับ 70% และ 85% ตามลำดับ หมายถึง องค์กรธุรกิจไทยมีระดับความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับระดับสากล

เนื่องจากแบบประเมินความพร้อมของระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์นี้มีรายละเอียดเป็นประเด็นย่อยที่องค์กรต่างสามารถนำไปประเมินตนเอง ซึ่งจะได้ผลเป็นรายละเอียดในแต่ละประเด็น ที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้โดยตรง เพียงแต่ประเด็นที่ประเมินมีความซับซ้อนในทางเทคนิค ผู้ประเมินจะต้องทำความเข้าใจเกณฑ์ประเมินดังกล่าวอย่างถ่องแท้ก่อนแล้วจึงทำการประเมินความพร้อมและนำผลไปใช้ในการพัฒนาได้

อนึ่ง มีข้อเสนอแนะว่าองค์กรควรมีการพัฒนาผู้บริหารให้เข้าใจงานทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถใช้แบบประเมินนี้กับผู้บริหารกลุ่มที่ได้ผ่านการพัฒนาแล้ว และนำผลมาเปรียบเทียบกับผลประเมินของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เอง จะทำให้องค์กรได้ข้อมูลประกอบการพัฒนางานด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้ดีขึ้น เพราะมีการศึกษาวิจัยพบว่า มุมมองของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และผู้บริหารต่องานทรัพยากรมนุษย์มีความแตกต่างกันอยู่เสมอ กล่าวคือ ที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ประเมินให้ระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์มีค่าระดับความพร้อมที่สูงกว่าผู้บริหารประเมิน (BCG and WFPMA, 2014) อยู่เสมอ

References

- Albrecht, L. S. (2010). *Employee Engagement*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Armstrong, M. (2008). *Strategic Human Resource Management: A Guide to Action*. London: Kogan Page.
- Armstrong, M. (2009). *Armstrong's Handbook of Performance Management*. London: Kogan Page.
- BCG and WFDMA. (2014). *BCG and WFDMA proprietary Web Survey and Analysis*. Retrieved December 10, 2015, from www.mhrec.mk|wb-starage/Files/BCG
- Bechet, P. T. (2008). *Strategic Staffing: A comprehensive System for Effective Workforce Planning*. New York: AMACOM.
- Bersin, J. (2011). *Strategic Human Resources and Talent Management: Prediction for 2012*. Retrieved December 30, 2015, from www.Bersin.com
- Briscoe, D. R. & Claus, L. (2008). *Employee Performance Management*. Abingdon: Routledge.
- Briscoe, D. R., Schuler, R. S. & Tarique, I. (2009). *International Human Resource Management*. Abingdon: Routledge.
- Corporate Leadership Council. (2010). *Rebuilding the Employment Value Proposition*. Washington DC: Corporate Executive Board.
- Gibson, J., Ivancevich, J. & Konopaske, R. (2012). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. Dubuque, IA: McGraw-Hill.
- Holbeche, L. (2005). *The High Performance Organization*. Raffey Pork Management Institute.
- IBM. (2012). *Leading through Connections*. IBM Institute for Business Value.
- Kervin, L., Campton, R., Baird, M. & Coffey, J. (2011). *Human Resource Management Strategy and Practice* (7th ed.). Australia: Cengage Learning PTY.
- Martin, J. (2010). *Key Concepts in Human Resource Management*. London: SAGE Publication.
- Mc Connell, J. H. (2011). *Auditing Year Human Resource Department*. New York: AMACOM.
- Murphy, M. (2012). *Hiring for Attitude*. New York: McGraw Hill.
- NBMQA. (2015). *Baldrige Excellence Framework*. United States Department of Commerce: National Institute of Standards and Technology (NIST).
- Rao, T. V. (2008). *HRD Score Card 2500 Based on HRD Audit*. London: Response.
- Rothwell, J. W. (2010). *Effective Succession Planning*. New York: AMACOM.
- Society for Human Resource Management. (2011). *Module 1: HR as a Business Leader*. Retrieved December 10, 2015, from www.SHRM/onlinelearningcenter
- Suthammanon, L. & Khumbunrat, W. (2013). *Strengthen Human Resource toward to AEC 2015*. Research report, Strategic Human Resource Management and Organization, Panyapiwat Institute of Management. [in Thai]
- Thailand Quality Award. (2015). *TQA: Thailand Quality Award*. Retrieved February 20, 2015, from <http://www.ftpi.or.th> [in Thai]

- Tiraganun, S. (2007). *Developing assessment tool in social science research: Approaches to Practice*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- U.S. Department of Labor Statistics. (2010). Retrieved December 30, 2015, from www.goo/new.release/sept.to2.htm
- U.S. Department of Labor Statistics. (2010). Retrived December 30, 2015, from www.goo/new.release/sept.to2.htm
- Worldatwork. (2007). *The worldatwork Handbook of Compensation, Benefits and Total Rework*. New Jersey: John Wiley & Sons.



Name and Surname: Lertchai Suthammanon

Highest Education: Doctor of Philosophy in Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Human Resource Strategy, Human Resource Management, Human Resource Development, Organization Development

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Keeratikorn Boonsong

Highest Education: Master Degree in Applied Management, National Institute of Development Administration

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Human Resource Management, Strategic Performance Management System, Employee Engagement, Competency, Workforce Planning

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120

แนวทางปฏิบัติตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสม
กับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและ
ความต้องการของสถานประกอบการ

PRACTICAL GUIDELINES ON WORK-INTEGRATED LEARNING ACCORDING TO THE
DESIRABLE CHARACTERISTICS OF THE STUDENTS IN BACHELOR DEGREE OF
BUSINESS ADMINISTRATION AND THE ENTERPRISES' NEEDS

กษิรา กาญจนพิบูลย์¹ และธนาสิทธิ์ เฟ้มเพียร²

Kasira Kanchanapiboon¹ and Thanasit Phoemphian²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ถอดบทเรียนและเปรียบเทียบกระบวนการเชิงระบบของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานระหว่างสององค์การเอกชนทางด้านกลุ่มธุรกิจค้าปลีก (2) เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและความต้องการของสถานประกอบการ เป็นการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพจากสององค์การ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ตัวผู้วิจัยและแนวคำถามในการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 21 คน ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปโดยเปรียบเทียบข้อมูลและกำหนดแนวทางปฏิบัติโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานจำนวน 4 คน

ผลการศึกษาพบว่า (1) องค์การ A และองค์การ B มีการจัดลักษณะการศึกษาแบบ Work-based Education และแบบ Young Professional Retailer ตามลำดับมีความเหมือนกันโดยกำหนดนโยบาย จัดเตรียมหน่วยงาน จัดเตรียมการเรียนการสอน วางแผนการรับสมัครนักศึกษาและระบบการฝึกงาน ด้านกระบวนการทั้งก่อน-ระหว่าง-หลัง ได้ผู้เรียนที่มีความรู้และทักษะตามที่องค์การต้องการ สำหรับความแตกต่างนั้นทั้งสององค์การมีบริบทและวัฒนธรรมองค์การที่แตกต่างกันไป ดังนั้นกระบวนการเชิงระบบสำหรับการพัฒนาผู้เรียนและผู้สอนจึงมีความแตกต่างกันเพื่อให้สอดคล้องกับองค์การของตน (2) แนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมแบ่งตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านองค์การผู้ใช้บัณฑิตควรกำหนดรูปแบบการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับการเลือกกลุ่มสถาบันการศึกษาและควรจัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลงานโดยเฉพาะ และออกแบบเส้นทางการเติบโตในสายอาชีพให้กับนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการด้วย จัดเตรียมสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน จัดกิจกรรมที่วัดความรู้และทักษะเพื่อควบคุมคุณภาพของนักศึกษา ด้านสถาบันการศึกษาควรต้องทำการตลาดเชิงรุกผ่านการทำความร่วมมือ

กับองค์การภาคเอกชน จัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ชัดเจนและเตรียมรูปแบบการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียน ด้านการดำเนินการร่วมกันควรกำหนดขั้นตอนและกระบวนการจากทั้งสองฝ่าย เมื่อจบโครงการควรมีการจัดอภิปรายร่วมกันเพื่อนำปัญหามาปรับปรุงกระบวนการทั้งระบบ

คำสำคัญ: การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน กระบวนการเชิงระบบ

Abstract

The objectives of this study were to (1) identify a lesson learned and compare the systematic process of Work-integrated Learning (WiL) between two private retail organizations and (2) examine the practical guidelines on Work-integrated Learning according to the desirable characteristics of the students in Bachelor Degree of Business Administration and the enterprises' needs. A qualitative study was conducted to investigate the performances of two organizations, a multiple case study was designed; documentary analysis and in-depth interviews were then mainly used for gathering data from 21 selected participants. In the process of data analysis, useful data and related information were systematically managed, compared, and then summarized; moreover, a structured interview was used to collect data from 4 specialists of Work-integrated Learning. The collected data was then analyzed to determine effective practical approaches concerning a provision of Work-integrated Learning for university students and retail organizations. The results of this study showed that (1) the organization A and B have provided Work-integrated Learning for the students in the normal forms of Work-based Education and Young Professional Retailer respectively. There have been several similarities regarding their formal policies, setting up an active team, providing an integrated core curriculum, and planning for student recruitment strategies as well as organizing the process of training system with a readiness of performance. It was found that the students have gained various types of knowledge, skills, and experiences as required by the two organizations. Nevertheless, the organizational contexts and cultures are the particular dissimilarities between the two organizations; consequently, both organizations have a specific systematic process to provide their own Work-integrated Learning. (2) an applicable practical approach of Work-integrated Learning for the students and the firms classified by types of stakeholders in the process of educational management. Employers should have determined the forms of training that harmonize with the selection of education institutions, established an agency for particularly administering the system, and designing the career path for the students attending the WiL program. There should have been a provision for occupational workplace environmental management as well as some activities for evaluating skills, knowledge and attributes. In addition, the education institutions performing in the project should have some offensive marketing strategies that cooperate with private organizations by establishing the dynamic units

taking responsibilities and providing new teaching-learning models. In terms of the technical cooperation, both the work-based learning and the employers should have collaborated to stipulate an operative process. After each WiL project is completed, there should be a final project seminar so that all the parties can summarize the entire process of the project as well as finding some interrelated issues and possible solutions to improve the WiL program.

Keywords: Work-integrated Learning (WiL), Systematic Process

บทนำ

ปัจจุบันพบว่า สถาบันอุดมศึกษากำลังเผชิญกับความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนไป ตลอดจนการเกิดนวัตกรรมของวิทยาการโลกที่มีความเป็นพลวัตสูง แผนยุทธศาสตร์การศึกษาของประเทศจึงต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2556: 27) จากแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพของบัณฑิต คือการพัฒนาหลักสูตรที่ตรงตามความต้องการของสังคม โดยมีการนำการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work-integrated Learning: WiL) มาใช้โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบของการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้เป็นความร่วมมือของแต่ละกลุ่มสถาบันการศึกษาและสมาคมวิชาชีพ ให้มีการออกแบบระบบความเชื่อมโยงระหว่างอุดมศึกษากับภาคการผลิต สร้างความสอดคล้องให้เป็นที่ไปตามความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต

ในปัจจุบันเกิดการแข่งขันมากขึ้นทางสถาบันการศึกษาต้องผลิตบัณฑิตให้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและผู้ใช้บัณฑิต วิธีที่ง่ายที่สุดคงต้องใช้ความร่วมมือกับสถานประกอบการที่เป็นผู้ใช้บัณฑิตเป็นผู้ร่วมหล่อหลอมความเป็นบัณฑิตนั้นด้วย โดยการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน หรือ WiL จะช่วยให้นักศึกษามีโอกาสในการประยุกต์ความรู้ ทักษะการทำงาน และทักษะเฉพาะที่สัมพันธ์กับวิชาชีพ ได้รู้จักชีวิตการทำงานที่แท้จริงก่อนสำเร็จการศึกษา อีกทั้ง

ทำให้นักศึกษาเกิดสมรรถนะเพิ่มขึ้นในขณะปฏิบัติงาน (Martin & Hughes, 2009: 38) ทั้งสิ้น 8 สมรรถนะที่ตรงกับความต้องการขององค์การผู้ใช้บัณฑิต (1) ทักษะการสื่อสาร (2) ความมั่นใจในตนเอง (3) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (4) ความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วม (5) ความรู้ในอุตสาหกรรมและธุรกิจ (6) ความพอใจในตนเอง (7) เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (8) จริยธรรมวิชาชีพ ปัจจุบันกลุ่มธุรกิจค้าปลีกได้นำหลักการนี้มาใช้ เพราะสามารถนำไปใช้ในการทำงานได้จริง มีผู้สอนเป็นผู้คอยให้คำปรึกษา เน้นการฝึกปฏิบัติงานจริงในสายอาชีพ (สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์, 2557) ปัจจุบันจึงมีการนำแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานมาใช้ในการสรรหา คัดเลือกและพัฒนาบุคลากร เพื่อให้ได้พนักงานที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของธุรกิจค้าปลีก

การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานได้มีการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย เป็นระบบการศึกษาที่เน้นการบูรณาการเรียนรู้กับการทำงาน โดยร่วมมือกันทั้ง 3 ฝ่าย สถานศึกษา สถานประกอบการ สมาคมวิชาชีพ เพื่อให้บัณฑิตที่จบสามารถประกอบวิชาชีพและก่อให้เกิดประโยชน์ได้จริงทางเศรษฐกิจกับประเทศ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2553: 1-2) ทั้งนี้สถาบันการศึกษาจึงต้องปรับกระบวนการทัศน์ให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานของภาคธุรกิจ ซึ่งต้องการบัณฑิตที่เป็นคนทำงานและนักจัดการ (พรหทัย ดัชนีจิตานนท์ และพีระ จุณ้อยสุวรรณ, 2557: 189) ทั้งนี้การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานสามารถตอบสนอง

ความต้องการของสถานประกอบการที่ต้องการแรงงานที่มีศักยภาพสามารถทำงานอย่างมีคุณภาพ

จากความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าในปัจจุบันกลุ่มธุรกิจทางด้านค้าปลีกในประเทศไทยมีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งเมื่อทางภาคธุรกิจด้านค้าปลีกได้มีโอกาสได้เข้ามาพัฒนารูปแบบวิธีการเรียนการสอนร่วมกับสถาบันการศึกษามากขึ้นจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจได้โดยตรงทางผู้วิจัยจึงต้องการถอดบทเรียนและเปรียบเทียบกระบวนการเชิงระบบของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานระหว่างสององค์การเอกชนทางด้านกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร และจากสภาพปัจจุบันทางภาคธุรกิจได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่มีความหลากหลายตามบริบทขององค์กร ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สถานประกอบการต้องการเพื่อให้สถาบันการศึกษามีส่วนช่วยในการผลิตบุคลากรที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อถอดบทเรียนและเปรียบเทียบกระบวนการเชิงระบบของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานระหว่างสององค์การเอกชนทางด้านกลุ่มธุรกิจค้าปลีก
2. เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและมีความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

ทบทวนวรรณกรรม

แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้ชี้นำไปที่เรื่องของการพัฒนาอุดมศึกษาของประเทศไทย ยุทธศาสตร์คุณภาพอุดมศึกษาไทยเพื่อพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2557: 15) ภารกิจด้านการผลิตบัณฑิตเป็นภารกิจหลักของอุดมศึกษาทุกแห่งที่ต้องการพัฒนาคุณภาพของบัณฑิตให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาการ มาตรฐานวิชาชีพ และความต้องการของตลาดแรงงาน

การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน เป็นการจัดการศึกษาผ่านสถาบันการศึกษาโดยมีการเชื่อมโยงโลกการศึกษากับภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน ทำให้ประเทศมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีสมรรถนะสูง สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติ นอกจากนี้สถานประกอบการและสถาบันอุดมศึกษายังได้รับประโยชน์ในเชิงความร่วมมือและการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรฯ (ปานเพชร ชินินทร และวิเชษฐ์ พลายมาศ, 2553: 1058) เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ (Cooper, Orrell & Bowden, 2010: 12) เป็นการเชื่อมโยงเพื่อประโยชน์ของนักศึกษาระหว่างวิชาการในปัจจุบันและการเป็นมืออาชีพในอนาคต นักศึกษามีโอกาสที่จะใช้ความรู้ทางทฤษฎีที่ได้รับการศึกษาทางวิชาการและจากประสบการณ์จริงในสถานที่ทำงาน (SABPP Fact Sheet, 2014: 3) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมทำให้ได้ทราบถึงลักษณะการจัดการศึกษาผ่านองค์ประกอบของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่ประกอบด้วยกระบวนการเชิงระบบ ทั้งปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลิตผล ผลลัพธ์ และผลกระทบ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของกระบวนการเชิงระบบในการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

กระบวนการ เชิงระบบ	องค์ประกอบ	ปานเพชร ชินินทร และ วิเชษฐ์ พลายมาศ (2553)	สิริวรรณ ศรีพหล (2554)	สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (2554)	วรุฒน์ วรรณะเอียดมพิกุล, เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต และปัญญา ธีระวิทยเลิศ (2556)	ประสงค์ร์ ปันตพพิงกูร (2558)	Ulbrich et al. (2006)	Coll et al. (2009)	Council on Higher Education (2011)	Freudenberg, Brimble & Cameron (2011)	Innovative Research Universities (2012)
ปัจจัย นำเข้า	นโยบาย				✓			✓			
	การเตรียมหน่วยงาน	✓			✓					✓	
	การเรียนรู้การสอน	✓	✓				✓		✓		
	แผนการรับนักศึกษา				✓			✓			
	ระบบการฝึกงาน	✓			✓		✓		✓		
กระบวนการ	ก่อนกระบวนการ				✓				✓		✓
	ระหว่างกระบวนการ			✓	✓	✓	✓		✓		✓
	หลังกระบวนการ			✓	✓				✓		
ผลผลิต	ด้านความรู้ที่ได้รับ	✓	✓	✓		✓	✓			✓	
	ด้านทักษะ	✓	✓	✓		✓	✓			✓	
ผลลัพธ์	ด้านหลักสูตร	✓	✓	✓				✓			
	ด้านองค์การ	✓			✓	✓	✓	✓			✓
	ด้านผู้เรียน	✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓
	ด้านผู้สอน	✓			✓			✓			✓
	ด้านประเทศชาติ	✓									
ผลกระทบ	ด้านบวกและลบ	✓	✓			✓					

วิธีการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีดำเนินการด้วยวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพโดยศึกษาจากสององค์การด้านธุรกิจค้าปลีกที่นำลักษณะการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานมาใช้ในการสรรหา คัดเลือก และพัฒนาบุคลากร สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ตัวผู้วิจัยและแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากองค์การ A จำนวน 11 คน องค์การ B จำนวน 10 คน รวมจำนวน 21 คน และกำหนดแนวทางปฏิบัติโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานจำนวน 4 คน หลังจากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างด้านการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

จากการศึกษาผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาข้อมูลและการอภิปรายผลในการวิจัย ดังนี้

1. การถอดบทเรียนและเปรียบเทียบกระบวนการเชิงระบบของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน โดยใช้การจัดการศึกษาแบบ Work-based Education ขององค์การ A และการจัดการศึกษาแบบ Young Professional Retailer ขององค์การ B

ด้านปัจจัยนำเข้า ปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อการจัดการศึกษาประกอบด้วยกรอบแบบพัฒนาหลักสูตรให้เข้ากับบริบทขององค์การและการเรียนรู้ของนักศึกษา ผู้เรียนและผู้สอนเกิดการเรียนรู้ร่วมกันสอดคล้องกับแนวคิดของปานเพอร์ ชินินทร และวิเชษฐ์พลายมาศ (2553) ที่กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จของ WIL และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Ulbrich et al. (2006) ที่กล่าวถึงสถานที่ปฏิบัติงานการเรียนรู้ที่ได้รับขณะปฏิบัติงานจากผู้เชี่ยวชาญและความรู้ที่จะได้ใช้ร่วมกับการทำงานในองค์การ

ด้านกระบวนการ ก่อนเริ่มกระบวนการต้องมี

การกำหนดบทบาทและหน้าที่ของหัวหน้างานในการรับผิดชอบนักศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Innovative Research Universities (2012: 1-2) กล่าวถึงบทบาทและความรับผิดชอบของหัวหน้างานที่เป็นผู้ดูแลนักศึกษาขณะฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ ต้องมีการกำหนดผู้รับผิดชอบการทำงานของนักศึกษา อธิบายลักษณะและหน้าที่ของการทำงานให้นักศึกษา หัวหน้างานและสถาบันการศึกษาต้องสรุปการทำงานของนักศึกษา ทบทวนและประเมินเป้าหมายการเรียนรู้เพื่อปรับปรุงกระบวนการ ระหว่างการฝึกปฏิบัติหัวหน้างานเป็นครูฝึกดูแลนักศึกษาสอดคล้องกับแนวทางเกี่ยวกับ Work-integrated Learning: Good Practice Guide ของ Council on Higher Education (2011: 11) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางวิชาการและวิชาชีพของการศึกษาเชิงบูรณาการร่วมกับการทำงานที่มุ่งเน้นโดยนำความรู้ด้านวิชาการมาผสมกับด้านการศึกษาที่มุ่งเน้นให้เป็นมืออาชีพ โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติงานแบบมืออาชีพโดยมีผู้เชี่ยวชาญในงานถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ประยุกต์กับการทำงานจริง หลังกระบวนการมีการประเมินผลการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานเป็นไปตามแนวทางการทำงานที่ดีของ Council on Higher Education (2011: 42) ที่ต้องมีการประเมินผลอย่างเหมาะสมและยุติธรรมปราศจากอคติเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ด้านผลผลิตที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับบทความวิชาการของสิริวรรณ ศรีพหล (2554) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดและรูปแบบเกี่ยวกับการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่ให้ความสำคัญกับการเรียนการสอนโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) รวมทั้งใช้การสอนโดยใช้โครงการ (Project-Based Learning) โดยให้นักศึกษาได้คิดออกมาในลักษณะโครงการนวัตกรรมที่สามารถทำให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้นส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง ฝึกการใช้ทักษะทางสังคม พัฒนาทักษะชีวิต ทักษะการคิดระดับสูง

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นภาพรวมนักศึกษาที่ผ่านรูปแบบ

การเรียนการสอนและการพัฒนาในลักษณะการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตรงตามที่สถาบันการศึกษาและสถานประกอบการต้องการโดยสอดคล้องกับคุณลักษณะที่คณะวิทยาการจัดการสาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีก มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2555) ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้ทำความร่วมมือกับสถานประกอบการและพบว่า นักศึกษาที่จบการศึกษาเป็นบัณฑิตที่เป็นนักปฏิบัติและมีคุณลักษณะที่ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการ และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของประคัลภ์มณฑลลังกูร (2558) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของบัณฑิตที่ต้องการมีทักษะที่หลากหลาย ทั้งทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทักษะทางวิชาชีพ ทักษะคิดต่อวิชาชีพที่อยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม จริยธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ภาวะความเป็นผู้นำ และการแสวงหาความรู้รอบตัวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

2. ข้อดีและข้อจำกัดของคุณลักษณะการจัดการศึกษาแบบ Work-based Education

2.1 องค์การ A สร้างสถาบันการศึกษาขึ้นเป็นการทำเพื่อสังคมโดยใช้เงินลงทุนซื้อทรัพย์สินและลงทุนด้านบุคลากรในสถาบันการศึกษาเป็นลักษณะภาพใหญ่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Coll et al. (2009) ที่กล่าวว่า สถานประกอบการจะได้รับประโยชน์เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและถือเป็นแนวทางการสรรหาพนักงานทำให้ประหยัดทางด้านเวลาและเงิน ประหยัดต้นทุนในเรื่องของเวลาในการพัฒนาพนักงาน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2554: 8-10) ที่กล่าวถึงจุดมุ่งหมายการพัฒนา คือ สถาบันการศึกษามีการเชื่อมโยงโลกการศึกษาภาคธุรกิจเข้าด้วยกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสหกิจศึกษาของ วรุตม์ วรรณะเอี่ยมพิกุล, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต และปัญญา ธีระวิทย์เลิศ (2556) ที่กล่าวว่า ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

ต้องกำหนดนโยบายและวางแผนด้านงบประมาณให้ชัดเจน

2.2 ลักษณะการจัดการศึกษาแบบ Work-based Education มีระบบและกระบวนการทุกมุมมอง ประกอบด้วย การเรียนจากกรณีศึกษาและบูรณาการ การฝึกงาน (Work-based Learning) การสอนของอาจารย์ที่เน้นเรื่องกรณีศึกษาและเน้นเรื่องความสัมพันธ์ การให้คำปรึกษา (Work-based Teaching) และการพัฒนาการนำองค์ความรู้ไปปรับใช้เป็นการคิดค้นนวัตกรรม (Work-based Researching) ทำให้นักศึกษามีคุณภาพ สอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจค้าปลีกของสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (2559: 24) ที่กล่าวถึงมาตรฐานอาชีพธุรกิจค้าปลีกที่ต้องได้มาตรฐานโดยผ่านระบบการเรียนการสอนที่ครบทุกมุมมอง

2.3 นักศึกษาเกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านโครงการนวัตกรรม สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตของประคัลภ์มณฑลลังกูร (2558) ที่กล่าวว่า บัณฑิตควรมีความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาแนวทางปฏิบัติใหม่จากแนวปฏิบัติเดิมที่เคยทำ ย่อมทำให้การพัฒนาขององค์กรดีตามไปด้วย

2.4 รูปแบบที่เรียนในสถาบันการศึกษา 3 เดือน ฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ 3 เดือนตลอดหลักสูตร เกิดความรู้ที่แปรผันตามระยะเวลาในการฝึกปฏิบัติในแต่ละชั้นปีความรู้และความรับผิดชอบจะแตกต่างกัน ทำให้นักศึกษาเกิดความผูกพันกับองค์กร ลดอัตราการลาออกได้ในอนาคตสอดคล้องกับมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพธุรกิจค้าปลีกของสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (2559: 41) ที่กล่าวถึงหน่วยสมรรถนะในวิชาชีพธุรกิจค้าปลีกซึ่งนักศึกษาที่ลงฝึกงานจะมีหน่วยสมรรถนะครบทุกด้าน เนื่องจากมีระยะเวลาในการฝึกงานที่ยาวนานและได้เรียนรู้งานที่หน้างานจริงจนเกิดเป็นทักษะและความชำนาญขึ้น

2.5 ข้อจำกัดความรู้และทักษะด้านค้าปลีกของ

องค์กร A มีเพียงร้านค้าสะดวกซื้อ ทำให้นักศึกษามีมุมมองทางด้านการค้าปลีกที่ไม่กว้าง อาจจะยังไม่สามารถไปบริหารธุรกิจค้าปลีกขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ในทันที ต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานให้มีเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

3. ข้อดีและข้อจำกัดของลักษณะการจัดการศึกษาแบบ Young Professional Retailer

3.1 องค์กร B ทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเนื่องจากต้องการนักศึกษาที่มีความรู้เฉพาะสาขาธุรกิจค้าปลีกและสาขาการตลาดเท่านั้น จึงไม่ได้ใช้เงินไปลงทุนในด้านการสร้างสถาบันการศึกษา แต่ใช้เงินลงทุนทางด้านการให้ทุนการศึกษาและการพัฒนาพนักงานที่จะเข้าร่วมงานในอนาคต สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่ดีเกี่ยวกับ WiL ของ Council on Higher Education (2011: 11) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางวิชาการและวิชาชีพของการศึกษาเชิงบูรณาการร่วมกับการทำงานที่มุ่งเน้นโดยนำความรู้ด้านวิชาการมาผสมกับด้านการศึกษาที่มุ่งเน้นให้เป็นมืออาชีพ โดยยังคงให้นักศึกษาได้รับความรู้ทางด้านวิชาการและยังใช้ชีวิตอยู่ในสถาบันการศึกษาโดยมีระยะเวลาการฝึกงานที่เหมาะสม

3.2 นักศึกษามีความรู้ความสามารถตรงตามที่องค์กร B กำหนดในระดับที่เกินมาตรฐาน มีความรู้และทักษะด้านค้าปลีกหลากหลายประเภทและรูปแบบ ทำให้มีมุมมองด้านการค้าปลีกที่กว้างมากขึ้น มีโอกาสต่อยอดความรู้โดยได้เข้าร่วมในโครงการพิเศษเพื่อที่จะเติบโตไปเป็นผู้จัดการแผนกภายในระยะเวลา 1 ปี ถือเป็น การวางแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพที่สอดคล้องกับสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (2559: 41) ที่กล่าวถึงหน่วยสมรรถนะในสาขาวิชาชีพธุรกิจค้าปลีกทั้งสิ้น 23 หน่วยสมรรถนะที่มีความสอดคล้องกับทักษะที่นักศึกษาต้องมีเพื่อให้สามารถเติบโตได้ในสายอาชีพธุรกิจค้าปลีก

3.3 นักศึกษาใช้เวลาเรียนด้านวิชาการในสถาบันการศึกษาตามโครงสร้างหน่วยกิตเหมือนนักศึกษา

กลุ่มปกติที่ไม่ได้เข้าร่วมในโครงการ ทำให้เกิดความไม่รู้ในด้านวิชาการที่เข้มข้นไปพร้อมกับเกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมขององค์กรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Innovative Research Universities (2012) ที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานเพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดความผูกพันกับองค์กร ทั้งนี้ทางนักศึกษาจะได้รู้จักวัฒนธรรมขององค์กรตั้งแต่ยังเรียนอยู่ในสถาบันการศึกษาถือเป็นการหล่อหลอมวัฒนธรรมองค์กรทางหนึ่ง

3.4 ข้อจำกัดทางองค์กร B ได้นำแนวทางการฝึกแบบสหกิจ 1 เทอม (4 เดือน) มาปรับใช้โดยสะสมเวลาการฝึกงานตั้งแต่ปี 1-4 ทำให้การฝึกงานสัปดาห์ละไม่กัวัน นักศึกษาไม่สามารถทำงานได้เต็มที่ รวมทั้งเน้นแต่การฝึกเป็นพนักงานขายยังไม่ได้ฝึกเป็นผู้บริหารระดับต้น

4. แนวทางปฏิบัติของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและมีความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการแบ่งตามการนำไปใช้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.1 ด้านองค์กรผู้ใช้บัณฑิต

สำหรับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตที่มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลงานด้านการศึกษาเพื่อกำกับดูแลกระบวนการ สามารถนำค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดและค่าใช้จ่ายอื่นๆ มาลดหย่อนภาษีให้กับทางองค์กรสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2554: 8-10) ที่กล่าวว่าจุดมุ่งหมายการพัฒนา คือ สถาบันการศึกษาได้มีการเชื่อมโยงโลกการศึกษาภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน ทั้งสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการต้องมีนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนเชิงบูรณาการกับการทำงาน รวมทั้งภาครัฐยังให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีเพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

รวมทั้งองค์กรผู้ใช้บัณฑิตได้มีการออกแบบเส้นทางการเติบโตในสายอาชีพให้กับนักศึกษาสอดคล้อง

กับสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (2559: 41) ที่กล่าวถึงหน่วยสมรรถนะในสาขาวิชาชีพธุรกิจค้าปลีก ทั้งสิ้น 23 หน่วยสมรรถนะที่มีความสอดคล้องกับทักษะที่นักศึกษาต้องมีเพื่อให้สามารถเติบโตได้ในสายอาชีพธุรกิจค้าปลีก

นอกจากนั้นหัวหน้างานต้องมีการอธิบายให้นักศึกษาทราบเกี่ยวกับเรื่องอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานที่ทำงานก่อนที่นักศึกษาจะเริ่มกระบวนการฝึกเสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Innovative Research Universities (2012) ที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานเพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดความผูกพันกับองค์กร

ด้านความรู้และทักษะการปฏิบัติงานที่เกิดทางองค์การควรมีการวัดความรู้หรือมีการจัดประกวดทักษะทางวิชาชีพที่เกิดขึ้นกับตัวนักศึกษา เพื่อควบคุมคุณภาพของนักศึกษาอีกทางหนึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Freudenberg, Brimble & Cameron (2011) มีการเน้นไปที่เครื่องมือที่ใช้ประเมินระดับของการพัฒนาทักษะที่เกิดกับนักศึกษา ซึ่งนักศึกษาที่เรียนแบบบูรณาการร่วมกับการทำงานจะสามารถพัฒนาทักษะทั้งทางด้านวิชาการและด้านวิชาชีพให้เกิดขึ้นได้

4.2 ด้านสถาบันการศึกษา

สถาบันการศึกษาพัฒนาบัณฑิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน โดยร่วมมือกับภาคเอกชนสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสหกิจศึกษาของวรุตม์ วรรณะเอี่ยมพิกุล, เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต และปัญญา ธีระวิทย์เลิศ (2556) โดยผลการวิจัยรูปแบบสหกิจศึกษาสาขาอุตสาหกรรมบริการที่พัฒนาใหม่จะมีขั้นตอนสำหรับสถาบันการศึกษา ทั้งก่อนการปฏิบัติงานที่กำหนดนโยบายและวางแผนงบประมาณในการรับนักศึกษาและบุคลากรผู้รับผิดชอบ ในระหว่างการปฏิบัติงานมีการแจ้งให้สถานประกอบการทราบถึงสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีรวมทั้งแจ้งสิ่งที่ควรให้นักศึกษาปฏิบัติระหว่างการทำงาน และหลังการปฏิบัติงานกำหนดเกณฑ์การประเมินและมีการแจ้งผลการประเมิน

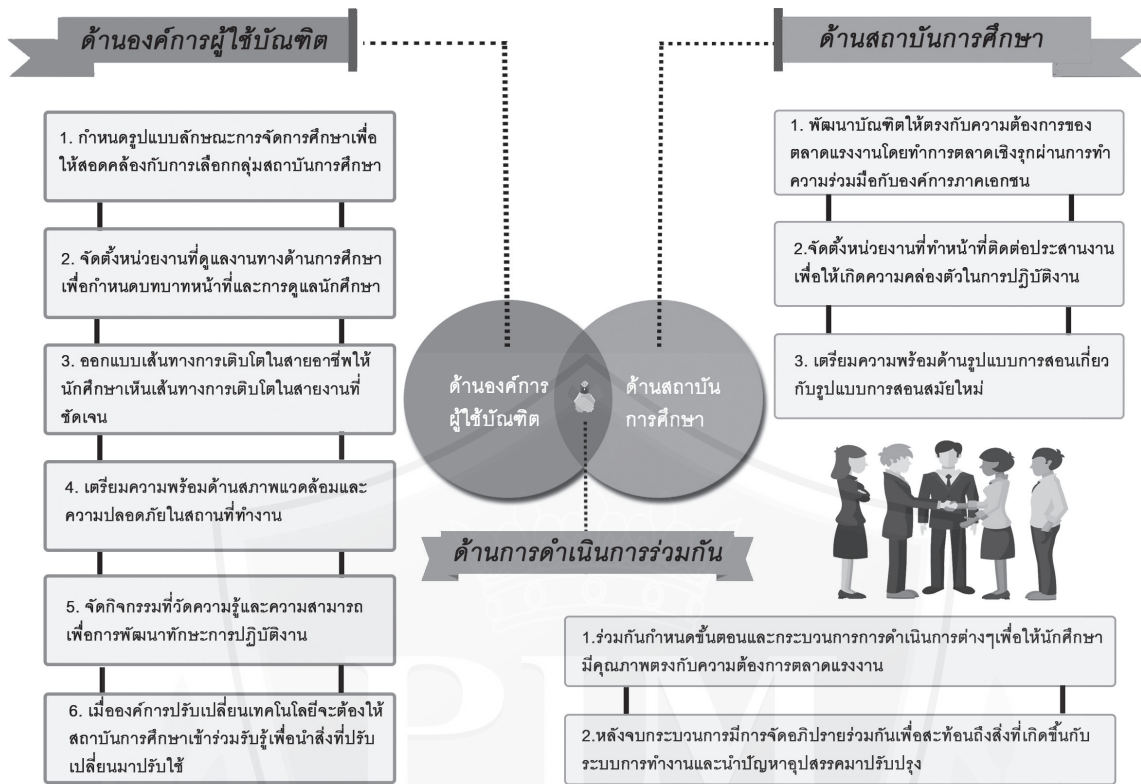
เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงกระบวนการต่อไป

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Coll et al. (2009) ที่ทำการสำรวจแนวทางการสอนของลูกจ้างในอาชีพครูเพื่อบูรณาการความรู้ในการเรียนรู้และการทำงานแบบบูรณาการ ซึ่งการเรียนรู้แบบบูรณาการจะเกิดประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 ส่วนคือ (1) ผู้เรียนสามารถนำประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงสามารถเลือกสายอาชีพที่เหมาะสม ทำให้ผู้เรียนมีคุณภาพและพร้อมที่จะทำงานมากกว่าผู้เรียนที่ไม่ได้ผ่านการทำงานแบบบูรณาการ (2) สถานประกอบการได้รับประโยชน์เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์การและถือเป็นแนวทางการสรรหา คัดเลือกพนักงาน ทำให้ประหยัดเวลาและเงินในการพัฒนาพนักงาน ลดอัตราการลาออกของพนักงาน (3) สถาบันการศึกษาเกิดความร่วมมือทางวิชาการและความสัมพันธ์อันดีกับสถานประกอบการสามารถนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงกับหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความสอดคล้องและทันสมัยเหมาะสมกับตลาดแรงงาน และสถาบันการศึกษาได้รับการยอมรับจากตลาดแรงงานอีกด้วย

4.3 ด้านการดำเนินการร่วมกัน

องค์การผู้ใช้บัณฑิตและสถาบันการศึกษาควรร่วมกันกำหนดขั้นตอนและปัจจัยความสำเร็จที่ได้จากลักษณะการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน ความร่วมมือเกิดมาจากทั้งองค์การ ผู้เรียน ผู้สอน ประกอบกันทุกส่วนสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ปานเพชร ชินินทร และวิเชษฐ์ พลายมาศ (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานสำหรับอุดมศึกษาไทยนำไปออกแบบแบบจำลอง WiL ต่อยอดนำผลไปออกแบบพัฒนาคู่มือการดำเนินงานเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสรุปแนวทางปฏิบัติตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมออกมาเป็น 3 ด้าน ทั้งด้านองค์การผู้ใช้บัณฑิต ด้านสถาบันการศึกษา และด้านการดำเนินการร่วมกัน โดยแสดงออกมาตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางปฏิบัติตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสม

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาพบว่า (1) องค์กร A และองค์กร B มีความเหมือนกันโดยกำหนดนโยบาย จัดเตรียมหน่วยงาน จัดเตรียมการเรียนการสอน วางแผนการรับสมัครนักศึกษาและระบบการฝึกงาน ด้านกระบวนการทั้งก่อน-ระหว่าง-หลัง ได้ผู้เรียนที่มีความรู้และทักษะตามที่องค์กรต้องการ สำหรับความแตกต่างนั้นทั้งสององค์กรมีบริบทและวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันไป ดังนั้นกระบวนการเชิงระบบสำหรับการพัฒนาผู้เรียนและผู้สอนจึงมีความแตกต่างกันเพื่อให้สอดคล้องกับองค์การของตน (2) แนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมตามแนวการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานที่เหมาะสมแบ่งตามผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้านองค์การผู้ใช้นิตควรกำหนดรูปแบบการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับการเลือกกลุ่มสถาบันการศึกษาและควรจัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลงานโดยเฉพาะและออกแบบเส้นทางการเติบโตในสายอาชีพให้กับ

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการด้วย จัดเตรียมสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงาน จัดกิจกรรมที่วัดความรู้และทักษะเพื่อควบคุมคุณภาพของนักศึกษา ด้านสถาบันการศึกษาควรต้องทำการตลาดเชิงรุกผ่านการทำความร่วมมือกับองค์การภาคเอกชน จัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ชัดเจนและเตรียมรูปแบบการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียนด้านการดำเนินการร่วมกันควรกำหนดขั้นตอนและกระบวนการจากทั้งสองฝ่าย เมื่อจบโครงการควรมีการจัดอภิปรายร่วมกันเพื่อนำปัญหามาปรับปรุงกระบวนการทั้งระบบ

ผลจากการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปานเพชร ชินินทร และวิเชษฐ์ พลายมาศ (2553) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานสำหรับสถาบันอุดมศึกษาไทย โดยปัจจัยความสำเร็จเกิดจากความร่วมมือกันทั้งจากทางสถานประกอบการ สถาบันการศึกษา สมาคมวิชาชีพ

เพื่อต่อยอดนำผลไปออกแบบและพัฒนาคู่มือการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อไป หากนำแนวทางปฏิบัติมาเปรียบเทียบกับแนวทางเกี่ยวกับ Work-integrated Learning: แนวทางการปฏิบัติที่ดี ของ WiL ตาม Council on Higher Education (2011) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทางวิชาการและวิชาชีพ ของการศึกษาเชิงบูรณาการร่วมกับการทำงานที่มุ่งเน้น โดยนำความรู้ด้านวิชาการมาผสมกับด้านการศึกษาที่มุ่งเน้น ให้เป็นมืออาชีพ โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติงาน แบบมืออาชีพโดยมีผู้เชี่ยวชาญในงานถ่ายทอดองค์ความรู้ ให้ประยุกต์กับการทำงานจริงซึ่งจะเป็นการพัฒนาบุคลากร ที่ดีและเหมาะสมกับความต้องการของตลาดแรงงาน อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ องค์การ ทางด้านธุรกิจค้าปลีกสามารถนำกระบวนการเชิงระบบ ของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงานไปใช้

ให้เกิดประโยชน์ได้โดยองค์การจะได้บัณฑิตที่มีคุณลักษณะ ตามที่องค์กรต้องการ พร้อมทั้งจะสามารถทำงานเป็น พนักงานได้และสามารถนำค่าใช้จ่ายทางด้านเบี้ยเลี้ยง ที่จ่ายให้กับนักศึกษามาลดหย่อนภาษีได้ด้วย ทางองค์การ สามารถนำผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบจาก กระบวนการเชิงระบบของการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการ กับการทำงานมาวิเคราะห์และประเมินกระบวนการ อย่างมีระบบเพื่อพัฒนาและนำไปสู่ความสำเร็จตาม เป้าหมาย มีระบบการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพเพราะ การพัฒนา คือ การปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อให้มีสภาพปัญหา น้อยที่สุด เกิดความสมดุลของโครงสร้างและองค์ประกอบ ต่างๆ ในระบบ จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ระบบ ประเมินความมีประสิทธิภาพของระบบงาน ประเมิน การใช้งบประมาณ ประเมินความถูกต้องของกระบวนการ ประเมินผลผลิตหรือผลงานอย่างสม่ำเสมอ

References

- Chinintorn, P. & Plaimart, W. (2010). *Success of education integrated with the work of higher education for Thailand*. Retrieved March 10, 2015, from http://researchconference.kps.ku.ac.th/article_7/pdf/o_edu04.pdf [in Thai]
- Coll, R. K., Eames, C., Paku, L., Lay, M., Hodges, D. & Bhat, R. (2009). An exploration of the pedagogies employed to integrate knowledge in work-integrated learning. *The Journal of Cooperative Education and Internships*, (43), 14-35.
- Cooper L., Orrell J. & Bowden, M. (2010). *Work Integrated Learning: A Guide to Effective Practice*. Great Britain: Tj International.
- Council on Higher Education. (2011). *Work-Integrated Learning: Good Practice Guide*. Retrieved 15 April 2015, from http://www.che.ac.za/sites/default/files/publications/Higher_Education_Monitor_12.pdf
- Faculty of Management Science Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage. (2012). *Bachelor of Business Administration in Business Management, Retailing Management Program. Revised Curriculum in 2012*. Retrieved October 12, 2015, from <http://www.vru.ac.th/spa2/SAPA8.2555/ADAC10056/561.pdf> [in Thai]
- Freudenberg, B., Brimble, M. & Cameron, C. (2011). WIL and generic skill development: The development of business students' generic skills through work-integrated learning: Asia Griffith University, Australia. *Pacific Journal of Cooperative Education*, 12(2), 79-93.

- Innovative Research Universities. (2012). *Roles and Responsibilities of the Workplace Supervisor*. Retrieved April 15, 2015, from https://www.jcu.edu.au/__data/assets/pdf_file/0005/119840/jcu_111859.pdf
- Martin, A. & Hughes, H. (2009). *How to Make the Most of Work Integrated Learning: A Guide for Students, Lecturers & Supervisors*. New Zealand: Massey University.
- Ministry of Education. (2014). *Education Development Plan of the Ministry of Education. Eleventh Edition AD 2012-2016*. Retrieved March 5, 2015, from <http://www.yupparaj.ac.th/Plan/Plan/PL-yr012-58.pdf> [in Thai]
- Office of the Education Council. (2011). *Research report. Development of management classes. Teaching is integrated with the work (Work Integrated Learning) in higher education in the country, Thailand (1st ed.)*. Bangkok: Prik-wan Graphics. [in Thai]
- Office of the Education Council. (2013). *“6 step 7 strategic” operating result of around six months. Office of the Education Council for the year 2556 (1st ed.)*. Bangkok: 21st Century. [in Thai]
- Pantapalangoon, P. (2015). *The desirable characteristics of graduates to meet the needs of the graduate*. Retrieved September 27, 2015, from <http://www.emanage.mju.ac.th/openFile.aspx?id=MzlyOTU=Resources> [in Thai]
- Panyapiwat Institute of Management. (2014). *Lifting capacity development strategy for the sector Graduate Thailand*. Retrieved March 13, 2015, from <http://www.pim.ac.th/th/news/57/> [in Thai]
- Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (2010). *The seminar WiL (Work-Integrated Learning) new dimension of higher education Thailand*. Retrieved September 16, 2015, from <http://academic.rmutil.ac.th/2009/pdf/download530804-2.pdf> [in Thai]
- SABPP Fact Sheet. (2014). *Work-Integrated Learning*. Retrieved March 30, 2015, from <http://sabpp.co.za/wp-content/uploads/2015/03/SABPP-Fact-Sheet-May-2014.pdf>
- Sripahon, S. (2011). *The concept and style with an emphasis on teaching the learners*. Retrieved April 20, 2015, from <http://naruemol-learning.blogspot.com/2011/03/blog-post.html> [in Thai]
- Thailand Professional Qualification Institute (Public Organization). (2016). *Professional standards and professional qualifications. Business professionals Retail*. Retrieved April 10, 2016, from <http://www.tpqi.go.th/standard.php> [in Thai]
- Tonjitanon, P. & Junoisuwan, P. (2014). This form of learning. Integrated Science for the development of a new generation of graduates. *Academic Journals and Research of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon*, (Special Issue), 189.
- Ulbrich, A., Scheir, P., Lindstaedt, S. N. & Görtz, M. (2006). *A Context-Model for Supporting Work-Integrated Learning*. Retrieved March 25, 2015, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.91.20&rep=rep1&type=pdf>
- Wannaiampigun, P., Sikkhabandit, S. & Teerawitthayaleart, P. (2013). The Development Cooperative Education Model of Hospitality Industrial in Private Higher Education Institutions. *Journal of Industrial Education*, 7(2), 66-73.



Name and Surname: Kasira Kanchanapiboon

Highest Education: Bachelor Degree of Business Administration
Major, International Business Administration, University of the Thai
Chamber of Commerce

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Strategic Human Resource and Organization
Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,
Nonthaburi 11120



Name and Surname: Thanasit Phoemphian

Highest Education: Doctor of Philosophy Degree in Human Resource
Development (International Program), Burapha University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: People Management and Organization Strategy

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,
Nonthaburi 11120

INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

THE IMPACT OF COORDINATING CONJUNCTION USE ON THE SENTENCE DEVELOPMENT OF THAI AND KHMER UNIVERSITY STUDENT WRITERS

Michael Thomas Gentner

The Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

Abstract

The intent of this paper is to provide a contrastive analysis of Thai and Cambodian university students' use of coordinating conjunctions in English narrative writing essays. The narrative writings of 175 students at a university in Bangkok, Thailand were examined and compared to 79 related essays written by students at a University in Battambang, Cambodia. The data was used to explore the application of coordinating conjunctions as sentence extenders and propagators of constructs. The study found that although the Thai study subjects exhibited a higher distribution rate of coordinating conjunction types, the Cambodian study subjects employed coordinating conjunctions at nearly twice the frequency of Thai students resulting in a more than two-fold increase in sentence length and words per paper. The sentence length for the Cambodian subjects was within the recognized standard sentence length (15-20 words) for English academic writing while the average sentence length for the Thai subjects was nearly six words below average.

Keywords: coordinating conjunctions, sentence development, cohesion, transition words, discourse markers

Introduction and Background

Coordinating conjunctions are the most common conjunction form in English writing and discourse production. The term ‘conjunctions’ exists within a very broad set of grammatical categories and sub-categories that employ such terminology as connecting words, discourse markers, linking words, logical connectors, signal words, transitional devices, and others. Their use is essential in forming connections for cohesion, coherence, and textuality between words, phrases, clauses, and ideas (Provost, 1985; Schills & Dehan, 1993). Cohesion refers to the relationship of meaning that exists within a paragraph of sentences. Cohesion is therefore an interpretation of a clause that is dependent on the interpretation of either a preceding or proceeding clause. These elements can be referred to as the presupposing and the presupposed. For this study, the coordinating conjunctions known as *fanboys* (for, and, nor, but, or, yet, and so) were selected since their use is more frequent in the ESL/EFL writings of students below an advanced proficiency level than the more complex correlatives and subordinating conjunctions (Fry, 1988). Consequently, the conjunctions *and*, *but*, *or* showing addition, contrast, and choice of possibilities respectively are applied similarly within the sentence structures of the English, Thai, and Khmer languages and, in addition, share a comparable rate of recurrence than those of the more specialized conjunctions. Reynolds (2011: 106) states that most modern grammatical guides consider them prototypical coordinators

which share four significant factors; a) they cannot occur contiguously; b) they are not subject to modification; c) they can conjoin constituents of all sizes from word, to phrase, to clause; and d) they link coordinates that are typically communicative. The conjunctions *so*, *for*, and ‘yet’ are used at more frequent intervals in English than in the Thai and Khmer equivalents, while the conjunction *nor* is used sparingly in English and has no direct representation in either Thai or Khmer correspondence. Therefore, analyzing the use of coordinating conjunctions in the writings of Cambodian and Thai tertiary research subjects was considered a prime indicator of how the expansion of thoughts and events within a sentence differed between the study groups.

The website ‘speakspeak’ offers these condensed definitions for each of the seven ‘fanboy’s’ followed by examples as to how each may be represented in a sentence:

***so** - for showing the consequence of something.

He was very hungry, so he ate all the cake.

***but** - for contrast

I eat cake, but I never eat biscuits; I don’t like them.

***for** - for explaining why [more formal and less common than because].

He’s overweight for he eats too many cakes and biscuits.

***and** - the same, similar or equal; without contrast.

His favourite snacks are cakes and biscuits.

***nor** - for two non-contrasting grammatically

negative items (not + not)

He doesn't eat cake, nor does he eat biscuits.

*or - before an alternative

Would you like cake or biscuits with your coffee?

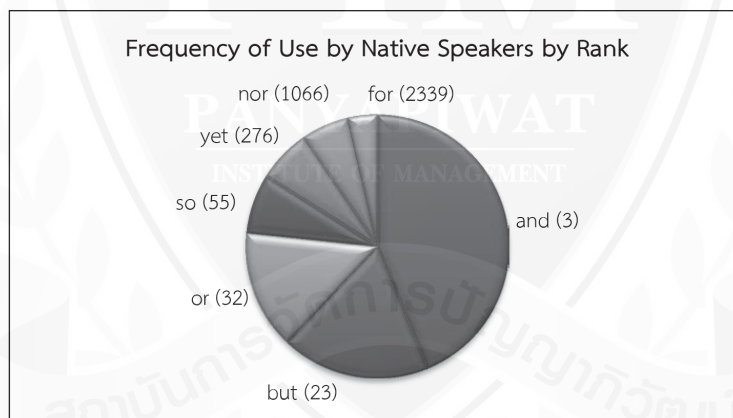
*yet - contrast, despite something [synonyms = nevertheless, but, still]

He's overweight and feels terrible, yet he continues to eat lots of cakes and biscuits.

[He's overweight, but still he continues to eat lots of cakes and biscuits.]

Compatible to the employment of these cohesive devices is their frequency usage in both spoken and written circumstances. The website 'Word Frequency Data: A Corpus of

Contemporary American English' offers a ranking of the top ten thousand most frequently used words in the English language. The extensive list is based on the five primary genres of English. The list includes spoken English, fiction writing, popular magazine articles, newspapers, and various forms of academic material. There are some discrepancies in the actual ranking number of words between one source and another, but the position of the subordinating conjunctions relative to each other on the list remains constant. The pie chart below displays the ranking of the 'fanboys' from a list of the top 10,000 most frequently used words in the English language by native speakers.



Research Design

The purpose of this study is to identify the use of coordinating conjunctions and to draw a distinction between the differences in the selection of conjunction types, frequency of conjunction usage, and accuracy of appropriate conjunction assignments. The contrasts in selection usage centered on which coordinating conjunction was chosen for a particular additive,

adversative, or casual cohesive need or was omitted when a sentence could have been expanded rather than broken in two. The frequency of usage was put through a descriptive statistics analysis to determine a central tendency on which coordinating conjunctions were employed and at which frequency, followed by an exponential ranking from highest to lowest frequency and notes on the contrastive

analysis between the frequency of particular conjunction equivalents in both the Thai and Khmer languages. The appropriate use of coordinating conjunctions was determined by their logical function within a given sentence relative to its necessity to facilitate cohesion with a preceding or proceeding clause.

Population and Sampling

The subjects of this study were 79 male and female Cambodian students (29 freshmen, 12 sophomores, 13 juniors, and 15 seniors) with a variety of majors from the Liberal Arts department at a University in Battambang, Cambodia and 175 junior level male and female liberal arts students from a University in Bangkok, Thailand. The research subjects from both universities had a combined age range of 18 to 26. The Cambodian subjects were given the writing task in February of 2011 as part of a larger research project that examined the use of various grammatical devices employed by English L2 learners in a narrative writing assignment (Gentner, 2015). The Thai subjects were given this task in November of 2013 with the sole purpose of examining their use of coordinating conjunctions. Both participant groups were given the assignment during one of their fifty minute classroom sessions. The papers were subsequently examined with an emphasis on the application and concurrency rates of coordinating conjunctions. The instructors at both institutions informed the research subjects of the basic format for the writing assignment. Students were asked to write a

four paragraph essay on the subject, ‘What did you do during the vacation?’ The research participants at both universities were advised to; 1) make their introductory paragraph roughly three sentences long; 2) make the two supporting paragraphs approximately four sentences each; 3) make the concluding paragraph approximately three sentences long. Participants at both institutes displayed an academically consistent range of proficiency levels varying from pre-advanced at the high end to pre-intermediate at the low end. No distractions or disabilities in regard to the venue or subjects who participated in the study were reported. No further requirements or suggestions were made concerning the composition of the paper. Students in each class were informed of the fifty-minute time frame prior to the start of the assignment. Each participant in the study gave consent to their participation in this project though they were not informed of the purpose or objectives of the writing since it would have, either consciously or subconsciously, led to inauthentic use of coordinating conjunctions or otherwise affected the natural flow of their thought processes which may have compromised the integrity of the research.

The 254 papers were then examined for coordinating conjunction use. First, the types of coordinating conjunctions used were tallied to find at which frequency they were utilized by the participants. Second, the number of words used per sentence were calculated and averaged to find the mean length of sentences

with or without coordinating conjunctions. Third, the resulting mean sentence lengths of both the Cambodian and Thai subjects were compared to the recommended standard average of 15-20 words per sentence (Garner, 2001; Cutts, 2007; Markel, 2010) for English academic writing. Lastly, the frequency of individual coordinating conjunctions was examined to discover the possible correspondence between coordinating conjunction usage and effect on the lexical length of a sentence.

Findings and Discussions

The research found that the Thai subjects of the study employed a more diverse range of coordinating conjunctions yet averaged only 4.53 coordinating conjunctions per paper while

the average coordinating conjunction use for Cambodian subjects of the study was 10.15 per paper. Though the average number of sentences used by each group varied slightly, the mean average of words employed per sentence and per paper by the Cambodian subjects more than doubled those of the Thai subjects. It was therefore determined that the higher recurrence of coordinating conjunction use to link ideas and clauses played a significant role in the overall length of their papers and the continuity of their deliberations in academic writings. The adversative conjunction *nor* was not applied to any paper by any of the subjects in either group and thus was eliminated from consideration.

Table 1 Mean Distribution of Coordinating Conjunction Types

Students\Conjunction type	<i>and</i>	<i>but</i>	<i>or</i>	<i>others combined</i>
Thai (juniors)	79%	9%	6%	6%
Cambodian (combined)	82%	8%	5%	5%

Table 1 shows a slightly higher dissemination of coordinating conjunction types by the Thai subjects. Both the Thai and Cambodian subjects utilized the additive conjunction *and* at the highest rate for all writings examined, followed by the adversative conjunctions *but*, with

the second highest frequency, then *or* at the third highest frequency. The remaining casual conjunctions *yet*, and *so* were employed at a nominal frequency by both subject groups and thus contributed negligibly to the overall objective of the research.

Table 2 Comparisons of Cambodian and Thai Students' Sentence and Paper Length

Students	Words per sentence	Words per paper	Sentences per paper
Thai (junior)	9.14	102.7	13.17
Cambodian (freshman)	13.43	187	14.73
Cambodian (sophomore)	12.88	165.8	13.35
Cambodian (junior)	15.49	250.8	16.75
Cambodian (senior)	15.6	286	18.2
Cambodian combined	14.35	222.4	15.75
Standard length	15-20	n/a	n/a

Table 2 shows that the Cambodian study participants fell slightly below the standard sentence length in English writing with a freshmen rate of 13.43 words per sentence and a sophomore rate of 12.88 words per sentence. The upper-classmen subjects were, however, within the standard sentence length with the junior-level subjects averaging 15.49 words per sentence and senior-level subjects averaging 15.6 words per sentence. The combined figure for all Cambodian research subjects of 14.35 words per sentence was marginally below the recognized standard. The Thai junior-level subjects employed significantly fewer words per sentence (9.14), than the recommended

standard length. In comparison, the mean number of sentences by the Thai research subjects (13.17) compared to the adjusted mean number of sentences for all Cambodian research subject groups (15.75) differed by only 2.5 sentences per paper, indicating, at least structurally, that the Thai subjects and Cambodian subjects followed the prescribed formula for number of sentences per paragraph and paper. The number of words per paper for the Thai subject group averaged (102.7) compared with the adjusted mean of all Cambodian subject groups with 222.4 words per paper, revealing a more than two-fold average word total.

Table 3 Frequency of Coordinating Conjunctions per Sentence and Paper

Students	Coordinating Conjunctions per Sentence	Coordinating Conjunctions per Paper
Thai (junior)	0.34	4.53
Cambodian (freshman)	0.63	9.37
Cambodian (sophomore)	0.51	6.83
Cambodian (junior)	0.60	10.15
Cambodian (senior)	0.59	10.8

Table 3 shows that Cambodian subjects employed coordinating conjunctions at a higher combined mean frequency per paper (9.2) than their Thai subject counterparts (4.53) exposing a nearly two-fold differential between the Thai research subjects and Cambodian subject writers. The following are sample comparisons of introductory sentences written by both Thai and Cambodian subject writing participants. Though there were instances of Thai participants writing at the recommended standard sentence length and beyond and Cambodian participants writing below the standard recommended length, the following examples were chosen to reflect the mean composite statistics shown in the tables above. Each excerpt below is presented verbatim:

Thai participant (junior year): “Last summer I went to Chiang Mai with my family. We went by car. Chiang Mai is the north of Thailand. We stayed in a hotel.”

Cambodian participant (senior year): “During the holiday my family and I went to visit Pallan city. It was not so far from my house and it was located near the Thai border. We took time for a holiday and came back in the evening.”

Thai participant (junior year): “I had a great time with family. We were all member. We drove to Pattaya. To relax of the work.”

Cambodian participant (junior year): “During

my vacation I mostly stayed home. I did many things such as housework and helped my parent in my family business. Some weekends, I and my family celebrated a party at home.”

Thai participant (junior year): “I went to Ampawa with my family last week. We have been there for two days. At night we stay at Ampawa. We called it homestay. It was very natural. It also very good weather.”

Cambodian participant (sophomore year): “I did a lot of indoor activities such as cooking, cleaning, shopping, and reading the book. I love to cook differend kind of foods and now my cooking is better than before. I can fried, boil, grill, and also can make sushi.”

These examples above show a correlation between the use of coordinating conjunctions and their effect on sentence length. Though the Thai research participants were more diverse in their selections of coordinating conjunctions, the Cambodian research participants’ ability to utilize coordinating conjunctions at nearly twice the rate of Thai participants allowed them to better combine and subordinate ideas that attributed to their overall fluency of expression and a more consistent and acceptable sentence length. Though there are a number of researchers (i.e. Smalley & Hank, 1982; Swan, 1997; Sherman et al., 2010) who suggest alternating longer and shorter sentences for a more rhythmical effect, consistently shorter sentences in whichever type of academic writing negates any benefit

an abbreviated sentence may add to a paper's dynamic. The low frequency use of coordinating conjunctions in the Thai subject's writing contributed to what LeGuin (1998) suggests are syntactically simple sentences with shorter and choppier thoughts that lead to unnecessary breaks in the flow of ideas. The Cambodian research subjects were more efficient in extending ideas and improving sentence cohesion with the use of other transition words such as correlative conjunctions, subordinating conjunctions, and conjunctive adverbs though these types of sentence extender statistics were not incorporated in this study. Where first language interference is believed to be a contributing factor in ESL/EFL writing deficiencies, the use of the primary coordinating conjunctions *and*, *but*, *or* have run parallel, in terms of purpose, position, and rates of recurrence, in the Cambodian, Thai and English languages.

Conclusion

In this study both Thai and Cambodian subject groups showed a preference for those English coordinating conjunctions (*and*, *but*, *or*) equivalent in both meaning and frequency to coordinating conjunctions in their L1. The Thai subjects were slightly more diverse in their selections of coordinating conjunctions than the Cambodian research participants though both subject groups employed specific coordinating

conjunctions at a similar distribution rate. However, the more frequent use of coordinating conjunctions by the Cambodian university subjects when expanding and conjoining both ideas and events, led to the combined average sentence length of their writings to fall within the recommended 15-20 words per sentence for standard English academic writing. Thai junior-level university participants with the same writing topic, time frame, and procedural instructions had an average sentence length approximately six words below the average recommended length of a sentence. Since the most frequent coordinating conjunctions (*and*, *but*, *or*) appear and operate at corresponding levels in the Cambodian, Thai, and English languages, additional research is necessary to determine what specific factors contributed to these English sentence length disparities.

Several possibilities for additional research are apparent. First, an inquiry into the grammatical structures of both Thai and Cambodian and how the frequencies of *fanboys* compare in both languages to that of English usage. Secondly, a cross-cultural contrast analysis of coordinating conjunction existence and usage in other ASEAN countries is needed to identify patterns within one language and how such statistics could be analysed and juxtaposed to conjunction forms in other Asian countries and ASEAN languages.

References

- Coordinating conjunctions. (n.d.). In *Speakspeak*. Retrieved July 1, 2016, from <http://www.speakspeak.com/resources/English-grammar-rules/conjunctions>
- Cutts, M. (2007). *Oxford guide to plain English*. London: Oxford University Press.
- Dubay, W. H. (2007). *Smart languages: Readers, readability, and the grading of text*. UK: Book Surge Publishing.
- Fry, E. B. (1988). Writeability: The principals of writing for increased comprehension. In B. I. Zakulak & S. J. Samuels (Eds.). *Readability: It's past, present, and future*. Newark, DE: International Reading Association.
- Garner, B. (2001). *Legal writing in plain English*. University of Chicago Press.
- Gentner, M. T. (2015). *Teaching English to Cambodian Learners*. Bangkok University Press.
- LeGuin, U. (1998). *Steering the craft: Exercises and discussions on story writing for the lone navigator or the mutinous crew*. Topeka, Ks: Tandem Library.
- Markel, M. (2010). *Technical communication* (9th ed.). Bedford/St. Martin's.
- Provost, G. (1985). *100 ways to improve your writing*. New York: Penguin.
- Reynolds, B. (2011). The myth of fanboys: Coordination, commas, and college composition classes. *TESL Canada Journal*, 29(1), 104-112.
- Sayah, L. (2013). The role of conjunctions in EFL learners' narrative development. *International Journal of Education and Research*, 1(11), 133-146.
- Schills, E. & DeHan, P. (1993). Characteristics of sentence length in running text. *Literary and Linguistic Journal*, 8(1), 20-26.
- Sherman, D., Slawson, J., Whitton, N. & Wiemelt, J. (Eds.). (2010). *The little brown handbook* (11th ed.). Longman.
- Smalley, R. & Hank, R. (1982). *Refining composition skills: Rhetoric and grammar for ESL students*. New York: Macmillan.
- Swan, M. (1997). *Practical English usage*. London: Oxford University Press.
- Word frequency data: A corpus of contemporary American English. (n.d.). In *Word frequency data*. Retrieved July 1, 2016, from <http://www.wordfrequency.info/free.asp?s=y>
- Yang, J. (2006). Application of conjunction in English teaching. *Sino-US English teaching*, 3(7), 48-51.



Name and Surname: Michael Thomas Gentner

Highest Education: Ph.D TESOL, Jeonju University (Korea)

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: TESOL

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred,
Nonthaburi 11120



ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวล สารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

THE RESULT OF SYNTHESIS FRAMEWORK OF LEARNING ENVIRONMENT MODEL ENHANCE INFORMATION PROCESSING FOR THE LEARNERS INTEGRATION BETWEEN PEDAGOGY AND NEUROSCIENCE

ประมา ขววงเมือง¹ และสุมาลี ชัยเจริญ²

Parama Kwangmuang¹ and Sumalee Chaijaroen²

^{1,2}คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^{1,2}Faculty of Education, Khon Kaen University

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์กรอบแนวคิดของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเทศบาลน้ำพองบุรีพัฒนา จำนวน 35 คน และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเอกสาร และกรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ จำนวน 3 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การวิจัยเอกสาร และการวิจัยเชิงสำรวจ ที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการสรุปตีความและวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า การสังเคราะห์กรอบแนวคิดของโมเดลนวัตกรรมทางปัญญาที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ได้แก่ กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี ประกอบด้วย 5 พื้นฐาน ได้แก่ 1) พื้นฐานด้านบริบท 2) พื้นฐานทางจิตวิทยาการเรียนรู้ 3) พื้นฐานด้านศาสตร์การสอน 4) พื้นฐานด้านเทคโนโลยี และ 5) พื้นฐานทางการศึกษาประสาทวิทยาศาสตร์ และกรอบแนวคิดในการออกแบบ ประกอบด้วย 4 พื้นฐาน คือ 1) การกระตุ้นโครงสร้างทางปัญญา 2) การสนับสนุนการปรับสมดุลโครงสร้างทางปัญญา 3) การส่งเสริมการขยายโครงสร้างทางปัญญา และ 4) การช่วยเหลือการปรับสมดุลทางปัญญา นอกจากนี้ผลจากการศึกษาพื้นฐานด้านบริบทที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นและสัมภาษณ์ผู้เรียนพบว่า ผู้เรียนไม่เคยมีประสบการณ์เรียนรู้ตามแนวคอนสตรัคติวิสต์ และกิจกรรมที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอนโดยส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดความรู้จากครู และจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีความสอดคล้องระหว่างหลักการทฤษฎีกับกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี และกรอบแนวคิดการออกแบบ

คำสำคัญ: สิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ ประสาทวิทยาศาสตร์ การประมวลสารสนเทศ การใส่ใจ

Abstract

The purpose of this research was to synthesize the framework of the learning environment model to enhance learners' information processing integration between pedagogy and neuroscience. The target groups were the 35 Praton Suksa Five students of Nam Phong Puripat Municipal School and the 3 experts of verifying the document and conceptual framework of learning environment model to enhance learners' information processing integration between pedagogy and neuroscience. Research designs were Document Analysis and Survey method. Data were analyzed by analyzing and summary interpreting. The results revealed that the synthesis of framework of learning environment model to enhance information processing: integration between pedagogy and neuroscience model was as the theoretical framework which consisted of 4 foundation bases as the following: 1) Context base 2) Psychological base 3) Pedagogies base 4) Technological media theory base and 5) Neuroscience base. The designing framework consisted of 4 crucial bases as the following: 1) the activation of Cognitive structure and enhance information processing and attention 2) the support for adjusting cognitive conflict and enhance information processing and attention 3) the support for extending the cognitive structure and enhance information processing and attention and 4) the support and enhancement enhance information processing and attention. Furthermore, the study of contextual background which surveyed and interviewed the students' opinion was found that the students had no experience in Constructivist learning, Information Processing enhancing activity, also technology used in learning. The teaching mostly in nowadays was the transmitting from a teacher to student. And regards the expert's assessment, the consistency between the theory and theoretical and designing framework was found.

Keywords: learning environment, neuroscience, information processing, attention

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันถือได้ว่าเป็นยุคแห่งการติดต่อสื่อสาร ความทันสมัยของเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้ดูเหมือนว่ามนุษย์สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ในเวลาเพียงแค่นาที จนถูกเรียกว่าเป็นยุคสมัยของโลกไร้พรมแดน อีกทั้งในการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งมีหลายชาติหลายภาษา การเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ต่างก็มีข้อมูลข่าวสาร วัฒนธรรมข้ามชาติและภาษาอังกฤษเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ เป็นภาษาแห่งโอกาสในโลกปัจจุบัน ทั้งนี้ อาเซียนใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการติดต่อสื่อสาร (เขาวลัทธิ อิมอ่อน, 2557: 192)

ดังนั้น ผู้ที่มีความสามารถทางภาษาอังกฤษจึงนับได้ว่าเป็นผู้ที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (เพ็ญประภา เจริญสุข และอนันต์ เจริญสุข, 2554: 34) อย่างไรก็ตาม จากผลการประเมินการศึกษาพบว่า ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของเด็กไทยอยู่ในกลุ่มที่ทักษะต่ำกว่าระดับมาตรฐาน (เทียนธวัช ศรีใจงาม, 2555) เมื่อเทียบกับประชาคมอาเซียน สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยยังมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษให้สูงขึ้น (ขวัญใจ เตชเสนสกุล, 2555) เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่นักเรียนไม่คุ้นเคย ทำให้ไม่สามารถจดจำได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจดจำ

คำศัพท์ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งและเป็นพื้นฐานในการสร้างประโยค ถ้าหากผู้เรียนไม่มีความรู้เกี่ยวกับคำศัพท์หรือไม่เข้าใจคำศัพท์แล้วก็จะทำให้ไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่อ่าน ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนทักษะในด้านอื่นๆ ด้วย เพราะคำศัพท์เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสาร

วิธีการสำคัญที่สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณลักษณะที่สนองตอบต่อสารสนเทศต่างๆ ที่มาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างรวดเร็ว การนำทฤษฎีและศาสตร์การสอน (Pedagogy) ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ที่สนับสนุนให้ผู้เรียนสร้างความรู้ และทฤษฎีการประมวลสารสนเทศ ที่จะช่วยให้ผู้เรียนได้บันทึกสารสนเทศลงในความจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คำศัพท์ภาษาอังกฤษรวมทั้งคุณลักษณะและระบบสัญลักษณ์ของสื่อ เทคโนโลยีที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการเรียนรู้และการประมวลสารสนเทศ ซึ่งจะส่งผลในการบันทึกในความจำของผู้เรียน การนำหลักการทฤษฎีการประมวลสารสนเทศ (Information processing) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นการศึกษากระบวนการรู้คิด (Cognitive process) ลำดับขั้นตอนของการประมวลข่าวสาร และการเรียนรู้ต่างๆ (Retrieve) ความจำระยะยาวมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการเรียนรู้ที่ต้องอาศัยการจดจำ เช่น คำศัพท์ภาษาอังกฤษโดยในการประมวลสารสนเทศมี 3 ส่วน ได้แก่ 1) การบันทึกผัสสะ (Sensory register) 2) ความจำระยะสั้น (Short-term memory) และ 3) ความจำระยะยาว (Long-term memory) (Klausmeier, 1985: 103-119)

จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า เป็นการออกแบบพัฒนาและการตรวจสอบผลการเรียนรู้โดยอาศัยหลักการทฤษฎีเท่านั้น อย่างไรก็ตามเพื่อให้สามารถเข้าใจกลไกหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในสมองในขณะประมวลสารสนเทศที่เข้ามา เป็นการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ของสมองและเซลล์สมอง วงจรระบบประสาท สารเคมี และกระแสไฟฟ้าในสมอง ได้มีการบูรณาการระหว่างศาสตร์ทางการสอน (Pedagogy) กับศาสตร์ทางประสาทวิทยาศาสตร์ (Neuroscience) ในแง่ของวิธีการ (Methods) และ

อุปกรณ์เครื่องมือ (Equipment) แนวทางการวิจัยจึงเป็นการลงมือปฏิบัติโดยการนำศาสตร์ทางการสอน (Pedagogy) ที่ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการศึกษากระบวนการทางปัญญาที่มีพื้นฐานการเรียนรู้โดยอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้ทฤษฎีปัญญานิยม (Cognitive theories) เป็นประสาทวิทยาเชิงปัญญา (Cognitive Neuroscience) โดยเกี่ยวข้องกับหลักการหรือทฤษฎีที่มุ่งเน้นการศึกษาและการส่งเสริมกระบวนการทางปัญญาในเชิงลึกมากกว่าการศึกษาหรือมุ่งส่งเสริมพฤติกรรมที่สามารถวัดและสังเกตได้เท่านั้น

จากข้างต้น การดำเนินการศึกษาเพื่อส่งเสริมกระบวนการทางปัญญาที่อาศัยพื้นฐานเชิงทฤษฎีทั้งสองกลุ่มข้างต้นใช้กระบวนการการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพซึ่งมุ่งทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ให้ความสำคัญกับกระบวนการได้มาซึ่งข้อค้นพบของงานวิจัยรวมทั้งผลของการวิจัยที่จะได้รับ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพดังกล่าว จะสามารถแสดงผลการศึกษาในเชิงลึกจากการเพิ่มเติมการศึกษาตัวชี้วัดทางชีวภาพ (Biomarker) ต่างๆ ได้โดยการบูรณาการศาสตร์ทางประสาทวิทยาศาสตร์ (Neuroscience) ที่สามารถแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ของผลปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการทางปัญญา (Cognitive processes) เช่น การแสดงการทำงานของสมองด้วยคลื่นไฟฟ้าสมอง (EEG) ของการใส่ใจในการประมวลสารสนเทศของผู้เรียนที่เรียนด้วยโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอนและประสาทวิทยาศาสตร์

ดังกล่าวยังข้างต้น การดำเนินการศึกษาเพื่อส่งเสริมกระบวนการทางปัญญาที่อาศัยพื้นฐานเชิงทฤษฎีทั้งสองกลุ่มข้างต้นใช้กระบวนการการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งมุ่งทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งให้ความสำคัญกับกระบวนการได้มาซึ่งข้อค้นพบของงานวิจัยรวมทั้งผลของการวิจัยที่จะได้รับ อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในเชิงปริมาณ

และเชิงคุณภาพดังกล่าว จะสามารถแสดงผลการศึกษาในเชิงลึกจากการเพิ่มเติมการศึกษาตัวชี้วัดทางชีวภาพ (Biomarker) ต่างๆ ได้โดยการบูรณาการศาสตร์ทางประสาทวิทยาศาสตร์ (Neuroscience) ที่สามารถแสดงหลักฐานเชิงประจักษ์ของผลปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการทางปัญญา เช่น การแสดงการทำงานของสมองด้วยคลื่นไฟฟ้าสมอง (EEG) ของผู้เรียนที่เรียนด้วยโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลโดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ โดยอาศัยพื้นฐานในการพัฒนาจากการสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) ซึ่งได้จากหลักการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและจากการศึกษางานวิจัยต่างๆ ลงสู่กรอบแนวคิดในการออกแบบ (Designing framework) และสังเคราะห์เป็นองค์ประกอบของโมเดลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการออกแบบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การวิจัยเอกสาร (Document analysis) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นักเรียน

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเทศบาลน้ำพองบุรีพัฒนา จำนวน 35 คน และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเอกสารและกรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. แบบบันทึกการตรวจสอบเอกสาร
2. แบบบันทึกการสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี
3. แบบบันทึกการสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ และ
4. แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประเมินกรอบแนวคิดการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในกระบวนการออกแบบและพัฒนา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ทบทวนวรรณกรรม (Literature review) ศึกษาวิเคราะห์ หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ โดยศึกษาหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยทฤษฎีทางพุทธิปัญญา คือ ทฤษฎีการประมวลสารสนเทศ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้ตามแนวคอนสตรัคติวิสต์ รวมไปถึงคุณลักษณะและระบบสัญลักษณ์ของสื่อมัลติมีเดียเพื่อนำมาเป็นพื้นฐานการศึกษา และทำการบันทึกในแบบบันทึกการตรวจสอบเอกสาร

2. สังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้อที่ 1. ซึ่งสามารถสังเคราะห์เป็นพื้นฐาน 5 ด้าน ดังนี้ 1) พื้นฐานด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ 2) พื้นฐานศาสตร์การสอน 3) พื้นฐานด้านบริบท และ 4) พื้นฐานด้านทฤษฎีสื่อและเทคโนโลยี 5) พื้นฐานด้านประสาทวิทยาศาสตร์ โดยใช้แบบบันทึกการสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ

3. สังเคราะห์กรอบแนวคิดการออกแบบ (Designing framework) ที่อาศัยพื้นฐานจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) โดยมุ่งเน้นกระบวนการสร้างความรู้การประมวลสารสนเทศ และการใส่ใจ

4. สังเคราะห์องค์ประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ โดยอาศัยพื้นฐานจากกรอบแนวคิดในการออกแบบที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ในข้อที่ 3

6. นำกรอบแนวคิดในการออกแบบและองค์ประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ เสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างกรอบแนวคิดการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ กับหลักการทฤษฎีที่นำมาเป็นพื้นฐานกับกรอบแนวคิดในการออกแบบ ทำการวิพากษ์และประเมิน และนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงและแก้ไข

การวิเคราะห์ข้อมูล

การสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและสังเคราะห์กรอบแนวคิดการออกแบบ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิจัยเอกสาร สรุปตีความ และบรรยายเชิงวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ประกอบด้วยกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

การศึกษาหลักการ ทฤษฎี เกี่ยวกับการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี ซึ่งจากการศึกษาปรากฏว่า มีพื้นฐานเชิงทฤษฎีที่สำคัญ 5 พื้นฐาน ได้แก่

1) **พื้นฐานด้านบริบท** ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากับผู้เรียนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายจำนวน 35 คน โดยการสำรวจความคิดเห็นและสัมภาษณ์ผู้เรียนเกี่ยวกับการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศในประเด็นเกี่ยวกับประสบการณ์เรียนรู้แบบกลุ่ม รูปแบบการจัดการเรียนการสอน และการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เรียนไม่เคยเรียนรู้แบบเป็นกลุ่มในรายวิชาภาษาอังกฤษ และนักเรียนทุกคนไม่เคยมีประสบการณ์เรียนรู้ตามแนวคอนสตรัคติวิสต์ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาอย่างยิ่งมัลติมีเดีย รวมทั้งผู้เรียนยังไม่มีประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยกิจกรรมที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ การจัดการเรียนการสอนโดยส่วนใหญ่เป็นการถ่ายทอดความรู้จากครูและให้ผู้เรียนท่องคำศัพท์ซ้ำๆ ซึ่งทำให้ไม่สามารถจดจำคำศัพท์ได้ จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำไปเป็นพื้นฐานในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทาง

การเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ตามกรอบการประมวลสารสนเทศของ Klausmeier (1985: 103-119) ไว้ในแต่ละองค์ประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

2) พื้นฐานทางจิตวิทยาการเรียนรู้ ได้นำพื้นฐานด้านจิตวิทยาการเรียนรู้มาเป็นพื้นฐานในการออกแบบที่สำคัญ 2 กลุ่มทฤษฎีคือ ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ เพื่อส่งเสริมการสร้างความรู้ให้กับผู้เรียน และทฤษฎีพุทธิปัญญานิยม เพื่อส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ (Information processing) โดยมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถใส่ใจ จดจำ หรือบันทึกคำศัพท์ลงในความจำระยะยาว และสามารถค้นคืน (Retrieve) กลับมาใช้ได้

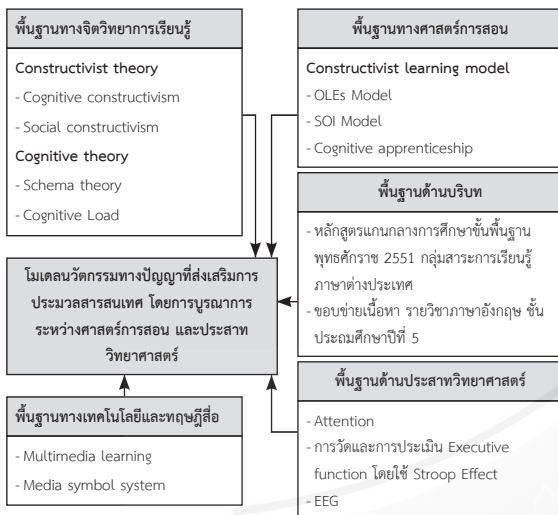
3) พื้นฐานด้านศาสตร์การสอน เป็นการศึกษาหลักการทฤษฎีและวิธีการของการสอนเพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ โดยพื้นฐานทางศาสตร์การสอนที่ผู้วิจัยนำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบและพัฒนาครั้งนี้คือ โมเดลการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ (Constructivist Learning Models) ได้แก่ 1. Open Learning Environments (Hannafin, Land & Oliver, 1999: 6-13) 2. SOI Model (Mayer, 1996: 71-72) และ 3. Cognitive apprenticeship (Collins, Brown & Holum, 1991: 38-46)

4) พื้นฐานด้านเทคโนโลยี ในการออกแบบและพัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการจัดการเรียนรู้ผ่านสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia learning) และทฤษฎีระบบสัญลักษณ์ของสื่อ (Media symbol system) มาเป็นพื้นฐานในการออกแบบ

และพัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

5) พื้นฐานทางการศึกษาประสาทวิทยาศาสตร์ ได้นำพื้นฐานทางการศึกษาประสาทวิทยาศาสตร์ ได้แก่ การใส่ใจ (Attention) ซึ่งมีกระบวนการ ดังนี้ คือ 1. ความตื่นตัว (Alert) เป็นการปรับสภาพให้พร้อมกับการรับรู้ที่จะเกิดขึ้น (Task-related-event) ทั้งนี้ต้องการบรรลุจากสภาวะปกติ (Internal state) ซึ่งความตื่นตัวมีความเกี่ยวข้องกับสมองส่วนทาลามัส (Thalamus) กลีบสมองส่วนหน้า (Frontal lobe) และกลีบสมองส่วนบน (Parietal lobe) 2. การจัดเรียง (Orient) เป็นการเลือกข้อมูลที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอก ตัวกระตุ้นอาจมีหลายอย่าง ขั้นตอนของการรับรู้การจัดเรียงนั้นจะมุ่งสัญญาณนำเข้า (input) การวิจัยที่ชี้ชัดว่า พื้นที่สมองที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดเรียงคือ กลีบสมองส่วนบน (Frontal lobe) กลีบสมองส่วนขมับ (Temporal lobe) รวมถึงบริเวณสมองส่วนการรับภาพ (Frontal eye field) และ 3. ความใส่ใจขั้นสูง (Executive attention) เป็นความสามารถในการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ซับซ้อนโดยที่การแสดงออกสามารถเกิดขึ้นได้หลายแบบ โดยพื้นที่สมองในชั้นของความใส่ใจขั้นสูงที่มีความเกี่ยวข้องคือ ตรงกลางของสมองส่วนหน้า (Anterior cingulate cortex) และสมองส่วนด้านข้าง (Lateral prefrontal cortex)

ดังนั้นในการศึกษานี้ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ที่นำหลักการในการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมกระบวนการรู้คิดของมนุษย์ (Cognitive process) ประสานร่วมกันกับทฤษฎีการประมวลสารสนเทศ รวมทั้งคุณลักษณะของสื่อที่เป็นมัลติมีเดีย ดังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นฐานทั้ง 5 ดังกล่าวข้างต้น ได้จากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอนและประสาทวิทยาศาสตร์

2. กรอบแนวคิดในการออกแบบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอนและประสาทวิทยาศาสตร์

จากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีได้ถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอนและประสาทวิทยาศาสตร์ โดยการแปลงหลักการทฤษฎีลงสู่การปฏิบัติ และออกแบบเป็นองค์ประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอนและประสาทวิทยาศาสตร์ ที่ส่งเสริมการสร้างความรู้และการประมวลสารสนเทศ ที่มุ่งเน้นการใส่ใจ ประกอบด้วย 4 พื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่

1) การกระตุ้นโครงสร้างทางปัญญา และส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ และการใส่ใจ อาศัยพื้นฐานจากหลักการทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ และทฤษฎีพุทธิปัญญา โดยการกระตุ้นผู้เรียนด้วยปัญหาที่ก่อให้เกิด

ความขัดแย้งทางปัญญา (Cognitive conflict) ในสภาพการเข้าสู่บริบท (Externally imposed) โดยนำเสนอในรูปแบบของปัญหาที่สอดคล้องกับบริบทตามสภาพจริงของเรื่องราวที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์นั้นๆ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถอ้างอิงหรือเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของตนเอง โดยผู้วิจัยได้ออกแบบในรูปแบบของสถานการณ์ปัญหา (Problem base) และกำหนดภารกิจการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศโดยอาศัยทฤษฎีการประมวลสารสนเทศตามหลักการของ Klausmeier (1985: 103-119) ได้แก่ 1. ความจำประสาทสัมผัส (Sensory register) 2. ความจำระยะสั้น (Short-term memory) และ 3. ความจำระยะยาว (Long-term memory) นอกจากนี้มุ่งเน้นกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการใส่ใจ (Attention) ตามพื้นฐานของประสาทวิทยาศาสตร์ (Neuroscience) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน (ปรีชญา แก้วแก่น, 2556: 1-10) คือ 1. ความตื่นตัว (Alert) เป็นการปรับสภาพให้พร้อมกับการเกิดขึ้น (Task-related-event) ทั้งนี้ต้องการบรรลุจากสภาวะปกติ (Internal state) ซึ่งความตื่นตัวมีความเกี่ยวข้องกับสมองส่วนทาลามัส (Thalamus) กลีบสมองส่วนหน้า (Frontal lobe) และกลีบสมองส่วนบน (Parietal lobe) จากหลักการดังกล่าว ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยใช้ตัวกะพริบ/สี/ตัววิ่ง 2. การจัดเรียง (Orient) เป็นการเลือกข้อมูลที่เกิดจากตัวกระตุ้นภายนอก ตัวกระตุ้นอาจมีหลายอย่าง ขั้นตอนของการรับรู้การจัดเรียงนั้นจะมุ่งสัญญาณนำเข้า (input) การวิจัยที่ชี้ชัดว่า พื้นที่สมองที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดเรียงคือ กลีบสมองส่วนบน (Frontal lobe) กลีบสมองส่วนขมับ (Temporal lobe) รวมถึงบริเวณสมองส่วนการรับภาพ (Frontal eye field) ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบโดยทำให้อัตราส่วนผสมผสานของความเข้มข้นของแสงที่เหมาะสมกับการรับภาพ โดยใช้สี ความเข้มของแสงขนาดที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนสามารถจัดเรียงสารสนเทศที่เข้ามาจากการกระตุ้น และช่วยคงสภาพของการใส่ใจอย่างต่อเนื่องท้ายสุด และ 3. ความใส่ใจขั้นสูง (Executive

attention) เป็นความสามารถในการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ซับซ้อนโดยการแสดงออกสามารถเกิดขึ้นได้หลายแบบ โดยพื้นที่สมองในชั้นของความใส่ใจชั้นสูงนั้นมีความเกี่ยวข้องคือ ตรรกกลางของสมองส่วนหน้า (Anterior cingulate cortex) และสมองส่วนด้านข้าง (Lateral prefrontal cortex) จากหลักการดังกล่าว ผู้วิจัยได้ออกแบบโดยนำเสนอคำศัพท์กับความหมายที่ไม่ถูกต้องเพื่อให้ผู้เรียนใช้เวลาคิดเพิ่มขึ้น และใช้เวลาในการแก้ปัญหามากขึ้น จนได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องสมบูรณ์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการใส่ใจชั้นสูง ดังนั้น การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบ โมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศของผู้เรียนจะต้องประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ในรูปแบบของ “สถานการณ์ปัญหา (Problem base)”

2) การสนับสนุนการปรับสมดุลโครงสร้างทางปัญญาและส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ และการใส่ใจ เมื่อผู้เรียนได้รับการกระตุ้นจากขั้นตอนการกระตุ้นโครงสร้างทางปัญญาและเกิดจากความขัดแย้งทางปัญญาจากสถานการณ์ปัญหาและการฝึกการเรียนรู้แล้ว ผู้เรียนต้องพยายามปรับโครงสร้างทางปัญญา (Cognitive structuring) ให้เข้าสู่ภาวะสมดุล (Equilibrium) เพื่อสร้างองค์ความรู้ขึ้นมาใหม่ การสนับสนุนการปรับสมดุลโครงสร้างทางปัญญาเพื่อให้ผู้เรียนแสวงหาสารสนเทศ เพื่อหาคำตอบและสามารถนำมาสร้างองค์ความรู้ใหม่ และส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ และการใส่ใจ กระบวนการนี้เป็นการสนับสนุนให้ผู้เรียนในการรับประมวลข้อมูลสารสนเทศ และบันทึกในความจำระยะยาว ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการประมวลสารสนเทศ ตามหลักการของ Klausmeier (1985: 103-119) เพื่อจัดระบบระเบียบของข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการประมวลผลและการจัดเก็บข้อมูลของผู้เรียน และส่งเสริมการใส่ใจในการประมวลสารสนเทศของผู้เรียน นอกจากนี้ยังนำหลักการ SOI Model (Mayer, 1996:

71-72) เพื่อเป็นพื้นฐานแนวทางในการจัดการข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ของผู้เรียนในระหว่างการเรียนรู้ รวมทั้งการเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาทำการจัดหมวดหมู่ และการบูรณาการข้อมูลที่ได้รับเข้ามากับความรู้ที่มีอยู่เดิม โดยการเชื่อมโยงระหว่างความรู้ที่มีมาก่อนในความจำระยะยาวกับสารสนเทศใหม่ จำเป็นต้องออกแบบโดยนำเสนอกรอบ หลักการกว้างๆ ก่อนที่ผู้เรียนจะได้เรียนรู้เรื่องใหม่ อีกทั้งจัดเรียงเรียงสารสนเทศให้เป็นหมวดหมู่ และให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีความหมาย ตามหลักการ Advance organizer ของ Ausubel (1968: 251-257) และลดคอกนิกทิฟโหลดของผู้เรียนระหว่างการเรียนรู้ โดยนำหลักการของ (Sweller, 1994: 371-396) มาเป็นพื้นฐานในการออกแบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการประมวลสารสนเทศในช่วงการบันทึกในความจำขณะทำงาน (Working memory) ด้วยวิธีการจัดกลุ่ม (Chunking) และการจัดลำดับขั้น (Hierarchical) เพื่อช่วยเพิ่มปริมาณของสารสนเทศที่สามารถประมวลได้ในความจำขณะทำงาน จาก 7 ± 2 สิ่ง เป็น 7 ± 2 กลุ่ม นอกจากนี้การออกแบบยังได้อาศัยพื้นฐานจากหลักการทางประสาทวิทยาศาสตร์ ที่ว่า การใส่ใจ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ความตื่นตัว 2. การจัดเรียง และ 3. ความใส่ใจชั้นสูง จากหลักการทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ดังนั้น การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบ โมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศของผู้เรียนที่แปลงหลักการ ทฤษฎีการลงสู่การปฏิบัติ โดยการออกแบบเป็นองค์ประกอบที่เรียกว่า “คลังคำศัพท์ (Vocabulary center)”

3) การส่งเสริมการขยายโครงสร้างทางปัญญา การประมวลสารสนเทศและการใส่ใจ ในการสร้างความรู้ตามแนวทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์เชิงปัญญาที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้ของบุคคล ซึ่งในกระบวนการสร้างความรู้ดังกล่าวผู้เรียนอาจจะสร้างความรู้ในปริมาณที่จำกัด ไม่สมบูรณ์หรือเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน รวมถึงผู้เรียนอาจไม่สามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเอง การร่วมมือกัน

แก้ปัญหาเป็นการช่วยปรับสมดุลโครงสร้างทางปัญญาที่มีพื้นฐานมาจาก Social constructivism (Vygotsky, 1925: 251) ดังนั้น ในการออกแบบจะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กับสังคมหรือกลุ่มโดยใช้กระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์แนวคิด ซึ่งจะช่วยลดหรือแก้ไขความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนได้และเกิดมุมมองที่หลากหลายซึ่งจะทำให้มีการขยายโครงสร้างทางปัญญาจึงจำเป็นที่ต้องออกแบบให้องค์ประกอบของ “ศูนย์แลกเปลี่ยนการเรียนรู้ (Collaboration center)” และเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการสืบเสาะ แสวงหาความรู้ของแต่ละบุคคล นอกจากนี้เพื่อให้ผู้เรียนสามารถแบ่งปันเชิงพุทธิปัญญารวมทั้งการถ่ายทอดความเชี่ยวชาญจากผู้เชี่ยวชาญสู่มือใหม่ จึงได้นำเครื่องมือเป็นสิ่งที่จัดเป็นสื่อกลาง และลงมือกระทำกับคลังความรู้และแนวคิดของตนเอง จึงได้นำหลักการของการจัดการเรียนรู้แบบเปิด (Hannafin, Land & Oliver, 1999: 6-13) มาเป็นพื้นฐานในการออกแบบให้อยู่ในลักษณะของ “ศูนย์เครื่องมือทางปัญญา (Cognitive tools center)” โดยเครื่องมือทางปัญญาเป็นการนำเสนอสมรรถนะของคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยเอื้ออำนวยในกระบวนการประมวลสารสนเทศของผู้เรียน ดังนั้น ในการออกแบบเครื่องมือทางปัญญาจะประกอบด้วย

1. Seeking tool ซึ่งจะสนับสนุนผู้เรียนในการค้นหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง
2. Collecting tool ช่วยผู้เรียนในการสะสมสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง
3. Organizing tool ช่วยให้ผู้เรียนได้จัดกลุ่มสารสนเทศที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นหมวดหมู่ โดยการเชื่อมโยงความคิดของสารสนเทศ
4. Integrating tool ช่วยให้ผู้เรียนบูรณาการ หรือหลอมรวมระหว่างสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับแนวความคิดของผู้เรียนเอง นอกจากนี้การร่วมมือกันแก้ปัญหาเป็นการช่วยปรับสมดุลโครงสร้างทางปัญญาที่มีพื้นฐานมาจาก Social constructivism (Vygotsky, 1925: 253) ซึ่งเชื่อว่า ภาษา สังคม วัฒนธรรม จะเป็นเครื่องมือทางปัญญา จากหลักการดังกล่าวได้นำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบในลักษณะของการร่วมมือกันเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการร่วมมือกันแก้ปัญหาเป็นองค์ประกอบหนึ่ง

ที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อขยายมุมมองของตนเอง และความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน (misconception) ดังนั้น การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และสาขาวิทยาศาสตร์ ที่แปลงหลักการ ทฤษฎีลงสู่การปฏิบัติ โดยการออกแบบเป็นองค์ประกอบที่เรียกว่า “ศูนย์แลกเปลี่ยนการเรียนรู้ (Collaboration center)” และเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการสืบเสาะ แสวงหาความรู้ของแต่ละบุคคล เครื่องมือเป็นสิ่งที่จัดเป็นสื่อกลางหรือวิธีการที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดความใส่ใจ

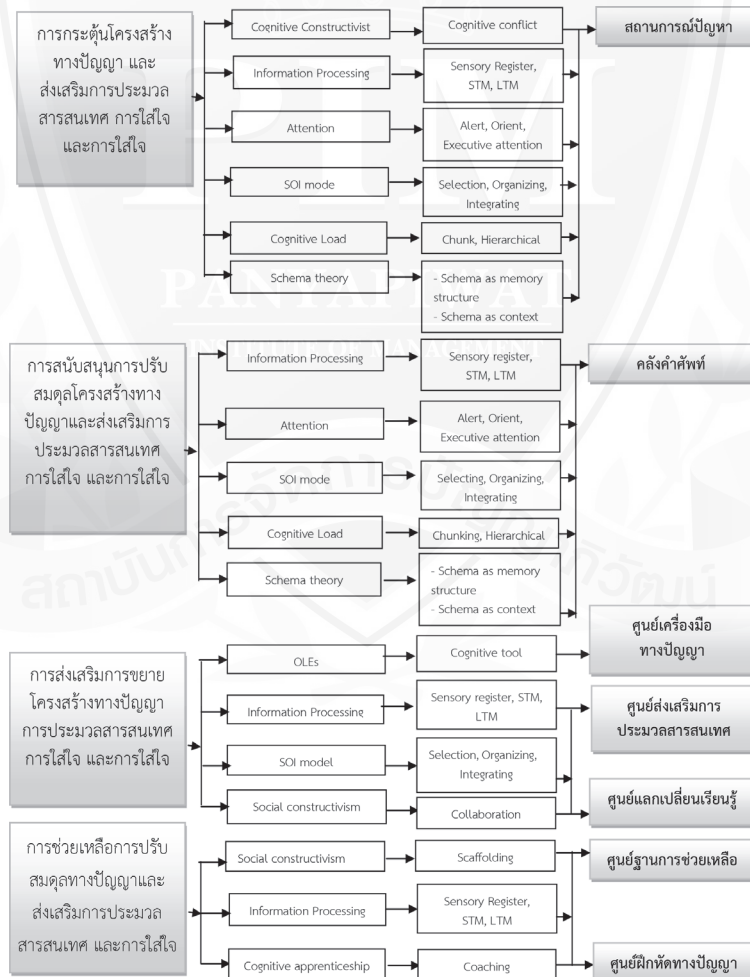
4) การช่วยเหลือการปรับสมดุลทางปัญญา และส่งเสริมประมวลสารสนเทศ และการใส่ใจ

จากหลักการของ Vygotsky (1925: 251) เชื่อว่าผู้เรียนมีข้อจำกัดเกี่ยวกับช่วงของการพัฒนาที่เรียกว่า Zone of proximal development ถ้านักเรียนอยู่ต่ำกว่า Zone จะต้องได้รับการช่วยเหลือในการเรียนรู้ เป็นการแนะนำแนวทางและสนับสนุนการปรับสมดุลทางปัญญาและส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ ดังนั้น การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศของผู้เรียนที่แปลงหลักการ ทฤษฎีการลงสู่การปฏิบัติ โดยการออกแบบเป็นองค์ประกอบ ที่เรียกว่า “ศูนย์ฐานการช่วยเหลือ (Scaffolding center)” ซึ่งประกอบไปด้วย ฐานการช่วยเหลือที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ ประกอบด้วย 3 ฐานคือ 1. ฐานการช่วยเหลือในการบันทึกผัสสะ 2. ฐานการช่วยเหลือการบันทึกในความจำระยะสั้น และ 3. ฐานการช่วยเหลือการบันทึกในหน่วยความจำระยะยาว นอกจากนี้การเรียนรู้ที่เน้นการสร้างความรู้ด้วยตนเองผู้เรียนอาจสร้างความรู้ที่คลาดเคลื่อน การฝึกหัดทางปัญญา (Cognitive apprenticeship) (Collins, Brown & Holum, 1991: 38-46) ที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือผู้เรียนให้สามารถปฏิบัติงานได้ในกิจกรรมทางพุทธิปัญญาที่มีความซับซ้อนได้ ซึ่งจะมีต้นแบบของ

การปฏิบัติของผู้เชี่ยวชาญซึ่งรวมถึงกระบวนการทางพุทธิปัญญาที่ไม่สามารถมองเห็นได้ ดังนั้น การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศของผู้เรียนที่แปลงหลักการ ทฤษฎีการลงสู่การปฏิบัติโดยการออกแบบเป็นองค์ประกอบที่เรียกว่า “ศูนย์ฝึกหัดทางปัญญา (Cognitive apprenticeship center)” ซึ่งการฝึกหัดที่ดีจะต้องให้ผู้เรียนได้เห็นการปฏิบัติจากการสาธิตหรือการแสดงตัวอย่างจากผู้เชี่ยวชาญพร้อมกับอธิบายประกอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจำศัพท์ภาษาอังกฤษที่เน้นการฝึกปฏิบัติ การบันทึกคำศัพท์ลงในหน่วยความจำ

เป็นทักษะที่ต้องผ่านการฝึกฝน ซึ่งต้องอาศัยการชี้แนะหรือการโค้ชหรือผู้สอน จะช่วยทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้วิธีการทำหรือเทคนิคการจำคำศัพท์จากการอธิบายประกอบโดยการเรียนรู้ผ่านตัวอย่าง ทำให้ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายและสามารถนำไปใช้ในบริบทอื่น หรือสามารถนำคำศัพท์ออกมาใช้ได้ และสิ่งที่สำคัญก็คือ การโค้ชจะช่วยติดตามและกำกับผู้เรียนและปรับความเข้าใจเมื่อเกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน

จากการสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีลงสู่กรอบแนวคิดในการออกแบบ ดังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างหลักการทฤษฎีได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

จากการสังเคราะห์กรอบแนวคิดการออกแบบที่อาศัยพื้นฐานจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีแล้วนำมาสู่การปฏิบัติเป็นองค์ประกอบที่สำคัญคือ 1. สถานการณ์ปัญหา 2. คลังคำศัพท์ 3. ศูนย์เครื่องมือทางปัญญา

4. ศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 5. ศูนย์ฐานการช่วยเหลือ 6. ศูนย์ฝึกหัดทางปัญญา และ 7. ศูนย์ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงองค์ประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ
โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์

3. การประเมินกรอบแนวคิดการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอนและประสาทวิทยาศาสตร์ โดยผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญ (Expert reviewer) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญประเมินว่ามีความตรงเชิงทฤษฎีที่นำมาเป็นพื้นฐานในการออกแบบกรอบแนวคิด ประกอบด้วย 1. พื้นฐานด้านบริบท 2. พื้นฐานด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ 3. พื้นฐานด้านศาสตร์การสอน 4. พื้นฐานด้านเทคโนโลยี และ 5. พื้นฐานทางการศึกษาประสาทวิทยาศาสตร์ และการออกแบบในแต่ละองค์ประกอบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ มีการนำหลักการทฤษฎีที่ใช้มาเป็นพื้นฐานพบว่า มีความสอดคล้องระหว่างหลักการทฤษฎีกับกรอบแนวในการออกแบบ ซึ่งปรากฏอย่างเด่นชัดและอาศัยหลักการที่ระบุข้างต้นทุกองค์ประกอบ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการออกแบบของโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ พบว่า โมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ประกอบด้วยกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี 5 พื้นฐาน ได้แก่ 1) พื้นฐานด้านบริบท 2) พื้นฐานทางจิตวิทยาการเรียนรู้ 3) พื้นฐานด้านศาสตร์การสอน 4) พื้นฐานด้านเทคโนโลยี และ 5) พื้นฐานทางการศึกษาประสาทวิทยาศาสตร์

และกรอบแนวคิดในการออกแบบ ประกอบด้วย 4 พื้นฐาน คือ 1) การกระตุ้นโครงสร้างทางปัญญา 2) การสนับสนุนการปรับสมดุลโครงสร้างทางปัญญา 3) การส่งเสริมการขยายโครงสร้างทางปัญญา และ 4) การช่วยเหลือการปรับสมดุลทางปัญญา และจากการประเมินกรอบแนวคิดการออกแบบโมเดลสิ่งแวดล้อม

ทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ในการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของปรเม แวงเมือง (2556: 98) การพัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการสร้างความรู้และการบันทึกในหน่วยความจำ (Memory Process) สำหรับผู้เรียน รวมทั้งสุขาติ วัฒนชัย และคณะ (2551: 137-140) ที่ได้ศึกษาการออกแบบและพัฒนาวัตกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมศักยภาพการเรียนรู้ทางสมองของผู้เรียนโดยใช้ Brain-based learning ที่อาศัยการนำเสนอในรูปแบบคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย ซึ่งผลที่ได้คือ วัตกรรมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และงานวิจัยของสุมาลี ชัยเจริญ และคณะ (2552: 121) ที่ได้สังเคราะห์โมเดลนวัตกรรมที่ส่งเสริมการสร้างความรู้บนพื้นฐานภูมิปัญญาและมิติวิถีไทย และอิสรา ก้านจักร (2552: 181) ที่ได้พัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมเมนทอลโมเดลแบบผู้เชี่ยวชาญ จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นมีความแตกต่าง

จากงานวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาโมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ โดยอาศัยพื้นฐานจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical framework) นอกจากนี้พบว่า โมเดลสิ่งแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการประมวลสารสนเทศ โดยการบูรณาการระหว่างศาสตร์การสอน และประสาทวิทยาศาสตร์ ที่พัฒนาขึ้นโดยการตรวจสอบคุณภาพการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านสื่อมัลติมีเดีย และด้านการออกแบบ

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มวิชานวัตกรรมและเทคโนโลยีทางปัญญา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

References

- Ausubel, D. P. (1968). *Educational Psychology: A Cognitive View*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Chaijaroen, S. (2014). *Instructional design: Principle and theories to Practice*. Khon Kaen: annaoffset. [in Thai]
- Chajaroen, S., Khanjug, I., Samat, C., Wattanachai, S. & Seehamath, P. (2009). *Synthesis of Learners' Knowledge Construction based on Thai Wisdom and Thai Living*. (The research report projects of research funding in general. Khon Kaen: Khon Kean University. [in Thai]
- Charoensuk, P. & Charoensuk, A. (2011). English and Thailand's economy for ASEAN Economic Community (AEC) 2015. *Executive Journal*, 31(4), 34-40. [in Thai]
- Collins, A., Brown, J. S. & Holum, A. (1991). Cognitive apprenticeship: Making thinking visible. *American Educator*, 15(3), 38-46.
- Hannafin, M. J., Land, S. M. & Oliver, K. (1999). Open learning environments: Foundations, methods, and models. In Reigeluth, C. M. (2009). *Instructional design theories and models: A new paradigm of instructional theory. Volume II*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kaewkaen, P. (2013). Attention Process and the Modified Knowledge for Cognitive Science Research. *Research Methodology & Cognitive Science*, 10(1), 1-10. [in Thai]

- Kanjug, I. (2009). *Development of Learning Environments Model Enhancing Expert Mental Model*. Doctoral Thesis for Doctor of Philosophy in Educational Technology, Khon Kaen University. [in Thai]
- Klausmeier, H. J. (1985). *Educational Psychology* (5th ed). New York: Harper & Row.
- Kwangmuang, P. (2013). *The Development of Cognitive Innovation to Enhance Knowledge Construction and Memory Process*. Master of Education Thesis in Educational Technology, Khon Kaen University. [in Thai]
- Mayer, R. E. (1996). *Designing Instruction for Constructivist Learning. Instructional Design Theories and Models: A New Paradigm of Instructional Theory. Volume II*. Newjersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Piasarn, J. (2006). *The Effect of multimedia Development Based on Constructivist Theory on the Topic of Parts of Body in English Subject for Grade 5 Student*. Master of Education Thesis in Education Technology, Khon Kaen University. [in Thai]
- Ployphan, N., Chaijaroen, S. & Phonimdaeng, C. (2006). The Effect of Multimedia Developed Based on Cognitive Theory Using Keyword Method on the Topic of Animals in Foreign Language Learning Strands for Fifth-Grade Students. *Journal of Cognitive technology*, 1(1), 76-85. [in Thai]
- Srijaingam, T. (2012). *The English side of Thailand to AEC*. Retrieved August 18, 2013, from <http://blog.eduzones.com/tean4praya/99880> [in Thai]
- Sweller. (1994). Cognitive load theory, learning difficulty and instructional design. *Learning and Instruction*, 4, 295-312.
- Tachasanskul, K. (2012). *The ability to use English. Thailand must also develop workforce skills*. Retrieved August 26, 2013, from <http://www.thai-aec.com/458#ixzz40CtPWJYi> [in Thai]
- Vygotsky, (1925). Etudes on the pre-history of cultural-historical psychology. *European Studies in the History of Science and Ideas*, 8, 251-281.
- Wattanachai, S., Chajaroen, S., Khanjug, I. & Insorn, P. (2008). *Design and Development of Learning Innovation Enhancing Learning Potential Using Brain-Based Learning*. (The research report). Khon Kaen: Khon Kaen University. [in Thai]
- Yimon, Y. (2014). The use of English in the careers of Thai graduates in Bangkok. *Panyapiwat Journal*, 5(2), 191-204. [in Thai]



Name and Surname: Parama Kwangmuang

Highest Education: Graduated master Degree in Educational Technology, Faculty of Education, Khon Kaen University

University or Agency: Khon Kaen University

Field of Expertise: Using instructional design based on theory of learning and integration between pedagogy and neuroscience.

Address: 999/44 PS home (Nong-Pai), Sila, Muang Khonkaen, Khon Kaen 40000



Name and Surname: Sumalee Chaijaroen

Highest Education: Ph.D. (Education Technology), Tsukuba University, Japan

University or Agency: Khon Kaen University

Field of Expertise: Instructional design based on theories and learning theories; especially; Cognitivism and Constructivism including other principles and theories based on learners' desired characteristics.

Address: Department of Educational Technology, Faculty of Education, Khon Kaen University 40002

การวิเคราะห์องค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู

ANALYSIS OF COMPONENTS OF LEARNING SELF-DETERMINATION OF THE TEACHER STUDENTS

สรเสริญ หุ่นแสน¹, พัชรารณ ศรีสวัสดิ์², ชุศรี เลิศรัตนเดชากุล³ และวิลัยลักษณ์ ลังกา⁴
 Sansern Hunsan¹, Patcharaporn Srisawat², Chusri Lertrudachakul³ and Wilailak Langka⁴

^{1,2,4}คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ

^{1,2,4}Faculty of Education, Srinakharinwirot University

³Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบและระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาวิชาชีพครูมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคกลาง ซึ่งได้มาโดยการกำหนดขนาดด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบวัดปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู พบว่า โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบของปณิธานแห่งตนทางการเรียน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน การแก้ปัญหาทางการเรียน การตั้งเป้าหมายทางการเรียน การสนับสนุนตนเองทางการเรียน การควบคุมตนเองทางการเรียน และการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน มีค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์สูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถวัดองค์ประกอบของปณิธานแห่งตนทางการเรียนได้

2. นักศึกษาวิชาชีพครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคกลาง มีปณิธานแห่งตนทางการเรียนโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในรายองค์ประกอบ พบว่า คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบอยู่ในระดับสูง มีจำนวน 4 องค์ประกอบ คือ การตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน ($\bar{X} = 4.141$) การตั้งเป้าหมายทางการเรียน ($\bar{X} = 4.068$) การแก้ปัญหาทางการเรียน ($\bar{X} = 3.772$) การควบคุมตนเองทางการเรียน ($\bar{X} = 3.720$) และพบว่า คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบที่อยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 2 องค์ประกอบ คือ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน ($\bar{X} = 3.651$) และการสนับสนุนตนเองทางการเรียน ($\bar{X} = 3.473$)

คำสำคัญ: ปณิธานแห่งตนทางการเรียน การวิเคราะห์องค์ประกอบ นักศึกษาวิชาชีพครู

Abstract

The objective of this research was to investigate the components and level of learning self-determination of the students. The research sample was undergraduate students in Education majors of the Central Region Rajabhat Universities. And it is by the Multi-stage cluster random sampling method. The research instrument was a questionnaire of learning self-determined. The research results were analyzed by using a frequency, percentage, average, standard deviation and A Confirmatory Factor Analysis.

The results were found as follows:

1. Confirmatory factor analysis of the learning self-determined of the students revealed that the factor analysis model of learning self-determined consisted of 6 components: learning choice making and learning decision making, learning problem solving, learning goal setting, learning self-advocacy, learning self-control and learning self-awareness. All factors were consistent with the empirical data with a high standard factor loadings and level of statistical significance of 0.1 that could be measured the components of learning self-determination.

2. The students of Faculty of Education, Central Region Rajabhat Universities had high level of the learning self-determination. In considering mean score of each component, the findings suggested that there were 4 components having high mean: learning self-awareness ($\bar{X} = 4.141$), learning goal setting ($\bar{X} = 4.068$), learning problem solving ($\bar{X} = 3.772$), learning self-control ($\bar{X} = 3.720$). And found that, there were 2 components with moderate mean: learning choice making and learning decision making ($\bar{X} = 3.651$), and learning self-advocacy ($\bar{X} = 3.473$).

Keywords: Learning self-determined, Analysis of Components, Teacher students

บทนำ

ปณิธานแห่งตนเป็นแนวคิดเชิงจิตวิทยา ที่สามารถอธิบายถึงการดำเนินชีวิตของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาชีพรู (Zhou & Xu, 2012: 49) ซึ่งเป็นวัยที่จำเป็นต้องปรับตัวในหลายด้าน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งนับวันจะยิ่งทวีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ที่อาจส่งผลกระทบต่อด้านลบต่อนักศึกษาได้ โดยวาริญา หงส์ทอง (2555: 50) ได้ศึกษาสภาพปัญหาการเรียนวิชาการศึกษาทั่วไปของนักศึกษาคณะครุศาสตร์ภาคปกติ มหาวิทยาลัยราชภัฏพบว่า นักศึกษามีปัญหาทางการเรียนคือ การเข้าชั้นเรียน การอ่านหนังสือ การส่งงาน การสอบ เลือกวิชาเรียนไม่ได้

ตัดสินใจแก้ไขปัญหาทางการเรียนไม่ได้ ไม่ตั้งเป้าหมายทางการเรียน ไม่สามารถควบคุมตนเองให้ตั้งใจเรียนและส่งงานที่ได้รับมอบหมายได้ ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์นักศึกษาวชิรพร พบว่า นักศึกษาวชิรพรส่วนใหญ่จะมีปัญหาทางการเรียนคือ ไม่สนใจในการเรียน ปัญหาการไม่เข้าชั้นเรียน การไม่ส่งงานหรือการบ้านที่ได้รับมอบหมาย ไม่อ่านหนังสือเพื่อเตรียมตัวสอบ ไม่เข้าสอบตามตารางสอบ ไม่สามารถเลือกวิชาที่จะลงทะเบียนได้ด้วยตนเอง ไม่สามารถตัดสินใจแก้ไขปัญหาการเรียนของตนเองได้ ไม่สามารถตั้งเป้าหมายให้ตนเองประสบความสำเร็จในการเรียนได้ ไม่มีหนทางในการช่วยเหลือตนเองให้ประสบความสำเร็จในการเรียน และไม่สามารถ

ควบคุมตนเองให้ตั้งใจเรียน ปณิธานแห่งตนทางการเรียน จึงมีความสำคัญกับนักศึกษาวิชาชีพครู เพราะอยู่ในช่วงวัยแห่งการแสวงหาเป้าหมายและแนวทางการดำเนินชีวิต การพัฒนาปณิธานแห่งตนทางการเรียนให้กับนักศึกษาวิชาชีพครูจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง (Zhou & Xu, 2012: 49)

ปณิธานแห่งตนเป็นการผสมผสานระหว่างเจตคติและความสามารถของบุคคลในการตั้งเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมถึงเป็นการเลือกและการเรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาด้วยความรับผิดชอบของตนเอง (Ward, 2008: 2) ดังงานวิจัยของเซาเกรนและคนอื่นๆ (Shogren et al., 2012: 320) พบว่า การเสริมสร้างปณิธานแห่งตนเป็นวิธีที่ดีในการพัฒนานักศึกษาทางด้านการเรียน เพื่อให้ นักศึกษาบรรลุเป้าหมายของการประสบความสำเร็จในการเรียนและการเข้าถึงหลักสูตรการศึกษาได้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีปณิธานแห่งตนทางการเรียน (A Self-Determination Theory: SDT) ของไรอัน และเดซี (Ryan & Deci, 2006: 68-70, Wehmeyer et al., 2003: 15) ซึ่งได้กำหนดปณิธานแห่งตนไว้ 8 องค์ประกอบ คือ (1) การเลือก (Choice making) (2) การตัดสินใจ (Decision making) (3) การแก้ปัญหา (Problem solving) (4) การตั้งเป้าหมาย (Goal setting) (5) การสนับสนุนตนเอง (Self-advocacy) (6) การควบคุมตนเอง (Self-control) (7) การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-awareness) และ (8) การรู้ตนเอง (Self-knowledge) แล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการสนทนากลุ่มกับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม 4 แห่ง และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อเป็นการตรวจสอบองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนในบริบทของประเทศไทย พบว่า ปณิธานแห่งตนทางการเรียนมีองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ คือ การเลือกและการตัดสินใจทางการเรียน การแก้ปัญหาทางการเรียน การตั้งเป้าหมายทางการเรียน การสนับสนุนตนเองทางการเรียน การควบคุมตนเองทางการเรียน และการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และศึกษาระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการนำไปใช้จัดโปรแกรมเพื่อเสริมสร้างปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู
2. เพื่อศึกษาระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู

ทบทวนวรรณกรรม

ปณิธานแห่งตนทางการเรียน เป็นลักษณะที่แสดงให้เห็นว่านักศึกษาวิชาชีพครูมีความคิด ความรู้สึก และมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ความมุ่งมั่นในการเลือกและตัดสินใจทางการเรียน การแก้ปัญหาทางการเรียน การตั้งเป้าหมายทางการเรียน การสนับสนุนตนเองทางการเรียน การควบคุมตนเองทางการเรียน และการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียนตามที่ตั้งใจไว้เกี่ยวกับการเรียน ไม่อยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลอื่น และยอมรับในสิ่งที่เกิดขึ้น นอกจากนี้เวิร์ด (Ward, 2008: 2) กล่าวว่า ปณิธานแห่งตนเป็นเจตคติที่จะนำบุคคลนั้นไปสู่การกำหนดเป้าหมายของชีวิตและความสามารถที่จะไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างเจตคติและความสามารถของบุคคลในการตั้งเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมถึงเป็นการเลือกและการเรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาในความรับผิดชอบด้วยตนเอง

ทฤษฎีปณิธานแห่งตน (Self-Determination Theory)

ทฤษฎีปณิธานแห่งตน เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยา มีผู้พัฒนาขึ้นคือ เดซี (Edward L. Deci) และไรอัน (Richard M. Ryan) เมื่อปี ค.ศ. 1970 โดยได้รับการ

ยอมรับและนำทฤษฎีนี้ไปประยุกต์ใช้ในแวดวงการศึกษา จิตวิทยา รัฐศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งเดซีและไรอัน (Deci & Ryan, 2002: 68) กล่าวว่า ทฤษฎีปณิธานแห่งตน (Self-Determination Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึง แรงจูงใจและบุคลิกภาพของมนุษย์ จากผลการศึกษา วิจัยในเชิงประจักษ์และกระบวนการที่คนที่มีมนุษย์ในเชิง อินทรีย์ พบว่า ธรรมชาติของมนุษย์จะมีความกระตือรือร้น และริเริ่มลงมือกระทำสิ่งต่างๆ โดยใช้วิธีการศึกษาแนวโน้ มภายในของมนุษย์ คือ ความต้องการพื้นฐานทางจิตใจ 3 ประการ ได้แก่ ความต้องการมีความสามารถ (Need for competence) ความต้องการมีอิสระได้ด้วยตนเอง (Need for autonomy) และความต้องการมีความ สัมพันธ์กับผู้อื่น (Need for relatedness) ความต้องการ เหล่านี้เป็นแรงจูงใจภายในในการช่วยพัฒนาสังคม อย่างสร้างสรรค์รวมทั้งช่วยให้มนุษย์มีความสุขในการ ทำงานและการดำรงชีวิต โดยจะเป็นพลังที่กระตุ้นให้เกิด พฤติกรรม ซึ่งพลังในทฤษฎีปณิธานแห่งตนจะมีมาตั้งแต่ กำเนิดและเป็นความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ ซึ่งแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) ตามทฤษฎี ปณิธานแห่งตนจะเป็นแนวโน้มนำภายในธรรมชาติของ มนุษย์ที่จะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ (Novelty) และท้าทาย เป็นแนวโน้มนำที่จะเพิ่มการใช้ความสามารถของตน และ เรียนรู้รางวัลเบื้องต้นจากการทำพฤติกรรมที่เกิดจาก แรงจูงใจภายใน มนุษย์จะมีแรงจูงใจภายในเพราะการเห็น คุณค่าในการทำกิจกรรมนั้นๆ โดยแสดงออกในแง่ของ การเพิ่มผลการปฏิบัติงาน มีความเพียรพยายาม และ เห็นคุณค่าในตนเอง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาวิชาชีพ ครุ ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่ตั้งอยู่ในกลุ่มภาคกลาง ปีการศึกษา 2558 สังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวง ศึกษาธิการจำนวน 16,186 คน (สำนักงานคณะกรรมการ

การอุดมศึกษา, 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา วิชาชีพครู ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ ของมหาวิทยาลัย ราชภัฏที่ตั้งอยู่ในกลุ่มภาคกลาง ปีการศึกษา 2558 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวง ศึกษาธิการ จำนวนทั้งสิ้น 1,147 คน ซึ่งได้มาโดยการ กำหนดขนาดด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage cluster random sampling method) (Tabachnick & Fidell, 2001: 588)

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์นักศึกษาวิชาชีพครูโดยใช้ข้อคำถามจากผู้วิจัย สนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นผู้สอนในสถาบัน อุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน และนักศึกษาวิชาชีพครูจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏ 4 แห่ง แห่งละ 8 คน เพื่อหา องค์ประกอบและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปณิธานแห่งตน ทางการเรียนรู้ หลังจากนั้นนำมาสังเคราะห์ในการกำหนด กรอบแนวคิดเพื่อนำไปพัฒนาแบบวัดปณิธานแห่งตน ทางการเรียนรู้ของนักศึกษาวิชาชีพครู ซึ่งแบบวัดปณิธาน แห่งตนทางเรียนรู้ของนักศึกษาวิชาชีพครู ประกอบ ไปด้วยข้อคำถามจำนวน 6 ด้าน จำนวน 52 ข้อ คุณภาพ ของแบบวัดปณิธานแห่งตนทางเรียนรู้ของนักศึกษา วิชาชีพครู มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.8-1.0 มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-total Correlation) โดยใช้สูตรสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) อยู่ระหว่าง 0.20-0.80 และ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) เท่ากับ .94

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบวัดปณิธานแห่งตน ทางการเรียนรู้

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง

สมบูรณ์ของแบบวัดปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู แล้วนำไปจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทางการวิจัย

การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item-total Correlation) ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment) ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) สัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficients)

2. สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู

1.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง (A Confirmatory Factor Analysis: The First Order)

1.1.1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading: b) ของตัวชี้วัดองค์ประกอบที่ 1 คือ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน (LCD) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.760-0.790 ตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ 2 คือ การแก้ปัญหาทางการเรียน (LPS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.596-0.785 ตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ 3 คือ การตั้งเป้าหมายทางการเรียน (LGS) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.692-0.793 ตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ 4 คือ การสนับสนุนตนเองทางการเรียน (LSA) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.699-0.828 ตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ 5 คือ การควบคุมตนเองทางการเรียน (LSC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.659-0.774 และตัวชี้วัดขององค์ประกอบที่ 6 คือ การตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน (LSW) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.764-0.778 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (b) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t) และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (R^2) ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง หลังปรับโมเดล ($n = 1,147$ คน)

องค์ประกอบปณิธาน แห่งตนทางการเรียน ของนักศึกษาวิชาชีพครู	ตัวชี้วัด	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน (b)	ความ คลาดเคลื่อน มาตรฐาน (SE)	ค่าทดสอบ นัยสำคัญ (t)	สัมประสิทธิ์ พยากรณ์ (R^2)
1. การเลือกและ ตัดสินใจทาง การเรียน (LCD)	การคิดวิเคราะห์ (LCD1)	0.760	0.034	23.584**	0.577
	การพิจารณาอย่างรอบคอบ (LCD2)	0.790	0.034	24.856**	0.624
	การตัดสินใจ (LCD3)	0.766	-	-	0.586
2. การแก้ปัญหา ทางการเรียน (LPS)	การวิเคราะห์สภาพปัญหา (LPS1)	0.596	0.041	19.269**	0.355
	การจัดการข้อมูลเพื่อแก้ปัญหา (LPS2)	0.718	0.026	23.854**	0.516
	วิธีการแก้ปัญหา (LPS3)	0.785	-	-	0.616
3. การตั้งเป้าหมาย ทางการเรียน (LGS)	การกำหนดจุดหมายในการเรียน (LGS1)	0.694	0.022	23.529**	0.482
	การคำนึงถึงความรู้ (LGS2)	0.692	0.023	23.655**	0.479
	ความสนใจในการเรียน (LGS3)	0.793	-	-	0.629

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (b) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t) และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (R^2) ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง หลังปรับโมเดล (n = 1,147 คน) (ต่อ)

องค์ประกอบปณิธาน แห่งตนทางการเรียน ของนักศึกษาวิชาชีพครู	ตัวชี้วัด	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ มาตรฐาน (b)	ความ คลาดเคลื่อน มาตรฐาน (SE)	ค่าทดสอบ นัยสำคัญ (t)	สัมประสิทธิ์ พยากรณ์ (R^2)
4. การสนับสนุนตนเอง ทางการเรียน (LSA)	การแสวงหาหนทางที่จะช่วยเหลือตนเอง (LSA1)	0.828	0.041	21.152**	0.686
	การขอความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น (LSA2)	0.733	0.023	24.452**	0.538
	การขอความช่วยเหลือจากหน่วยงาน (LSA3)	0.699	-	-	0.488
5. การควบคุมตนเอง ทางการเรียน (LSC)	การกำกับตนเองในการเรียน (LSC1)	0.659	0.025	20.990**	0.434
	การบังคับพฤติกรรมของตนเองในการเรียน (LSC2)	0.774	-	-	0.599
	พฤติกรรมสอดคล้องกับการเรียน (LSC3)	0.669	0.043	21.160**	0.447
6. การตระหนักรู้ใน ตนเองทางการเรียน (LSW)	การรู้จักทำความเข้าใจในความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเอง (LSW1)	0.778	0.037	22.075**	0.606
	การรับรู้ข้อดีและข้อควรปรับปรุงในการเรียน (LSW2)	0.765	-	-	0.586
	การพัฒนาตนเองให้ประสบความสำเร็จในการเรียน (LSW3)	0.764	0.026	21.528**	0.583

** p < .01

1.1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งขององค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูหลังการปรับโมเดล โดยปรับแก้รูปแบบสมมติฐานตามค่าดัชนีความกลมกลืนพบว่า ความเหมาะสมพอดีของโมเดลมีค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) เท่ากับ 62.834 ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) เท่ากับ 0.860 ที่จำนวนองศาความเป็นอิสระ (df) เท่ากับ 76 ซึ่งค่า p มากกว่าเกณฑ์การพิจารณา คือ 0.05 และมีค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: χ^2/df) เท่ากับ 0.827 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์การพิจารณา คือ 2.00 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่า โมเดลมีความเหมาะสมพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาประกอบกับดัชนีความ

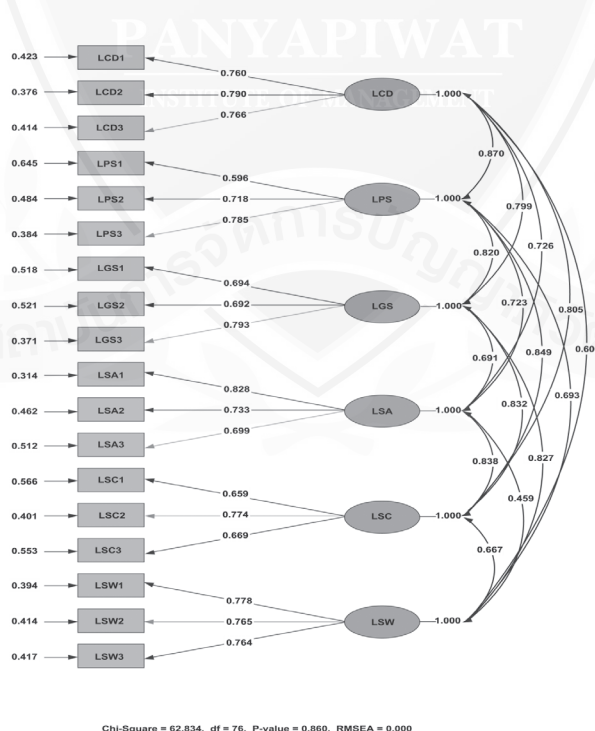
เหมาะสมพอดีค่าอื่นๆ ได้แก่ ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.994 ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.986 ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.012 ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ซึ่งต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.000 ที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา ซึ่งต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งของแบบวัดองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู หลังปรับโมเดล ($n = 1,147$ คน)

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) 62.834 (P-value = 0.860)	62.834	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	เหมาะสมดี
2. ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p)	0.860	< 0.05	เหมาะสมดี
3. ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square/df: 62.834/76)	0.827	< 2.00	เหมาะสมดี
4. ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (GFI)	0.994	> .90	เหมาะสมดี
5. ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)	0.986	> .90	เหมาะสมดี
6. ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI)	1.000	> .90	เหมาะสมดี
7. ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูปคะแนนมาตรฐาน (SRMR)	0.012	< .05	เหมาะสมดี
8. ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA)	0.000	< .05	เหมาะสมดี

จากค่าดัชนีต่างๆ ข้างต้น สามารถแปลความหมายได้ว่าโมเดลมีความเหมาะสมพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อให้เห็นเด่นชัด ผู้วิจัยจึงนำเสนอโมเดลวิเคราะห์

องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับหนึ่งขององค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู หลังปรับโมเดล ดังแสดงในภาพที่ 1

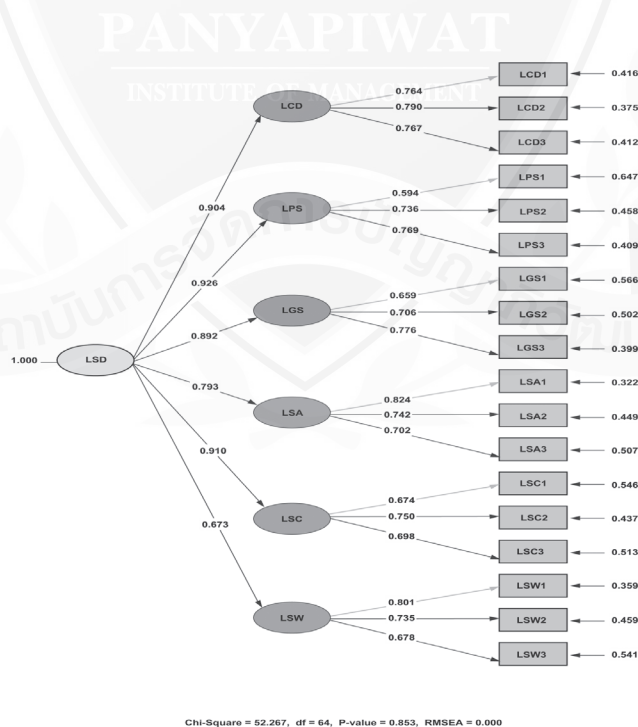


ภาพที่ 1 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งขององค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู หลังปรับโมเดล

1.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (A Confirmatory Factor Analysis: The Second Order)

1.2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่า การวิเคราะห์ก่อนปรับโมเดลนั้น ไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) เท่ากับค่า $p < .01$ มีองศาของควมอิสระ (df) เท่ากับ 129 และค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.065 ผู้วิจัยจึงปรับโมเดลตามดัชนี (Modification Indices) และค่าพารามิเตอร์ที่คาดว่าจะเปลี่ยนแปลงทางสถิติ (EPC) (Sarlis, Satorra & Van der Veld, 2009: 570) ทำให้ได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกลมกลืน ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สองหลังปรับโมเดลแล้ว พบว่า ค่าไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) เท่ากับ 52.267 ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) = 0.853 การพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนจากค่าไคสแควร์

พบว่า โมเดลและข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกลมกลืนกัน (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008: 54-55) และเมื่อพิจารณาจากค่าอื่นๆ ร่วมด้วย คือ ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: Chi-square: χ^2/df) ควรมีค่าน้อยกว่า 2 ส่วนค่าดัชนีความเหมาะสมพอดี (GFI) ค่าดัชนีความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมเชิงเปรียบเทียบ (CFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.09 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูปของคะแนนมาตรฐาน (SRMR) ค่าดัชนีที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008: 54-55) จากค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวมดังกล่าวแสดงว่า โมเดลองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในภาพที่ 2 และผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองขององค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู หลังปรับโมเดล

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองขององค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู หลังปรับโมเดล

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. ค่าไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) 52.267 (P-value = 0.853)	52.267	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ	เหมาะสมดี
2. ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: Chi-square/df: 52.267/64)	0.817	< 2.00	เหมาะสมดี
3. ดัชนีความเหมาะสมพอดี (GFI)	0.995	> 0.90	เหมาะสมดี
4. ค่าดัชนีความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)	0.987	> 0.90	เหมาะสมดี
5. ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมเชิงเปรียบเทียบ (CFI)	1.000	> 0.90	เหมาะสมดี
6. ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูปของคะแนนมาตรฐาน (SRMR)	0.014	< 0.05	เหมาะสมดี
7. ค่าดัชนีที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA)	0.000	< 0.05	เหมาะสมดี

1.2.2 คำนำน้าหนักองค์ประกอบการวิเคราะห์องค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูในการวิเคราะห์องค์ประกอบอันดับที่สองพบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.673 ถึง 0.926 โดยพบว่า องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานมากที่สุดคือ องค์ประกอบด้านการแก้ปัญหาทางการเรียนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.926 รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านการควบคุมตนเองทางการเรียนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.910 องค์ประกอบด้านการเลือกและตัดสินใจทางการเรียนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.904 องค์ประกอบด้าน

การตั้งเป้าหมายทางการเรียนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.892 องค์ประกอบด้านการสนับสนุนตนเองทางการเรียนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.793 และองค์ประกอบด้านการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียนมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.673 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

สรุปว่า องค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ การเลือกและการตัดสินใจทางการเรียน การแก้ปัญหาทางการเรียน การตั้งเป้าหมายทางการเรียน การสนับสนุนตนเองทางการเรียน การควบคุมตนเองทางการเรียน และการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (B) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t) และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (R^2) ขององค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู

องค์ประกอบ	น้ำหนัก องค์ประกอบ (B)	ความ คลาดเคลื่อน มาตรฐาน (SE)	ค่าทดสอบ นัยสำคัญ (t)	สัมประสิทธิ์ พยากรณ์ (R^2)
1. การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน (LCD)	0.904	0.051	25.521**	0.817
2. การแก้ปัญหาทางการเรียน (LPS)	0.926	0.062	19.125**	0.858
3. การตั้งเป้าหมายทางการเรียน (LGS)	0.892	0.042	19.392**	0.796
4. การสนับสนุนตนเองทางการเรียน (LSA)	0.793	0.063	23.407**	0.630
5. การควบคุมตนเองทางการเรียน (LSC)	0.910	0.043	21.688**	0.827
6. การตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน (LSW)	0.673	0.059	18.192**	0.453

** $p < .01$

2. การศึกษาระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียน ของนักศึกษาวิชาชีพครู

ผลการวิจัยพบว่า คะแนนเฉลี่ยระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.800 และเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในรายองค์ประกอบพบว่า คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบอยู่ในระดับสูงจำนวน 4 องค์ประกอบ คือ การแก้ปัญหาทางการเรียน ($\bar{X} = 3.772$) การตั้งเป้าหมายทางการเรียน ($\bar{X} = 4.068$) การควบคุมตนเองทางการเรียน ($\bar{X} = 3.720$) และการตระหนักรู้ในตนเอง

ทางการเรียน ($\bar{X} = 4.141$) นอกจากนั้นคะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 องค์ประกอบ คือ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน ($\bar{X} = 3.651$) และการสนับสนุนตนเองทางการเรียน ($\bar{X} = 3.473$) ส่วนคะแนนเฉลี่ยของตัวชี้วัดปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูตามองค์ประกอบย่อยทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.456-4.256 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับสูง ดังตารางที่ 5 และมีการกระจายร้อยละของระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู ($n = 1,147$)

องค์ประกอบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียน
1. การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน	3.651	0.567	ปานกลาง
2. การแก้ปัญหาทางการเรียน	3.772	0.579	สูง
3. การตั้งเป้าหมายทางการเรียน	4.068	0.545	สูง
4. การสนับสนุนตนเองทางการเรียน	3.473	0.675	ปานกลาง
5. การควบคุมตนเองทางการเรียน	3.720	0.604	สูง
6. การตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน	4.141	0.561	สูง
ปณิธานแห่งตนทางการเรียนโดยภาพรวม	3.800	0.472	สูง

ตารางที่ 6 การกระจายร้อยละของระดับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครู (n = 1,147)

องค์ประกอบ	ปณิธานแห่งตน ทางการเรียน ระดับต่ำ	ปณิธานแห่งตน ทางการเรียน ระดับปานกลาง	ปณิธานแห่งตน ทางการเรียน ระดับสูง
1. การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน	21 (1.83)	607 (52.92)	519 (45.25)
2. การแก้ปัญหาทางการเรียน	9 (0.78)	488 (42.55)	650 (56.67)
3. การตั้งเป้าหมายทางการเรียน	2 (0.17)	267 (23.28)	878 (76.55)
4. การสนับสนุนตนเองทางการเรียน	60 (5.23)	669 (58.33)	418 (36.44)
5. การควบคุมตนเองทางการเรียน	19 (1.66)	536 (46.73)	592 (51.61)
6. การตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน	4 (0.35)	245 (21.36)	898 (78.29)
ปณิธานแห่งตนทางการเรียนโดยภาพรวม	2 (0.17)	424 (36.97)	721 (62.86)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงร้อยละ

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปณิธานแห่งตนทางการเรียน พบว่า ปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูมี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน การแก้ปัญหาทางการเรียน การตั้งเป้าหมายทางการเรียน การสนับสนุนตนเองทางการเรียน การควบคุมตนเองทางการเรียน และการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน ดังที่แนวคิดของไรอันและเดซี (Ryan & Deci, 2006: 1557) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบปณิธานแห่งตน ประกอบด้วย การเลือก การตัดสินใจ การแก้ปัญหา การตั้งเป้าหมาย การสนับสนุนตนเอง การควบคุมตนเอง การตระหนักรู้ในตนเอง และการรู้ตนเอง ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบบ่งชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เนื่องจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองพบว่า มีค่าดัชนีทดสอบประสิทธิภาพของโมเดล ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (Chi-square: χ^2) มีค่าเท่ากับ 52.267 ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) = 0.853 การพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนจากค่าไคสแควร์พบว่า โมเดล

และข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกลมกลืนกัน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: Chi-square/df: 52.267/64) มีค่าเท่ากับ 0.817 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2.0 แสดงว่าโมเดลมีลักษณะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่น่าพอใจ (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008: 54-55) และเมื่อพิจารณาจากค่าอื่นๆ ร่วมด้วย คือ ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: Chi-square: χ^2 /df) ควรมีค่าน้อยกว่า 2 ส่วนค่าดัชนีความเหมาะสมพอดี (GFI) ค่าดัชนีความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมเชิงเปรียบเทียบ (CFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.09 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษในรูปของคะแนนมาตรฐาน (SRMR) ค่าดัชนีที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (RMSEA) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008: 54-55) ทั้งนี้เนื่องจากค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวมมีการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยกัน จึงทำให้โมเดลองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนของนักศึกษา

วิชาชีพครูสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถวัดองค์ประกอบปณิธานแห่งตนทางการเรียนได้ ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นการยืนยันความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ของแบบวัดปณิธานแห่งตนทางการเรียน ทั้งนี้เนื่องจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเป็นเทคนิคและวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างที่วิธีหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับนงลักษณ์ วิรัชชัย (2537: 53 อ้างใน Joreskog & Sorbom, 1989: 23-28) ที่กล่าวว่า ขั้นตอนที่สำคัญในการวิเคราะห์โมเดลลิสเรลอีกขั้นตอนหนึ่งคือการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลลิสเรลที่เป็นสมมติฐานการวิจัย หรือการประเมินความถูกต้องของโมเดล หรือการตรวจสอบความเหมาะสมพอดีระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดล

2. นักศึกษาวิชาชีพครู คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคกลาง มีปณิธานแห่งตนทางการเรียนโดยรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาคะแนนเฉลี่ยในรายองค์ประกอบพบว่า คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบอยู่ในระดับสูงจำนวน 4 องค์ประกอบ คือ การแก้ปัญหาทางการเรียน การตั้งเป้าหมายทางการเรียน การควบคุมตนเองทางการเรียน และการตระหนักรู้ในตนเองทางการเรียน ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาวิชาชีพครูส่วนใหญ่มีปณิธานแห่งตนทางการเรียน มีความตั้งใจที่จะศึกษาในสายวิชาชีพครู เมื่อสำเร็จการศึกษาไปแล้วก็มีความมุ่งมั่นที่จะประกอบอาชีพครูในอนาคต นอกจากนี้คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 องค์ประกอบ คือ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน และการสนับสนุนตนเองทางการเรียน ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาวิชาชีพครูอาจได้รับการพัฒนาทักษะการเลือกและตัดสินใจทางการเรียน และการสนับสนุนตนเองทางการเรียนไม่มากนัก โดยนักศึกษาวิชาชีพครูได้กล่าวถึง การขาดทักษะที่จะเลือกและตัดสินใจเกี่ยวกับการเรียน อีกทั้งยังกล่าวถึงการสนับสนุนตนเองทางการเรียนให้ประสบความสำเร็จยังทำได้ไม่ดีเท่าที่ควร จึงทำให้องค์ประกอบ คือ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน และการสนับสนุนตนเองทางการเรียน อยู่ในระดับ

ปานกลาง นอกจากนี้นักศึกษาวิชาชีพครูยังได้กล่าวถึงการแสดงพฤติกรรมทางการเรียนที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับปณิธานแห่งตนทางการเรียนของตนเอง โดยสามารถแก้ไขปัญหาทางการเรียนด้วยตนเอง มีการตั้งเป้าหมายทางการเรียนที่สอดคล้องกับความสามารถของแต่ละบุคคล มีการควบคุมความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของตนเองให้มุ่งมั่นในการแสดงพฤติกรรมทางการเรียนที่ถูกต้อง รู้และเข้าใจเกี่ยวกับการเรียนของตนเอง พร้อมทั้งจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และพัฒนาให้การเรียนรู้ของตนมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อที่ในอนาคตจะได้ประกอบอาชีพครูตามที่ได้ตั้งใจไว้ สอดคล้องกับไนร์เจ (Nirje, 2008: 177) ที่ได้กล่าวว่า ปณิธานแห่งตนเป็นการมีสิทธิในการกระทำใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นอยู่ของตนเอง สามารถดำเนินชีวิตด้วยตนเองเกี่ยวกับการเลือก การกล้าแสดงออก การควบคุมตนเอง การจัดการตนเอง และการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยในภาพรวมนักศึกษาวิชาชีพครูจะมีปณิธานแห่งตนทางการเรียนในระดับสูง แต่ในบางด้าน ได้แก่ การเลือกและตัดสินใจทางการเรียน และการสนับสนุนตนเองทางการเรียน อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งควรที่จะเสริมสร้างพัฒนาให้เพิ่มขึ้นโดยการให้คำปรึกษากลุ่มต่อไป ซึ่งผลการศึกษาศาสนาไปสู่การหาแนวทางในการเสริมสร้างรูปแบบการให้คำปรึกษากลุ่มแบบผสมผสานเทคนิค เพื่อให้ นักศึกษาวิชาชีพครูมีปณิธานแห่งตนทางการเรียนในระดับที่สูงต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปณิธานแห่งตนทางการเรียนกับประชากรในเขตพื้นที่อื่นๆ หรือผู้เรียนในระดับต่างๆ
2. ควรมีการศึกษาปณิธานแห่งตนในบริบทต่างๆ เช่น ด้านการใช้ชีวิต ด้านอาชีพ ด้านสุขภาพ ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว เป็นต้น
3. ควรศึกษาในรูปแบบการพัฒนาผู้เรียนในแต่ละระดับ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดปณิธานแห่งตนทางการเรียน

References

- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (2002). *Handbook of self-determination research*. Rochester, NY: University of Rochester Press.
- Higher Education Commission. (2015). *Total number of students in 2015 classified by institutions, education level, and gender*. Retrieved June 9, 2015, from <http://www.mua.go.th/infodata/49/all2549.html> [in Thai]
- Hongthong, W. (2012). *Learning Problem of General Education Courses of Regular Students of Rajabhat Universities*. Bangkok: (Unpublished). [in Thai]
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal on Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Nirje, B. (2008). The Right to Self-determination. In W. Wolfensberger (Ed.). *Normalization: The Principle of Normalization in human services*. (pp.176-193). Toronto: National Institute on Mental Retardation.
- Ryan, R. M. & Deci, E. L. (2006). Self-Regulation and the Problem of Human Autonomy: Does Psychology Need Choice, Self-Determination, and Will?. *Journal of Personality*, 74(6), 1557-1586.
- Saris, W. E., Satorra, A. & Van der Veld, W. M. (2009). Testing Structural Equation Models or Detection of Misspecifications?. *Structural Equation Modeling*, 16(4), 561-582.
- Shogren, K. A., Palmer, S. B., Wehmeyer, M. L. Williams-Diehm, K. & Little, T. (2012). Effect of intervention with the Self-Determined Learning Model of Instruction on access and goal attainment. *Remedial and Special Education*, 33(5), 320-330.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Analysis*. Boston: Allyn and Bacon.
- Ward, M. I. (2008). The many facets of self-determination. NICHCY Transition Summary. *National Center for Children and Youth with Disabilities*, 5, 2-3.
- Wehmeyer, M. L., Abery, B. H., Mithaug, D. E. & Stancliffe, R. J. (2003). *Theory in self-determination foundations for educational practice*. Illinois: Charles C Thomas Publisher.
- Wiratchai, N. (1994). *Linear Structural Relationship (LISREL) Statistical Analysis for Social Sciences and Behavioral Science Research*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Zhou, M. & Xu, Y. (2012). A self-determination approach to understanding Chinese university students' choice of academic majors. *Individual Differences Research*, 10, 49-59.



Name and Surname: Sansern Hunsae

Highest Education: Ph.D. Candidate, Doctor of Philosophy Program in Research and Development on Human Potentials, Concentration Area of Psychology of Human Development and Counseling. Faculty of Education, Srinakharinwirot University

University or Agency: Srinakharinwirot University

Field of Expertise: Guidance & Counseling Psychology

Address: Department of Psychology and Guidance, Faculty of Education, Rajabhat Rajanagarindra University



Name and Surname: Patcharaporn Srisawat

Highest Education: Ed.D. in Counseling Psychology, Srinakharinwirot University

University or Agency: Srinakharinwirot University

Field of Expertise: Counseling Psychology

Address: Department of Guidance and Education Psychology, Faculty of Education, Srinakharinwirot University



Name and Surname: Chusri Lertrudachakul

Highest Education: Ed.D. in Counseling Psychology, Srinakharinwirot University

University or Agency: King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Field of Expertise: Counseling Psychology

Address: Department of Industrial Business Administration, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok



Name and Surname: Wilailak Langka

Highest Education: Ph.D. in Applied Behavioral Science Research, Srinakharinwirot University

University or Agency: Srinakharinwirot University

Field of Expertise: Measurement and Educational Research

Address: Department of Measurement and Educational Research, Faculty of Education, Srinakharinwirot University

‘ภูธร 4จี’ อัตลักษณ์ข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล

‘PHUTHORN 4G’ IDENTITY OF CHANEL 7 NEWS IN DIGITAL TV AGE

กันยิกา ขอว์¹ และจุฬารัตน์ ม่วงแก้ว²

Kanyika Shaw¹ and Chularat Mounkaew²

¹คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ²ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

¹Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

²Chanel 7 reporter

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง ‘ภูธร 4จี’ อัตลักษณ์ข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในยุคโทรทัศน์ดิจิทัล มาจากงานวิจัยเรื่องอัตลักษณ์รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 โดยการสัมภาษณ์บุคลากรในรายการข่าวที่มีอำนาจในการตัดสินใจและอยู่ระหว่างช่วงเปลี่ยนผ่านระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัลจำนวน 12 คน และนำข้อมูลสัมภาษณ์มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์อัตลักษณ์รายการข่าวตามแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ตราสินค้า

ผลการศึกษาพบว่า สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ยังคงรักษาแก่นอัตลักษณ์ ซึ่งแสดงความเป็นตัวตนของข่าวช่อง 7 ไว้ และมีการปรับปรุงส่วนขยายอัตลักษณ์ เพื่อตอบสนองการขยายฐานผู้รับชม และให้ทันกับเทคโนโลยีดิจิทัล อาทิ ได้เพิ่มความเป็นกันเอง ความทันสมัย เน้นดูดี ความกระฉับกระเฉง ดุจยุค 4จี ในการอ่านข่าว เครื่องแต่งกายและบุคลิกของผู้ประกาศ มีการเล่าข่าว มีผู้ประกาศข่าวรุ่นใหม่ แต่ยังคงความเป็นผู้ใหญ่ ทางกรรนำเชื่อถือ มีแบบแผน และตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้ ซึ่งการเพิ่มส่วนขยายอัตลักษณ์ยังคงตอบสนองต่อแก่นอัตลักษณ์ อาทิ ผู้ประกาศข่าวเศรษฐกิจจะใช้คำง่ายๆ เพื่ออธิบายเรื่องหน้าที่ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ บทความนี้สรุปว่ารายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ปรับปรุงอัตลักษณ์จากความเป็นชาวบ้านอนุรักษ์นิยมมาเป็นความเป็นชาวบ้านที่มีชีวิตในยุคไฮเทคโนโลยี หรือ “ภูธร 4จี”

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ตราสินค้า ข่าว ทวีติจิตัล ข่าว 7 สี

Abstract

This paper is a part of the study of “Brand Identity of Channel 7 News Program”. It analyzed brand identity of Channel 7 news program before and after digitalization. Depth interviews were conducted with 12 high-rank-position key informants. Items emerged from interview were used to analyze the differences of news programs before and after the channel turned into digital

television. Using brand identity theory, core identity and extended identity – visual identity, verbal identity, behavioral identity – were examined.

The study found that Channel 7 kept its main/core identities such as solemn, official, polite, creditability, conservatism, and up-country. The extended identities were shaped from the advantages of digital technology and the policy to expand audience group to newer generations. Examples of changed extended identities are friendly, millennium-look, trendy, smart, using virtual reality technology, bring in young reporters. However, the changed extended identities were shaped according to the core identity frame. For instance, financial reporter can explain stock-market news in an easy term so that farmer can understand. The paper concluded that Channel 7 news program in digital television age has changed from ‘conservative locality’ to ‘**high technology locality**’ or in another word ‘**PHUTHORN 4G**’

Keywords: Brand identity, News, Digital television, Channel 7

บทนำ

ในประเทศไทย โทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น มีอัตราการเข้าถึงประชากร 98% ทำให้มีเงินจำนวนมหาศาลในภาคอุตสาหกรรมนี้ ก่อนเข้าสู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัล รายงานประจำปี บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ปี 2555 อ้างอิงข้อมูลของ AC Neilson ว่า ในปี 2555 อุตสาหกรรมโฆษณาามีมูลค่าสูงถึง 117,760 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 ซึ่งเป็นการปรับค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 จากปี 2554 โดยเป็นมูลค่าโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ถึง 68,105 ล้านบาท หรือมีส่วนคิดเป็นร้อยละ 58 ของเงินอุตสาหกรรมโฆษณาโดยรวม ถือว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดและเมื่อพิจารณาถึงส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างสื่อโฆษณาต่างๆ จะพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดเสมอมา (บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), 2555)

หลังจากที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ปรับเข้าสู่ยุคโทรทัศน์ดิจิทัลเมื่อปี 2557 ผลการสำรวจของ AC Nielsen Media Research ในปี 2558 พบว่า อุตสาหกรรมโฆษณาเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.30 จากปี 2557 โดยมีมูลค่า

122,318 ล้านบาท ซึ่งสื่อโฆษณายังลงทุนสูงกับสื่อโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบดิจิทัล AC Nielsen Media Research ยังระบุอีกว่า โฆษณาทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศในระบบแอนะล็อกลดลงถึงร้อยละ 9.80 จากปี 2557 (บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน), 2558) ซึ่งการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ที่มีการแข่งขันสูงกว่าที่ผ่านมาเป็นผลจากจำนวนผู้ประกอบการที่มากขึ้นจากการเอื้อต่อการออกอากาศในระบบดิจิทัลนั่นเอง

ทีวีดิจิทัล (Digital Television) คือ ระบบการแพร่สัญญาณคลื่นโทรทัศน์ภาคพื้นดินที่ไม่ได้รับส่งสัญญาณนอกโลกเหมือนทีวีดาวเทียม แต่เปลี่ยนวิธีการเข้ารหัสสัญญาณจากระบบแอนะล็อกเป็นแบบดิจิทัลแทน ซึ่งส่งผลให้สัญญาณที่ได้รับผ่านหน้าจอโทรทัศน์มีความคมชัดทั้งภาพและเสียง มีจำนวนช่องมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ชมยังสามารถรับชมรายการในรูปแบบสื่อผสมต่างๆ ได้ เช่น ผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ เพราะเป็นระบบที่มีความเสถียรของสัญญาณมากกว่าระบบแอนะล็อกหรือระบบทีวีดาวเทียม ซึ่งมักเกิดการรบกวนสัญญาณ (Noise) จากสภาพภูมิประเทศหรือดินฟ้าอากาศ (วิกิพีเดีย, ม.ป.ป.)

การปรับเข้าสู่ยุคดิจิทัลของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้มีจำนวนช่องฟรีทีวีจากเดิมในระบบแอนะล็อก 6 ช่อง เป็น 24 ช่องรายการ และจะเป็น 48 ช่องรายการในที่สุด การเพิ่มจำนวนช่องรายการทำให้สถานีโทรทัศน์ต่างต้องสร้างความนิยม จุดเด่น และจุดขาย โดยนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้สร้างการจดจำกับกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์หนึ่งที่แต่ละสถานีนำมาใช้ดึงดูดผู้ชมคือ การสร้างเนื้อหา (Content) โดยเฉพาะผ่านรายการข่าว เหตุผลหนึ่งคือ กสทช. ให้ความสำคัญกับสัดส่วนรายการข่าวในช่วงเวลาออกอากาศมากขึ้น

เป็น 17% ของเวลาในการออกอากาศทั้งหมดทางโทรทัศน์ ซึ่งสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ก็สร้างความเป็นตัวตนผ่านรายการข่าวที่ชัดเจนขึ้น การสำรวจความคิดเห็นต่อรายการข่าวโดยบริษัท อินทเจ (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2557 โดยสอบถามผู้บริโภคนาย 16-59 ปี จำนวน 500 คน โดยแบ่งเป็นกรุงเทพฯ 300 คน และต่างจังหวัด 200 คน ผ่านโทรศัพท์มือถือ พบว่า ผู้บริโภคนึกถึงข่าวช่อง 7 เป็นอันดับที่ 3 ทั้งในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้ชม ความรอบรู้ และการมีมุมมองนำเสนอรูปแบบใหม่ (ภาพที่ 1)

ช่องข่าวที่ผู้บริโภคนึกถึง 3 อันดับแรก

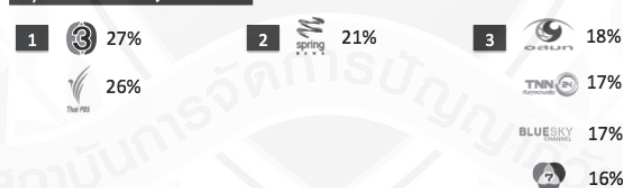
รับผิดชอบต่อสังคมและผู้ชม



รอบรู้



มีมุมมองนำเสนอ รูปแบบใหม่



ภาพที่ 1 ช่องข่าวที่ผู้บริโภคนึกถึง

ศุภศิลา กุลจิตต์เจือวงศ์ (2558) กล่าวว่า การที่จำนวนโทรทัศน์ในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นจาก 6 เป็น 48 ช่องในอนาคต ในขณะที่ผู้ชมมีจำนวนเท่าเดิม จะทำให้ผู้ประกอบการโทรทัศน์ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์อยู่เสมอ ทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื้อหารายการ และวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องการของผู้ชมเพื่อช่วงชิงฐานจำนวนผู้ชมให้สนใจติดตามรายการ

จากสถานีของตน

อย่างไรก็ตามหลังจากที่กองทัพบกช่อง 7 ได้ปรับกลยุทธ์รายการข่าวแล้ว ในปี 2558 ผลการสำรวจเรตติ้งของทีวีดิจิตอลจากการสำรวจกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศที่รับชมทีวีดิจิตอลของ AC Neilson พบว่า รายการของกองทัพบกช่อง 7 มีความนิยมเป็นอันดับที่ 1 ต่อเนื่องกันหลายเดือน (ภาพที่ 2)

> Rating Digital TV Jul 2015

Rank	Channel	Rating
1	CH 7	3.33
2	CH 3	2.93
3	Workpoint TV	0.88
4	CH 8	0.53
5	MONO29	0.44
6	ONE	0.33
7	CH 9	0.30
8	3 SD	0.26
9	TV 5	0.16
10	Thairath TV	0.15
11	Thai PBS	0.14
12	CH 3 Family	0.12
13	True4U	0.12
14	PPTV	0.11
15	GMM25	0.09

> Rating Digital TV Aug 2015

Rank	Channel	Rating
1	CH 7	3.57
2	CH 3	2.58
3	Workpoint TV	1.02
4	CH 8	0.61
5	MONO29	0.45
6	3 SD	0.38
7	ONE	0.29
8	CH 9	0.29
9	True4U	0.19
10	TV 5	0.15
11	Thairath TV	0.15
12	Thai PBS	0.13
13	CH 3 Family	0.12
14	PPTV	0.11
15	GMM25	0.10

> Rating Digital TV Sep 2015

Rank	Channel	Rating
1	CH 7	3.66
2	CH 3	2.31
3	Workpoint TV	0.93
4	CH 8	0.63
5	MONO29	0.43
6	ONE	0.32
7	CH 9	0.27
8	3 SD	0.24
9	Thairath TV	0.23
10	True4U	0.20
11	CH 3 Family	0.16
12	Thai PBS	0.14
13	CH 5	0.13
14	GMM25	0.11
15	PPTV	0.10

ที่มา: AC Nielsen

ภาพที่ 2 ทีวีดิจิทัลเรตติ้ง

ในขณะที่ผลการสำรวจรายการโทรทัศน์ของ AC Neilson ที่เก็บข้อมูลการดูรายการข่าวภาคเช้าเริ่มตั้งแต่วันที่ 06.00 น. ในกลุ่มผู้ชายและหญิง อายุตั้งแต่ 25 ปี

ขึ้นไปทั่วประเทศ ประจำเดือนเมษายน 2559 พบว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีเรตติ้งสูงเป็นอันดับ 1 (ภาพที่ 3)

การจัดอันดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล ประจำเดือนเมษายน 2559

Ranking	Channel	AVR.Rating	Ranking	Channel	AVR.Rating
1	7	3.340	14	25	0.120
2	3	2.177	15	3	0.116
3	8	1.198	16	9	0.103
4	25	0.735	17	5	0.090
5	8	0.498	18	3	0.077
6	25	0.447	19	3	0.077
7	3	0.262	20	3	0.072
8	True4U	0.226	21	3	0.053
9	True4U	0.213	22	3	0.038
10	True4U	0.210	23	3	0.034
11	True4U	0.180	24	3	0.032
12	True4U	0.160	25	3	0.023
13	True4U	0.124	Boomerang=0.521, M-Channel=0.175		

ที่มา : บริษัท เอจวี นิelsen มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด

- หมายเหตุ :
- กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรทั่วไปที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป
 - ช่วงเวลา 06.00-24.00 น.
 - ระหว่างวันที่ 1-25 เมษายน 2559



ภาพที่ 3 การจัดอันดับเรตติ้งทีวีดิจิทัลเดือนเมษายน 2559

การที่รายการข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีเรตติ้งสูงขึ้นในปี 2557-2558 และมีเรตติ้งเป็นอันดับ 1 ในปี 2559 หลังจากที่มีการปรับปรุงรายการผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล จึงนำศึกษาว่าสถานีได้ปรับปรุงอัตลักษณ์ใดบ้าง และปรับปรุงอย่างไร และมีอัตลักษณ์ใดที่คงไว้ที่เป็นแก่นอัตลักษณ์ของสถานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอัตลักษณ์รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

ทบทวนวรรณกรรม

Aaker (1996) กล่าวถึงอัตลักษณ์ตราสินค้าว่าเป็นลักษณะเฉพาะเจาะจงขององค์ประกอบหลายๆ อย่างที่มีความสัมพันธ์กับสินค้า อัตลักษณ์จะช่วยระบุอย่างชัดเจนว่า สินค้าคืออะไร ได้ให้คำมั่นสัญญาอะไรไว้กับผู้บริโภค เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับสินค้าด้านประโยชน์จากหน้าที่และประโยชน์ทางด้านอารมณ์ โดยเป็นการรวมตัวของแก่นของแบรนด์ (Core Identity) และส่วนขยายของแบรนด์ (Extended Identity) เกิดเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากคู่แข่ง

บุริม โอทกานนท์ (2552) อธิบายว่า แก่นของแบรนด์ (Core Identity) เป็นจุดยืนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา อยู่กับแบรนด์นั้นๆ ตลอดอายุของแบรนด์ แม้ว่าการสื่อสารตราสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งปรากฏในบุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) และตำแหน่งตราสินค้า (Brand Positioning)

ส่วนขยายของเอกลักษณ์ (Extended Identity) ประกอบด้วยอัตลักษณ์ด้านภาพ (Visual Identity) อัตลักษณ์ด้านเสียง (Verbal Identity) อัตลักษณ์ด้านพฤติกรรม (Behavioral Identity) ทั้งสามส่วนจะช่วยสร้างความโดดเด่นและแตกต่างทำให้ตราสินค้ามีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัว

อัตลักษณ์ด้านภาพ เป็นสิ่งที่มองเห็นเป็นรูปลักษณ์เห็นได้ด้วยตา ซึ่งในรายการข่าวหมายถึง แสงสีตราสัญลักษณ์ โลโก้ ฉาก กราฟฟิก

อัตลักษณ์ด้านเสียง เป็นสิ่งที่รับรู้ได้จากการฟัง อาจเป็นข้อความ เสียงเพลง เสียงประกอบ ซึ่งในรายการข่าวทางโทรทัศน์ ได้แก่ จิงเกิ้ล สโลแกน วิสัยทัศน์ คำขวัญ (ที่ผู้อ่าน) ไต่เต้าเข้ารายการ ทำนองเพลงที่ขึ้นพร้อมโลโก้ เพลงประจำสถานี

อัตลักษณ์ด้านพฤติกรรม เป็นสิ่งที่รับรู้ได้จากการพบปะ ซึ่งในรายการข่าวทางโทรทัศน์หมายถึง การแต่งกายของผู้ประกาศข่าว ภาษาที่ใช้ในการรายงานข่าว น้ำเสียงและโทนเสียง และพฤติกรรม (รูปแบบ) ในการนำเสนอข่าว

วิธีการวิจัย

การศึกษาอัตลักษณ์รายการข่าวสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดย 1) การสัมภาษณ์บุคลากรในรายการข่าว จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงของสถานี 1 คน ผู้บริหารฝ่ายต่างๆ ของสถานี 5 คน ผู้กำกับการข่าว 1 คน ผู้ประกาศข่าว 2 คน ช่างตัดต่อภาพ 2 คน ผู้ดูแลเครื่องแต่งกาย 1 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล (key informant) 1) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากและอยู่ระหว่างช่วงเปลี่ยนผ่านระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล 2) เป็นผู้มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา 3) เป็นผู้มีความสามารถในการบริหารและตัดสินใจหรือเป็นผู้ควบคุมให้เป็นไปตามอัตลักษณ์ที่กำหนด (เช่น คุณเสื้อผ้า คุณโทนสี แสง เสียงรายการ) จากนั้นนำข้อมูลสัมภาษณ์มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์อัตลักษณ์จากรายการข่าวที่กำหนด โดยเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม 2558

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. แก่นอัตลักษณ์ของรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
2. ส่วนขยายอัตลักษณ์ด้านภาพของรายการข่าว
3. ส่วนขยายอัตลักษณ์ด้านเสียงของรายการข่าว
4. ส่วนขยายอัตลักษณ์ด้านพฤติกรรมของรายการข่าว

1. แก่นของเอกลักษณ์รายการข่าว (Core Identity) จากการศึกษาพบว่า รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีแก่นอัตลักษณ์ ที่ผู้ให้ข้อมูลต่างให้นิยาม และมีมุมมองในลักษณะเดียวกัน และไม่เห็นถึงความเปลี่ยนแปลง โดยมีลักษณะดังนี้

1.1 แก่นความเป็นตลาดชาวบ้าน เนื้อหาเข้าถึงได้ง่าย

ในเรื่องแก่นของเอกลักษณ์ของความเป็นตัวตน ผู้ช่วยบรรณาธิการอาวุโส สายข่าวการเมือง (สมโภชน์ ไตรรักษา, 2558) กล่าวว่า เป็นการเข้าถึงโดยง่าย ชาวบ้านมองตลาดคนส่วนใหญ่ทั่วประเทศ เพราะฉะนั้นไม่แปลกที่ช่อง 7 มีความผูกพันกับชาวบ้านต่างจังหวัด แม้แต่คนในกรุงระดับล่างหน่อยก็ผูกพันใกล้ชิด

เช่นเดียวกับบรรณาธิการกองบรรณาธิการฝ่ายข่าว (ภัชชิตา วงศ์สงวน, 2558) ที่กล่าวว่า ช่อง 7 มีนโยบายอยู่อย่างหนึ่งคือ อะไรที่ผู้บริโภคไม่รู้ต้องเอามาเสริมให้ได้ ซึ่งเป็นสไตล์แบบดั้งเดิม รวดเร็ว กระชับฉับไว ซึ่งยังคงไว้ เรื่องของความถูกต้องเป็นนโยบายหลัก ทำให้ช่อง 7 ไม่ได้เน้นเรื่องของความรวดเร็ว คือ ใครได้ก่อนช่างแต่ฉันได้ทีหลังเจ๋งกว่า ลึกกว่า

อย่างไรก็ตาม ช่องมีการปรับการนำเสนอเนื้อหาให้น่าติดตาม ซึ่งหัวหน้าแผนกอาวุโส แผนกโปรดิวเซอร์และผู้ประกาศ (ตะวัน เขียววิจิตร, 2558) อธิบายว่า ตั้งแต่ 2 ปีที่ผ่านมา ข่าวช่อง 7 เน้นเรื่องการเจาะลึกมากขึ้น จากเดิมที่เน้นรวดเร็ว แม่นยำ กระชับฉับไว แต่ผู้บริหารอยากให้เจาะลึกมากขึ้น ใกล้ชิดประชาชน ประชาชนสัมผัสได้โดยเปลี่ยนรูปแบบรายการเจาะประเด็นข่าวค่ำ ห้องข่าวภาคเที่ยง ซึ่งเจาะประเด็นข่าวค่ำมีสเปเชียลรีพอร์ต มีทีมข่าวลงในพื้นที่ มีรายงานพิเศษ มีข่าวเป็นชุด

1.2 แก่นความน่าเชื่อถือ อนุรักษ์นิยม

ในเรื่องความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นแก่นอัตลักษณ์ของช่อง 7 ในส่วนของรายการข่าวไม่มีการเปลี่ยนแปลงและดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง โดยรักษาการจัดการฝ่ายข่าว (กฤษณะ อนุชน, 2558) กล่าวว่า ช่อง 7 ยังคง

เรื่องความเที่ยงตรง แม่นยำ กระชับ ฉับไว โดยข้อมูลที่มีการนำเสนอต้องเป็นข้อเท็จจริงในเรื่องของข่าวที่มีการนำเสนอในระยะเวลาที่สั้น ด้วยความรวดเร็ว กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ หรือสอดแทรกความคิดเห็นลงไป ข้อมูลหรือข่าวที่มีการนำเสนอ

แม้ว่าปัจจุบันเทรนด์ข่าวจะเปลี่ยนมาเป็นในลักษณะการเล่าข่าวกันหมดแล้ว และคนดูบางส่วนก็ชื่นชอบการเล่าข่าว แต่ยังมีฐานคนดูอีกส่วนที่ยังยึดมั่นในการนำเสนอข่าวของช่อง 7 เพราะข่าวช่อง 7 ยังคงเป็นข่าวที่กระชับ สั้น ไม่เยิ่นเย้อ ไม่มีการเติมความคิดเห็นเข้าไป

2. ส่วนขยายอัตลักษณ์ด้านภาพของรายการข่าว (Visual Identity)

การสร้างอัตลักษณ์ด้านภาพของรายการข่าวช่อง 7 คือ การใช้ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ฉาก สี กราฟฟิก ตัวอักษร (Font) ของรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 มีลักษณะ ดังนี้

2.1 จับอัตลักษณ์บางส่วนมาเพิ่มความทันสมัย ในแง่ภาพนั้น ถือว่าเป็นส่วนขยายอัตลักษณ์ที่มีการปรับปรุงมากที่สุด ผู้กำกับรายการข่าว (พงศภัทร ไร่เรืองใจ, 2558) ให้ข้อมูลว่า ภาพหน้าจอเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นช่อง 7 สี บาร์ แคปชั่นที่พาดหน้าจอ ชื่อข่าว บนหน้าจอชื่อตัวผู้ประกาศ ตัววิ่ง สีเป็นเอกลักษณ์ต้องอยู่ในโทน สีนํ้าเงิน-แดง ส่วนภาพที่ปรากฏจะเป็นภาพมาตรฐาน องค์ประกอบครบ และไม่มีการข้ามเส้น อิมเมจิ้น คือ ไม่แพนซ้ายแล้วมาขวาเลย คือ ต้องถูกต้องตามหลักการของการถ่ายภาพ (อำนวยการ งามขาว, 2558) อย่างไรก็ตาม หัวหน้าแผนกอาวุโส แผนกโปรดิวเซอร์และผู้ประกาศ (ตะวัน เขียววิจิตร, 2558) ให้สัมภาษณ์ว่า หน้าจอถือเป็นสิ่งที่เปลี่ยน คือ เรื่องของกราฟฟิก ออกอากาศเป็นหลัก สี โทน จะคุมโทนให้อยู่ในโทนที่กำหนด คือ เทา นํ้าเงิน ขาว ฟา ให้ออกเป็นมิลเลนเนียมมากขึ้น มีการปรับเพื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโดยโทนสีที่ใช้ประจำ คือ สีนํ้าเงินเป็นหลัก

สอดคล้องกับบรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว (เกรียงศักดิ์ กิ่งอรุณชัย, 2558) ที่กล่าวว่า แสงสีมีการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย แต่คงสีหลักของสถานีไว้ คือ น้ำเงินฟ้าและแดง แต่ภาพต้องคมขึ้นรองรับความคมชัด การนำเสนอประกอบข่าว เน้นการใช้กราฟฟิกในการสื่อ ข้อมูลมากขึ้น เพราะมีเวลาจำกัดในการนำเสนอ กราฟฟิก สามารถช่วยอธิบายบางช่วงได้ดี ทำให้เห็นภาพชัดเจน

ทั้งนี้ สถานียังคงอัตลักษณ์ด้านภาพที่สะท้อนแก่นอัตลักษณ์ของความเป็นผู้ใหญ่ และสุภาพไว้ กล่าวคือ รายละเอียดของฉาก ส่วนประกอบ การแต่งหน้าของผู้ประกาศ กราฟฟิก รวมถึงโทนสี โดยโทนสีที่ช่อง 7 ใช้ คือ สีฟ้า เป็นหลัก ซึ่งแสดงถึงความสุภาพ และความเป็นผู้ใหญ่ อ่อนน้อม โดยสีที่ออกหน้าจอในรายการข่าวของช่อง 7 ทั้งหมด จะต้องเป็นสีที่ไม่จัดจ้านเกินไป เนื่องจากช่อง 7 วางบุคลิกภาพให้แสดงออกถึงความเคร่งขรึม ความสุภาพ และเป็นผู้ใหญ่ กลุ่มตัวอักษรที่ช่อง 7 กำหนดไว้ คือ ต้องเป็นตัวอักษรภาษาไทยที่มีหัวกลม และเขียนสะกดถูกต้องตามราชบัณฑิตยสถานเท่านั้น ไม่มีการบัญญัติศัพท์ใหม่ขึ้นมาเอง หรือใช้คำแสลงในการขึ้นตัวอักษรบนหน้าจอ ส่วนฉากจะใช้ฉากเสมือนจริง ซึ่งคุมโทนสีไว้เป็นสีฟ้า น้ำเงินเป็นหลัก หรือหากมีสีอื่น จะเป็นสีที่ไม่สดมากนัก เนื่องจากต้องการความเคร่งขรึม และดูเป็นผู้ใหญ่ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับการนำเสนอ (กฤษณะ อนุชน, 2558)

สอดคล้องกับการให้ข้อมูลของบรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว (เกรียงศักดิ์ กิ่งอรุณชัย, 2558) ว่า เสียงเข้ารายการ อย่างไต่เต้ล จิงเกิ้ล อินเทอร์ลูตต่างๆ เปลี่ยนเพื่อความทันสมัย คือ เปลี่ยนเสียงดนตรี แต่คงเมโลดี้ไว้เพื่อให้คนจำได้

2.2 ส่วนขยายอัตลักษณ์ที่ทำให้ผู้ประกาศข่าว ดูดี ฉลาด ทันสมัย แต่ยังจับต้องได้ น่าเชื่อถือ

ขณะที่หัวหน้าแผนกอาวุโสให้ความเห็นว่า ข่าวช่อง 7 นั้นยังเน้นย้ำเรื่องความใกล้ชิดชาวบ้าน เพราะฉะนั้นโทนข่าวยังเหมือนเดิม ใกล้ชิดชาวบ้าน ต้องครบประกอบ ภาพลักษณ์อื่นๆ ก็จำเป็นต้องปรับให้

ทันสมัยมากขึ้น โดยปรับพวกโทนสี ฉาก เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย แต่ไม่ใช่ว่าจะชาวบ้านจ๋าเกินไป ก็ยังคงมีกลางๆ บ้าง เช่น มีข่าวหุ้น รวมถึงข่าวที่เป็นภาคภาษาอังกฤษ เพื่อเอาใจคนอีกระดับหนึ่งด้วย และเป็นการจับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ยังเริ่มปรุงแต่งเครื่องดนตรีมากขึ้น แต่ยังคงกลิ่นอายแบบเดิม คือ ทำนองแบบเดิม แต่เสียงเพลง และเครื่องดนตรีเปลี่ยนแปลงไป คือ มีจำนวนเครื่องดนตรีมากขึ้น เสียงอาจจะแปลกไปจากเดิม แต่คุมโทนเดิมเอาไว้

ในภาพรวม บรรณาธิการบริหารฝ่ายข่าว (เกรียงศักดิ์ กิ่งอรุณชัย, 2558) ได้ให้ข้อมูลว่า ที่คนต่างจังหวัดยังติดตามเพราะบุคลิกช่อง 7 ดูเป็นมิตร ดูเข้าถึงได้ง่ายจับต้องได้ แต่มีหลายปัจจัยที่ทำให้ช่องเป็นที่นิยม ส่วนหนึ่งมาจากเดิมที่ช่อง 7 มีสายส่งสัญญาณในส่วนภูมิภาคที่ทำให้สัญญาณช่อง 7 ชัดเจนกว่าหลายๆ ช่อง ส่วนข่าวเหตุการณ์ ทั้งคลิป ข่าวจากกล้องวงจรปิด ซึ่งเป็นข่าวที่เป็นสันดานดิบของมนุษย์ที่ชอบดูข่าว เหตุการณ์พวกนี้ ถ้ามามีสาระใหม่ มีบ้างคือการเป็นอุทาหรณ์ให้ ขึ้นอยู่กับการนำเสนอของเราว่าจะให้ประโยชน์หรือให้อุทาหรณ์แก่คนดูอย่างไร ไม่ใช่นำเสนอเพื่อความสะใจอย่างเดียว

ผู้ช่วยบรรณาธิการอาวุโส สายข่าวการเมือง (สมโภชน์ โตรักษา, 2558) กล่าวถึงอัตลักษณ์ของผู้ประกาศข่าวที่ปรับเปลี่ยนไปว่า ส่วนตัวผู้สื่อข่าวของช่อง 7 มีบุคลิกในสายตาคนนอกต้องดูดี ไม่โง่ ไม่โง่ แค่หล่อสวย แต่ว่าต้องสุภาพ ฉลาด ส่งภาพสะท้อนให้เห็นว่า ช่อง 7 ดูดี ไม่จำเป็นต้องใส่เสื้อโลโก้ช่อง 7 ทุกครั้ง หรือใส่สูท แต่ว่าให้เกียรติ และคำนึงถึงภาพช่อง 7 ในด้านของภาษาของช่อง 7 ที่ใช้ เป็นพวกอนุรักษนิยม บางข่าวใช้คำแบบบ้านๆ ได้ก็ควรใช้ เพราะเอกลักษณ์ช่อง 7 คือ อยากให้คนจับต้องข่าวได้ ที่สำคัญคือ ขยายข่าวก็เหมือนขายสินค้าอย่างหนึ่ง เพราะฉะนั้นคุณต้องหาจุดเด่นของตัวสินค้านั้นมาเป็นไฮไลต์ในการโปรโมท ไม่ใช่เรื่อยๆ ต้องโชว์ของดีก่อน เพื่อให้คนสนใจ

นอกจากนี้ยังให้โอกาสคนรุ่นใหม่เข้ามาทำงานผสมผสานกับคนรุ่นเก่า เพราะฉะนั้นภาพเลยออกมาดู ‘อนุรักษ์นิยมผสมกับสมัยนิยม’ เป็นความพยายามที่จะรักษากลุ่มคนดู ซึ่งคนมองว่าช่อง 7 เป็นช่องสำหรับคนวัยกลางคนสูงวัย แต่ก็ไม่ได้ทิ้งกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน ช่องต้องการขยายฐานด้วยการนำเทคโนโลยี และบุคลากรที่สมัยใหม่เข้ามาเพื่อให้มีความผสมผสานและขยายฐานลูกค้ามากขึ้น สิ่งไหนที่ทำให้คนสามารถจดจำข่าวช่อง 7 ได้ มีลักษณะเฉพาะของแต่ละรายการ เช่น รายการฝนฟ้า ผู้ประกาศมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่นเดียวกับอนุวัตจัดให้ หรือแม่แต่กีฬา ผู้ประกาศทุกคนก็มีส่วนร่วมในการนำเสนอ ทำให้คนดูรู้สึกว่ามีอารมณ์ร่วมตาม จากนั้นสอดแทรกข้อมูลเสริมเติมเข้าไปและเติมเต็มกับการดูข่าวของช่อง 7 ข่าวแต่ละแขนงมีเอกลักษณ์ของแต่ละสายแต่ทั้งหมดจะไม่มีการใส่ความเห็นลงไป

ด้านเครื่องแต่งกาย ผู้ดูแลเครื่องแต่งกายของผู้ประกาศข่าวช่อง 7 (ตฤณ คงปฏิมาปรกร, 2558) ได้ให้ความเห็นว่า ผู้ใหญ่ของช่องอยากให้การแต่งกายของผู้ประกาศออกมาดูสมาร์ท ดูโก้ แต่ต้องน่าเชื่อถือและเข้ากับบุคลิกผู้ประกาศ แต่เมื่อมาเป็นระบบดิจิทัลความคมชัดมันมีมากขึ้น เพราะฉะนั้น cutting ต้องเป๊ะมากขึ้น จึงต้องเปลี่ยนให้ละเอียดมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการศึกษาพบว่า แก่นของอัตลักษณ์ (Core Identity) ของรายการข่าวช่อง 7 มีดังนี้

- บุคลิกภาพ: เป็นมิตร สุภาพ น่าเชื่อถือ ถูกต้อง กระฉับกระเฉง ทันสมัย อนุรักษ์นิยม
- ตำแหน่งตราสินค้า: เข้าถึงชาวบ้านหลากหลาย เอาใจคนส่วนใหญ่

ด้านส่วนขยายอัตลักษณ์ (Extended Identity) พบว่า

- อัตลักษณ์ด้านภาพ (Visual Identity) มีดังนี้
แสง: สนิท สวย
ฉาก: ทันสมัย ใช้ฉากจากกราฟฟิก เทคนิคภาพเสมือนจริง

ภาพข่าว: ถูกหลักการถ่ายภาพ และจรรยาบรรณสื่อ องค์กรประกอบภาพครบ เล่าเรื่องได้

โทนสี: 3 สีหลัก น้ำเงิน ฟ้า และแดง เพื่อแสดงถึงความสุภาพ น่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว ฉับพลัน

ตัวอักษร: ใช้ตัวอักษรภาษาไทยที่มีหัวในการบรรยายประกอบข่าว เพื่อให้อ่านง่าย ถูกหลัก และถูกต้องตามหลักภาษาไทย

ตราสัญลักษณ์ หรือ โลโก้: โลโก้ประจำสถานีมีวงกลม 3 วงซ้อนกัน มีเลข 7 ตรงกลาง เพิ่มเติมเงาขอบ เพื่อแสดงถึงความทันสมัย ตำแหน่งอยู่มุมขวาบนของจอ

โลโก้ประจำรายการข่าว: ทุกรายการคำว่า ‘ข่าว’ ที่ออกมาแบบมาเฉพาะ ลักษณะตัวเอียงทางขวา ตัวหนาเป็นตัวอักษรไม่มีหัว และมีหมายเลข 7

- อัตลักษณ์ด้านเสียง (Verbal Identity) มีดังนี้
เพลงเข้ารายการ หรือไตเติ้ล: ตื่นเต้น เร้าใจ
สโลแกน: ช่อง 7 สี ทิวเพื่อคุณ
- อัตลักษณ์ด้านพฤติกรรม (Behavioral Identity) มีดังนี้

การใช้ภาษา: อ่านเขียน ถูกต้องตามหลักภาษาไทย อ้างอิงราบรื่นทidyสถาน

รูปแบบการรายงานข่าว และการนำเสนอ: กึ่งทางการ เข้าใจง่าย สั้น กระชับ ไม่แสดงความเห็น มีบทข่าวประกอบในการเสนอข่าว

เนื้อหาข่าว: เน้นผลกระทบคนหมู่มาก ข่าวจากภูมิภาคเอาใจคนส่วนใหญ่

การแต่งกาย: สุภาพ น่าเชื่อถือ ดูดี

บุคลิกผู้ประกาศ: เป็นมิตร น่าเชื่อถือ สุภาพ เข้าถึงง่าย

น้ำเสียงและโทนเสียงในการรายงานข่าว: ชัดเจน ขึ้นกับอารมณ์และโทนของข่าวที่นำเสนอ

แก่นอัตลักษณ์ที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 กำหนดไว้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามสมัย เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของช่อง ได้แก่ ความเป็นชาวบ้าน น่าเชื่อถือ สุภาพ เป็นผู้ใหญ่ เรื่องราวหลากหลาย เอาใจคนส่วนใหญ่ เป็นมิตร และอนุรักษ์นิยม

ส่วนขยายอัตลักษณ์ที่ช่อง 7 พยายามปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค ได้แก่ การเปลี่ยนจากการนำเสนอข่าวเคร่งขรึม เป็นทางการ ในช่วงแอนะล็อกมาสู่ความทันสมัย กระฉับกระเฉง เป็นกันเอง ในยุคดิจิทัลเมื่อนำ

อัตลักษณ์ของโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในยุคแอนะล็อกมาเปรียบเทียบกับยุคดิจิทัลว่ามีอัตลักษณ์ใดที่คงไว้ และอัตลักษณ์ใดที่มีการปรับเปลี่ยน จึงได้ภาพสรุปดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบอัตลักษณ์ยุคแอนะล็อกและยุคดิจิทัลรายการข่าวสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ปรับปรุงจากจุฬารัตน์ ม่วงแก้ว (2558)

อัตลักษณ์/ในช่วงส่งสัญญาณ	ระบบแอนะล็อก	ระบบดิจิทัล
แก่นของเอกลักษณ์ - การเสนอข่าวทันเหตุการณ์ การนำเสนอข่าวเป็นธรรม - การเสนอข่าวสั้น รวดเร็ว ทันสมัย ตรงประเด็น - การเสนอข่าวเข้าใจ เข้าถึงง่าย และเข้าถึงชาวบ้าน - ช่อง 7 เป็นช่อง 7 สีทีวีเพื่อคุณ - สามารถตอบโจทย์สังคมในทุกด้านที่เกี่ยวข้อง - ผลประโยชน์ของประเทศชาติ - เน้นการต่อต้านทุจริตคอร์รัปชัน	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	- คงไว้ - คงไว้ - คงไว้ - คงไว้ - คงไว้ - คงไว้
อัตลักษณ์ด้านภาพ - ตราสัญลักษณ์ - ฉาก - สีประจำรายการข่าว - กราฟฟิก - ตัวอักษร	วงกลม เลข 7 มีคำว่าข่าว ฉากไม้ น้ำเงินเป็นหลัก ไม่เน้น หัวกลม อ่านง่าย	คงไว้ เพิ่มความทันสมัย กราฟฟิก เสมือนจริง ดูเป็นมิตรเล่นนิยมมากขึ้น เพิ่มตามเทคโนโลยี คงไว้ เพิ่มตัวเอียง
อัตลักษณ์ด้านเสียง - สโลแกน - จingle - ไตเติล หรือเพลงเข้ารายการ - เพลงประจำสถานี	✓ ✓ ✓ ✓	คงคำ เพิ่มจังหวะ คงเมโลดี้ เพิ่มจังหวะ คงเมโลดี้ เพิ่มจังหวะ คงไว้ เพิ่มจังหวะ
อัตลักษณ์ลักษณะด้านพฤติกรรม - การใช้ภาษา - รูปแบบการรายงานข่าว - การแต่งกาย - บุคลิกผู้ประกาศ - น้ำเสียง และโทนเสียงการรายงานข่าว	ตามราชบัณฑิตยสถาน ทางการ น่าเชื่อถือ ผู้ใหญ่ น่าเชื่อถือ เข้ากับ ภูธร ตามเนื้อหาที่อ่าน	เพิ่มความเป็นกันเอง แต่ต้องถูกต้อง เพิ่มการเล่าข่าว ทันสมัย เน้นดูดี กระฉับกระเฉง ดูยุค 4จี แต่น่าเชื่อถือ เข้ากับ ชาวบ้านได้ คงไว้

การศึกษาอัตลักษณ์ข้าวสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 สามารถอธิบายผลตามกรอบแนวคิดการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ ได้ดังนี้

1) แก่นอัตลักษณ์ เป็นส่วนจุดยืนที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา อยู่กับแบรนด์นั้นๆ ตลอดอายุของแบรนด์ แม้ว่าการสื่อสารตราสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไป พบว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีแก่นอัตลักษณ์ในด้านบุคลิกภาพ คือ สุภาพ น่าเชื่อถือ เป็นผู้ใหญ่ ด้านตำแหน่งตราสินค้า คือ ชาวบ้าน เอาใจคนส่วนใหญ่ สอดคล้องกับ Aaker (1996) ที่กล่าวว่า อัตลักษณ์ตราสินค้า (ข้าวช่อง 7) เป็นลักษณะเฉพาะเจาะจงขององค์ประกอบหลายๆ อย่าง (บุคลิกภาพ) ที่มีความสัมพันธ์กับสินค้า ซึ่งสามารถช่วยระบุอย่างชัดเจนว่า สินค้านี้คืออะไร ได้ให้คำมั่นสัญญาอะไรไว้กับผู้บริโภค (ความเป็นชาวบ้าน ผู้ใหญ่ สุภาพ น่าเชื่อถือ)

นอกจากนี้ยังรักษาสวนขยายอัตลักษณ์บางประการไว้ เนื่องจากเป็นส่วนสะท้อนแก่นอัตลักษณ์ได้ชัดเจน ได้แก่ ภาพข่าวต้องเป็นภาพที่ถูกต้องตามหลักจรรยาบรรณในการนำเสนอภาพเพื่อสะท้อนความน่าเชื่อถือและเป็นทางการของช่อง (แสนฤทธิ์ ชื่นกตัญญู, 2558) สีหลักคือ น้ำเงิน ฟา แดง เนื่องจากเป็นโทนสีที่บ่งบอกความสุภาพ น่าเชื่อถือ (กฤษณะ อนุชน, 2558) ตัวอักษรต้องเป็นภาษาไทยที่มีหัว อ่านง่าย ถูกหลักภาษาไทย เพื่อสะท้อนบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคม รักษาขนบธรรมเนียมและภาษาไทย (ภัชภิชา วงศ์สงวน, 2558) สอดคล้องกับวิทวัส ชัยปานิ (2548) อ่างในเบญจวรรณ ทองสิงห์, 2554: 9) ที่กล่าวว่า ส่วนขยายเอกลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้ตราสินค้ามีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัว และช่วยให้ความโดดเด่นและแตกต่าง มีความสมบูรณ์มากขึ้น สะท้อนให้เห็นภาพและบุคลิกภาพตราสินค้านั้นๆ ให้ชัดเจนมากขึ้น

การศึกษายังสรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ยังคงลักษณะโลโก้หรือตราสัญลักษณ์ของข้าวช่อง 7 ไว้ เนื่องจากผู้ชมสามารถจดจำโลโก้ได้แล้ว (ตะวัน

เชียววิจิตร, 2558) เช่นเดียวกับเพลงนำเข้ารายการ (Jingle) ที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมโลดี้ และไม่เปลี่ยนสโลแกนคำว่า ‘ช่อง 7 สี ทิวเพื่อคุณ’ เพียงแต่อาจเพิ่มจังหวะ ความเร็ว หรือเสียงวงดนตรี เพื่อสะท้อนหน้าที่และตำแหน่งตราสินค้าว่าเป็นโทรทัศน์ของคนทั้งประเทศ (สมโภชน์ ไตรรักษา, 2558)

อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวอีก 2 ประการที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การใช้ภาษาที่เน้นความถูกต้อง ทั้งการอ่านออกเสียงและการเขียนชัดเจน กระชับ โดยมีหน่วยงานกลางที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลการอ่านการเขียนให้ถูกต้อง มีการปรับเงินผู้อ่านข่าวที่อ่านผิด สะท้อนอัตลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ความเป็นผู้ใหญ่ (ศศิญา วิมุตตานนท์, 2558) ส่วนเนื้อหาข่าวยังมีความเป็นชาวบ้าน อนุรักษ์นิยม เน้นการนำเสนอเรื่องราวของคนส่วนใหญ่ เน้นตลาดล่าง ประเด็นต้องเข้าถึงชาวบ้าน มีความหลากหลายของท้องถิ่น (ภัชภิชา วงศ์สงวน, 2558)

2) ส่วนขยายอัตลักษณ์ด้านภาพ เสียง และพฤติกรรม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้นั้นพบว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีการเปลี่ยนแปลงรายการข่าว เป็นผลมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่ให้ความคมชัดด้านภาพและเสียงมากขึ้นเข้ากับยุคที่ผู้ชมมีความต้องการที่หลากหลายรวดเร็ว เข้าใจง่าย และน่าสนใจ การนำเสนอรายการข่าวจึงนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ได้แก่ การใช้ภาพเสมือนจริงและภาพกราฟิกมาใช้แทนฉากไม้ โดยหัวหน้าแผนกอวูโสให้สัมภาษณ์ไว้ว่า (ตะวัน เชียววิจิตร, 2558) มีการใช้สี ผสมสี เทคโนโลยีสมัยใหม่ ใช้เทคนิคมัลติสตูดิโอ ใช้ฉากได้หลายมุม มีความลึก สว่าง เสมือนจริง แต่ยังคุมโทนให้มีความเป็นทางการ น่าเชื่อถือ และสุภาพ

นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข่าว ที่เน้นบุคลิกภาพกระฉับกระเฉง รายการเล่าข่าวได้รับความนิยมมากขึ้น เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกผ่อนคลาย (กฤษณะ อนุชน, 2558) แต่ยังคงเน้นการนำเสนอตรงไปตรงมา ใช้ภาษาถูกต้อง ไม่ใส่ความคิดเห็น และหากเป็นการรายงานข่าว ผู้ประกาศข่าวยังต้องอ่านตามบทข่าว

หากเป็นการเล่าข่าว ไม่ให้ใช้ภาษาแสดงหรือหยอกล้อ เป็นกันเองมากไป (ภัชชิชา วงศ์สงวน, 2558)

ด้านการแต่งกายของผู้ประกาศข่าว รวมถึง นักข่าวภาคสนาม ไม่ได้มีการกำหนดรูปแบบการแต่งกาย แต่เน้นว่าการแต่งกายต้องสะท้อนบุคลิกภาพของช่อง คือ ความสุภาพ น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงแข จิตตางกูร และสราวุธ อนันตชาติ (2553) ที่พบว่า การแต่งกายของผู้ประกาศช่อง 7 อยู่ในกลุ่มบุคลิกภาพ แบบเคร่งขรึม อย่างไรก็ตามผู้ดูแลเครื่องแต่งกายให้สัมภาษณ์ไว้ว่า (ตฤณ คงปฎิมาปรกร, 2558) เมื่อระบบ ออกอากาศเปลี่ยนไป ภาพมีความคมชัดมากขึ้น การตัดเย็บ และเนื้อผ้าต้องละเอียด มีการใส่แพชั่นเข้ามาในการแต่งตัว แต่งกายได้หลากหลายขึ้น ใส่แขนกุดได้ ทั้งนี้ต้องสะท้อน บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ดูดี และความมั่นใจของผู้ใส่

ในแง่บุคลิกภาพผู้ประกาศข่าว สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ยังเน้นความเป็นมิตร น่าเชื่อถือ สุภาพ เน้นอนุรักษ์ความเป็นไทย ดูเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งสะท้อน แก่นอัตลักษณ์ของช่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของวรุต ศรีสมัย (2545) ที่พบว่าบุคลิกของผู้ประกาศข่าวช่อง 7 จะเรียบร้อย มีความเป็นไทย ดูดี พุดจาและอ่านออกเสียง ชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงแข จิตตางกูร และสราวุธ อนันตชาติ (2553) ที่พบว่า บุคลิกภาพ ผู้ประกาศข่าวช่อง 7 ดูเป็นผู้ใหญ่ จริงจัง น่าเชื่อถือและเป็นสาเหตุที่ทำให้รายการข่าวมีความเคร่งขรึมมาก

แต่เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล ช่องก็ได้เพิ่มความกระฉับ

กระฉับ มีการใช้ผู้ประกาศที่อายุน้อยเข้ามาดำเนินรายการ และอ่านข่าว รวมทั้งให้ผู้ประกาศข่าวนำเสนอข่าวร่วมกับ เทคนิคพิเศษภาพเสมือนจริง (กฤษณะ อนุชน, 2558) แต่ผู้ประกาศข่าวต้องเข้าถึงคนดู เป็นมิตร ไม่ดูหุนหัน สะท้อนบุคลิกรายการ น่าเชื่อถือ และดูสุภาพ (ภัชชิชา วงศ์สงวน, 2558) ซึ่งเป็นการสะท้อนแก่นอัตลักษณ์ของ สถานีข่าวช่อง 7 นั่นเอง

หากเปรียบสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เสมือนตราสินค้า จะพบว่า แก่นเอกลักษณ์ที่ช่องวาง ตำแหน่งไว้และยังคงรักษาอยู่ คือ ความเป็นผู้ใหญ่ที่น่า เชื่อถือ เป็นภรรยาที่เข้ากับชาวบ้านได้ แม้จะมีการปรับ ส่วนขยายอัตลักษณ์หลายประการ ไม่ว่าจะเป็นโทนสี เสียงดนตรี กราฟฟิก ฉาก การนำเสนอข่าวด้วยภาพ เสมือนจริง การแต่งกาย นำการเล่าข่าวเข้ามาผสมผสาน ใช้คนข่าวรุ่นใหม่ นำข่าวหุ้น ข่าวไอทีมาเสนอ ตามลักษณะ ยุคเทคโนโลยี 4จี การปรับเปลี่ยนส่วนขยายอัตลักษณ์ อยู่บนรากฐานและสะท้อนอัตลักษณ์หลัก สามารถบ่งชี้ ให้ผู้รับชมทราบถึงตราสินค้าและคำมั่นสัญญาที่ชัดเจน จากช่องอื่น ทำให้ผู้บริโภคจดจำและเลือกรับชมต่อไป สอดคล้องกับที่บุริม โอทกานนท์ (2552) กล่าวถึงการ สร้างอัตลักษณ์ไว้ว่า แก่นของแบรนด์ (core identity) และส่วนขยายของแบรนด์ (extended identity) เป็น ส่วนประกอบร่วมกันที่ทำให้เกิดความเป็นลักษณะเฉพาะ ที่เป็นตัวของตัวเอง แตกต่างจากตราสินค้า หรือแบรนด์ อื่นๆ แม้จะเป็นสินค้าหรือบริการแบบเดียวกันกับคู่แข่ง

References

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brand*. New York: The free Press. Cited in Thongsing, B. (2011). *Consumer Perception towards Brand Value through Brand Identity on Shopping Bags*. Master of Business Administration, Chiang Mai University. [in Thai]
- Anuchon, K. (2015, December 10). *Interview*. Deputy News Manager. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Chamchumrat, N. (2015, December 2). *Interview*. Crime News Editor. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]

- Fuengtongdang, A. (2015, December 2). *Interview*. News Anchor. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Intage (Thailand). (2014). *Consumer Rating News Channel*. Retrieved August 15, 2016, from <https://www.marketingoops.com/reports/metrix/rating-news-channel/> [in Thai]
- Jittangsoon, D. & Anantachart, S. (2010). Television News Program Brand Personality. *Journal of Public Relations and Advertising*, 3(2), 158-177. [in Thai]
- Kheovijit, T. (2015, December 9). *Interview*. Senior Head, News Producer and News Reporter. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- King-aroonchai, K. (2015, November 29). *Interview*. News Executive Editor. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Kongpatimapakorn, T. (2015, December 9). *Interview*. News Anchor Costume Person. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Kuljitjuewong, S. (2015). TV Program in the Digital Age. *Panyapiwat Journal*, 7(2), 245-257. [in Thai]
- Moungkaew, C. (2015). *The Identity of Channel 7's News Program*. Master of Communication Arts, University of Thai Chamber of Commerce. [in Thai]
- Ngamkhaw, A. (2015, December 3). *Interview*. Assistant to Head TV News Cameraman. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Otakanon, B. (2009). *Brand Identity*. Retrieved October 17, 2015, from http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/index.php?option=com_content&view=article&id=337:-brand-identity&catid=1:mk-articles&Itemid=11 [in Thai]
- Raroengjai, P. (2015, December 3). *Interview*. News Program Producer. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Srisamai, V. (2002). *Brand Image of Television Stations in Thailand*. Master of Communication Arts, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Sunkatanyu, S. (2015, December 3). *Interview*. TV Cameraman. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Thailand Rating Agency. (2016). *TV Digital Rating*. Retrieved October 10, 2016 from <http://www.rating.in.th/%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%89%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5-%E0%B8%8A%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87/>
- Thansettakij. (2016). *Digital Television Rating, April 2016 by AGB Neilson Media Research (Thailand)*. Retrieved August 4, 2016, from <http://www.thansettakij.com/wp-content/uploads/2016/05/aaaMP17-3154-A.jpg> [in Thai]

- Thongsing, B. (2011). *Consumer Perception towards Brand Value through Brand Identity on Shopping Bags*. Master of Business Administration, Chiang Mai University. [in Thai]
- Toraksa, S. (2015, December 2). *Interview*. Political News Senior Assistant Editor. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Wikipedia. (n.d.). *Digital Television in Thailand*. Retrieved August 5, 2016, from <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2> [in Thai]
- Wimuttanon, S. (2015, December 12). *Interview*. News Anchor. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Wongsanguan, P. (2015, December 9). *Interview*. News Vice Editor. The Royal Thai Army Television Channel 7. [in Thai]
- Work Point Entertainment. (2012). *Annual Report*. Retrieved August 15, 2016, from <http://worklistedcompany.com/misc/AR/20130520-WORK-AR2012-TH-01.pdf> [in Thai]
- Work Point Entertainment. (2015). *Annual Report*. Retrieved August 1, 2016, from <http://worklistedcompany.com/misc/AR/20160407-work-ar2015-th.pdf> [in Thai]



Name and Surname: Kanyika Shaw

Highest Education: Communication Studies, Ph.D. Leicester University, UK.

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Convergence Journalism

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Churarat Mounkaew

Highest Education: M.A. Communication Arts, University of Thai Chamber of Commerce

University or Agency: The Royal Thai Army Television Channel 7

Field of Expertise: Reporter

Address: 126/1 Viphavadi-Rangsit Rd., Dindang, Bangkok 10400

ระบบการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติสำหรับสถาบันการศึกษาแห่งองค์กรธุรกิจ

THE NATIONAL ACADEMIC CONFERENCE MANAGEMENT SYSTEM FOR A CORPORATE UNIVERSITY

ศรัณย์ สาวะดี¹ และดัชกรณ์ ตันเจริญ²

Sarun Sawadee¹ and Datchakorn Tancharoen²

^{1,2}คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Engineering and Technology, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาตินั้นมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการเปิดโอกาสให้นักวิจัย อาจารย์ และนักศึกษาที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน สามารถมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านงานวิจัยหรือด้านงานวิชาการ ปัจจุบันสถาบันการศึกษาต่างๆ จะจัดงานประชุมวิชาการเป็นประจำทุกปี โดยจะมีการกำหนดหัวข้อประเภทยานววิจัย ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าร่วมนำเสนอผลงานหรือเข้าร่วมรับฟังการนำเสนอผลงาน ทั้งนี้ ปริมาณจำนวน บทความที่ส่งเข้าร่วมนำเสนอผลงานมีปริมาณมากขึ้น ทำให้การบริหารจัดการบทความของผู้จัดงานประชุมวิชาการ มีความยุ่งยากในการดำเนินการ เพราะเมื่อบทความที่ร่วมส่งมีปริมาณมากขึ้น ปริมาณการส่งบทความไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาบทความนั้นก็มีปริมาณมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งการส่งบทความไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในรูปแบบทางไปรษณีย์ทำให้มีความล่าช้าในการดำเนินการ เพราะต้องรอผลการพิจารณาผลงานที่ผู้ทรงคุณวุฒิจะส่งกลับมา อีกทั้งยังต้องรวบรวม คะแนนผลการพิจารณาบทความของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่าน เพื่อนำมาสรุปผลของการพิจารณาบทความว่าผ่านเกณฑ์ การพิจารณาให้สามารถเข้าร่วมนำเสนอผลงานได้หรือไม่ ดังนั้นงานวิจัยนี้จะเสนอระบบการจัดการงานประชุมวิชาการ สำหรับสถาบันแห่งองค์กรธุรกิจ โดยเป็นระบบที่มามีช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการตั้งแต่ขั้นตอนการลงทะเบียน เข้าร่วมนำเสนอผลงานจนถึงการสรุปผลการพิจารณาบทความ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการ ให้สะดวกรวดเร็วกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และทำให้การจัดการงานประชุมวิชาการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยระบบดังกล่าว พัฒนาด้วยเทคโนโลยีในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานสามารถบริหารจัดการงานประชุมวิชาการผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยสามารถใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือที่มีโปรแกรมใช้งาน เว็บไซด์ได้ และผู้วิจัยได้ทำการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ โดยมีการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งาน ระบบตามมาตรฐานของ ISO/IEC 9126

คำสำคัญ: การประชุมวิชาการระดับชาติ ระบบการจัดการงานประชุม สถาบันการศึกษาแห่งองค์กรธุรกิจ

Abstract

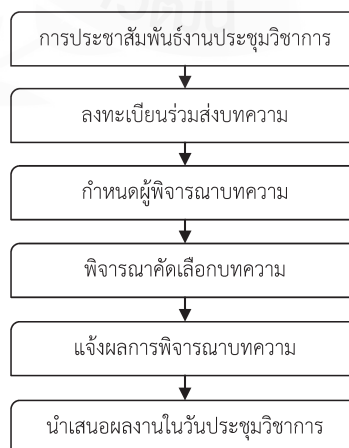
The national academic conference plays an important role to give the opportunity for researchers, lecturers and students who have the same interest to exchange their ideas towards the academic and research aspects. Currently, there are many conferences which are held by the public and private universities. Each academic conference is announced for the participants to attend the conference and present their articles. Due to the excessive number of presentations, the difficulties during the management process have been raised. As the article needs to be reviewed by honorable judges, it takes some times during this process. In order to work efficiently, this paper presents the conference management system for a corporate university. There are many steps for the management system process including registration process until summarization process. This system is developed as a web application. The users can work on this system everywhere via the internet using personal computer or mobile phone. The system is evaluated by the satisfaction level following the ISO/IEC 9126 standard.

Keywords: National Academic Conference, Conference Management System, Corporate University

บทนำ

สถาบันการศึกษาแห่งองค์กรธุรกิจ หมายถึง สถาบันการศึกษาที่จัดตั้งโดยองค์กรธุรกิจ โดยที่มีการพัฒนาอ้างอิงหลักสูตรต้นแบบจากประเทศเยอรมัน ซึ่งมีแนวทางการศึกษาที่ให้การเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงาน (Work-based Education) ร่วมกับบริษัทพันธมิตรชั้นนำ โดยมีวิธีการเรียนการสอนเพื่อให้นักศึกษาสามารถค้นพบตัวเองตั้งแต่วัยเรียนและก้าวสู่การเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ โดยสถาบันการศึกษาแห่งองค์กรธุรกิจดังกล่าวจะมีการจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติขึ้นในทุกๆ ปี และมีการให้ผู้วิจัยสามารถร่วมส่งผลงานเข้าร่วม โดยมีรูปแบบการนำเสนอทั้งในแบบการนำเสนอด้วยวาจา (Oral Presentation) และการนำเสนอด้วยโปสเตอร์ (Poster Presentation) ซึ่งการจัดงานประชุมวิชาการล้วนมีบทบาทสำคัญเพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถหรือความสนใจในเรื่องเดียวกันสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านงานวิจัยที่สนใจ ระหว่างผู้นำเสนอผลงานกับผู้เข้าร่วมรับฟังงานประชุมวิชาการ เพื่อเป็นการนำไปสู่ความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมและการเพิ่มขึ้น

ของงานวิจัยที่ได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น โดยขั้นตอนและองค์ประกอบในการจัดงานมีหลายส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากเดิมขั้นตอนการทำงานเหล่านี้ใช้จำนวนคนค่อนข้างมากประกอบไปด้วย ประธานคณะกรรมการผู้ตรวจพิจารณาผลงาน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้เขียน (Huang, Feng & Desai, 2008) และขั้นตอนของการจัดงานประชุมวิชาการ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการจัดงานประชุมวิชาการ

กระบวนการโดยทั่วไปของการจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ เริ่มจากการส่งบทความของผู้เขียน การส่งบทความให้ผู้พิจารณาบทความ การพิจารณาบทความ การส่งเอกสารบทความที่แก้ไข การแจ้งผลการพิจารณาของบทความให้ผู้เขียน เป็นต้น (Noimanee & Limpiyakom, 2009) จากขั้นตอนการดำเนินการที่มีความซับซ้อนของการจัดการประชุมส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจในกลุ่มของผู้จัดงานประชุม (Daimi & Li, n.d.) เช่น การประชาสัมพันธ์กำหนดการจัดงานประชุมวิชาการไม่ทั่วถึง การคัดเลือกบทความไม่เหมาะสมและตรงกับความรู้ของผู้พิจารณาบทความ (Kalmukov, 2011) ทำให้เกิดความผิดพลาดในการมอบหมายบทความหรือปริมาณบทความที่มอบหมายพิจารณาบทความของผู้ทรงคุณวุฒิไม่เหมาะสม ส่งผลทำให้เกิดความล่าช้าในการพิจารณาบทความ ปัญหาบทความวิจัยถูกส่งมาจากทั่วโลกและมีจำนวนค่อนข้างมาก อาจทำให้เกิดความล่าช้าและการสูญหายในการจัดส่งบทความได้ รวมถึงการส่งบทความไปยังผู้พิจารณาบทความซึ่งมาจากหลากหลายองค์กร ทำให้เกิดความยุ่งยากในการกระจายบทความวิจัย การติดตามผลการพิจารณา เพื่อให้เข้าสู่กระบวนการคัดเลือกบทความวิจัยได้ทันตามกำหนดการ

ปัจจุบันระบบเทคโนโลยีเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลือการดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาคธุรกิจหรือภาคการศึกษา ซึ่งช่วยให้แต่ละองค์กรสามารถเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ การค้นคว้าข้อมูล รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือบริการขององค์กรได้ง่าย ทั้งนี้ยังช่วยลดระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินงานต่างๆ ได้ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้งานกับการจัดงานประชุมวิชาการได้ เช่น การใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีของเว็บแอปพลิเคชันในการออกแบบระบบ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งานระบบให้สามารถใช้งานได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา ที่มีสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยให้สามารถใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์จึงทำให้ใช้งานได้กับอุปกรณ์หลากหลาย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว เครื่องคอมพิวเตอร์พกพา

และอุปกรณ์สื่อสารโดยไม่ขึ้นกับระบบปฏิบัติการ (Operating System) ต่อมาจึงได้มีการพัฒนาระบบการจัดการประชุมวิชาการในรูปแบบของระบบออนไลน์ ที่ใช้งานได้ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น EasyChair EDAS ConfTool และ OpenConf เป็นต้น ซึ่งระบบดังกล่าวเป็นระบบที่เข้ามาช่วยบริหารจัดการงานประชุมวิชาการให้ผู้บริหารสามารถจัดการงานประชุมวิชาการได้ง่ายขึ้น โดยมาช่วยในขั้นตอนของการรับบทความวิจัย การมอบหมายบทความให้ผู้พิจารณาบทความ เป็นต้น ระบบเหล่านี้ช่วยสร้างความสะดวกมากยิ่งขึ้น และในขั้นตอนของการคัดเลือกผลงานนั้นปัจจุบันผู้พิจารณาบทความจะต้องเป็นผู้กำหนดอีกครั้งว่าบทความที่ตนเองได้ทำการพิจารณานั้นสมควรได้รับการพิจารณาให้สามารถเข้าร่วมนำเสนอผลงานหรือต้องทำการปรับแก้ไขก่อนอีกครั้งหรือไม่ควรให้นำเสนอผลงาน และถ้ามีการกำหนดผู้พิจารณามากกว่า 1 คนต่อ 1 บทความนั้น ผู้ดำเนินการประชุมวิชาการจะต้องทำการรวบรวมคะแนนและทำการพิจารณาผลคะแนนอีกครั้งว่าบทความนั้นควรได้รับการนำเสนอหรือไม่

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนากระบวนการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติในส่วนของการพิจารณาประเมินบทความของผู้พิจารณาบทความและส่วนขั้นตอนในการช่วยตัดสินใจคัดเลือกผลงานที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการบริหารจัดการการประชุมวิชาการ เพื่อช่วยลดภาระในการรวบรวมคะแนนจากการพิจารณาบทความของผู้พิจารณาบทความแต่ละท่าน และสามารถสรุปรายการบทความที่ได้ผ่านการพิจารณาที่เห็นสมควรได้รับการนำเสนอในงานประชุมวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบของแบบประเมินที่เหมาะสมในการนำมาเป็นแบบฟอร์มในการประเมินผลงานของผู้พิจารณาผลงาน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการคำนวณที่เหมาะสมหลังจากได้ผลการประเมินผลงานจากผู้พิจารณาผลงาน

3. เพื่ออำนวยความสะดวกในการตัดสินใจคัดเลือกบทความให้กับคณะกรรมการบริหารการจัดการประชุมวิชาการ

บททวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้คัดเลือกวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการงานประชุมวิชาการ เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของระบบการจัดการงานประชุมที่อยู่ในปัจจุบัน รวมถึงศึกษาฟังก์ชันการทำงานของแต่ละระบบว่ามีกระบวนการทำงานอย่างไร บทวิเคราะห์ของวรรณกรรมได้ถูกสรุปไว้ ดังนี้

จากผลงานวิจัยเรื่อง A Framework for Conference Management System เขียนโดย Gupta, Gupta & Sawhney (2013) กล่าวว่าไว้ว่า ระบบการจัดการงานประชุมเป็นระบบที่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติ แต่เดิมการจัดการประชุมวิชาการมีความซับซ้อนและใช้ระยะเวลาในการดำเนินการนานมาก และในช่วงกลางปี 1990 มีการใช้งานระบบอีเมลแทนการส่งบทความทางไปรษณีย์หรือโทรสาร จนกระทั่งระบบการจัดการประชุมที่หลายๆ มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยใช้งานนั้นเป็นระบบเปิดที่ใช้ผ่านเว็บ ซึ่งยังคงใช้เวลานานในการดำเนินการด้านเอกสาร โดยผู้เขียนบทความแบ่งระดับของผู้ใช้งานระบบออกเป็น 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มผู้บริหารการประชุมซึ่งมีหน้าที่ในการประกาศรับบทความ มอบหมายบทความ สรุปผลการพิจารณาบทความ
- 2) กลุ่มผู้พิจารณาบทความซึ่งมีหน้าที่ในการพิจารณาบทความตามที่ได้รับมอบหมาย
- 3) กลุ่มผู้เขียนบทความซึ่งมีหน้าที่ในการนำเสนอบทความและลงทะเบียนนำเสนอ
- 4) กลุ่มผู้ร่วมงานซึ่งมีหน้าที่ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน โดยไม่มีการนำเสนอผลงาน

จากผลงานวิจัย Web-base Conference Management System for Higher Learning Institutions

เขียนโดย Ahmad, Abdullah & Zeki (2012) นำเสนอการศึกษาเกี่ยวกับระบบการจัดการงานประชุมวิชาการออนไลน์ เพื่อค้นหาวิธีการที่ง่ายในการจัดการ ระบบจะถูกสร้างขึ้นโดยเฉพาะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการเกี่ยวกับขั้นตอนการส่งบทความให้สอดคล้องกับขั้นตอนการจัดการประชุมวิชาการ โดยบทความนี้ไม่ได้มุ่งเน้นในการพัฒนาระบบ แต่เป็นการรวบรวมข้อมูลการทำงานของระบบในปัจจุบันมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และออกแบบระบบการจัดการประชุมวิชาการที่ตอบสนองการปฏิบัติ

จากผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสำรวจฟังก์ชันทำงานของระบบการจัดการงานประชุมวิชาการ โดยสำรวจระบบที่ให้บริการจำนวน 5 ระบบ คือ EDAS Confious OpenConf ConfTool และ PaperDyne ซึ่งได้มีการสำรวจใน 7 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านระบบ
- 2) ด้านการประชุม
- 3) ด้านคณะกรรมการด้านเทคนิค
- 4) ด้านการพิจารณา
- 5) ด้านบทความ
- 6) ด้านรายงาน
- 7) ด้านการแจ้งเตือน

ผลจากการสำรวจในแต่ละหัวข้อนั้น พบว่า ระบบ EDAS มีความสมบูรณ์ของฟังก์ชันใช้งานระบบมากที่สุด ทั้งในส่วนของการจัดการผู้ใช้งาน การมอบหมายงาน การแจ้งเตือน แต่ในหัวข้อของรายงานนั้นทุกๆ ระบบสามารถทำได้เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ระบบยังมีคุณสมบัติและได้รับความนิยมมากที่สุด โดยในปี 2006 ระบบ EDAS มีบทความมากกว่า 70,000 บทความ ในจำนวนการจัดการประชุม 660 ครั้ง และจากการสำรวจพบว่าระบบการจัดการงานประชุมวิชาการยังขาดในส่วนของการชมสดผ่านวิดีโอสำหรับผู้ที่ไม่สามารถมานำเสนอได้ (Madhur, Tribhuwan & Sandeep, 2010)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการประชุมวิชาการ ตั้งแต่การประชุมวิชาการในระดับประเทศจนถึง

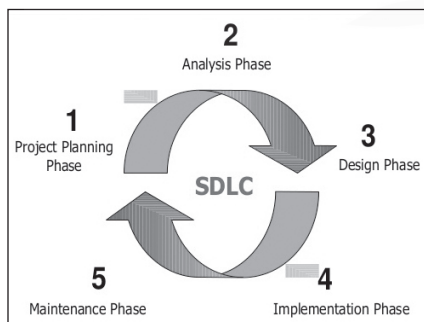
ระดับนานาชาติ เพื่อศึกษาในส่วนข้อมูลและขั้นตอนในการดำเนินการของระบบการจัดการประชุมวิชาการ โดยเว็บไซต์ในระดับประเทศ เริ่มจากตัวอย่างเว็บไซต์สมาคมวิชาการไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ โทรคมนาคม และสารสนเทศ และตัวอย่างเว็บไซต์การประชุมวิชาการของสมาคมวิชาการประจำปี 2016 ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เว็บไซต์การประชุมวิชาการ
ของสมาคมวิชาการ

วิธีการวิจัย

การพัฒนาระบบของผู้วิจัยใช้วิธีการพัฒนาระบบที่เรียกว่า วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle หรือตัวย่อ SDLC) ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 วงจรการพัฒนาระบบ (System
Development Life Cycle: SDLC)

วงจรการพัฒนาระบบมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผนระบบ (Planning) หรือการสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Investigation) เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการพัฒนาระบบ โดยการสำรวจหาปัญหาและความต้องการที่เกิดขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลในการตัดสินใจในการพัฒนาระบบ

2. การวิเคราะห์ระบบ (Analysis) หรือการวิเคราะห์ความต้องการ (Requirement Analysis) จะเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการดำเนินการหลังจากการสำรวจปัญหาและความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบ

3. การออกแบบระบบ (Design) ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำข้อมูลจากการศึกษามาทำการออกแบบส่วนต่างๆ ของระบบใหม่ ตั้งแต่ขั้นตอนของการแสดงผลลัพธ์ การกรอกข้อมูล การเก็บรักษา การปฏิบัติงาน รวมถึงบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับระบบใหม่

4. การปรับใช้ระบบ (Implementation) หรือการจัดหาระบบ (Acquisition) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก คือ การพัฒนาระบบ การทดสอบ และการติดตั้ง

5. การบำรุงรักษาระบบ (Maintenance) เป็นขั้นตอนการทำงานตามแผนและกฎเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ หรือเพิ่มเติมลักษณะการทำงานใหม่ที่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของระบบ

โดยผู้วิจัยได้นำหลักการของวงจรการพัฒนาระบบข้างต้นมาใช้ในการพัฒนาระบบการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติ ซึ่งมีขั้นตอนในการพัฒนาระบบดังต่อไปนี้

1. การสำรวจระบบการจัดการงานประชุมวิชาการที่มีอยู่ในปัจจุบันและจัดเก็บความต้องการเพิ่มเติมกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดการงานประชุมวิชาการ โดยมีแบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับงานประชุมวิชาการดังต่อไปนี้

1.1 แบบฟอร์มลงทะเบียนเพื่อส่งบทความเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ

1.2 แบบฟอร์มพิจารณาบทความสำหรับผู้พิจารณาบทความ

2. การสำรวจขั้นตอนการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการจัดการงานประชุมวิชาการกับหน่วยงาน พบว่า มีระบบที่ควรต้องมีการแจ้งเตือน ดังต่อไปนี้

2.1 แจ้งผู้จัดการงานรับทราบถึงบทความที่ลงทะเบียนเข้าร่วม

2.2 แจ้งผู้พิจารณาบทความรับทราบถึงบทความที่ได้รับมอบหมายพิจารณา

2.3 แจ้งผู้จัดการงานรับทราบถึงผลของการพิจารณาบทความ เพื่อแจ้งให้ผู้เขียนรับทราบต่อไป

2.4 แจ้งผู้เขียนบทความรับทราบถึงผลสรุปของการพิจารณาบทความ

3. การสำรวจรูปแบบของแบบฟอร์มการพิจารณาบทความของผู้พิจารณาบทความของหน่วยงานที่รับผิดชอบจัดงานประชุมวิชาการ ซึ่งจากการสำรวจได้พบว่า แบบฟอร์มของงานวิจัยมีรูปแบบดังต่อไปนี้

3.1 แบบฟอร์มการพิจารณาบทความรูปแบบบันทึกรายละเอียดผลการพิจารณาและเลือกผลการประเมิน คือ ผ่าน ผ่านแบบมีเงื่อนไข และไม่ผ่าน

3.2 แบบฟอร์มการพิจารณาบทความรูปแบบตารางการพิจารณาบทความและแสดงเกณฑ์ผลคะแนนของการพิจารณาบทความ เพื่อให้สามารถเลือกผลการประเมินได้ คือ ผ่าน ผ่านแบบมีเงื่อนไข และไม่ผ่าน

4. ออกแบบระบบและฐานข้อมูลของระบบการจัดการงานประชุมวิชาการให้รองรับการทำงานทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

5. ออกแบบหน้าการลงทะเบียนส่งบทความเข้าร่วมงานประชุมวิชาการ โดยจะมีส่วนให้กรอกข้อมูลประเภทการนำเสนอ บทความ ชื่อบทความภาษาไทย ชื่อบทความภาษาอังกฤษ หัวข้อที่นำเสนอ รายละเอียดของบทความ คำสำคัญ บทคัดย่อ และแนบเอกสารบทความได้ ดังภาพที่ 4

6. ออกแบบหน้าแบบฟอร์มการพิจารณาบทความ โดยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์และนำมาออกแบบ โดยรูปแบบข้อความในการประเมินบทความจากที่ได้สำรวจ ดังต่อไปนี้

6.1 ด้านความใหม่ของแนวคิด ทฤษฎี การประยุกต์

6.2 ด้านความชัดเจนของปัญหาและวัตถุประสงค์ของงาน

6.3 ผลที่ได้ การวิเคราะห์ และสรุป

6.4 ด้านความสำคัญของงาน

6.5 ด้านความถูกต้องทางวิชาการ

6.6 ด้านการนำเสนอบทความ

6.7 ด้านการอ้างอิงผลงานวิจัย วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

รวมถึงยังคงมีส่วนที่ให้ผู้พิจารณาบทความ สามารถกรอกข้อเสนอแนะของแต่ละส่วนในบทความ ทั้งในส่วนของการขอบทความ บทคัดย่อ บทนำ บททวนวรรณกรรม วิธีการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย เอกสารอ้างอิง และสามารถอัปโหลดเอกสารที่มีการพิจารณาได้

7. วิเคราะห์ช่วงของคะแนนจากการพิจารณา เพื่อช่วยผู้พิจารณาบทความในการตัดสินผลการพิจารณาบทความในครั้งนั้น โดยมีการแบ่งช่วงคะแนนดังต่อไปนี้ ดังภาพที่ 5

7.1 ช่วงคะแนนระหว่าง 29-35 รับบทความโดยไม่ต้องมีการแก้ไข

7.2 ช่วงคะแนนระหว่าง 22-28 รับบทความโดยมีการแก้ไขเล็กน้อยและไม่ต้องส่งพิจารณาอีกครั้ง

7.3 ช่วงคะแนนระหว่าง 15-21 รับบทความโดยมีการแก้ไขส่วนใหญ่และต้องส่งพิจารณาอีกครั้ง

7.4 ช่วงคะแนนระหว่าง 0-14 ปฏิเสธการรับบทความ

Paper Submission

(ร่าง) บทความ / Draft Paper

แบบฟอร์มเสนอบทความ / Paper Submission Form

งานประชุมวิชาการ / Conference

กรุณาเลือก / Choose

ประเภทการนำเสนอ / Submission Type

- ☐ แบบบรรยาย (Oral Presentation)
- ☐ แบบโปสเตอร์ (Poster Presentation)

ชื่อบทความ (ไทย) / Paper Name (Thai)

ชื่อบทความ (ไทย) / Paper Name (Thai)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) / Paper Name (Eng)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) / Paper Name (Eng)

หัวข้อที่ต้องการนำเสนอ / Topic Area

- ☐ การจัดการธุรกิจอาหาร / Food Business Management
- ☐ นวัตกรรมจัดการเกษตร / Innovative Agricultural Management
- ☐ นิเทศศาสตร์ / Communication Arts
- ☐ บริหารธุรกิจ / Business Administrator
- ☐ วิทยาการจัดการ / Management Sciences
- ☐ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี / Engineering and Technology
- ☐ ศิลปศาสตร์ / Liberal Arts
- ☐ ศึกษาศาสตร์ / Education
- ☐ อุตสาหกรรมการเกษตร / Agro Industry
- ☐ อื่นๆ / Other

❗ To help match submissions to reviewers and sessions, please select the area most applicable to your submission.

รายละเอียดบทความ / Paper Detail

คำสำคัญ / Keywords

คำสำคัญ / Keywords

บทคัดย่อ / Abstract

บทคัดย่อ / Abstract

ความคิดเห็นเพิ่มเติม / Comments

ความคิดเห็นเพิ่มเติม / Comments

❗ Please check over your entries, making sure everything is filled out. When ready, click on the  บันทึกบทความ / Save Paper button below once.

 บันทึกบทความ / Save Paper

 ส่งบทความ / Send Paper

 ย้อนกลับ / Back Page

ภาพที่ 4 หน้าลงทะเบียนส่งบทความ

แบบฟอร์มประเมินผลการพิจารณาความ

#	หัวข้อ	ระดับคะแนน					ข้อเสนอแนะ
		1	2	3	4	5	
1	ความใหม่ของแนวคิด ทฤษฎี การประยุกต์	☐	☐	☐	☐	☐	
2	ความชัดเจนของปัญหาและวัตถุประสงค์ของงาน	☐	☐	☐	☐	☐	
3	ผลที่ได้ การวิเคราะห์ และสรุป	☐	☐	☐	☐	☐	
4	ความสำคัญของงาน	☐	☐	☐	☐	☐	
5	ความถูกต้องทางวิชาการ	☐	☐	☐	☐	☐	
6	การนำเสนอความ	☐	☐	☐	☐	☐	
7	การอ้างอิงงานวิจัย วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	☐	☐	☐	☐	☐	

เกณฑ์การประเมินผลการพิจารณาความ
 ช่วงคะแนนระหว่าง 29-35 รับบทความโดยไม่ต้องมีการแก้ไข
 ช่วงคะแนนระหว่าง 22-28 รับบทความโดยมีการแก้ไขเพียงเล็กน้อยและไม่ต้องส่งพิจารณา
 ช่วงคะแนนระหว่าง 15-21 รับบทความโดยมีการแก้ไขและต้องส่งพิจารณาอีกครั้ง
 ช่วงคะแนนระหว่าง 0-14 ปฏิเสธการรับบทความ

สรุปผลการพิจารณาความ

- ผ่านการพิจารณา รับบทความโดยไม่ต้องมีการแก้ไข
- ผ่านการพิจารณา รับบทความโดยมีการแก้ไขเพียงเล็กน้อยและไม่ต้องส่งพิจารณา
- ผ่านการพิจารณา รับบทความโดยมีการแก้ไขและต้องส่งพิจารณาอีกครั้ง
- ไม่ผ่านการพิจารณา ปฏิเสธการรับบทความ

ภาพที่ 5 แบบประเมินบทความและเกณฑ์การประเมินผลการพิจารณาความ

8. ออกแบบการคำนวณผลการพิจารณาบทความ
 ในกรณีการพิจารณาบทความมีมากกว่า 1 ท่าน โดยใช้
 การคำนวณอย่างง่าย เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการ
 ตอรับบทความของคณะกรรมการบริหารการจัดการ
 งานประชุมวิชาการ โดยมีสมการในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{ผลการตอบรับ} = (\text{คะแนนรวมของ } R_1 + \text{คะแนนรวมของ } R_2 + \dots + \text{คะแนนรวมของ } R_n) / \text{จำนวน } n$$

โดย R_n คือ คะแนนรวมของผู้พิจารณาแต่ละท่าน
 และ n คือ จำนวนผู้พิจารณาผลงานวิจัย

9. ขั้นตอนการทดสอบระบบงาน โดยแบ่งการทดสอบ
 ย่อย ดังต่อไปนี้

9.1 ขั้นตอน Unit Testing คือ จะทำการทดสอบ

ส่วนของฟังก์ชันการทำงานย่อยๆ ของระบบที่ได้ทำการ
 ออกแบบไว้

9.2 ขั้นตอน Sub Function Testing คือ จะทำ
 การทดสอบส่วนของฟังก์ชันการทำงานหลักของระบบ

9.3 ขั้นตอน System Testing คือ จะทำการ
 ทดสอบภาพรวมของการทำงานทั้งหมด

9.4 ขั้นตอน User Acceptance คือ จะให้
 ผู้ใช้งานมาทำการทดสอบการทำงานของระบบทั้งหมด
 ตั้งแต่ขั้นตอนการลงทะเบียนจนถึงขั้นตอนการประเมิน
 ผลการพิจารณาผลงาน

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาระบบทั้งส่วนของ
 เว็บไซต์และระบบการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติ
 ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 เว็บไซต์งานประชุมวิชาการระดับชาติ

ผลการวิจัย

สำหรับแบบประเมินด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบการจัดการงานประชุมวิชาการโดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ตารางจำนวนร้อยละเพศของผู้ตอบแบบประเมิน

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	18	45
หญิง	22	55
รวม	40	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด คือ เพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และเป็นเพศชาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 55 จากจำนวนผู้ตอบแบบประเมินทั้งสิ้นจำนวน 40 คน

ตารางที่ 2 ตารางจำนวนร้อยละอายุของผู้ตอบแบบประเมิน

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ระหว่าง 20-29 ปี	24	60
ระหว่าง 30-39 ปี	10	25
ระหว่าง 40-49 ปี	6	15
รวม	40	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และช่วงอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15 จากจำนวนผู้ตอบแบบประเมินทั้งสิ้นจำนวน 40 คน

ตารางที่ 3 ตารางจำนวนร้อยละระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบประเมิน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	17	42.50
ปริญญาโท	21	52.50
ปริญญาเอก	2	5
รวม	40	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด คือ ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5 จากผู้ตอบแบบประเมิน

ทั้งสิ้นจำนวน 40 คน

ตารางที่ 4 ตารางจำนวนร้อยละการส่งบทความของผู้ตอบแบบประเมิน

เคยเข้าร่วมหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เคย	22	55
ไม่เคย	18	45
รวม	40	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด คือ เคยส่งบทความเข้าร่วม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และไม่เคยส่งบทความเข้าร่วม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 45 จากจำนวนผู้ตอบแบบประเมินทั้งสิ้นจำนวน 40 คน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

แบบประเมินความพึงพอใจชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แล้วนำมาแปลความหมายดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 อยู่ในเกณฑ์มาก
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 อยู่ในเกณฑ์น้อย
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด
 โดยหัวข้อคำถามที่ใช้ในการประเมินคุณลักษณะของซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานนานาชาติ (ISO/IEC 9126) ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวแบ่งการประเมินคุณลักษณะของซอฟต์แวร์ออกเป็น 6 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ประโยชน์ใช้สอย (Functionality) คือ ซอฟต์แวร์ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การที่ซอฟต์แวร์ทำงานได้อย่างสมบูรณ์
3. ความสามารถในการใช้งาน (Usability) คือ ซอฟต์แวร์จะต้องสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน สามารถเสริมสร้างการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว

4. ประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ การที่ซอฟต์แวร์ทำงานได้รวดเร็วตอบสนองกับผู้ใช้งาน

5. ความสามารถในการบำรุงรักษา (Maintainability) คือ ซอฟต์แวร์จะต้องง่ายต่อการบำรุงรักษา สามารถเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมและตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงที

6. ความสามารถในการโอนย้ายระบบ (Portability) คือ ซอฟต์แวร์สามารถโอนย้ายระบบตามเทคโนโลยีใหม่ได้สะดวก

ตารางที่ 5 ตารางแสดงความคิดเห็นด้านความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ

รายการประเมิน		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	เมนูใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	4.06	มาก
2	ขั้นตอนการทำงานของระบบ	4.23	มาก
3	เครื่องมือให้ใช้งานมีความเหมาะสม	4.10	มาก
4	ประสิทธิภาพ ตอบสนองการทำงานที่รวดเร็ว	4.23	มาก
5	สามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา	4.15	มาก
6	รูปแบบการแสดงผลเหมาะสมและสวยงาม	4.17	มาก
7	ข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์และครบถ้วน	4.15	มาก
8	ความปลอดภัยหรือกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเหมาะสม	4.13	มาก
9	ช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน	4.19	มาก
10	ช่วยลดระยะเวลาการดำเนินงานให้เร็วขึ้น	4.21	มาก
ภาพรวม		4.16	มาก

จากตารางที่ 5 เป็นตารางแสดงความคิดเห็นด้านความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ สำหรับหัวข้อเมนูใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.06 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อขั้นตอนการทำงานของระบบมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.23 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อเครื่องมือให้ใช้งานมีความเหมาะสมมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.10 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อประสิทธิภาพตอบสนองการทำงานที่รวดเร็วมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.23 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา มีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.15 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อรูปแบบการแสดงผลเหมาะสมและสวยงามมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.17 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.15 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อความปลอดภัยหรือกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเหมาะสมมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.13 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.19 อยู่ในระดับมาก ส่วนหัวข้อช่วยลดระยะเวลาการดำเนินงานให้เร็วขึ้นมีผลประเมินความพึงพอใจ คือ 4.21 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

- ระบบง่ายต่อการใช้งาน ตอบสนองการทำงานได้รวดเร็ว
- ส่วนของการคำนวณผลการประเมินอยากให้มีการนำระดับคะแนนความสามารถของผู้พิจารณาบทความมาคำนวณด้วย

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอระบบที่มาช่วยในการบริหารจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติ โดยมีการใช้งานจริงในงานประชุมวิชาการระดับชาติที่สถาบันแห่งองค์การธุรกิจจัดขึ้น และจากผลการแบบประเมินความพึงพอใจกับการใช้งานระบบจำนวนผู้ประเมิน 40 คน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา อาจารย์

เจ้าหน้าที่ดำเนินงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมากจะเป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมากจะมีช่วงอายุระหว่าง 20 ปีถึง 29 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนมาก การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท และเคยเข้าร่วมประชุมวิชาการระดับชาติของสถาบันดังกล่าว และมีผลคะแนนประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบคือ 4.16 ซึ่งอยู่ในระดับมาก เห็นได้ว่าระบบการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติที่พัฒนาขึ้นมานี้ สามารถช่วยสถาบันการศึกษาแห่งองค์การธุรกิจบริหารจัดการงานประชุมวิชาการให้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

ระบบการจัดการงานประชุมวิชาการระดับชาติ

จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเพิ่มเติมระบบช่วยตัดสินใจคัดเลือกผลงานของคณะกรรมการจัดการงานประชุมวิชาการ โดยการปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนของการพิจารณาบทความ ให้การเพิ่มระดับค่าน้ำหนักของแต่ละหัวข้อในแบบพิจารณาบทความ และระดับค่าน้ำหนักความเชี่ยวชาญของผู้พิจารณาบทความ รวมถึงการเพิ่มเติมระบบในการช่วยจัดห้องในการนำเสนอบทความในวันจัดงานประชุมวิชาการโดยให้ระบบดำเนินการคำนวณจำนวนบทความกับขนาดและจำนวนห้องที่ใช้ในการจัดงานให้เหมาะสมกัน ซึ่งการปรับปรุงเพิ่มเติมระบบจำเป็นต้องใช้เวลาในการจัดเก็บความต้องการ วางแผน วิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา และทดสอบระบบต่อไปและเพื่อให้ระบบที่พัฒนานี้ทำงานได้สมบูรณ์ถูกต้อง

References

- Ahmad, K., Abdullah, A. A. & Zeki, A. M. (2012). *Web-based Conference Management System for Higher Learning Institutions*. International Conference on Advanced Computer Science Applications and Technologies. Kuala Lumpur - Malaysia.
- Chompuphan, P. (2008). A Study of Mice Management Potential of Chiangmai Province. *Journal of Business, Economics and Communications*, 5(2), 27-37. [in Thai]
- Daimi, K. & Li, L. (n.d.). *Designing an Online Conference Management System*. Retrieved April 17, 2016, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.218.1561&rep=rep1&type=pdf>
- Emmanuel, A. (2013). ConfBits: A Web Based Conference Management System. *International Journal of Engineering Science Invention*, 2(7), 92-100.
- Göl, Ö., Nafalski, A., Nguyen, T. D. & Tran, Q. T. (2004). The Development of Online Conference Management Tools as a Student Project. *Global J. of Engng. Educ.*, 8(2), 183-188
- Gupta, B., Gupta, O. P. & Sawhney, B. K. (2013). A Framework for Conference Management System. *International Journal of Information Technology & Management*, 5(2), 482-487.
- Heeptaisong, T. (2008). *National Conference Management System*. The 4th National Conference on Computing and Information Technology. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Huang, M., Feng, Y. & Desai, B. C. (2008). *CONFSYS: A Web-based Academic Conference Management System*. Canadian Conference on Computer Science and Software Engineering. Montreal, Canada.

- Jiranuwathanawong, P. (2012). *Meetings Management System*. Bureau of Information Technology, Khon Kaen University. [in Thai]
- Kalmukov, Y. (2011). Architecture of a Conference Management System Providing Advanced Paper Assignment Features. *International Journal of Computer Applications*, 34(3), 51-59.
- Keawchury, K. & Woraratpanya, K. (2010). *Online computer education journal system*. The 6th National Conference on Computing and Information Technology. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Madhur, J., Tewari, T. K. & Singh, S. K. (2010). Survey of Conference Management System. *International Journal of Computer Applications*, 2(2), 14-20.
- Mateo, J. A., Diaz, G., Martinez, E. & Cambronero, M. E. (2010). *Modeling conference contribution management using Web Services*. International and Web Applications and Services (ICIW), 2010 5th International Conference on.
- Noimanee, P. & Limpiyakom, Y. (2009). *Towards a RESTful Process of Conference Management System*. Proceeding of the International Multi Conference of Engineers and Computer Scientists 2009 Vol 1 IMECS. Hong Kong.
- Noimanee, P. (2009). *Development of a conference management system with web services technology*. Master's Degree Computer Science, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Rojanakornkiat, A. (2010). *Development of Electronic Meeting System for the Department of Employment*. Master of Science (Information Technology and Management), Chiang Mai University. [in Thai]



Name and Surname: Sarun Sawadee

Highest Education: Computer Engineering, Ramkhamhaeng University

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Software Engineering, Mobile Application

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120



Name and Surname: Datchakorn Tancharoen

Highest Education: Electronic Engineering, The University of Tokyo

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Innovation, Multimedia, Internet, Information Technology, Technology Management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120

การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคกลาง

OPERATION AND PROBLEMS OF COMMUNITY RICE MILL IN CENTRAL REGION OF THAILAND

มณฑิต จันทรัตน์¹ และวิวัฒน์ ไม้แก่นสาร²

Monruedee Chantharat¹ and Viwat maikaensarn²

^{1,2}คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์

^{1,2}Faculty of Innovative Agricultural Management, Panyapiwat Institute of Management

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในเขตภาคกลาง เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล (Individual-Depth Interview) ของผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าที่ใช้เครื่องสีข้าวรุ่น CPR500 และ CPR1000 จำนวน 5 โรง ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาหลักในการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าที่ใช้เครื่องสีข้าวรุ่น CPR500 และ CPR1000 คือ ไม่มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน ไม่มีระบบการบริหารงานที่เหมาะสมกับคนในชุมชน และไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถตรงกับตำแหน่งหน้าที่ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน คือ การสร้างความพร้อมทางด้านอุปกรณ์ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการให้เหมาะสมกับคนในชุมชน และการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร

คำสำคัญ: ปัญหาโรงสีข้าว ห่วงโซ่คุณค่า การจัดการ

Abstract

The objective of this study was to investigate the operation and problems of community rice mill in central region of Thailand. The results will be used to develop and improve the sustainability of the operation. This research is a qualitative research with the tool was an Individual-Depth Interview with 5 managers of community rice operation with the rice milling machine CPR500 and CPR1000. The result showed that major problems of the community rice mill are inadequate of high standard equipment, lacking of management suitable for local staff and inadequate human resources with the skills fitting for their position. In order to operate sustainably, the development should be focused on (1) preparing a high standard of equipment,

(2) developing the pattern of management system for local staff, (3) developing the capacity of staff.

Keywords: Rice mill problem, Value chain, Management

บทนำ

ประเทศไทยเป็นอาชีวะที่มีเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของประเทศ โดยเกษตรกรรมส่วนใหญ่ประกอบอาชีพปลูกข้าว เนื่องจากคนไทยรับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก (ทรงเพชร อินสมพันธ์, 2545) ข้าวจึงมีความสำคัญทั้งต่อการดำเนินชีวิตและต่อเศรษฐกิจของประเทศ จากรายงานของสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ข้าวพบว่า ในปี 2557 ประเทศไทยมีเนื้อที่ปลูกข้าวรวมทั้งสิ้น 78.97 ล้านไร่ ผลผลิตรวม 36.27 ล้านตันข้าวเปลือก ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 459 กิโลกรัม โดยมีพื้นที่ปลูกในฤดูนาปี 62.83 ล้านไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 25.87 ล้านตันข้าวเปลือก ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 412 กิโลกรัม และพื้นที่ฤดูนาปี 16.14 ล้านไร่ ผลผลิต 10.40 ล้านตันข้าวเปลือก ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 643 กิโลกรัม (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ข้าว, 2558) จากรายงานสถิติการเกษตรของประเทศไทยในปี 2558 พบว่า ประเทศไทยส่งออกข้าวสารได้ 9.80 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่า 155,912 ล้านบาท จึงกล่าวได้ว่า ข้าวมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศ โดยพื้นที่ปลูกข้าวส่วนใหญ่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาคือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) อย่างไรก็ตาม เกษตรกรผู้ปลูกข้าวซึ่งเปรียบเสมือนฟันเฟืองหลักของการผลิตข้าว ยังคงมีต้นทุนสูงจากการขนส่งข้าวเปลือกจากที่นาไปสู่โรงสีใหญ่ ซึ่งส่วนมากจะอยู่ไกลจากชุมชน นอกจากนี้เกษตรกรอาจจะต้องประสบปัญหาเรื่องราคารับซื้อที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้เกษตรกรไม่สามารถทำกำไรได้เท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานราชการหลายแห่งได้พยายามช่วยแก้ปัญหาข้างต้นให้กับเกษตรกรโดยสนับสนุนเครื่องสีข้าวระดับชุมชน เพื่อให้เกษตรกรสามารถพึ่งตนเองได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน รวมถึงลดปัญหาความยากจนให้กับเกษตรกร (รุ่งนภา นาคเพ็ง, 2548)

โดยทางราชการได้ร่วมมือกับบริษัท เกรทอะโกร จำกัด ซึ่งได้พัฒนานวัตกรรมโรงสีข้าวชุมชนขึ้นในปี 2549 โดยเครื่องจักรโรงสีข้าวชุมชนนี้ ได้ถูกพัฒนาขึ้นจากเครื่องจักรโรงสีข้าวขนาดใหญ่ให้เหมาะกับการใช้งานของเกษตรกรกลุ่มย่อย ซึ่งเครื่องจักรสีข้าวที่ถูกพัฒนาขึ้นนี้มีกำลังการผลิต 500 และ 1000 กิโลกรัม (ข้าวเปลือก) ต่อชั่วโมง ซึ่งเป็นที่มาของชื่อรุ่นของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้ารุ่น CPR500 (กำลังการผลิต 500 กิโลกรัม (ข้าวเปลือก) ต่อชั่วโมง และ CPR1000 มีกำลังการผลิต 1000 กิโลกรัม (ข้าวเปลือก) ต่อชั่วโมง) โดยที่ข้าวสารที่ผลิตได้มีคุณภาพดีและมีต้นทุนต่ำ ซึ่งเครื่องจักรโรงสีข้าวชุมชนนี้สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับเกษตรกรกลุ่มย่อย อย่างไรก็ตามจากการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้นพบว่า ผลการดำเนินการของโรงสีข้าวชุมชนในบางพื้นที่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ จึงทำให้การดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชน และนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้กับโรงสีข้าวชุมชนอื่นๆ ในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้ารุ่น CPR500 และ CPR1000 ในเขตภาคกลาง และเพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จจากสภาพแวดล้อมภายในของแต่ละกระบวนการในการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตภาคกลางภายใต้กรอบท่วงทัศน์คุณค่า

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของระบบธุรกิจเกษตร

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจสามารถวิเคราะห์ได้เป็น 2 ประเภท (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2551: 5) ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) เป็นปัจจัยภายในขององค์กรที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินการขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้
2. สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) เป็นปัจจัยภายนอกขององค์กรที่มีผลโดยตรงต่อองค์กร และเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

แนวความคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

Henry Mintzberg ได้รวบรวมและเผยแพร่แนวคิด SWOT Model ว่าเป็นการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนที่มีในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำจุดแข็งและจุดอ่อนนั้นมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับสถานะขององค์กรกับคู่แข่ง นอกจากนี้ จุดแข็งขององค์กรสามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในการคว้าโอกาสและหลีกเลี่ยงอุปสรรค รวมถึงการทราบจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งจะสามารถทำให้องค์กรพัฒนาจุดอ่อนได้ตรงจุด ลดความเสี่ยงต่อองค์กรได้ (ปกรณ ปรียากร, 2551)

โดยผลการวิเคราะห์ SWOT นี้สามารถทราบถึงศักยภาพรวมถึงความสามารถขององค์กร เพื่อนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์และใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรต่อไป (Bartol & Martin, 1994)

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มนั้นจะเริ่มตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต ไปสู่กระบวนการจัดจำหน่าย และไปสู่กระบวนการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังรวมถึงกระบวนการบริการหลังการขาย

ศาสตราจารย์ Michael E. Porter เป็นผู้กำหนด

แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าขึ้น ซึ่งได้เสนอแนวคิดนี้ขึ้นในปี พ.ศ. 2528 โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าว่า ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการเชื่อมโยงคุณค่าต่างๆ ในกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งในแต่ละกระบวนการคุณค่าหรือราคาสินค้าที่ลูกค้าหรือผู้ซื้อยอมจ่ายให้กับสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง จะเกิดขึ้นในทุกๆ กระบวนการผลิตนั้นๆ ซึ่งกระบวนการผลิตจะมีกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นมากมายระหว่างการดำเนินงาน โดยมีความสัมพันธ์กันคล้ายลูกโซ่แบบต่อเนื่อง การที่จะตรวจสอบว่า สินค้าและบริการมีค่ามาก (จุดแข็ง) จากกิจกรรมใด และมีคุณค่าน้อย (จุดอ่อน) จากกิจกรรมใด ก็อาจศึกษาได้จากกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า จะวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบของกิจกรรมต่างๆ ระหว่างองค์กรและคู่แข่ง โดยการวิเคราะห์จะแบ่งกิจกรรมออกเป็นสองประเภท คือ กิจกรรมหลัก (primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (support activities)

กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 5 กิจกรรมย่อยดังนี้

- การนำวัตถุดิบเข้า (inbound logistics) เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ตรวจจับ เก็บรักษา และแจกจ่ายวัตถุดิบต่างๆ ป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต ซึ่งจะรวมถึงระบบคลังสินค้าด้วย
- การผลิต (operations) เกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งรวมถึงการบรรจุภัณฑ์ การตรวจคุณภาพสินค้า การบำรุงรักษาเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต เป็นต้น
- การส่งผลิตภัณฑ์ออก (outbound logistics) เป็นการรวบรวมสินค้า การเก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้า การขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค และการส่งมอบสินค้า เป็นต้น
- การตลาดและการขาย (marketing and sales) เป็นการเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งรวมถึงการจัดกิจกรรมโฆษณาและส่งเสริมการขาย เป็นต้น
- การให้บริการ (customer services) เป็นการให้บริการเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น บริการหลังการขายต่างๆ

กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย 4 กิจกรรมย่อย ดังนี้

- โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท (firm infrastructure) เป็นกิจกรรมการบริหารงานทั่วไป เช่น การวางแผน การจัดทำระบบงาน การทำบัญชีและการเงิน เป็นต้น
- การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา และการเลื่อนตำแหน่งให้กับบุคลากรในองค์กร เป็นต้น
- การพัฒนาเทคโนโลยี (technology development) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ เช่น การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ เป็นต้น
- การจัดซื้อจัดหา (procurement) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการจัดหาปัจจัยต่างๆ เพื่อให้กระบวนการต่างๆ เป็นไปด้วยความราบรื่น

การดำเนินกิจกรรมหลัก ต้องทำงานประสานกันอย่างลงตัวเพื่อสร้างคุณค่าในทุกๆ กระบวนการ และต้องอาศัยการสนับสนุนจากกิจกรรมสนับสนุน เพื่อสร้างคุณค่าที่ต้องการนั้นๆ โดยองค์ประกอบที่สำคัญของห่วงโซ่คุณค่า คือ ระบบสารสนเทศ และในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนั้น จะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ และการควบคุม เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงในแต่ละกิจกรรมที่เป็นองค์ประกอบของห่วงโซ่แห่งคุณค่า โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่านี้จะทำให้ผู้จัดการทราบว่า กิจกรรมใดขององค์กรมีความสำคัญ จากนั้นพิจารณาต่อว่าในกิจกรรมนั้นๆ ได้มีการดำเนินการที่ดีหรือไม่อย่างไร หากยังมีข้อบกพร่องก็สามารถกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ในการพัฒนางานกิจกรรมนั้นๆ ให้ดีขึ้น (ยรรยง ศรีสม, 2553)

วิธีศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ได้จากการสัมภาษณ์

เชิงลึกเป็นรายบุคคล (Individual-Depth Interview) จากผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้ารุ่น CPR500 และ CPR1000 ในเขตภาคกลาง โดยแบบสัมภาษณ์ที่ออกแบบมามีโครงสร้างอยู่ภายใต้กรอบของห่วงโซ่แห่งคุณค่า

ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการเก็บรวบรวมงานวิจัย หนังสือ เอกสารทางวิชาการ สิ่งพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนที่จัดทำขึ้น และเกี่ยวข้องกับงานวิจัยชิ้นนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive method) เพื่ออธิบายการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้ารุ่น CPR500 และ CPR1000

2. การวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จจากสภาพแวดล้อมภายในแต่ละกระบวนการในการดำเนินงานของโรงสีข้าวใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive method) และใช้ SW analysis ภายใต้กรอบของห่วงโซ่แห่งคุณค่า

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยมุ่งศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้ารุ่น CPR500 และ CPR1000 ในเขตภาคกลาง เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน (SW analysis) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล (Individual-Depth Interview) ภายใต้กรอบห่วงโซ่คุณค่า

ประชากร คือ ผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตภาคกลางที่ใช้เครื่องสีข้าวรุ่น CPR500 และ CPR1000 จำนวน 5 โรง ดังนี้ 1) โรงสีศูนย์ศิลปาชีพ เกาะเกิด อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา 2) โรงสีมูลนิธิชัยพัฒนา อ.ลาดบัวหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา 3) โรงสีบริษัทมีความสุข (ไม่) จำกัด อ.หนองแขง จ.สระบุรี 4) โรงสีบ้านหมอ อ.บ้านหมอ จ.สระบุรี และ 5) โรงสีข้าวธัญโอสถ อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559

ผลการศึกษา

การศึกษาการดำเนินการของโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้า รุ่น CPR500 และ CPR1000

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของการดำเนินการโรงสีข้าวชุมชนในเขตภาคกลางครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนเพื่อทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันของโรงสีข้าวชุมชนในเขตภาคกลาง พบว่า ผู้จัดการในโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลาง มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีจำนวนสามราย ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีหนึ่งราย และสูงกว่าปริญญาตรีหนึ่งราย ผู้ให้ข้อมูลทั้งห้ารายไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำโรงสีข้าวมาก่อน ซึ่งผู้จัดการโรงสีทุกคนต่างมาเรียนรู้เมื่อมาเริ่มบริหารโรงสีข้าวชุมชนทั้งสิ้น นอกจากนี้พบว่า ผู้จัดการส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานด้านโรงสีข้าวเฉลี่ยเท่ากับ 9 ปี คิดเป็นส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.702 ปี

โรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีจำนวนสามแห่ง รองลงมาคือ เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กจำนวนหนึ่งแห่ง และอุตสาหกรรมขนาดกลางจำนวนหนึ่งแห่ง โดยมีพื้นที่เฉลี่ย 7 ไร่ มีทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการเฉลี่ย 1,965,000 บาท โดยที่มาของเงินลงทุนของโรงสีสามแห่งมาจากการกู้ยืม มาจากการลงทุนกันจำนวนหนึ่งแห่ง และมาจากเงินทุนส่วนตัวจำนวนหนึ่งแห่ง โดยที่มาของแหล่งลงทุน ได้มาจากการกู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และได้รับการบริจาคโครงการในพระราชดำริ

เครื่องจักรที่ใช้ในโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางในทุกโรงสีเป็นเครื่องใหม่ทั้งสิ้น ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้เครื่องจักรจึงมีน้อยมาก ส่วนมากจะมีปัญหาในการเปลี่ยนอะไหล่ตามอายุการใช้งาน เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างของผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางเลือกใช้เครื่องสีข้าว CPR500 เหตุผลเพราะกรมส่งเสริมการเกษตร หรือภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดมาให้ จำนวนหนึ่งแห่ง เหตุผลอื่น

ได้แก่ เครื่องเล็ก ใช้พื้นที่น้อย ผลผลิตที่ได้มีมาตรฐานจำนวนหนึ่งแห่ง และตรงกับความต้องการ สวย ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ ใช้งานง่าย จำนวนหนึ่งแห่ง

เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างของผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางเลือกทำโรงสีชุมชน ได้แก่

1. เป็นขนาดธุรกิจที่พอใจ
2. ต้องการสร้างมาตรฐานในการผลิตข้าวเปลือกอินทรีย์จากการทำโรงสีขนาดกลาง นอกจากนี้โรงสีขนาดกลางยังสะดวกในการบริหารจัดการเครื่องจักรและปริมาณวัตถุดิบที่สามารถจัดหาได้มีปริมาณเหมาะสมกับสมรรถนะของเครื่องสีข้าวของโรงสีข้าวชุมชน
3. ราคาของการก่อตั้งโรงสีข้าวชุมชนเหมาะสมกับงบประมาณที่มีอยู่
4. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการก่อตั้งโรงสีชุมชน

ผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางจำนวนสี่แห่ง มีความพึงพอใจในประสิทธิภาพของเครื่องสีข้าวในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางจำนวนหนึ่งแห่ง

โรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางมีบุคลากรมากกว่าหรือเท่ากับ 10 คน จำนวนสามแห่ง และมีบุคลากรน้อยกว่า 10 คน จำนวนสองแห่ง โดยบุคลากรมีชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยเท่ากับ 8 ชั่วโมง โดยที่โรงสีข้าวชุมชนที่มีจำนวนชั่วโมงการทำงานแปดชั่วโมงจำนวนสี่แห่ง และทำงานมากกว่าแปดชั่วโมง จำนวนหนึ่งแห่ง โรงสีทุกโรงมีเครื่องสีข้าวเพียงหนึ่งเครื่อง มีปริมาณผลผลิตน้อยกว่าห้าตัน จำนวนสามแห่ง และมีปริมาณผลผลิต 5-10 ตัน จำนวนสองแห่ง โดยรับซื้อข้าวเปลือกจากชาวบ้านในละแวกนั้น หรือคนละพื้นที่จำนวนสามแห่ง และรับซื้อข้าวเปลือกจากเครือข่ายสมาชิกด้วยกัน โดยการรับซื้อข้าวเปลือกจะรับซื้อที่โรงสีทุกแห่ง ระยะเวลาในการสีข้าวของโรงสีส่วนใหญ่สีข้าวเป็นจำนวน 12 เดือน จำนวนสี่แห่ง และน้อยกว่า 12 เดือนจำนวนหนึ่งแห่ง รายได้ของโรงสีต่อเดือนมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวนสามแห่ง และมีรายได้ต่อเดือน

ระหว่าง 10,000-30,000 บาท จำนวนสองแห่ง โดยมีโรงสีที่จำหน่ายข้าวขาวอย่างเดียว จำนวนสองแห่ง จำหน่ายข้าวกล้องอย่างเดียว จำนวนสองแห่ง และจำหน่ายทั้งข้าวกล้องและข้าวขาว จำนวนหนึ่งแห่ง ซึ่งขนาดที่จำหน่ายก็มีตั้งแต่หนึ่ง สอง และห้ากิโลกรัมต่อถุง และทุกแห่งขายทั้งปลีกและส่ง โดยมีวิธีการขายทั้งที่โรงสีส่งขายให้ลูกค้าโดยตรง ส่งขายให้กับร้านค้าย่อยในชุมชน ส่งขายให้กับร้านค้าต่างชุมชน และมีโรงสีหนึ่งแห่งที่ส่งขายต่างประเทศ มีการวางแผนการตลาดจำนวนสามแห่ง มีการสอบถามหรือตรวจสอบความพอใจของลูกค้าด้านราคาจำนวนสี่แห่ง

โรงสีข้าวชุมชนทุกโรงมีการสอบถามหรือตรวจสอบความพอใจของลูกค้าด้านคุณภาพ และมีการออกแบบถุงบรรจุภัณฑ์และฉลากของสินค้า จำนวนสองแห่ง มีการทำการประชาสัมพันธ์สินค้า จำนวนสองแห่ง ซึ่งสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ นิตยสาร โทรทัศน์ ประชาสัมพันธ์ตามงานต่างๆ และสื่อออนไลน์

การวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จจากสภาพแวดล้อมภายในของแต่กระบวนการในการดำเนินงานของโรงสีข้าว

การวิเคราะห์หาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จได้ทำการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งและจุดอ่อน (SW analysis) ของการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชน ข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินการของโรงสีข้าวชุมชนต่อไป โดยกรอบแนวคิดของการศึกษาครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาการดำเนินงานของโรงสีชุมชนภายใต้กรอบของห่วงโซ่แห่งคุณค่า ซึ่งประกอบไปด้วย กิจกรรมหลัก (การนำเข้าผลิตภัณฑ์ การผลิต การส่งผลิตภัณฑ์ออก การบริการ การตลาด และการโฆษณา) และกิจกรรมสนับสนุน (โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดซื้อจัดหา) ดังแสดงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2

กิจกรรมหลัก: การนำวัตถุดิบเข้า

พบว่า จุดแข็งของโรงสีข้าวชุมชนในกิจกรรมหลักในส่วนของการนำวัตถุดิบเข้า คือ บางโรงสีมีอุปกรณ์ในการรับซื้อข้าวเปลือกที่ได้มาตรฐาน สามารถตรวจสอบคุณภาพได้อย่างแม่นยำ และมีระบบการรับซื้อจากสมาชิก ทำให้มีวัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอและต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ เช่น บุคลากรบางคนมีประสบการณ์น้อย ทำให้ไม่สามารถคัดเลือกข้าวเปลือกคุณภาพตามที่ต้องการได้ โรงสีไม่มีระบบส่งเสริมเรื่องการผลิตและการดูแลหลังการเก็บเกี่ยวที่ดี ทำให้ไม่สามารถมีวัตถุดิบตามที่ต้องการได้ และบางโรงสีมีสถานที่เก็บวัตถุดิบไม่เพียงพอ

กิจกรรมหลัก: การผลิต

พบว่า จุดแข็งในส่วนของการผลิต คือ เครื่องจักรใช้งานง่าย และสามารถควบคุมเครื่องจักรได้โดยใช้เพียงคนเดียว ในขณะที่จุดอ่อน คือ บุคลากรบางคนไม่สามารถซ่อมเครื่องสีข้าวในเบื้องต้นได้ จำเป็นต้องรอช่างจากบริษัท ซึ่งใช้เวลาค่อนข้างนาน ทำให้ต้องหยุดการผลิตไประยะเวลาหนึ่ง เสียโอกาสในการขายและเสียลูกค้าไปบางส่วน บุคลากรบางคนไม่มีความรู้เพียงพอในการควบคุมเครื่องจักร บุคลากรที่เข้ามาดูแลโรงสีส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำโรงสีมาก่อน จำเป็นต้องมาเรียนรู้งาน ทำให้การดำเนินงานค่อนข้างล่าช้า นอกจากนี้หากมีการสีข้าวหลายๆ ชนิดอาจทำให้เกิดการปนของข้าวต่างชนิดกัน และกำลังการผลิตของเครื่องสีข้าวไม่สามารถปรับได้ตามความต้องการในการสีแต่ละครั้ง โดยเฉพาะช่วงที่มีการส่งสินค้าจำนวนมาก ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันเวลา

กิจกรรมหลัก: การส่งผลิตภัณฑ์ออก

พบว่า จุดแข็งในการส่งผลิตภัณฑ์ออก คือ โรงสีส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ที่ดี เช่น มีเครื่องแพ็คสุญญากาศ และห้องเก็บผลิตภัณฑ์ ในขณะที่จุดอ่อน คือ ไม่สามารถควบคุมพื้นที่เก็บรักษาได้อย่างปลอดภัย 100% ทำให้มี

หนักัดถูกข้าวสารเสียหาย มีปัญหาในขั้นตอนการขนส่ง ทำให้ถูกเสียหาย บุคลากรบรรจุถุงทำงานไม่ละเอียดทำให้มีบางถุงที่ปิดปากถุงไม่สนิท เกิดการรั่วและบางโรงสีมีสถานที่เก็บผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอ

กิจกรรมหลัก: การตลาดและการขาย

พบว่า จุดแข็งในด้านการตลาดและการขายคือ มีแหล่งรับซื้อที่แน่นอน ได้แก่ คนในชุมชนและสมาชิกหรือหน่วยงานราชการที่คอยสนับสนุน ในขณะที่จุดอ่อนคือ บางโรงสีไม่สามารถผลิตข้าวที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้ เนื่องจากรับซื้อวัตถุดิบเฉพาะที่ผลิตในชุมชนเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง แต่วัตถุดิบเหล่านั้นที่เป็นตัวสินค้านั้นไม่เป็นที่ต้องการของท้องตลาด เน้นขายเฉพาะคนในชุมชนหรือในหน่วยงานราชการ ทำให้ตลาดค่อนข้างแคบและมีความคู่แข่งมาก ไม่สามารถขยายตลาดหรือเปิดตลาดใหม่ได้ ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ได้ เงินทุนไม่เพียงพอในการทำประชาสัมพันธ์ ไม่มีการวางแผนการตลาด และบุคลากรไม่มีความรู้ทางด้านการตลาด

กิจกรรมหลัก: การให้บริการ

พบว่า จุดแข็งในด้านการให้บริการคือ โรงสีส่วนใหญ่มีการให้บริการหลังการขาย เช่น บริการส่งในกรณีซื้อในปริมาณมาก และการให้บริการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชำรุด ในขณะที่จุดอ่อนคือ บุคลากรส่วนใหญ่ไม่มีจิตวิทยาในการบริการลูกค้า และไม่มีการตรวจสอบย้อนกลับ

กิจกรรมสนับสนุน: โครงสร้างพื้นฐานของบริษัท

พบว่า จุดแข็งของโครงสร้างพื้นฐานของบริษัทคือ องค์กรมีระบบที่ค่อนข้างดี ในขณะที่จุดอ่อนคือ โรงสีส่วนใหญ่ไม่มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญตามสายงาน เช่น แผนกบัญชี มักจะมอบหมายงานโดยแต่งตั้งจากบุคลากร

ที่มีอยู่ในองค์กร หรือคนในชุมชนเพื่อเป็นการสร้างงานให้คนในชุมชน และโรงสีส่วนใหญ่ไม่มีคอมพิวเตอร์สำหรับเก็บข้อมูล ข้อมูลส่วนใหญ่ถูกเก็บบันทึกโดยการจดบันทึก

กิจกรรมสนับสนุน: การจัดการทรัพยากรมนุษย์

พบว่า จุดแข็งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์คือ ผู้จัดการโรงสีข้าวส่วนมากสามารถทำได้ทุกตำแหน่ง รวมถึงมีความสามารถในการจัดการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ได้ดี มีเงินค่าล่วงเวลาในช่วงที่ต้องสีข้าวนานกว่า 8 ชั่วโมง และมีการจัดกิจกรรมศึกษาดูงานโรงสีข้าวชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ในขณะที่จุดอ่อนคือ โรงสีบางแห่งคัดเลือกบุคลากรจากระบบการอุปถัมภ์ โดยเลือกคนในชุมชนเพื่อเป็นการสร้างงาน แต่คนเหล่านั้นไม่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการ บุคลากรมีจำนวนไม่เพียงพอ ยังไม่มีความรู้เท่าที่ควรทำให้ไม่สามารถทำงานตามระบบที่วางไว้ได้ ไม่มีความละเอียดรอบคอบ และไม่มี ความใส่ใจในงานที่ได้รับมอบหมาย

กิจกรรมสนับสนุน: การพัฒนาเทคโนโลยี

พบว่า จุดแข็งของการพัฒนาเทคโนโลยีคือ บางโรงสีมีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ในขณะที่จุดอ่อนคือ โรงสีส่วนใหญ่มีผลิตภัณฑ์แค่เพียงข้าวสาร ไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นการต่อยอด บุคลากรไม่มีความรู้ในการพัฒนาเครื่องจักรและผลิตภัณฑ์ และไม่มีการงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนา

กิจกรรมสนับสนุน: การจัดซื้อจัดหา

พบว่า จุดแข็งของการจัดซื้อจัดหาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ในขณะที่จุดอ่อนคือ เงินทุนไม่เพียงพอที่จะจัดหาอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน และเพียงพอในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนในเขตภาคกลาง (กิจกรรมหลัก)

กิจกรรม	SW Analysis	
	จุดแข็ง	จุดอ่อน
การนำวัตถุดิบเข้า (การรับซื้อข้าวเปลือก และการเก็บรักษา ข้าวเปลือก)	* มีอุปกรณ์ในการรับซื้อข้าวเปลือกที่ได้มาตรฐาน * มีระบบการรับซื้อจากสมาชิกทำให้มีวัตถุดิบในปริมาณที่เพียงพอและต่อเนื่อง	* บุคลากรรับซื้อวัตถุดิบบางคนมีประสบการณ์น้อย * โรงสีไม่มีระบบส่งเสริมเรื่องการผลิตและการดูแลหลังการเก็บเกี่ยว * สถานที่เก็บวัตถุดิบไม่เพียงพอ
การผลิต (การสีข้าว)	* เครื่องจักรใช้งานง่าย และสามารถควบคุมเครื่องจักรได้เพียงคนเดียว	* บุคลากรไม่สามารถซ่อมเครื่องสีข้าวเบื้องต้นได้ * บุคลากรไม่มีความรู้เพียงพอในการควบคุมเครื่องจักร * บุคลากรไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำโรงสีมาก่อน * หากมีการสีข้าวหลายๆ ชนิด อาจทำให้เกิดการปนของข้าวต่างชนิดกัน * กำลังการผลิตของเครื่องสีข้าวไม่สามารถปรับได้ตามความต้องการในการสีแต่ละครั้ง
การส่งผลิตภัณฑ์ออก (การเก็บรักษาข้าวเปลือก)	* มีอุปกรณ์ที่ดี เช่น เครื่องแพ็คสุญญากาศ และห้องเก็บผลิตภัณฑ์	* ไม่สามารถควบคุมความปลอดภัยของพื้นที่เก็บสินค้าได้ * การขนส่งที่ไม่มีประสิทธิภาพทำให้สินค้าเสียหาย * บุคลากรบรรจุถุงทำงานไม่ละเอียดทำให้มีบางถุงที่ปิดปากถุงไม่สนิท ทำให้เกิดการรั่ว * สถานที่เก็บผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอ
การตลาดและการขาย (การขายข้าวเปลือกและ การทำการตลาด การทำ สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อ โฆษณาผลิตภัณฑ์)	* มีแหล่งรับซื้อที่แน่นอน	* ไม่สามารถผลิตข้าวที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้ * ส่วนมากเน้นขายคนในชุมชน หรือในหน่วยงานราชการ * ไม่สามารถขยายตลาดหรือเปิดตลาดใหม่ได้ * ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ * เงินทุนไม่เพียงพอในการทำประชาสัมพันธ์ * ไม่มีการวางแผนการตลาด * บุคลากรไม่มีความรู้ทางการตลาด
การให้บริการ (บริการ หลังการขาย การรับฟัง ข้อเสนอแนะและความ พึงพอใจในผลิตภัณฑ์จาก ลูกค้า)	* มีการให้บริการหลังการขาย * การให้บริการเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชำรุด	* บุคลากรไม่มีจิตวิทยาในการบริการลูกค้า * ไม่มีระบบตรวจสอบย้อนกลับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในการดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนในเขตภาคกลาง (กิจกรรมสนับสนุน)

กิจกรรม	SW Analysis	
	จุดแข็ง	จุดอ่อน
โครงสร้างพื้นฐานของ บริษัท (มีหน่วยโครงสร้าง พื้นฐานของโรงสีข้าว เช่น มีห้องทำงาน มีบุคลากร บัญชี การมีบุคลากร ฝ่ายบุคคล)	* โรงสีบางแห่งมีระบบที่ค่อนข้างดี	* ไม่มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญตามสายงาน เช่น แผนกบัญชี * โรงสีส่วนใหญ่ไม่มีคอมพิวเตอร์สำหรับเก็บ ข้อมูล
การจัดการทรัพยากร มนุษย์ (มีฝ่ายบุคคลที่คอย คัดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเข้ามา ทำงาน รวมถึงดูแลในเรื่อง ของการฝึกอบรมต่างๆ)	* ผู้จัดการโรงสีข้าวส่วนมากสามารถทำได้ทุก ตำแหน่งรวมถึงมีความสามารถในการจัดการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ได้ดี * มีเงินค่านอกเวลาในช่วงที่ต้องสีข้าวมากกว่า 8 ชั่วโมง * มีการจัดกิจกรรมศึกษาดูงานเพื่อไปดูงานโรงสี ข้าวชุมชนที่ประสบความสำเร็จ	* โรงสีบางแห่งคัดเลือกบุคลากรจากระบบ การอุปถัมภ์ * บุคลากรมีจำนวนไม่เพียงพอ * บุคลากรยังไม่สามารถทำงานตามระบบที่วางไว้ ได้
การพัฒนาเทคโนโลยี (มีการพัฒนา ปรับปรุง เครื่องสีข้าว รวมถึง กระบวนการต่างๆ เพื่อให้ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ลดต้นทุน)	* บางโรงสีมีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่ม มูลค่าให้กับสินค้า	* โรงสีส่วนใหญ่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างอื่น ที่เป็นการต่อยอด * บุคลากรไม่มีความรู้ในการพัฒนาเครื่องจักร และผลิตภัณฑ์ * ไม่มีงบประมาณสำหรับการวิจัยและพัฒนา
การจัดซื้อจัดหา (การจัดซื้อ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ เพื่อให้การ สีข้าวเป็นไปด้วยความ ราบรื่น)	* มีสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น	* เงินทุนไม่เพียงพอที่จะจัดหาอุปกรณ์ที่ได้ มาตรฐาน และเพียงพอในการดำเนินงาน

จากตารางการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ
การดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชน ทำให้ทราบว่า
การดำเนินงานของโรงสีข้าวชุมชนยังต้องมีการพัฒนา
ในหลายๆ ด้าน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมี
ประสิทธิภาพและสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับโรงสีข้าว
และทำให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ โดยผู้วิจัยได้
เสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงโรงสีข้าวชุมชน
ซึ่งสามารถแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ๆ ได้ 3 ด้านดังนี้ คือ

- (1) ด้านความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องจักร
- (2) ด้านความพร้อมของระบบการบริหารจัดการ และ
- (3) ด้านความสามารถของบุคลากร

ด้านความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องจักร
โรงสีข้าวชุมชนควรมีเครื่องจักรอุปกรณ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการทำงาน ทำให้การดำเนินงานเป็นไป
ด้วยความถูกต้องแม่นยำ เช่น เครื่องตรวจสอบคุณภาพ
วัตถุดิบ ตราซัง ห้องเก็บวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่สะอาด

ปลอดภัยและเพียงพอ

ด้านความพร้อมของระบบการบริหารจัดการ โรงเรียนข้าวชุมชนควรมีรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนสามารถบริหารได้ด้วยตนเอง รวมถึงควรมีระบบการพัฒนาบุคลากรในด้านต่างๆ เช่น การส่งเสริมการผลิต การดูแลหลังการเก็บเกี่ยว ตลอดจนสามารถรับซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพกลับเข้ามายังโรงสีได้ นอกจากนี้ ควรมีระบบการบริหารงานในด้าน การคัดสรรบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสมกับการดำเนินงานที่เป็นระบบ และควรมีระบบการพัฒนาบุคลากร ในด้านการวิจัยและพัฒนา ซึ่งถือเป็นหัวใจอีกประการหนึ่ง ในการสร้างรายได้ให้กับโรงสีข้าวชุมชน

ด้านความสามารถของบุคลากร โรงเรียนข้าวชุมชนควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความสามารถ อยู่ตลอดเวลา ทั้งในส่วนที่เป็นการส่งเสริมให้เรียนรู้ด้วยตนเองและการจัดอบรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้ให้กับบุคลากร เพราะหลักการอย่างหนึ่งของโรงสีข้าวชุมชนคือ เป็นโรงสีขนาดเล็กที่มีบุคลากรปฏิบัติงานในจำนวนน้อย ดังนั้น บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงสีข้าวชุมชนจึงควรมีทักษะที่หลากหลาย โดยเฉพาะผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนที่ควรมี ทักษะทางด้านวิทยาศาสตร์เกษตร การบริหารจัดการ การตลาด บัญชี การเงิน และธุรกิจเกษตร เพื่อสามารถ บริหารงานและสร้างกำไรให้กับโรงสีข้าวชุมชนได้

สรุป

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารจัดการ โรงเรียนข้าวชุมชนในเขตภาคกลาง พบว่า ผู้จัดการในโรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลางส่วนใหญ่การศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี และไม่เคยมีประสบการณ์ในการ ทำโรงสีข้าวมาก่อนที่จะมาเป็นผู้จัดการ โดยโรงสีข้าวชุมชนในเขตภาคกลางพื้นที่เฉลี่ย 7 ไร่ มีทุนหมุนเวียน ในการประกอบกิจการเฉลี่ย 1,965,000 บาท โดยมี เงินลงทุนของโรงสีข้าวส่วนใหญ่ได้มาจากการกู้ยืม โดย ที่มาของแหล่งลงทุนได้มาจากการกู้ยืมจากธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และได้รับ

การบริจาคจากโครงการในพระราชดำริ

โรงสีข้าวชุมชนเชิงการค้าในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวนสามแห่ง มีบุคลากรมากกว่าหรือเท่ากับ 10 คน โดยบุคลากรของโรงสีข้าวสี่แห่ง มีชั่วโมงการทำงาน เฉลี่ยเท่ากับ 8 ชั่วโมง โรงสีทุกโรงสีมีเครื่องสีข้าวเพียง หนึ่งเครื่อง โรงสีส่วนใหญ่จำนวนสามแห่งมีปริมาณผลผลิต น้อยกว่าห้าตัน โดยโรงสีจำนวนสามแห่งรับซื้อข้าวเปลือก จากชาวบ้านในพื้นที่ โดยทุกโรงสีจะรับซื้อข้าวเปลือก ที่โรงสี ระยะเวลาในการสีข้าวของโรงสีจำนวนสี่แห่ง มีช่วงการสีข้าวตลอดปี รายได้ของโรงสีต่อเดือนของโรงสี จำนวนสามแห่งได้รับรายได้มากกว่า 30,000 บาท

ปัญหาหลักของการบริหารจัดการโรงสีข้าวชุมชนคือ การมีอุปกรณ์และสถานที่ที่ไม่ได้มาตรฐานและเพียงพอ การมีบุคลากรที่มีความสามารถไม่ตรงกับหน้าที่ โดยเฉพาะ ผู้จัดการที่ไม่มีประสบการณ์ทางด้านการทำโรงสีข้าว และการทำธุรกิจมาก่อน และการมีระบบการบริหารงาน ที่ไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ไม่สามารถบริหารงานได้อย่างบรรลุ เป้าหมาย โดยผู้วิจัยได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงโรงสีข้าวชุมชนซึ่งสามารถแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ๆ ได้ 3 ด้านดังนี้ คือ

ด้านความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องจักร โรงสีข้าวชุมชน ควรมีความพร้อมทางด้านเครื่องจักร อุปกรณ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการทำงาน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความถูกต้องแม่นยำ

ด้านความพร้อมของระบบการบริหารจัดการ โรงเรียนข้าวชุมชนควรมีรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับคน ในชุมชนเพื่อให้คนในชุมชนสามารถบริหารได้ด้วยตนเอง และควรมีระบบการพัฒนาบุคลากรในด้านการวิจัยและ พัฒนาซึ่งถือเป็นหัวใจอีกประการหนึ่งในการสร้างรายได้ ให้กับโรงสีข้าวชุมชน

ด้านความสามารถของบุคลากร โรงเรียนข้าวชุมชนควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาความสามารถ อยู่ตลอดเวลา ทั้งในส่วนที่เป็นการส่งเสริมให้เรียนรู้ด้วย ตนเองและการจัดอบรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้ให้กับบุคลากร โดยเฉพาะผู้จัดการโรงสีข้าวชุมชนที่ควรมีทักษะทางด้าน

วิทยาศาสตร์เกษตร การบริหารจัดการ การตลาด บัญชี สร้างกำไรให้กับโรงสีข้าวชุมชนได้
การเงิน และธุรกิจเกษตร เพื่อสามารถบริหารงานและ

References

- Bartol, K. M. & Martin, D. C. (1994). *Management* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Bureau of Rice Policy and Strategy. (2015). *Rice Industry of Thailand (2015-2016): Trend and Potential of Rice Production in Thailand (May 20, 2015)*. Bangkok: Strategy Group of Bureau of Rice Policy and Strategy. [in Thai]
- Centre for Agricultural Information. (2005). *Thailand foreign agricultural trade statistics 2003*. Bangkok: Centre for Agricultural Information Office of Agricultural Economic. Ministry of Agriculture and Co-operatives. [in Thai]
- Insomphun, S. (2002). “Rice”. Lecture material of important crop in Thailand. Division of Agronomy, Faculty of Agriculture, Chiang Mai University. [in Thai]
- Kaewjumnon, A. (2008). *Strategic Management*. Bangkok: Numsilkosana. [in Thai]
- Nakpheng, R. (2005). “Member’s characteristics affecting the success of community rice mills, Phichit province. Independent Study, Chiang Mai University. [in Thai]
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Preeyakorn, P. (2008). *Strategy Planning: The concept and application guidelines*. cited in Wheelen & Hunger. (2008). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. [in Thai]
- Srisom, Y. (2010). Value chain for logistics (The last chapter). *Technology promotion*, 37(211), 39-44. [in Thai]



Name and Surname: Monruedee Chantharat

Highest Education: Ph.D. in Environmental Science and Engineering from Gwangju Institute of Science and Technology, Republic of Korea

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness and Environmental management

Address: 85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd., Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi, 11120



Name and Surname: Viwat Maikaensarn

Highest Education: MBA., National Institute of Development Administration (NIDA)

University or Agency: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness

Address: 89/1143 Nawamin 81, Nawamin Rd., Klongkum, Bungkum, Bangkok 10240

PANYAPIWAT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

พันธมิตรทางธุรกิจ: องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร

BUSINESS ALLIANCE: ELEMENTS OF BUILDING ALLIANCES, ALLIANCE LEARNING PROCESS, AND ALLIANCES PERFORMANCE

รัตนา สีดี

Rattana Seedee

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

บทคัดย่อ

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจมีความสนใจเข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกันมากขึ้น ด้วยความหวังว่าจะทำให้ธุรกิจมีสมรรถนะและประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น การใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจก็เพื่อที่จะแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันทรัพยากร และความสามารถระหว่างธุรกิจในการที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจมีองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างคู่พันธมิตรให้คงอยู่ไว้ได้และเกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ คือ 1) ความไว้วางใจ 2) ความผูกพัน 3) ความร่วมมือ 4) ประสบการณ์ด้านพันธมิตร และ 5) หน้าที่ด้านพันธมิตร นอกจากนี้การที่จะทำให้การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้น ธุรกิจต้องมีการจัดการกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตร เพื่อนำความรู้ที่ได้รับจากการเป็นพันธมิตรไปใช้ในการพัฒนาความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับองค์กรต่อไป

คำสำคัญ: พันธมิตรทางธุรกิจ องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร

Abstract

For many years that the businesses have expressed more interests to collaborate a business alliance with others as they hope that this collaboration will enhance their competency and bring more success to the business. The reason of using strategic alliances is to share or exchange resources and a capability to develop its product and service with the aim to improve its competitive advantage. Building business alliances will require importance elements which will

allow business to be built and the business relation to be lasted among the alliances as well as to create efficiency in management. The elements are 1) Trust 2) Relationship 3) Cooperation 4) Alliances experience 5) Roles of the Alliances. Aside from the elements, to become more successful on Business Alliances, the business needs to manage the alliance learning process. This will bring knowledge received from Alliance to develop its own knowledge or the knowledge management and will create the competitive advantage to the organization.

Keywords: Business Alliance, Elements of Building Alliances, Alliance Learning Process, Alliances Performance

บทนำ

พันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน เนื่องจากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเป็นการแลกเปลี่ยน การแบ่งปันทรัพยากร และความสามารถระหว่างธุรกิจเพื่อที่จะพัฒนาสินค้าหรือบริการร่วมกันก่อให้เกิดความเข้มแข็ง และมีศักยภาพทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น นักวิชาการหลายท่านที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ พบว่า การใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจนั้นเป็นการสร้างคุณค่าจากความร่วมมือระหว่างพันธมิตร มีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เหนือคู่แข่งจากการใช้กลยุทธ์นี้ (Anand & Khanna, 2000; Dyer & Singh, 1998; Gulati, 1999; Kale, Dyer & Singh, 2002)

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ในการสร้างกลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของ Wong, Tjosvold & Zhang (2005) พบว่า องค์การใช้ประโยชน์ในการสร้างกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านต้นทุน โดยมีสิ่งที่องค์การยึดถือปฏิบัติกันมาตลอด คือ การเรียกร้องในด้านความต้องการที่จะเข้าเป็นหุ้นส่วนที่จะทำให้มีการพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาว และเป็นการเรียนรู้ด้านการพัฒนาและรูปแบบ

ของกลยุทธ์ต่างๆ ที่ยังคงความเป็นพันธมิตรที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการร่วมแรงร่วมใจและการแข่งขันไปสู่เป้าหมายที่ใช้ลักษณะของการพึ่งพาอาศัยกัน การมุ่งเน้นด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่พันธมิตรนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งมิตรภาพที่ยาวนานระหว่างคู่พันธมิตร (Kingshott, 2006) และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายในการทำงานที่กำหนดไว้ได้

อย่างไรก็ตาม ยังมีมุมมองของนักวิชาการที่มองว่าการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จจากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจนั้น ยังมีปัจจัยหรือองค์ประกอบอีกหลายประการที่ต้องสร้างความเข้าใจเพื่อให้การดำเนินกลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ได้ ในเนื้อหาของบทความนี้จะทบทวนวรรณกรรมและนำมาอธิบายสรุปถึงลักษณะพื้นฐานของพันธมิตรทางธุรกิจ องค์ประกอบสำคัญของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร โดยหวังว่าบทความนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ และเป็นหลักฐานเชิงวิชาการสำหรับนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษาการจัดการพันธมิตรทางธุรกิจ

ลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจ

พันธมิตรทางธุรกิจเป็นกลยุทธ์ความร่วมมือและกระบวนการในการจัดการความร่วมมือระหว่างคู่พันธมิตรที่นับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จขององค์กร เป็นการช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดการกับทรัพยากรและความรู้ความสามารถของตนเองที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสม พร้อมกับการพัฒนาทรัพยากรและความสามารถเพิ่มเติมเพื่อปูพื้นฐานนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่ง โดยทั่วไปพันธมิตรทางธุรกิจมีลักษณะดังนี้ (Ireland, Hoskinsson & Hitt, 2013: 235-238)

1. พันธมิตรแบบเซ็นสัญญา (Contractual Agreement Alliance) เป็นความร่วมมือระหว่างธุรกิจตั้งแต่ 2 ธุรกิจขึ้นไป โดยทำข้อตกลงสัญญาร่วมกันในการที่จะแบ่งปันทรัพยากรและความรู้ความสามารถบางอย่างเพื่อที่จะได้รับประโยชน์ร่วมกัน โดยการทำพันธมิตรแบบนี้มีมากขึ้นในหลายรูปแบบ อาทิเช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนเทคนิคการบริหารจัดการ การวิจัยและพัฒนาาร่วมกันเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การใช้ทรัพยากรร่วมกันในการจัดส่งสินค้า และการจัดซื้อวัตถุดิบหรือสินค้าร่วมกันเพื่อให้เกิดการลดต้นทุน เป็นต้น แต่การทำพันธมิตรลักษณะนี้จะมีความผูกพันระหว่างธุรกิจค่อนข้างน้อย เนื่องจากธุรกิจดำเนินการอย่างอิสระไม่ขึ้นต่อกัน จะมีความร่วมมือกันเฉพาะประเด็นที่ได้มีการตกลงกันไว้ในสัญญาเท่านั้น

2. พันธมิตรแบบเข้ามถือหุ้นระหว่างกัน (Equity Alliance) คือ ลักษณะความร่วมมือระหว่างธุรกิจในรูปแบบของการร่วมลงทุน โดยการรวมสินทรัพย์ที่เป็นรูปธรรม (Tangible Assets) จับต้องได้ เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ และเงินทุน และสินทรัพย์ที่เป็นนามธรรม (Intangible Assets) จับต้องไม่ได้แต่ธุรกิจเป็นเจ้าของ เช่น ชื่อเสียงของแบรนด์ เครื่องหมายการค้า ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งจะ使得แต่ละธุรกิจมีสิทธิในการเป็นเจ้าของธุรกิจใหม่ที่สร้างขึ้น และสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านต่างๆ เช่น ตลาด เทคโนโลยี การเงิน และการจัดซื้อ เป็นต้น วิธีนี้

จะมีความร่วมมือที่เหนียวแน่นมากกว่าการเซ็นสัญญา เนื่องจากมีเรื่องของเงินทุนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

3. พันธมิตรแบบธุรกิจร่วมทุน (Joint Venture Alliance) คือ การที่ธุรกิจตั้งแต่ 2 ธุรกิจขึ้นไป ตกลงร่วมลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจใหม่ร่วมกัน ซึ่งมีการดำเนินงานที่แยกจากธุรกิจหรือองค์กรเดิมที่แต่ละฝ่ายมีอยู่แล้ว ลักษณะของพันธมิตรแบบร่วมทุนจะแตกต่างจากพันธมิตรแบบเซ็นสัญญาในประเด็นของการมีส่วนร่วมในการบริหารงานของคู่พันธมิตร และการกำหนดสัดส่วนการถือหุ้นของพันธมิตรร่วมทุนอย่างชัดเจน ความร่วมมือลักษณะนี้นั้นกลยุทธ์การบริหารและการดำเนินงานร่วมกันเมื่อธุรกิจต้องการที่จะรวมทรัพยากรและความสามารถของธุรกิจกับคู่พันธมิตร เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างจากเดิม หรือเมื่อต้องการเข้าไปแข่งขันในตลาดที่มีความไม่แน่นอนสูง

ความสำคัญและองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร

การแข่งขันในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในยุคปัจจุบัน พันธมิตรทางธุรกิจถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการขยายขอบเขตการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ในกรณีที่ธุรกิจมีทรัพยากรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน ต้องการขยายขอบข่ายการทำงาน การขยายตัวออกไปในตลาดใหม่ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสายการผลิต และการดำเนินงานเพื่อรุกไปในอุตสาหกรรมใหม่ๆ นั้น องค์กรจะต้องมีการลงทุนเพิ่มเติมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังอาจจะต้องใช้เวลาในการดำเนินงานอย่างมากอีกด้วย หากจะต้องมีการพัฒนาและขยายขอบข่ายการดำเนินงานเองทั้งหมด ดังนั้น การเข้าร่วมมือของหลายๆ หน่วยธุรกิจ จึงเป็นทางออกที่ดีในแง่ที่ช่วยทำให้แต่ละองค์กรเข้ามาร่วมมือ และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมพันธมิตรโดยรวม

มีนักวิชาการหลายท่านให้ความสนใจที่จะทำความเข้าใจปัจจัยที่สามารถอธิบายได้ว่า ธุรกิจสร้างสมรรถนะด้านพันธมิตร และประสบความสำเร็จจากการใช้กลยุทธ์

พันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างไร ซึ่งผลงานวิจัยในช่วงที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรที่สำคัญ คือ การมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร (Alliance Experience) (Anand & Khanna, 2000; Simonin, 1997) และการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร (Alliance Function) (Draulans, deMan & Volberda, 2003; Dyer, Kale, & Singh, 2001; Kale, Dyer & Singh, 2002) สามารถช่วยให้ธุรกิจพัฒนาความสามารถด้านพันธมิตร และประสบความสำเร็จในภาพรวมของพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ข้อคิดเห็นของนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรยังชี้ให้เห็นว่า ความไว้วางใจ (Trust) ความผูกพัน (Commitment) (Cullen & Johnson, 2000; Kingshott, 2006; Mehta et al., 2006; Rahatullah, 2014) และความร่วมมือ (Cooperation) ของคู่พันธมิตร (Mehta et al., 2006; Mohr & Spekman, 1994; Wong, Tjosvold & Zhang, 2005) เป็นองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรที่สำคัญ และสามารถก่อให้เกิดความสำเร็จจากการร่วมมือของพันธมิตรทางธุรกิจ

งานวิจัยที่กล่าวมา ได้ศึกษาองค์ประกอบในการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรหรือคู่ค้า ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละปัจจัยที่นักวิจัยแต่ละท่านให้ความสำคัญ ตัวอย่างเช่น Mohr & Spekman (1994) ได้ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของผลสำเร็จในการเป็นหุ้นส่วน พบว่า ความไว้วางใจ ความผูกพัน และการให้ความร่วมมือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และยอดขายของบริษัทที่เป็นหุ้นส่วนกัน เช่นเดียวกันกับ Kingshott (2006) ได้ศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจและความผูกพันที่มีต่อสัมพันธภาพระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ซื้อ พบว่า แนวคิดในการมุ่งเน้นด้านความสัมพันธ์อันได้แก่ ความไว้วางใจและความผูกพันเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งมิตรภาพระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ในขณะที่ Kale, Dyer & Singh (2002) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการสร้าง และประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้น

ศึกษา 2 ปัจจัย คือ ประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร และการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร ผลการวิจัยของพวกเขาพบว่า บริษัทที่มีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร และทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตรมีอัตราการประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรในระดับสูง จะเห็นได้ว่าในการดำเนินงานสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ จะประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการที่ส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จจากการมีคู่พันธมิตร จากการศึกษาของนักวิชาการที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรให้ประสบความสำเร็จสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ 5 ด้าน ดังมีรายละเอียดที่อธิบายเพิ่มเติมต่อไปนี้

ความไว้วางใจ

ประเด็นความไว้วางใจ (Trust) มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเป็นเรื่องสำคัญที่ทำให้้องค์การดำรงอยู่และประสบผลสำเร็จ เนื่องจากการทำงานร่วมกันต้องพึ่งพาอาศัยกัน แนวโน้มในปัจจุบันมีความหลากหลายขององค์ประกอบในการทำงานมากขึ้น ความไว้วางใจกันระหว่างสมาชิกที่ทำงานร่วมกันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีที่มาจากความร่วมมือระหว่างกันเป็นพื้นฐาน หรืออาจกล่าวได้ว่า ความไว้วางใจ คือความตั้งใจกระทำต่อผู้อื่นบนพื้นฐานความคาดหวังเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล ภายใต้เงื่อนไขของความเสี่ยงและการพึ่งพากัน (Davis, et al., 2000)

ความไว้วางใจในการทำงานร่วมกันระหว่างองค์การเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งใน 5 ปัจจัยที่สามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ความไว้วางใจเป็นทั้งความเชื่อ (Belief) การตัดสินใจ (Decision) และการกระทำ (Action) (Dietz, Hartog & Deanne, 2006) ซึ่งความไว้วางใจเปรียบเสมือนหมุดหรือสลักที่ยึดส่วนต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน และสามารถเอื้ออำนวยให้องค์การบรรลุเป้าหมายไปพร้อมกับความเจริญเติบโตขององค์การ หรืออาจกล่าวได้ว่า ความไว้วางใจ คือความเชื่อใจที่มีต่อกัน สามารถเชื่อคำพูดหรือสัญญา

ของอีกฝ่ายหนึ่งได้ ซึ่งการสร้างควมไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างพันธมิตรในการดำเนินงานร่วมกัน องค์กรต้องเรียนรู้ที่จะพยายามสร้างความสำเร็จจากการร่วมมือกันมากกว่าผลสัมฤทธิ์อื่นที่เกิดจากการปฏิบัติตามความสนใจส่วนตัว โดยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ยอมรับและกล้าที่จะปรับเปลี่ยนบทบาทของตน เพื่อให้ระบบการทำงานร่วมกันมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้สามารถใช้ทรัพยากรและความเชี่ยวชาญของตนได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีการเอาเปรียบซึ่งกันและกัน

หากองค์กรต้องการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการสร้างพันธมิตรหรือเครือข่ายทางธุรกิจ สิ่งที่ต้องคำนึงต้องมุ่งเน้นสร้างให้เกิดขึ้น คือ ความตั้งใจและความเชื่อมั่นในซึ่งกันและกัน ที่ได้นำมาจากความไว้วางใจของบุคคลที่ทำงานร่วมกัน จะทำให้เสียเวลา เสียทรัพยากรในการบริหารจัดการเป็นจำนวนมาก กว่าองค์กรจะประสบผลสำเร็จได้ ซึ่งความไว้วางใจมีความสำคัญในหลายทาง และเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นในทุกประเภทในสัมพันธภาพของมนุษย์ ซึ่งยังผลให้เกิดความราบรื่นและเกิดคุณค่าในการแลกเปลี่ยนต่างๆ ในวิธีการที่มีประสิทธิภาพ

ความผูกพัน

ความผูกพัน (Commitment) ระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรสามารถอธิบายได้ 3 มิติ (Gundlach, Achrol & Mentzer, 1995) คือ 1) มิติของปัจจัยนำเข้า (Input Dimension) เป็นมิติที่แสดงให้เห็นถึงการยืนยันการกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่มีความสนใจต่อการสร้างความสัมพันธ์ และแสดงออกมาให้เห็นถึงสิ่งที่มีมากกว่าที่สัญญา 2) มิติด้านเจตคติ (Attitudinal Dimension) เป็นความตั้งใจที่จะพัฒนาและรักษาเสถียรภาพความสัมพันธ์ในระยะยาวของคู่สัญญา 3) มิติของกาลเวลา (Temporal Dimension) เป็นข้อกำหนดเรื่องเวลาในการเป็นเครือข่ายหรือคู่สัญญาระหว่างกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า ความผูกพัน หมายถึง ความผูกพันระหว่างองค์กรที่เป็นคู่พันธมิตร เป็นการแสดงให้เห็นถึง

ความตั้งใจในการกระทำต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยคู่ค้าหรือคู่พันธมิตรทางธุรกิจที่มีความพยายามที่จะพัฒนาและรักษาเสถียรภาพความสัมพันธ์และแสดงออกมาให้เห็นถึงสิ่งที่มีมากกว่าที่สัญญา เพื่อที่จะพัฒนาและรักษาเสถียรภาพความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างควมผูกพันของคู่พันธมิตรต้องการสิ่งนำเข้าที่เป็นทัศนคติที่ดีของทั้งคู่ เพื่อความมั่นคงที่จะนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาว ซึ่งผลที่จะตามมาก็คือ ความผูกพันระหว่างทั้งสองฝ่ายที่นำไปสู่การให้ความร่วมมือที่จะแก้ไขปัญหาาร่วมกันได้อย่างประสบความสำเร็จ ดังนั้นการมีระดับของความผูกพันที่สูง จะสามารถทำให้ทั้งสองฝ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรตนเองและเป้าหมายในการเข้าร่วมเป็นพันธมิตร โดยปราศจากพฤติกรรมการฉกฉวยโอกาสระหว่างกัน (Mehta et al., 2006)

ความร่วมมือ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวความคิดที่เกี่ยวกับความร่วมมือ (Cooperation) ในหลายแนวทาง ตัวอย่างเช่น นักวิชาการทางด้านพฤติกรรม มองว่าการร่วมมือก็คือการพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างองค์กร (Aiken & Hague, 1968) และการบรรลุความสำเร็จร่วมกัน (Schermerhorn, 1975) ในขณะที่ Stern & Reve (1980) ให้ความหมายของความร่วมมือว่าเป็นการร่วมมือกันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายของบุคคลและเป้าหมายโดยรวมที่มีร่วมกันของคู่พันธมิตร ในทำนองเดียวกันกับ Anderson & Narus (1990) ได้ให้ความหมายของความร่วมมือว่า คือการที่ผู้ร่วมงานมีการทำงานร่วมกันเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่มีร่วมกัน จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าโครงสร้างของความร่วมมือเป็นการแบ่งปันองค์ประกอบระหว่างกันของสองฝ่าย คือ 1) ความร่วมมือต้องการความสัมพันธ์ระหว่างกันตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไป 2) พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความสมัครใจ 3) ความร่วมมือเกิดขึ้นจากความปรารถนาที่จะมุ่งไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของแต่ละฝ่ายและเป้าหมายที่มีร่วมกัน

ดังนั้นอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ความร่วมมือ คือ การพึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างองค์การ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายขององค์การและเป้าหมายโดยรวมที่มีร่วมกันของกลุ่มพันธมิตร จากการที่สภาพแวดล้อมมีความผันผวนหรือความไม่แน่นอน ดังนั้น การที่องค์การจะประสบผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ต้องประกอบไปด้วยความร่วมมือที่ดี หากปราศจากความร่วมมือกระบวนการที่กระทำในขณะนั้นจะล้มเหลว การผลิตสินค้าและบริการอาจหยุดชะงัก และผลสำเร็จที่มีร่วมกันจะไม่ก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อคู่ค้าหรือคู่พันธมิตรทางธุรกิจ

การมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร

การมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร (Alliance Experience) หรือการเรียนรู้จากการกระทำ คือ บทเรียนที่ได้รับหรือความรู้ความชำนาญที่เกิดขึ้นจากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในอดีตขององค์การ (Heimeriks & Duyster, 2007) ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาได้พบว่า การมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตรขององค์การมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความสำเร็จในภาพรวมของพันธมิตรทางธุรกิจ เพราะมีความเป็นไปได้ที่จะมีการส่งผ่านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากประสบการณ์ที่มีก่อนหน้านี้ที่สามารถนำไปสู่การปรับปรุงหรือพัฒนาการปฏิบัติการทางด้านพันธมิตรของธุรกิจได้ (Anand & Khanna, 2000; Simonin, 1997) หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการที่องค์การยังมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตรทางธุรกิจสูง ยิ่งทำให้องค์การใช้เวลาในการแก้ไขปัญหาทางด้านพันธมิตรน้อยลง เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นอาจเป็นปัญหาที่มีแนวทางแก้ไขที่เป็นมาตรฐานอยู่แล้ว ดังนั้นจึงทำให้องค์การมีการบริหารจัดการการปฏิบัติงานด้านเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

การทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร

การทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร (Alliance Function) เป็นการสร้างความร่วมมือในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ

พันธมิตรทางธุรกิจภายในองค์การ ที่สามารถสนับสนุนให้ความสามารถขององค์การมุ่งไปสู่การได้รับผลตอบแทนในระดับสูงจากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจได้หลายแนวทาง (Kale et al., 2002) เช่น การทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตรทางธุรกิจสามารถเป็นประเด็นหลักในการเรียนรู้และเป็นการใช้ประโยชน์จากบทเรียนที่ผ่านมา และการสร้างพันธมิตรที่กำลังเกิดขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) ขององค์การในด้านการจัดการพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้การทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตรสามารถที่จะทำให้เกิดความสะดวกในการแบ่งปันความรู้ ผ่านโปรแกรมการอบรมและการสร้างเครือข่ายภายในของผู้จัดการด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งผลงานวิจัยในช่วงที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตรสามารถช่วยให้ธุรกิจพัฒนาความสามารถด้านพันธมิตร และประสบความสำเร็จในภาพรวมของพันธมิตรทางธุรกิจ (Draulans et al., 2003; Dyer, Kale & Singh, 2001; Kale, Dyer & Singh, 2002)

กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ

การจัดการความรู้เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนแนวคิด มุมมอง และประสบการณ์ เพื่อให้ผู้ใช้ความรู้ได้รับความรู้ในเวลาที่ต้องการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ (Davidson & Voss, 2002) ดังนั้น กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) จึงเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งแนวคิดของ Kale & Singh (2007) เกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ (Alliance learning Process) มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดความรู้ที่ชัดเจน (Knowledge Articulation) เป็นการค้นหาความรู้ที่สำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจว่าคืออะไร การจัดทำรายงานการบันทึก และการเก็บรักษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพันธมิตรทางธุรกิจ

2. การประมวลความรู้ (Knowledge Codification) คือ การนำเนื้อหาความรู้จากคู่พันธมิตรทางธุรกิจมาวิเคราะห์ตรวจสอบ แบ่งประเภทความรู้ ปรับปรุงเนื้อหา และจัดทำเป็นรูปแบบของข้อมูลที่สะดวกในการป้อนเข้าสู่ระบบ สะดวกต่อการใช้งานและการค้นหา

3. การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นการกำหนดวิธีการกระจายความรู้สู่ผู้ใช้ ซึ่งความรู้ อาจจัดเก็บเป็นรูปแบบง่ายๆ หรือทำเป็นฐานความรู้ IT โดยผู้บริหารของธุรกิจควรมีการทำงานร่วมกันเพื่อ แลกเปลี่ยนความรู้และมีส่วนร่วมในการสนับสนุน สร้างแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้ และจัดให้มีช่องทางการถ่ายทอดความรู้ที่ได้รับจากพันธมิตรจากผู้รู้ผู้ใช้ เช่น การจัดประชุมสัมมนา การจัดให้มีระบบสอนงานแบบ พี่เลี้ยง การสร้างแรงจูงใจในการแบ่งปันความรู้ การจัดเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ และการจัดสายด่วนผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

4. กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Internalization) คือ เมื่อความรู้ที่ได้รับจากพันธมิตรทางธุรกิจขององค์กรมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันให้ผู้อื่นนำไปใช้จนเกิดการเรียนรู้และเกิดองค์ความรู้ใหม่กลับมาให้องค์กร องค์กรจะมีวิธีการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ อย่างไร เพื่อให้เกิดการนำความรู้ที่ได้มานั้นไปใช้ประโยชน์ เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ที่หมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจเป็น กระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร และเป็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จของการดำเนินงาน พันธมิตรทางธุรกิจ จะเห็นได้ว่าการที่องค์กรประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรนั้น นอกจากจะต้องมี ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบในการสร้างพันธมิตรแล้ว บริษัทต้องมีกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรที่ดีด้วย เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับจาก คู่พันธมิตรมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ ในการดำเนินงานด้านพันธมิตรให้ดีขึ้น (Kale & Singh, 2007)

ประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร

การแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบันทำให้ ธุรกิจต่างๆ ไม่สามารถหยุดนิ่งได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการ หันมาสนใจเกี่ยวกับการสร้างศักยภาพเพื่อให้ธุรกิจของตนเองสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ ซึ่งศักยภาพ ทางการแข่งขันคือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มุ่งเน้น ให้ความสนใจเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการผลิตสินค้า และบริการที่รับผิดชอบต่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมุ่งเน้นให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างฉลาด คำนึง กับการลงทุน โดยการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ขององค์กรไม่จำเป็นจะต้องวัดจากผลการดำเนินงาน ด้านผลกำไรเพียงอย่างเดียว เพราะการวัดประสิทธิภาพ การดำเนินงานจากผลกำไรอย่างเดียวไม่ได้เป็นสิ่งสะท้อน ความสำเร็จในการดำเนินงานทั้งหมดขององค์กร

ดังนั้น ในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่ต้องมีการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับคู่พันธมิตรเพื่อมุ่งหวัง ที่จะแก้ไขปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ให้สูงขึ้น สามารถใช้การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านพันธมิตรที่ผสมผสานในภาพรวมของความสำเร็จ ของการจัดการหรือการดำเนินงานด้านพันธมิตรของ องค์กร โดยมองในด้านการประเมินที่หลากหลายมิติ ของผู้จัดการหรือผู้ที่รับผิดชอบด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ตัวอย่างเช่น เนื้อหาที่เกี่ยวกับการประสบความสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ของการสร้างพันธมิตรในภาพรวม หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของการที่เข้าร่วม พันธมิตร เป็นต้น (Saxton, 1997; Child & Yan, 1999)

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการ สร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ และ ประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร

การศึกษาการดำเนินงานด้านพันธมิตรของ นักวิชาการหลายท่านในช่วงที่ผ่านมา ให้ความสนใจที่จะ ทำความเข้าใจปัจจัยที่สามารถอธิบายได้ว่า ธุรกิจสร้าง สมรรถนะด้านพันธมิตรและประสบความสำเร็จจากการ ใช้กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจได้อย่างไร ซึ่งผลการวิจัย โดยส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่า การที่บริษัทมีประสบการณ์

ทางด้านพันธมิตรสูง ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรสูงขึ้นด้วย (Anand & Khanna, 2000; Barkema et al., 1997; Lyles, 1988; Simonin, 1997) ในขณะที่ผลจากงานวิจัยของ Kale & Singh (2007) ไม่พบว่า การมีประสบการณ์ด้านพันธมิตรมีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตร แต่พวกเขาค้นพบว่า การมีประสบการณ์ด้านพันธมิตรจะมีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรผ่านหน้าที่ด้านพันธมิตรและกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรตามลำดับ ทั้งนี้ Kale & Singh (2007) ได้ชี้แนะว่า ควรจะมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ด้านพันธมิตรกับการประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรอีกครั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจธรรมชาติของความสัมพันธ์ที่ชัดเจน

งานวิจัยที่เคยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตรกับการประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรค้นพบว่า การทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตร หรืออาจกล่าวได้ว่าการที่บริษัทจะมีความสามารถในการเป็นพันธมิตรและประสบความสำเร็จในการเป็นพันธมิตรได้นั้น บริษัทต้องมีการทุ่มเทให้กับการทำงานที่ด้านพันธมิตรอย่างเต็มที่ (Draulans, deMan & Volberda, 2003; Kale, Dyer & Singh, 2002; Dyer, Kale & Singh, 2001) ประกอบกับ Mehta et al. (2006) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ความไว้วางใจ ความผูกพัน และความร่วมมือของคู่พันธมิตรสามารถเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความสำเร็จจากการร่วมมือของพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของนักวิจัยกลุ่มหนึ่ง (Gulati, 1999; Hoang & Rothaermel, 2005; Kale, Dyer & Singh, 2002) ที่แนะนำว่า ในการทำวิจัยเพื่อขยายความรู้ปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการร่วมมือของพันธมิตร ควรที่จะทำการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจจะเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพและความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรด้วย

ในอีกด้านหนึ่ง งานวิจัยของ Kale & Singh (2007) ได้ค้นพบว่า กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ

(Alliance Learning Process) ที่ประกอบด้วยการกำหนดความรู้ที่ชัดเจน การประมวลความรู้ การแบ่งปันความรู้ และกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จของพันธมิตรทางธุรกิจ และพวกเขายังค้นพบว่า กระบวนการเรียนรู้พันธมิตรทางธุรกิจเป็นกิจกรรมที่เป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างหน้าที่ด้านพันธมิตรกับความสำเร็จด้านพันธมิตรทางธุรกิจ จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การที่บริษัทจะประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรนั้น นอกจากจะต้องมีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบในการสร้างพันธมิตรแล้ว บริษัทต้องมีการเรียนรู้จากพันธมิตรที่ดีด้วย เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับจากคู่พันธมิตรมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรให้ดีขึ้น

จากการประมวลแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพันธมิตรทางธุรกิจตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปเป็นรูปแบบการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ดังภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า การที่ธุรกิจต้องการบรรลุเป้าหมายในการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ธุรกิจต้องมีการวางแผนหรือกำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ในองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทั้ง 5 ด้าน คือ ความไว้วางใจ ความผูกพัน ความร่วมมือ หน้าที่ด้านพันธมิตร และประสบการณ์ด้านพันธมิตร ในขณะเดียวกัน ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ กับคู่พันธมิตร ธุรกิจต้องทำความเข้าใจธรรมชาติของคู่พันธมิตรและกำหนดให้มีการปฏิบัติตามกิจกรรมของกระบวนการเรียนรู้ทั้ง 4 ด้าน คือ การกำหนดความรู้ การประมวลความรู้ การแบ่งปันความรู้ และกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งตามแนวความคิดมุมมองบนพื้นฐานความรู้ (Knowledge-Based View) สามารถอธิบายรูปแบบการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรทางธุรกิจนี้ได้ว่า การที่ธุรกิจดำเนินการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจโดยมีกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรแล้ว มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถส่งเสริมให้องค์การประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรมากขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจ



ภาพที่ 1 รูปแบบการสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรทางธุรกิจ
ที่มา: ผู้เขียน

บทสรุป

พันธมิตรทางธุรกิจ เป็นกลยุทธ์ที่เป็นความหวังสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small and Medium Enterprises: SMEs) ที่สามารถใช้เพื่อการต่อยอดและขยายธุรกิจเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการแข่งขัน ประกอบกับแนวโน้มที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเกี่ยวกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจมีมุมมองที่มีความหลากหลายและขยายวงกว้างมากขึ้น การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจไม่มีความจำเป็นที่จะจำกัต้องอยู่เพียงการร่วมเป็นพันธมิตรกับธุรกิจที่เป็นคู่ค้าเท่านั้น คู่แข่งขันทางธุรกิจก็สามารถที่จะเป็นคู่พันธมิตรทางธุรกิจกันได้ ถ้ามีการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างกันได้อย่างลงตัว การเป็นพันธมิตรระหว่างคู่ค้าหรือคู่แข่งจะเป็นการเสริมให้ธุรกิจที่ร่วมเป็นพันธมิตรกันมีความแข็งแกร่งมากขึ้น และเมื่อธุรกิจมีคู่พันธมิตรทางธุรกิจแล้ว การที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้นั้นมีประเด็นที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ 5 ด้าน

คือ 1) ความไว้วางใจ 2) ความผูกพัน 3) ความร่วมมือ 4) ประสิทธิภาพด้านพันธมิตร และ 5) หน้าที่ด้านพันธมิตรที่ธุรกิจจะต้องสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างคู่พันธมิตรให้คงอยู่ไว้อย่างสม่ำเสมอ จึงจะเป็นการต่อยอดถึงความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นได้จากการเป็นคู่พันธมิตรกัน

นอกจากนี้ การที่จะทำให้การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเกิดพลังที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นนั้น ธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้รับ ไม่ว่าจะเป็นในด้านกระบวนการทำงาน นวัตกรรม หรือเทคนิควิธีการทำงานต่างๆ ที่ไม่สามารถเรียนรู้ได้ถ้าไม่ได้ร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจกัน มากำหนดเป็นความรู้ที่ได้รับอย่างชัดเจน โดยผ่านการประมวลผลความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมให้องค์การประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจมากขึ้น

References

- Aiken, M. & Hague, J. (1968). Organizational interdependence and intra- organizational structure. *American Socio-logical Review*, 33(6), 912-930.
- Anand, B. & Khanna, T. (2000). Do firms learn to create value? The case of alliances, *Strategic Management Journal*, 21(3), 295-316.
- Anderson, J. C. & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturer firm working partnership. *Journal of Marketing*, 54(1), 42-58.
- Barkema, H. G., Sheker, O., Vermeulen, F. & Bell, J. H. (1997). Working abroad, working with others: How firms learn to operate international joint ventures. *Academy of Management Journal*, 40(2), 426-442.

- Child J. & Yan Y. (1999). *Predicting the performance of international alliances: an investigation in China*. Working paper, Chinese Management Centre, University of Hong Kong.
- Cullen, B. J. & Johnson, L. J. (2000). Success through commitment and trust: The soft side of strategic alliance management. *Journal of World Business*, 35(3), 223-240.
- Davidson, C. & Voss, P. (2002). *Knowledge management*. Auckland: Tandem Press.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C. & Tan, H. H. (2000). The trusted general manager and business unit performance: Empirical evidence of a competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 21(5), 563-576.
- Dietz, G., Hartog, D. & Deanne N. (2006). Measuring trust inside organizations. *Personnel Review*, 35(5), 557-588.
- Draulans, J., deMan, A. P. & Volberda, H. W. (2003). Building alliance capability: Management techniques for superior alliance performance. *Long Range Planning*, 36(20), 151-166.
- Dyer, J., Kale, P. & Singh, H. (2001). How to make strategic alliances work. *Sloan Management Review*, 42(4), 37-43.
- Dyer, J. & Singh, H. (1998). The rational view: Cooperative strategy and sources of international competitive advantage. *Academy of Management Review*, 23(4), 660-679.
- Gulati, R. (1999). Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. *Academy of Management Journal*, 38(1), 85-112.
- Gundlach, G. T., Achrol, R. S. & Mentzer, J. T. (1995). The structure of commitment in exchange. *Journal of Marketing*, 59(1), 78-92.
- Heimeriks, K. & Duysters, G. (2007). Alliance capability as a mediator between experience and alliance performance: An empirical test into the alliance capability development process. *Journal of Management Studies*, 44(1), 25-49.
- Hoang, H. & Rothaermel, F. T. (2005). The effect of general and partner-specific alliance experience on joint R & D project performance. *Academy of Management Journal*, 48(2), 332-345.
- Ireland, R. D., Hoskisson, R. E. & Hitt, M. A. (2013). *The management of strategy: Concepts and cases* (10th ed.). South-Western: Cengage learning.
- Kale, P., Dyer, J. & Singh, H. (2002). Alliance capability, stock market response, and long-term alliance success: The role of the alliance Function. *Strategic Management Journal*, 23(8), 747-768.
- Kale, P. & Singh, H. (2007). Building firm capabilities through learning: The role of the alliance learning process in alliance capability and firm-level alliance success. *Strategic Management Journal*, 28(10), 981-1000.
- Kingshott, R. P. J. (2006). The Impact of Psychological Contracts upon Trust and Commitment within Supplier-buyer Relationships: A Social Exchange View. *Industrial Marketing Management*, 35(6), 724-739.

- Lyles, M. A. (1988). Learning among joint venture sophisticated firms. *Management International Review, Special Issue*(28), 85-98.
- Mehta, R., Larsen, T., Rosenbloom, B. & Ganitsky, J. (2006). The impact of cultural differences in U.S. business-to-business export marketing channel strategic alliances. *Industrial Marketing Management*, 35(2), 156-165.
- Mohr, J. & Spekman, R. (1994). Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior and Conflict Resolution Techniques. *Strategic Management Journal*, 15(2), 135-152.
- Rahatullah, K. M. (2014). Role of trust and commitment in building successful franchise business relationships. *International Journal of Knowledge Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), 90-107.
- Saxton, T. (1997). The effect of partner and relationship characteristics on alliance outcomes. *Academy of Management Journal*, 40(2), 443-461.
- Schermerhorn, J. R. (1975). Determinants of inter-organizational cooperation. *Academy of Management Journal*, 18(4), 846-856.
- Simonin, B. L. (1997). The Importance of collaborative Know-How: An empirical test of the learning organization. *Academy of Management Journal*, 40(5), 1150-1174.
- Stern, L. W. & Reve, T. (1980). Distribution channels as political economies: A framework for comparative analysis. *Journal of Marketing*, 44(3), 52-64.
- Wong, A. S. H., Tjosvold, D. & Zhang, P. (2005). Developing relationships in strategic alliances: Commitment to quality and cooperative interdependence. *Industrial Marketing Management*, 34, 722-731.



Name and Surname: Rattana Seedee

Highest Education: Ph.D (Strategic Management), Universiti Sains Malaysia

University or Agency: Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

Field of Expertise: Strategic Management, Marketing Strategy, Business Research, Organization Behavior

Address: 1 Moo 20, Phaholyothin Rd., Khlong Nuang, Klong Luang, Phatum Thani 13180

การใช้เกมกระดานเพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อม รับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ

USING BOARD GAMES FOR DEVELOPING NATURAL DISASTER PREPAREDNESS AWARENESS

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี

Chaiyaset Promsri

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

บทคัดย่อ

การใช้เกมกระดานเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติมีการดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา ตั้งแต่เกมกระดานที่ชื่อ Disaster ที่ถูกพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1979 จนถึงเกมกระดานที่ชื่อ Hazagora ที่ถูกพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 2015 เนื่องจากการใช้เกมกระดานเพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ช่วยสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติระหว่างผู้เล่นด้วยกัน และนำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจและการร่วมแรงร่วมใจกันในชุมชนและสังคมได้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้การนำเกมกระดานมาใช้เพื่อพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่ควรนำมาใช้ควบคู่ไปกับเครื่องมือหรือกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติได้ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของเกมกระดานและการประยุกต์เกมกระดานเพื่อการพัฒนาสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ

คำสำคัญ: เกมกระดาน ความตระหนักรู้ทางภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การจัดการภัยพิบัติ

Abstract

The use of board games for encouraging natural disaster preparedness has long been implemented for past decades begun with the serious board game called “Disaster” which was developed in 1979 to the latest version of disaster board game “Hazagora” developed by Belgian researchers in 2015. Using board games to develop natural disaster preparedness awareness can help support knowledge sharing about natural disaster among game players leading to better cohesiveness and collaboration among people in communities and societies. Thus, using board games for developing knowledge and natural disaster preparedness awareness deems to be an effective tool that can be utilized along with other disaster preparedness tools and activities. This

Corresponding Author

E-mail: chaiyaset.p@rmutp.ac.th

paper aims to study the history of board games and the implementation of board games for building natural disaster preparedness awareness.

Keywords: Board Games, Natural Disaster Awareness, Natural Disaster, Disaster Management

บทนำ

ภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่รุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้เมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์เหล่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักถึงปัจจัยที่นำไปสู่ภัยพิบัติและวิธีการที่ช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากภัยพิบัติทางธรรมชาติเหล่านั้นอย่างเหมาะสมเพียงพอ (Mossoux et al., 2015) นอกจากนี้ วัฏจักรของการจัดการภัยพิบัติที่ครอบคลุมเรื่องการเตรียมความพร้อม การป้องกัน การยับยั้ง การตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน และการฟื้นฟูภายหลังเหตุการณ์สะท้อนถึงกระบวนการที่มีความต่อเนื่องที่ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนหรือสังคมได้ดำเนินการวางแผนเพื่อลดผลกระทบของภัยพิบัติและสามารถรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติได้อย่างทันทั่วถึง รวมถึงการดำเนินการฟื้นฟูสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากผลกระทบของภัยพิบัติเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี (2557) ได้สังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ พบว่าองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติมีด้วยกัน 12 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภัยอันตราย ทัศนคติต่อภัยอันตราย การฝึกอบรมเกี่ยวกับการรับมือภัยพิบัติ การฝึกปฏิบัติและซักซ้อม การรับมือภัยพิบัติ การสร้างวัฒนธรรมการเตรียมความพร้อม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การเล่าเรื่อง การใช้เกมเกี่ยวกับภัยพิบัติ การสร้างสถานการณ์เสมือนจริง ประสบการณ์ตรงจากภัยพิบัติที่ผ่านมา การพูดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติกับสมาชิกในครอบครัว

และความผูกพันกับชุมชนที่อยู่อาศัย (ระยะเวลา) เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบทั้งหมดนี้พบว่า การใช้เกมเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติมีความสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยให้ความรู้และกระตุ้นพฤติกรรมการยับยั้งป้องกันภัยพิบัติในเชิงบวกสามารถนำไปสู่การเตรียมความพร้อมที่มีประสิทธิภาพและลดความไม่แน่นอนหรือป้องกันภัยพิบัติที่อาจเกิดได้เพราะเป็นเครื่องมือที่ไม่มีข้อจำกัดที่เกี่ยวกับเรื่องของระดับอายุหรือระดับการศึกษา ทำให้เกมที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติถูกพิจารณาว่าเป็นเครื่องมือที่ให้ความรู้ที่มีประสิทธิภาพที่สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติได้เป็นอย่างดี (Clervaux, Spence & Katada, 2008) นอกจากนี้ มีงานวิจัยจำนวนไม่มากนักที่กล่าวถึงเรื่องการนำเกมมาใช้พัฒนาความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Spence, 2012) ด้วยเหตุนี้การนำเกมมาใช้เพื่อช่วยในการสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติจึงเป็นเรื่องสำคัญและควรศึกษาเพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น

ตามแนวคิดสมัยเก่า เกมโดยส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความบันเทิงเป็นหลัก (Wiebenga, 2005) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันได้มีการนำเกมมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนในชั้นเรียนและการฝึกอบรมในองค์กรเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักวิจัยพบว่า เกมช่วยพัฒนาทักษะที่ไม่เกี่ยวข้องกับสติปัญญา ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาทักษะด้านสติปัญญาที่ช่วยทำให้เข้าใจแนวทางที่บุคคลต้องเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การสร้างความสำเร็จ ซึ่งทักษะดังกล่าว ได้แก่ ทักษะความอดทนและความมีวินัยซึ่งควรได้รับการปลูกฝังตั้งแต่วัยเยาว์แต่ในความเป็นจริงกลับไม่ได้รับการปลูกฝัง

มากเท่าที่ควร ซึ่งทักษะดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความ สำเร็จมากกว่าเรื่องของการวัดระดับคะแนนทางด้าน เชว่ปัญญา (Mackay, 2013) ดังนั้นการนำเอาเกม มาใช้กับเรื่องการพัฒนาความตระหนักรู้ต่อการเตรียม ความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติจึงเป็นเรื่องที่มี ความเหมาะสมเป็นอย่างมาก เพราะไม่เพียงช่วยให้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยตรงแล้ว แต่ยังส่งเสริมทักษะที่เกี่ยวข้องต่อการสร้าง พฤติกรรมที่ต้องการเมื่อเผชิญหน้ากับสถานการณ์ภัยพิบัติ ทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นอีกด้วย

หลายทศวรรษที่ผ่านมา เกมกระดาน (Board Game) ได้รับความนิยมและครองความยิ่งใหญ่ในอุตสาหกรรมเกม ต่อเนื่องยาวนาน อย่างไรก็ตาม การเข้ามาของวิดีโอเกม และเกมออนไลน์ทำให้ความนิยมของเกมกระดานลดลง และถูกคาดการณ์ว่าเกมกระดานคงไม่สามารถพลิกฟื้น สถานการณ์กลับมาได้รับความนิยมได้อีกครั้งในโลก ยุคปัจจุบันที่มุ่งเน้นการเล่นผ่านช่องทางออนไลน์ มากกว่าการเล่นในรูปแบบเดิมที่มุ่งเน้นการมี ปฏิสัมพันธ์กันทางกายภาพระหว่างผู้เล่นด้วยกัน ทั้งที่ ในความเป็นจริงเกมกระดานเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนา แนวคิดของวิดีโอเกมและเกมออนไลน์ต่างๆ ถึงแม้ว่าวิธีการ เล่นเกมกระดานจะมีลักษณะที่แตกต่าง รวมถึงการใช้ ระบบกลไกและวิธีการในการออกแบบเกมที่แตกต่างกัน ก็ตาม (Silverman, 2013) อย่างไรก็ตามความนิยมของ เกมกระดานเริ่มปรากฏให้เห็นมากยิ่งขึ้นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยในประเทศไทยพบตัวอย่างของ นักธุรกิจรุ่นใหม่ที่น่าเอาเกมกระดานมาผสมกับการทำ ธุรกิจร้านกาแฟโดยการเปิดร้านที่ชื่อว่า “ลานละเล่น” ที่เปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้ามาใช้บริการเล่นเกมกระดาน พร้อมกับดื่มเครื่องดื่มที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้ (จิตติพล ขำประถม, 2558) จากกระแสความนิยมของเกมกระดาน ที่เริ่มกลับมาอีกครั้งหนึ่ง ก่อปรกับเป็นเครื่องมือที่นำมา ใช้ในการเรียนการสอนในชั้นเรียนจึงมีนักวิจัยและ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภัยพิบัติเป็นจำนวนมาก อาทิ UNESCO และ UN/ISDR and UNICEF ได้พัฒนา

เกมกระดานขึ้นเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนและสังคม ที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความตระหนักรู้และความรู้ ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ (Clerveaux, Spence, & Katada, 2008, 2010; Mossoux et al., 2015) ด้วยเหตุนี้บทความนี้จึงมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาของเกมกระดานและ การประยุกต์ใช้เกมกระดานเพื่อการสร้างความตระหนักรู้ ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยครอบคลุมประเด็นในการนำเสนออันประกอบไปด้วย ภัยพิบัติทางธรรมชาติและความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติ ทางธรรมชาติ ความเป็นมาและความสำคัญของเกม กระดาน ประเภทของเกมกระดาน และเกมกระดานเพื่อ การสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อม รับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ภัยพิบัติทางธรรมชาติและความตระหนักรู้ต่อ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ

International Decade for Natural Disaster Reduction (1995) ได้ระบุถึงองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการของภัยพิบัติทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วย 1) มีการเกิดเหตุการณ์ทางธรรมชาติที่รุนแรง 2) การเกิด เหตุการณ์ทางธรรมชาติในสถานที่ที่มีคนจำนวนมาก อาศัยอยู่ และ 3) คนเหล่านั้นเกิดความตระหนักตกใจ ต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากเกิดขึ้นอย่างฉับพลันและ รุนแรง ซึ่งเหตุการณ์ทางธรรมชาติที่รุนแรงอาจเป็นสาเหตุ ของภัยพิบัติทางธรรมชาติได้ อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ บางอย่างที่ดูเหมือนว่าเป็นเหตุการณ์ทางธรรมชาติอาจ มีสาเหตุมาจากน้ำมือของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น ปริมาณฝน ที่ตกมากหรือน้อยอาจเป็นสาเหตุของปัญหาน้ำท่วมหรือ ภัยแล้ง ซึ่งถูกพิจารณาว่าเป็นเหตุการณ์ทางธรรมชาติ แต่ถ้าวิเคราะห์ในเชิงลึกอาจพิจารณาได้ว่า ปัญหาน้ำท่วม หรือภัยแล้งอาจเกิดขึ้นเนื่องจากการที่คนไม่ได้ให้ความ ใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมอย่างเหมาะสมเพียงพอ เช่น การใช้ใช้น้ำมากเกินไปจนความจำเป็นหรือการตัดต้นไม้มากเกินไป ที่ธรรมชาติจะสร้างกลับมาได้ใหม่ซึ่งอาจส่งผลให้ดินไม่มี

ความชุ่มชื้นมากเพียงพอในการดูดซับน้ำเมื่อฝนตก ในปริมาณที่มากทำให้เกิดน้ำท่วมได้ ทั้งนี้การทำลายธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นแนวปะการัง ป่าไม้ หรือพืชตามแนวภูเขาทั้งหลายถือเป็นการนำเอาเครื่องกีดขวางทางธรรมชาติที่ช่วยปกป้องสิ่งมีชีวิตจากภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสึนามิ ภัยแล้ง หรือดินโคลนถล่ม ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ภัยพิบัติทางธรรมชาติส่วนหนึ่งเกิดขึ้นมาจากการกระทำของมนุษย์ในสังคมเองด้วย

การสร้างความปลอดภัยในการดำเนินชีวิตเพื่อหลีกเลี่ยงจากภัยพิบัติทางธรรมชาติเหล่านี้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (International Decade for Natural Disaster Reduction, 1995)

1) การตระหนักรู้ (Be aware) คือ ทราบเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของพื้นที่ที่อาศัยอยู่โดยถามรายละเอียดหรือข้อมูลจากครอบครัวหรือเพื่อนบ้าน หรือบุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นมาก่อนเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เคยเกิดขึ้นในบริเวณนั้น นอกจากนี้ยังรวมถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพอากาศและลักษณะกายภาพทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ด้วย

2) การแบ่งปัน (Share) เป็นการใช้เรื่องของความคิดเห็นเพื่อวาดภาพเพื่อวาดภาพแผนผังหรือแผนที่ชุมชนที่อยู่อาศัยของตน รวมถึงการทำแผนปิดประกาศที่เกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรืออาศัยช่องทางต่างๆ ในชุมชนหรือสังคม อาทิ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรืออินเทอร์เน็ตในการให้ความรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติแก่บุคคลอื่น

3) เตรียมความพร้อม (Prepare) เป็นการเตรียมสถานที่เพื่อใช้ในการหลบภัยเมื่อเผชิญหน้ากับภัยพิบัติทางธรรมชาติ มีการชักซ้อมรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น และมีการจัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อใช้รับมือเมื่อเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติขึ้น

การพัฒนางค์ประกอบดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ภายในชุมชนหรือองค์กรแต่ละแห่งผ่านกิจกรรมการสร้างความปลอดภัยต่อภัยพิบัติ (Disaster Awareness Initiatives) เช่น การเยี่ยมชมหมู่บ้านเพื่อจัดการเสวนา

เรื่องการตระหนักรู้ต่อเหตุการณ์ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือการติดแผ่นป้ายเกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติภายในชุมชนหรือห้องสมุดในชุมชน นอกจากนี้อาจดำเนินการในลักษณะบูรณาการโดยมีการกำหนดสัปดาห์แห่งความตระหนักรู้ทางภัยพิบัติ มีการส่งข้อความเกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติลงทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ มีการจัดประกวดแผ่นประกาศที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ในโรงเรียนหรือชุมชน รวมถึงมีการชักซ้อมเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับภัยพิบัติทางธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้อาจมีการบูรณาการเรื่องการสร้างความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติเข้ากับเรื่องสุขภาพของคนในชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย (International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies, 2000) นอกจากนี้การนำเกมมาใช้เป็นส่วนประกอบในการพัฒนาเรื่องของการสร้างความตระหนักรู้และการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาทักษะการรับมือต่อภัยพิบัติมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มเยาวชนที่เป็นกำลังสำคัญของชุมชนและสังคมในอนาคต (Clerveaux, Spence & Katada, 2008; Spence, 2012)

ประเทศไทยในฐานะที่ประสบกับภัยพิบัติทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งวาตภัย อุทกภัย หรือทุพภิกขภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ในประวัติศาสตร์ของประเทศเมื่อ พ.ศ. 2554 ซึ่งกระทบเป็นวงกว้างมากกว่า 40 จังหวัด มีผู้เสียชีวิตหลายร้อยคน และมีการประมาณการความเสียหายเป็นจำนวนเงินสูงถึง 1.4 ล้านล้านบาท ถึงแม้ว่ามหาอุทกภัยครั้งนี้มีสาเหตุจากพายุฝนที่ก่อให้เกิดฝนตกหนักในหลายพื้นที่ในภาคเหนือและภาคอีสาน แต่ความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนอาจลดลงได้มากกว่านี้ถ้าประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรับมือภัยพิบัติมากเพียงพอ อย่างไรก็ตาม การสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อม

รับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติในประเทศไทยยังไม่ได้ทำอย่างจริงจังผ่านการให้การศึกษาในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างที่ควรเป็น แต่เน้นการให้ความรู้ผ่านการจัดโครงการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ซึ่งการกระทำให้ลักษณะนี้ ไม่สามารถสร้างความต่อเนื่องในการพัฒนาการสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติได้ดีเท่าที่ควร โดยเฉพาะการสร้างความรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติต่อกลุ่มเยาวชนซึ่งถือเป็นอนาคตสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ถึงแม้ว่าวิธีการในการสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติจะมีหลากหลายวิธี อาทิ การฝึกอบรม การชักชวน การเล่าเรื่อง การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ แต่ดูเหมือนว่ามีการนำวิธีการเหล่านี้มาใช้อย่างแพร่หลายในสังคมไทยพอสมควร แต่ในส่วนของการนำเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของภัยพิบัติทางธรรมชาติมาใช้เพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาตินั้นยังมีอยู่จำกัด และดูเหมือนว่าการพัฒนาเกมกระดานทางภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอุทกภัยโดยคนไทยยังเป็นเรื่องใหม่ที่ได้รับการพัฒนาต่อไป

ความเป็นมาและความสำคัญของเกมกระดาน

เกมกระดานเป็นเกมที่มักเล่นโดยวางบนโต๊ะอันประกอบด้วยชิ้นส่วนที่ใช้วางหรือเคลื่อนที่ในจุดที่กำหนดบนกระดานทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกฎหรือกติกาของเกม ซึ่งรูปแบบของเกมกระดานอาจขึ้นอยู่กับการวางแผนทั้งหมด หรือเกี่ยวข้องกับเรื่องของโชคหรือโอกาส (จากการโยนลูกเต๋า) หรือการผสมผสานทั้งสองแบบเข้าด้วยกัน เกมกระดานส่วนใหญ่มักมีเป้าหมายหรือจุดแห่งชัยชนะ (Victory Point) ที่ผู้เล่นต้องบรรลุให้ได้ แนวคิดของการพัฒนาเกมกระดานในยุคแรกแสดงให้เห็นถึงการต่อสู้ระหว่างผู้เล่นสองฝ่ายที่มีผลของการแพ้ชนะ ซึ่งเกมกระดานในยุคปัจจุบันยังคงพัฒนาอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการเอาชนะผู้เล่นฝ่ายตรงข้ามเช่นเดียวกัน

โดยตัดสินจากจำนวนชิ้นส่วนสำหรับการเล่นเกมที่เหลือหรือจากตำแหน่งแห่งชัยชนะ หรือจากการนับคะแนนเป็นต้น (Wikipedia, 2015)

เมื่อประมาณ 3,500 ปีก่อนคริสตกาล ชาวอียิปต์ได้พัฒนาเกมกระดานที่เรียกว่า “Senet” ขึ้นเป็นครั้งแรกตามหลักฐานที่ปรากฏจากการขุดค้นจากหลุมฝังศพโบราณ เกม Senet มีความคล้ายคลึงกับเกมในยุคปัจจุบันที่ชื่อ “Backgammon” ซึ่งจากข้อมูลทางประวัติศาสตร์พบว่า มีการเล่นเกม “Backgammon” มาตั้งแต่ยุคโบราณของอิหร่านเมื่อประมาณ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล โดยเกมนี้ใช้ลูกเต๋ามีความคล้ายคลึงกับลูกเต๋าคู่ที่ใช้เล่นเกมในปัจจุบัน ในช่วง 1,500 ปีก่อนคริสตกาล มีหลักฐานค้นพบว่า ประชาชนในยุคราชวงศ์ซางของจีนได้มีการเล่นเกมกระดานที่ชื่อว่า “Liubo” แต่ไม่มีข้อมูลที่แน่ชัดว่าเกี่ยวกับกติกาในการเล่น หลังจากช่วงเวลาดังกล่าวไม่นานนักประมาณ 1,400 ปีก่อนคริสตกาล ซึ่งเป็นยุคกลางช่วงที่ 2 ของอียิปต์มีการค้นพบว่า คนในยุคนี้เล่นเกมที่พัฒนามาจากทางทวีปแอฟริกาที่ชื่อว่า “Mancala” ซึ่งหลังจากช่วงเวลาดังกล่าวไม่พบข้อมูลที่แน่ชัดเกี่ยวกับการเล่นเกมกระดานจนกระทั่งช่วง 548 ปีก่อนคริสตกาลพบหลักฐานที่ว่า คนจีนนิยมเล่นเกมกระดานที่เรียกว่า “โกะ” และเริ่มต้นเล่น “หมากรุกจีน” ในช่วง 400 ปีก่อนคริสตกาลซึ่งเป็นช่วงเวลาใกล้เคียงกับประชาชนในอินเดียและเอเชียตอนกลางที่เรียนรู้การเล่นหมากรุก หลังจากนั้นการประดิษฐ์เกมกระดานเริ่มพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในช่วงปี ค.ศ. 300-500 ได้มีการประดิษฐ์เกมกระดานที่ชื่อว่า “Parcheesi” ในประเทศอินเดีย และเริ่มมีการพัฒนาเกมบันไดงูขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 1200 (Carr, 2015) เกมกระดานถือว่เป็นการปฏิวัติในการเล่นโดยเริ่มต้นในการนำเอาส่วนประกอบทั้งหมดที่ใช้ในการเล่นเข้ามาผนวกกันและออกแบบส่วนประกอบเหล่านั้นเป็นเสมือนตัวแทนของสิ่งที่อยู่จริงในสังคม เช่น ตัวม้าในเกมหมากรุกหรือตัวบ้านที่ใช้เล่นในเกมเศรษฐี เป็นต้น ตัวอย่างเกมกระดานที่เก่าแก่หลายพันปี ได้แก่ หมากรุก โกะ หรือหมากรุกญี่ปุ่น (Shogi) ถูกพิจารณา

ว่าเป็นแบบฝึกปฏิบัติที่ยอดเยียมสำหรับการกำหนด ยุทธวิธีและกลยุทธ์ในการต่อสู้ จะเห็นได้ว่าพัฒนาการ ของเกมกระดานซึ่งมีมานานกว่าหลายพันปีไม่ได้มี วัตถุประสงค์เพียงเพื่อสร้างความสนุกสนานหรือความ บันเทิงเพียงเท่านั้น แต่ยังช่วยในเรื่องการพัฒนาทักษะ ทางด้านความคิดและการวางแผนในแง่มุมที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของการพัฒนาเกมกระดาน แต่ละประเภทว่าถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองเรื่องใด ซึ่งการพัฒนาเกมกระดานเพื่อการศึกษาหรือการพัฒนา ความรู้เฉพาะด้านสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ปรากฏให้เห็นได้ในหลากหลายสถาบันหรือองค์กร เช่น การนำเกมกระดานมาใช้ในการให้การศึกษากับเด็กในชั้น ปฐมวัยเพื่อกระตุ้นทักษะความคิดเกี่ยวกับการคำนวณ หรือในโรงเรียนแพทย์มีการนำเอาเกมกระดานมาใช้ เพื่อช่วยให้นักศึกษาทางด้านเภสัชเรียนรูเกี่ยวกับวิถี การเปลี่ยนแปลงเนื้อเยื่อ เป็นต้น (Hawkinson, 2013)

ประเภทของเกมกระดาน (Types of Board Games)

Silverman (2013) ได้แบ่งประเภทของเกมกระดาน ออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1) เกมครอบครัวหรือเกมกระดานแบบดั้งเดิม (Family Games and Classic Board Games) เกมกระดานลักษณะนี้ต้องการผู้เล่นแข่งขันกันบน กระดานหรือเดินตามเส้นทางในกระดานจนถึงจุดหมาย ปลายทางที่กำหนดไว้ในกระดาน บางครั้งอาจมีเรื่องระบบ การให้คะแนนเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเกมกระดานประเภทนี้ มักขึ้นอยู่กับเรื่องของโชคและไม่ได้เน้นเรื่องของการใช้ กลยุทธ์เหมือนกับเกมกระดานสมัยใหม่ เกมกระดาน ลักษณะนี้เหมาะสมสำหรับกลุ่มที่ต้องการมีประสบการณ์ ในการเล่นเกมด้วยกันหรือต้องการใช้เวลาอยู่ร่วมกัน ตัวอย่างเกมประเภทนี้ เช่น เกมบันไดงู (Snakes and Ladders)

2) เกมแบบยุโรป (Euro-Style Games) เป็นเกม กระดานที่เน้นการเดินไปสู่จุดแห่งชัยชนะ การได้มา

ซึ่งทรัพยากรแห่งอำนาจที่ช่วยให้ผู้เล่นได้รับชัยชนะ ซึ่ง Pulsipher (2006) ได้กล่าวถึงลักษณะของเกมกระดาน แบบยุโรปว่าต้องประกอบด้วยลักษณะสำคัญอย่างใด อย่างหนึ่งใน 13 ประการ ซึ่งประกอบด้วย เกมส่วนใหญ่ ใช้เวลาในการเล่นไม่เกิน 1 ชั่วโมง กฎกติกาไม่ซับซ้อน ผู้เล่นต้องการทางเลือกที่มีเหตุผลในการเล่นแต่ละรอบ มีความไม่แน่ชัดของข้อมูล (เนื่องจากมีผู้เล่นหลายคน) ไม่มีการกำจัดผู้เล่นออกจากเกม เน้นความสงบไม่สร้าง ความขัดแย้ง ผู้เล่นมีปฏิสัมพันธ์กันโดยปราศจากความ ขัดแย้งที่ชัดเจน ระยะเวลาในการเล่นของเกมของผู้เล่น ไม่นานมากนัก มีชิ้นส่วนเช่นไพ่หรือตัวนับจำนวนไม่มาก เกินไป สำหรับผู้เล่นในการปรับเปลี่ยนในแต่ละรอบของ การเล่น มีสีสันสดใส น่าสนใจ เกมมีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่ยึดติดว่าประเด็นหลักของการเล่นคืออะไร ไม่เน้นการใช้ ลูกเต๋า และมีกลไกในการให้คะแนนในเชิงบวกดี (ผู้เล่น มีคะแนนที่ดีขึ้นในแต่ละรอบของการเล่น) ตัวอย่างเกม ประเภทนี้ เช่น เกมโรงงานไฟฟ้า (Power Grid)

3) เกมการสร้างชุดไพ่ (Deck-Building Games) เป็นเกมกระดานที่มีความคล้ายคลึงกับเกมแลกเปลี่ยนไพ่ (Trading Card Games: TCGs) ที่ผู้เล่นจะได้รับชุดไพ่ เพื่อใช้ในระหว่างการเล่น แต่ความแตกต่างอยู่ตรงที่ ผู้เล่นในเกมการสร้างชุดไพ่นั้นหมดเล่นจากการสะสมไพ่ ที่เหมือนกันทั้งหมดและการสร้างชุดไพ่เริ่มขึ้นในฐานะ ส่วนหนึ่งของเกม เกมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะให้ไพ่ที่ แตกต่างกันมา 15-20 แบบ แต่มีเพียงแค่ 10 แบบเท่านั้น ที่ใช้ในการเล่นแต่ละครั้ง ซึ่งทำให้เกมสร้างมูลค่าในการ เล่นเข้าเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้เล่นต้องสร้างชุดไพ่ได้จาก การซื้อไพ่ที่เหลืออยู่ในกองกลาง เกมประเภทนี้จะจบลง เมื่อจำนวนไพ่ที่ต้องการหมดลง หรือในสถานการณ์ที่ เฉพาะเจาะจงเกิดขึ้น ตัวอย่างเกมประเภทนี้ เช่น เกม สร้างอาณาจักร (Dominion)

4) เกมวางแผนแบบนามธรรม (Abstract Strategy Games) เกมลักษณะนี้พัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้เล่นสองฝ่าย ได้แข่งขันกันโดยการหากลยุทธ์ที่ซับซ้อนเพื่อเอาชนะ ฝ่ายตรงข้ามให้ได้ เกมลักษณะนี้ใช้การวางตำแหน่งของ

ชิ้นส่วนที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ประกอบการเล่นเกม โดยเฉพาะ ไม่ได้ใช้ลูกเต๋าหรือไพ่เหมือนเกมกระดานแบบอื่น ตัวอย่างของเกมประเภทนี้ ได้แก่ หมากรุก (Chess) หรือหมากรุกฮอส (Checker)

5) เกมวางแผน (Strategy Games) เป็นเกมกระดานที่เน้นความสำคัญของตัวกระดานและเรื่องราวต่างๆ ที่ช่วยทำให้เกมสามารถดำเนินไปได้ เกมลักษณะนี้ส่วนใหญ่เกี่ยวกับการเล่นที่เน้นการแข่งขันหรือการร่วมมือเป็นอย่างมากเพื่อบังคับให้ผู้เล่นสร้างพันธมิตรหรือกำจัดคู่แข่งตลอดการเล่น ซึ่งเกมประเภทนี้ใช้เวลาในการเล่นนานหลายชั่วโมง ตัวอย่างเกมประเภทนี้ เช่น เกมสงคราม (Risk)

6) เกมวางแผนที่เน้นการใช้ไพ่ (Card-Based Strategy Games) เป็นเกมวางแผนที่ใช้ไพ่เป็นหลักในการเล่น โดยผู้เล่นใช้ไพ่เพื่อได้มาซึ่งโอกาสและความสามารถที่เพิ่มขึ้นหรือผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเกมประเภทนี้อาศัยเรื่องของการสุ่มหรือโชคเป็นหลักในการเล่น เป้าหมายของเกมลักษณะนี้ขึ้นอยู่กับการเล่นที่ไปสู่จุดแห่งชัยชนะโดยความพยายามที่จะเล่นชุดไพ่ที่กำหนดมาเพื่อใช้สำหรับเกมแต่ละเกมให้หมด หรือทำการจัดผู้เล่นที่เฉพาะเจาะจงออกจากเกม ตัวอย่างเกมประเภทนี้ เช่น เกมแข่งสร้างอารยธรรม (7 Wonders)

การใช้เกมกระดานเพื่อการสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ถึงแม้ว่าการพัฒนาเกมกระดานได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องยาวนานหลายพันปีก่อนคริสตกาล แต่จากหลักฐานที่ปรากฏพบว่า มีการนำเกมมาใช้ในเรื่องของการพัฒนาความรู้และความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยสิ่งที่ต้องพิจารณาจากเกมกระดานที่กล่าวถึงคือ เกมกระดานเหล่านั้นไม่ใช่เกมกระดานที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อเน้นความบันเทิงเป็นหลัก แต่เป็นเกมกระดานที่เป็นเกมเน้นความจริงจัง (Serious Game) ซึ่งถูกออกแบบขึ้นเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และเพิ่มความ

ตระหนักรู้ในประเด็นที่สำคัญ ซึ่งจุดมุ่งหมายหลักไม่ใช่เพื่อความบันเทิงหรือเพลิดเพลิน แต่ใช้กระบวนการของเกมรวมกลุ่มและจูงใจผู้เล่นเข้าด้วยกันในการแบ่งปันความรู้ (Mossoux et al., 2015) โดยบริษัทผลิตเกมกระดานที่เก่าแก่มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลกอย่าง Parker Brothers ได้ออกแบบและผลิตเกมที่ชื่อว่า “Disaster” ขึ้นในปี 1979 ซึ่งมุ่งเน้นการฝึกทักษะเอาตัวรอดจากสถานการณ์ที่หลากหลายทั้งจากภัยพิบัติที่เกิดจากมนุษย์และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นเกมกระดานที่ผลิตขึ้นโดยบริษัทเอกชนเพื่อวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภัยพิบัติอย่างแท้จริง นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาตั้งแต่ทศวรรษที่ 80 ไม่ปรากฏข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกมกระดานเพื่อสร้างความรู้และความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ในช่วงทศวรรษที่ 90 International Decade for Natural Disaster Reduction หรือ IDNDR ได้พัฒนาเกมกระดานที่ชื่อว่า Save Natalie! โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและเรียนรู้แก่ผู้เล่นในการปกป้องตนเองจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ถึงแม้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวจะมีการพัฒนาเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติไม่มากนัก แต่ยังมีการส่งเสริมเรื่องของการออกแบบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องสำหรับเด็กในโรงเรียนตั้งแต่ระดับประถมจนถึงมัธยมเพื่อใช้เตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์ฉุกเฉินและภัยพิบัติ รวมถึงมีการพัฒนาเกมในรูปแบบของวิดีโอเกมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและเตรียมความพร้อมต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติที่แตกต่างกัน อาทิ แผ่นดินไหว น้ำท่วม พายุไซโคลน และไฟป่า เป็นต้น ซึ่งสามารถเล่นเกมภัยพิบัตินี้ในระบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ที่ชื่อ www.stopdisastergame.org (International Finance Corporation, 2011) การขาดช่วงของการพัฒนาเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติอาจเป็นเพราะกระแสของเกมกระดานในช่วงเวลาดังกล่าวลดลง รวมถึงการมีเกมประเภทอื่นเข้ามาแทนที่ อย่างไรก็ตามเนื่องจากช่วงที่ผ่านมาเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติเกิดขึ้นหลายครั้งในหลากหลายพื้นที่ ก่อปรกับเกมกระดาน

กลับมาได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติ และนักวิชาการทางด้านภัยพิบัติได้กลับมาให้ความสนใจต่อการพัฒนาเกมกระดานเพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น ดังตารางที่ 1 ที่แสดงให้เห็นถึงเกมกระดานที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้พัฒนาความรู้และความตระหนักรู้ต่อการรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติของเด็กและผู้ใหญ่ ตัวอย่างเช่น UN/ISDR and UNICEF ได้พัฒนาเกมกระดานที่ชื่อว่า “Riskland” ออกมาเมื่อปี ค.ศ. 2004 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เล่นเรียนรู้ว่าสิ่งใดที่ต้องดำเนินการเพื่อช่วยลดผลกระทบของภัยพิบัติที่มีต่อโรงเรียนและชุมชนของตน และในปี ค.ศ. 2007 UNESCO ได้พัฒนาเกมกระดานที่ชื่อว่า “Disaster master: natural disaster preparedness game” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เล่นเกมเข้าใจว่าภัยพิบัติทางธรรมชาติคืออะไร และต้องมีการดำเนินการอะไรบ้างเพื่อลดผลกระทบของภัยพิบัติธรรมชาตินั้น ซึ่งวัตถุประสงค์คล้ายกับเกม “Riskland” แต่ที่แตกต่างคือ เกมนี้สามารถเล่นได้กับกลุ่มคนทุกวัย เกมกระดานที่เกี่ยวกับภัยพิบัติเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นประเภทเกมกระดานแบบดั้งเดิมที่เดินไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยมีการใช้ลูกเต๋าประกอบในการเคลื่อนที่ของผู้เล่น นอกจากนี้ยังมีการนำเอาชุดไพ่คำสั่งมาประกอบในการเล่นเมื่อผู้เล่นเดินเข้าไปในช่องพิเศษที่ถูกออกแบบไว้ในเกมด้วย

Clerveaux, Spence & Katada (2008, 2010) ได้พัฒนาเกมการสร้างความรู้ตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติที่ชื่อ Disaster Awareness Game หรือ DAG ซึ่งเป็นเกมกระดานที่ผู้เล่นเดินตามช่องที่กำหนดไว้จากการโยนลูกเต๋าเพื่อใช้ประเมินและส่งเสริมความตระหนักรู้ของเยาวชนในสังคมที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เกมการสร้างความรู้ช่วยส่งเสริมความรู้แก่เยาวชนเกี่ยวกับภัยอันตราย เพิ่มความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการใช้เกมประเภทนี้มีประสิทธิภาพและความน่าสนใจมากพอที่จะดึงดูดการมีส่วนร่วมของผู้เล่น นอกจากนี้ Clerveaux, Spence &

Katada (2008, 2010) ยังได้ระบุว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลที่สนใจสามารถนำ Disaster Awareness Game หรือ DAG ไปใช้เป็นเครื่องมือในการเทียบเคียงเพื่อวัดระดับการตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติภายในกลุ่มที่หลากหลายในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ กลุ่มเพศที่แตกต่างกัน หรือกลุ่มที่มีการใช้ภาษาที่แตกต่างกันได้

นอกจากนี้ Mossoux et al. (2015) ได้พัฒนาเกมที่ชื่อว่า Hazagora ซึ่งเป็นเกมที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติที่เกิดจากภูเขาไฟขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้เล่น โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มนักเรียนในประเทศเบลเยียมรวมถึงประชาชนทั่วไป รวมทั้งนักวิทยาศาสตร์และผู้จัดการความเสี่ยงในหลายประเทศในทวีปแอฟริกา ซึ่งผลการทดสอบพบว่า เกมนี้มีความเหมาะสมและช่วยผู้เล่นให้มีความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติและธรณีพิบัติมากยิ่งขึ้น Mossoux et al. (2015) มองว่า การพัฒนาเกมกระดานช่วยนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นมากกว่าการเรียนการสอนแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ในหลายประเทศที่มีปัญหาเรื่องของการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตและเรื่องของการขาดแคลนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ การใช้เกมกระดานถือว่าเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทักษะการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้เล่นเกมนี้พบว่า ผู้เล่นโดยส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติอยู่บ้างแล้วก่อนเล่นเกม แต่ภายหลังจากเล่นเกมพบว่า ผู้เล่นมีความรู้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ประชาชนที่มีความรู้ไม่มากนักเกี่ยวกับธรณีพิบัติหรือภัยพิบัติ มีความรู้มากขึ้นหลังจากได้เล่นเกม Hazagora สำหรับประชาชนที่เผชิญกับธรณีพิบัติในชีวิตประจำวัน เกมนี้ช่วยนำไปสู่การอภิปรายร่วมกันที่ช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงได้ดียิ่งขึ้น ทีมผู้พัฒนาเกมนี้ยังระบุด้วยว่า เกมจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องธรณีพิบัติและภัยพิบัติมากยิ่งขึ้นเมื่อมีผู้เล่นคนเดิมทำการเล่นซ้ำหลายรอบ อย่างไรก็ตามสำหรับบุคคลที่

ไม่เคยเล่นเกมกระดานมาก่อนอาจต้องใช้เวลาในการทำ ความเข้าใจกับกติกาการเล่นเกมนานขึ้น ซึ่งข้อเสนอแนะ สำหรับทีมผู้พัฒนาเกมมองว่า ในอนาคตคงมีการพัฒนา เกมในรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับกลุ่มพื้นที่หรือกลุ่ม เป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ซึ่งข้อเสนอแนะนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเกมของ Hawkinson (2013) ที่ระบุว่า ประสบการณ์ในการเล่นเกมนั้นขึ้นอยู่กับ ตัวเกมและตัวผู้เล่น โดยประสบการณ์ได้รับเมื่อผู้เล่น มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและผู้เล่นคนอื่น ซึ่งพลวัต ของผู้เล่นเกมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ กลยุทธ์ โชค และทักษะและความรู้ ในขณะที่พลวัต ของเกมนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ หัวข้อ ของเกม กลไกหรือวิธีการเล่น และเรื่องราวของเกม ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้นำไปสู่มุมมองที่ชัดเจนสำหรับแนวคิด ในการออกแบบเกม

การใช้เกมกระดานเพื่อพัฒนาทักษะและการเตรียม ความพร้อมต่อการรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติได้มีการ ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องหลายสิบปี ถึงแม้จะมี บางช่วงที่ไม่ปรากฏเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องภัยพิบัติ แต่ก็อาจจะมีการนำเกมประเภทอื่น เช่น วิดีโอเกม หรือเกมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องมาใช้สำหรับการพัฒนา ความรู้และความตระหนักรู้ต่อการเตรียมพร้อมรับมือภัย พิบัติทางธรรมชาติ อย่างไรก็ตามการใช้เกมกระดานเพื่อ สร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัย พิบัติทางธรรมชาติสามารถจัดข้อจำกัดบางประการใน บางพื้นที่ที่ห่างไกลที่การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอาจไม่มี ประสิทธิภาพมากพอ นอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เล่นเกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติ ทางธรรมชาติ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจและการ ร่วมแรงร่วมใจกันในชุมชนและสังคมได้ดียิ่งขึ้นกว่าการ เรียนรู้ผ่านเกมออนไลน์

การใช้เกมกระดานเพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อ การเตรียมความพร้อมรับมือต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ ที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน ได้แก่ เกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมรับมือ

กับอุทกภัย ทั้งนี้เนื่องจากอุทกภัยเป็นภัยธรรมชาติที่ เกิดขึ้นบ่อยในประเทศไทย และจากความรุนแรงของ มหาอุทกภัยเมื่อปี 2554 สะท้อนให้เห็นว่า การให้ความ สำคัญต่อการนำเอาเครื่องมือนี้มาใช้นั้นจะช่วยสร้าง ประสบการณ์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันของ ประชาชนในชุมชนและสังคมที่นำไปสู่การสร้าง ความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมต่อการรับมือภัยพิบัติ ทางธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความนี้จึงเสนอ ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาเกมกระดานที่เกี่ยวกับ อุทกภัยเพื่อนำไปใช้สร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียม ความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติของคนในชุมชน และสังคม ซึ่งการพัฒนาเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับ ภัยพิบัติขึ้นเองน่าจะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อสภาพ ความเป็นอยู่ของคนในประเทศมากยิ่งขึ้น และเชื่อมโยง ต่อวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและสังคมของ ประเทศไทยได้ดีกว่านำเอาเกมกระดานของต่างประเทศ มาใช้ นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง ภัยพิบัติให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การสร้าง ความตื่นตัวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและแวดวงวิชาการ ต่อการพัฒนาความรู้เพื่อนำไปใช้พัฒนาการสร้าง ความตระหนักรู้และความรู้ต่อการรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ต่อไปในอนาคต

บทสรุป

เกมกระดานได้ถูกพัฒนาขึ้นเมื่อหลายพันปีก่อน คริสตกาลต่อเนื่องมาจนถึงยุคปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การใช้เกมกระดานเพื่อพัฒนาทักษะและการเตรียม ความพร้อมต่อการรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติอาจมีการ เริ่มต้นอย่างจริงจังในช่วง 30 กว่าปีที่ผ่านมา จากหลักฐาน ที่ปรากฏพบว่า เกม Disaster (1979) ผลิตโดยบริษัท Parker Brothers น่าจะเป็นเกมกระดานในยุคแรกๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติที่ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายในการเล่น เพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่เน้นการพัฒนาทักษะ ในการเอาตัวรอดจากสถานการณ์ภัยพิบัติที่แตกต่างกัน หลังจากนั้นการพัฒนาเกมกระดานเพื่อเตรียมความพร้อม

รับมือต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาตลอดหลายสิบปี ทั้งนี้เพราะการใช้เกมกระดานเพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติช่วยสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องภัยพิบัติทางธรรมชาติระหว่างผู้เล่นด้วยกัน ซึ่งนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์และการร่วมแรงร่วมใจกันในชุมชนและสังคมได้ดียิ่งขึ้นกว่าการเรียนรู้ผ่านเกมออนไลน์ที่อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงกายภาพของผู้เล่น ด้วยเหตุนี้การนำเกมกระดานมาใช้ในการพัฒนาความรู้และสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่นำมาใช้

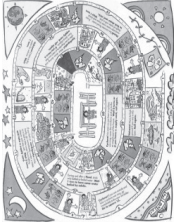
ควบคู่ไปกับแนวทางหรือกิจกรรมอื่นๆ ได้

นอกเหนือจากการนำเกมกระดานมาใช้ในการสร้างความตระหนักรู้ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติแล้ว บทความนี้ยังเสนอให้พัฒนาเกมกระดานภัยพิบัติที่มุ่งเน้นเรื่องอุทกภัยเพื่อนำมาปรับใช้ในสังคมไทย เนื่องจากประเทศไทยประสบกับเหตุการณ์อุทกภัยบ่อยครั้ง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่ให้การสนับสนุนทรัพยากรสำหรับการเขียนบทความนี้

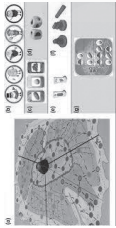
ตารางที่ 1 ตัวอย่างเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ภัยพิบัติทางธรรมชาติ

ชื่อเกม	ผู้ผลิต/ปีที่ผลิต/ ตัวอย่างภาพ	ระดับอายุ (ที่เหมาะสม)	วัตถุประสงค์ของเกม	คำอธิบายลักษณะของเกม	ส่วนประกอบของเกม
Disaster (1979)	Parker Brothers (1979) 	8 ปีขึ้นไป	เพื่อฝึกทักษะในการเอาตัวรอดจากภัยพิบัติในสถานการณ์ที่หลากหลาย เช่น เรือเดินสมุทรจม แผ่นดินไหว เครื่องบินตก และตึกระฟ้าที่เกิดเพลิงไหม้	เหมาะกับผู้เล่น 2-6 คน แต่เกมกระดานนี้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเมื่อเล่นโดยผู้เล่น 6 คนพร้อมกัน โดยผู้เล่นต้องสะสมเบี้ย (Survival Chip) ให้ได้ 6 อันถึงจะเป็นผู้ชนะ	เป็นเกมกระดานที่ประกอบด้วยลูกเต๋าและเบี้ยแห่งการอยู่รอด (Survival Chip)
Save Natalie!	International Decade for Natural Disaster Reduction (1995) 	ทุกวัย	เพื่อสร้างความเข้าใจและเรียนรู้แก่ผู้เล่นในการปกป้องตนเองจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ	เป็นเกมกระดานที่ตรงกลางของกระดานมีภาพการเตือนเด็กผู้หญิงที่ชื่อ นาตาลี น้อยอยู่ใต้โต๊ะ เกมนี้เหมาะสำหรับผู้เล่นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยผู้เล่นเริ่มเดินจากจุดเริ่มต้นในช่องหมายเลข 1 ไปตามช่องต่างๆ ที่กำหนดไว้ตามทิศทางการเล่นของเข็มนาฬิกา โดยการโยนลูกเต๋า ผู้เล่นคนใดที่ไปถึงจุดกึ่งกลางของเกมที่มีนาตาลีอยู่ได้ก่อนถือว่าสามารถช่วยนาตาลีได้สำเร็จ จะเป็นผู้เล่นชนะในการแข่งขัน ในเกมนี้ครอบคลุมการให้ความรู้เกี่ยวกับภัยพิบัติทางธรรมชาติหลายเรื่อง อาทิ พายุไซโคลน น้ำท่วม แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด นอกจากนี้เกมยังมีช่องพิเศษต่างๆ ที่ผู้เล่นต้องปฏิบัติตามถ้าเดินตกในช่องนั้น เช่น ตกในช่องที่มีรูปนาตาลีให้อยู่ที่ช่องโปรดจำเป็นได้ 1 ใบ และได้สิทธิในการโยนลูกเต๋ามากขึ้นอีกครั้ง หรือถ้าตกไปในช่องฟ้าผ่า ผู้เล่นต้องกลับไปยังจุดเริ่มต้นอีกครั้ง	อุปกรณ์ที่ต้องใช้ ได้แก่ กระดานลูกเต๋า 2 ลูก มีตัวกำหนดจุดของผู้เล่นแต่ละคน (Marker) มีชุดไพ่อุปกรณ์ที่จำเป็น 10 ใบต่อหนึ่งสำรับ (สามารถทำเพิ่มเองได้ถ้ามีผู้เล่นเพิ่มมากขึ้น) ประกอบด้วย อาหารและน้ำสะอาด 2 ใบ ไฟฉายพร้อมถ่าน 2 ใบ วิทยุพกพา 2 ใบ ชุดปฐมพยาบาล 2 ใบ และรองเท้า 2 ใบ มีชุดไฟการกิจ 6 ใบต่อหนึ่งสำรับ

ตารางที่ 1 ตัวอย่างเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ภัยพิบัติทางธรรมชาติ (ต่อ)

ชื่อเกม	ผู้ผลิต/ปีที่ผลิต/ ตัวอย่างภาพ	ระดับอายุ (ที่เหมาะสม)	วัตถุประสงค์ของเกม	คำอธิบายลักษณะของเกม	ส่วนประกอบของเกม
Riskland	UN/ISDR and UNICEF (2004) 	6-15 ปี	เพื่อให้ผู้เล่นเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองต้องทำเพื่อลดผลกระทบของภัยพิบัติที่มีต่อโรงเรียนและชุมชนของตน	เกมกระดานที่ชื่อ “ดินแดนแห่งความเสี่ยง” เป็นส่วนหนึ่งของชุดการศึกษาที่พัฒนาขึ้นโดยความร่วมมือของ UN/ISDR and UNICEF เพื่อช่วยสอนผู้เล่น (เด็ก) ว่าพวกเขาสามารถช่วยลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติได้อย่างไร โดยการตอบคำถามในแต่ละช่องของกระดานแล้วเคลื่อนไปตามช่องเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยมีช่องทั้งหมดจำนวน 65 ช่อง เหมาะกับผู้เล่นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป	อุปกรณ์ที่จำเป็นจะต้องใช้ในการเล่นเกมนี้ ได้แก่ ลูกเต๋า 1 ลูก และเหรียญพลาสติกที่มีสีแดงต่างกัน เพื่อเป็นตัวแทนของผู้เล่น มีชุดไพ่คำถาม 24 ใบ และชุดไพ่พิเศษ (Surprise Cards) อีก 24 ใบ เมื่อได้ก็ตามที่ผู้เล่นเดินเข้าไปในช่องเครื่องหมายคำถามก็จะได้รับสิทธิเปิดไพ่คำถามและถ้าตอบถูกก็จะได้เดินต่อ ในกรณีที่ผู้เล่นเดินเข้าไปในช่องสีแดงที่มีรูปดาวอยู่ ผู้เล่นต้องเปิดไพ่พิเศษแล้วทำตามคำสั่งที่อยู่ในไพ่ใบนั้น
Disaster master: natural disaster preparedness game	UNESCO Asia (2007) 	ทุกวัย	เพื่อช่วยให้ผู้เล่นเกมเข้าใจว่าภัยพิบัติทางธรรมชาติคืออะไร และต้องมีการดำเนินการอะไรบ้างเพื่อลดผลกระทบของภัยพิบัติธรรมชาตินั้น	ถูกออกแบบมาเพื่อการตัดสินใจและการคิดวิเคราะห์ของผู้เล่นเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติ ซึ่งครอบคลุมเรื่องแผ่นดินไหว คลื่นยักษ์สึนามิ น้ำท่วม ดินถล่ม พายุเฮอริเคน ภูเขาไฟระเบิด	เป็นเกมกระดาน มีกล่องรูปภาพ และชุดไพ่คำถาม 36 ใบ มีใบทดสอบความรู้แนบมาด้วย

ตารางที่ 1 ตัวอย่างเกมกระดานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติ (ต่อ)

ชื่อเกม	ผู้ผลิต/ปีที่ผลิต/ ตัวอย่างภาพ	ระดับอายุ (ที่เหมาะสม)	วัตถุประสงค์ของเกม	คำอธิบายลักษณะของเกม	ส่วนประกอบของเกม
Disaster Awareness Game (DAG)	Cleveaux, Spence & Katada (2008) 	ทุกวัย	เพื่อให้ผู้เล่นเรียนรู้หลักการพื้นฐานของการจัดการต่อภัยพิบัติและผลลัพธ์ของการตัดสินใจที่ไม่เหมาะสมต่อการรับมือภัยพิบัติ	เป็นเกมกระดานที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมและวัดความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติทางธรรมชาติของเด็กในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นไปที่ภัยพิบัติจากพายุเฮอริเคนและน้ำท่วม โดยผู้เล่นจะได้เรียนรู้แนวทางการรับมือภัยพิบัติทางธรรมชาติจากข้อความที่ปรากฏอยู่บนกระดานเมื่อเคลื่อนตำแหน่งจากการโยนลูกเต๋าสู่ช่องต่างๆ มีช่องในการเดินรวมจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดทั้งหมด 68 ช่อง	เป็นเกมกระดานที่มีการเคลื่อนไหวของเกมจากจุดเริ่มต้นไปถึงจุดสิ้นสุด ซึ่งดำเนินการเคลื่อนไหวไปตามช่องจากการโยนลูกเต๋าสู่ช่องเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ
HAZAGORA	Mossoux et al. (2015) 	15 ปีขึ้นไป	เพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ต่อภัยพิบัติและกลยุทธ์การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ	เป็นเกมกระดานที่แสดงให้เห็นถึงภัยพิบัติที่เกิดขึ้นและถูกแบ่งโดยพื้นที่ต่างๆ ที่ครอบคลุมในบริเวณนั้น ศูนย์กลางของเกมเป็นห้องของภูเขาไฟ ป่า และพื้นที่ทางการเกษตรอยู่รอบๆ แนวชายฝั่ง มีบ่อน้ำและตลาดที่กระจายอยู่รอบๆ ผู้เล่นมีหน้าที่ในการหาทำเลที่เหมาะสมในการสร้างแหล่งที่อยู่อาศัยและโครงสร้างอาคาร (ถนน) บนกระดานของเกม ซึ่งเกมกระดานนี้ถูกแบ่งออกเป็นสองส่วนที่แสดงให้เห็นถึงพื้นที่ที่อาจได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ เกมนี้สามารถเล่นได้ตั้งแต่ 5 ถึง 10 คน โดยผู้เล่นต้องสวมบทบาทเป็นตัวละคร 1 ใน 5 ตัวที่กำหนดไว้จากตัวละครซึ่งกำหนดความแตกต่างจากรูปแบบการดำรงชีวิตและสี เช่น ผู้ว่าการ (แดง) ชาวประมง (ฟ้า) คนตัดไม้ (เขียว) ชาวไร่ (เหลือง) และนักเทศน์ (ดำ) ข้อมูลเกี่ยวกับการดำรงชีวิตแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในการสร้างแหล่งที่อยู่อาศัยและรายได้ ตัวอย่างเช่น ชาวประมงต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ใกล้กับชายฝั่งบนเกาะเท่านั้น เมื่อเริ่มต้นเกมผู้เล่นจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งน้ำ (บ่อน้ำ) ตลาดสด และส่วนของพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ แต่ไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆ บนเกาะ	อุปกรณ์ที่ใช้ในเกมนี้ ได้แก่ 1) ตัวกระดานเพื่อใช้ในการเล่นเกม 2) ไพ่ตัวละครที่แสดงบทบาทที่แตกต่างกันในเกม ได้แก่ ผู้ว่าการเมือง ชาวประมง คนตัดไม้ ชาวไร่ชาวนา และนักเทศน์ 3) ไพ่เหตุการณ์ ได้แก่ ขมิ้นปิ้ง น้ำ และอิฐ 4) ลูกเต๋า (ชนิดพิเศษที่มีรูปแตกต่างกันในแต่ละด้าน) 5) อุปกรณ์เสริมที่ทำมาจากพลาสติกเพื่อใช้วางในตำแหน่งที่อยู่บนกระดาน ได้แก่ บ่อน้ำ และตลาด 6) กระบอม (สำหรับ 1 ครอบครัว) และบ้าน (สำหรับ 2 ครอบครัว) และถนน โดยอุปกรณ์ทั้งหมดทำจากพลาสติกเพื่อใช้วางในจุดที่กำหนดในกระดาน และ 7) ไพ่ข้อมูลเกี่ยวกับราคาในการก่อสร้างถนน กระบอม บ้าน และการซื้ออุปกรณ์อื่นๆ เพิ่มเติม

ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้เขียน

References

- Carr, K. (2015). *Who invented board games? – History of board games*. Retrieved December 28, 2015, from <http://quart.us/games/board.htm>
- Clerveaux, V., Spence, B. & Katada, T. (2008). Using game technique as a strategy in promoting disaster awareness in Caribbean multicultural societies: The disaster awareness game. *Journal of Disaster Research*, 3(5), 1-13.
- Clerveaux, V., Spence, B. & Katada, T. (2010). Promoting disaster awareness in multicultural societies: The DAG approach. *Disaster Prevention and Management*, 19(2), 199-218.
- Hawkinson, E. (2013). *Board game design and implementation for specific language learning goals*. Retrieved December 28, 2015, from http://www.academia.edu/7295897/Board_Game_Design_and_Implementation_for_Specific_Learning_Goals
- International Decade for Natural Disaster Reduction. (1995). *Learning about natural disaster – games and projects for you and your friends*. Retrieved November 23, 2015, from http://www.mona.uwi.edu/cardin/virtual_library/docs/1248/1248.pdf
- International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. (2000). *Increasing community disaster awareness: Disaster preparedness training programme*. Retrieved November 23, 2015, from <http://www.ifrc.org/Globl/Inccdp.pdf>
- International Finance Corporation. (2011). *Disaster and emergency preparedness: Activity guide for K to 6th grade teachers*. Retrieved November 23, 2015, from <http://www.riskred.org/schools/ifc1.pdf>
- Khamprathom, T. (2015). 'Board game' Growing trendy business. Retrieved December 15, 2015, from <http://www.komchadluek.net/detail/20150414/204681.html>
- Mackay, R. F. (2013). *Playing to learn: Panelists at Stanford discussion say using games as an educational tool provides opportunities for deeper learning*. Retrieved November 23, 2015, from <http://news.stanford.edu/news/2013/march/games-education-tool-030113.html>
- Mossoux, S., Delcamp, A., Poppe, S., Michellier, C., Canters, F. & Kervyn, M. (2015). HAZAGORA: will you survive the next disaster? – a serious game to raise awareness about geohazards and disaster risk reduction. *Natural Hazard and Earth System Sciences*, 3, 5209-5245.
- Parker Brothers. (1979). *Disaster*. [Board Game]. Salem: MA.
- Promsri, C. (2014). Natural disaster preparedness awareness: Literature review. *Executive Journal*, 34(2), 92-115.
- Pulsipher, L. (2006). *The essence of Euro-style games*. Retrieved December 15, 2015, from <http://www.thegamesjournal.com/articles/Essence.shtml>
- Pulsipher, L. (2006). *The essence of Euro-style games*. Retrieved December 15, 2015, from <http://www.thegamesjournal.com/articles/Essence.shtml>

- Silverman, D. (2013). *How to learn board game design and development*. Retrieved December, 18, 2015, from <http://gamedevelopment.tutsplus.com/articles/how-to-learn-board-game-design-and-development--gamedev-11607>
- Spence, B. (2012). *Engagement of schools: long-term strategy for enhancing disaster resilience capacity-building in CDEMA- participating states*. Retrieved December 28, 2015, from http://www.cdema.org/cdmconference/presentations/2012/session_2b/Balfour_Spence.pdf
- UN/ISDR & UNICEF. (2004). *Learning from today's disasters for tomorrow's hazards: 2004 World Disaster Reduction Campaign*. Retrieved December 28, 2015, from <http://www.unisdr.org/2004/campaign/pa-camp04-riskland-eng.htm>
- UNESCO Asia. (2007). *Disaster master: natural disaster preparedness game*. Retrieved December 28, 2015, from <http://www.preventionweb.net/educational/view/4420>
- Wiebenga, S. R. (2005). Guidelines for selecting, using, and evaluating games in corporate training. *Performance Improvement Quarterly*, 18(4), 19-36.
- Wikipedia. (2015). *Board game*. Retrieved December 25, 2015, from https://en.wikipedia.org/wiki/Board_game



Name and Surname: Chaityaset Promsri

Highest Education: Ph.D. in Global Leadership and Organizational Management, Lynn University, U.S.A.

University or Agency: Rajamangala University of Technology
Phra Nakhon

Field of Expertise: Security Risk Management, Disaster Preparedness Awareness, Conflict Management and Leadership

Address: 86 Phitsanuloke Rd., Suanichitralada, Dusit, Bangkok, 10300

อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวยุโรปในมาเลเซีย

ETHNIC IDENTITY OF SIAMESE - MALAYSIAN IN MALAYSIA

ทัศนาวดี แก้วสนิท¹ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์² และกาญจนา แก้วเทพ³

Thatsanawadi Kaeosanit¹ Ubolwan Premsrirat² and Kanjana Kaewthep³

^{1,2,3}คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

^{1,2,3}Graduate School of Communication Arts and Management Innovation,
National Institute of Development Administration

บทคัดย่อ

งานศึกษาชิ้นนี้ใช้มุมมองเชิงต่อรองในการศึกษาศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชนชาวยุโรปในประเทศมาเลเซีย เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร อัตลักษณ์ และพื้นที่พรมแดนของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวยุโรปในประเทศมาเลเซียด้วยจุดยืนที่ว่าด้วยพลังของการสื่อสาร กระบวนการอัตลักษณ์ที่ไม่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่มีการปรับเปลี่ยน สืบไหลตามแต่บริบทและเงื่อนไข ภายใต้แนวคิดสายสกุลประกอบสร้าง โดยพบว่า ชาวยุโรปยังคงมีการสื่อสารเพื่อ ประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ภายใต้เงื่อนไขและเพื่อสิทธิประโยชน์ที่แตกต่างหลากหลายอย่างเป็นพลวัต ท่ามกลาง การปะทะสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นในรัฐชาติมาเลเซีย นอกจากนี้การเปลี่ยนผ่านของยุคสมัยและ พัฒนาการของระบอบการเมืองการปกครอง มิติทางเศรษฐกิจ และโครงสร้างสังคมวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเป็น เอกภาพของประเทศมาเลเซียย่อมส่งผลต่อการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวยุโรป ชาวยุโรปจึงมีการสื่อสาร อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ เพื่อยืนยันตัวตนและกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวยุโรปในสังคมพหุวัฒนธรรมของ ประเทศมาเลเซียให้ดำรงอยู่ได้อย่างมีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรี

คำสำคัญ: การสื่อสาร อัตลักษณ์ ชาวยุโรปในมาเลเซีย ประเทศมาเลเซีย

Abstract

This study conducted with the negotiate approach to study the potential existence of Siamese - Malaysian's ethnic identity in Malaysia, analyze the relation between communication, identity and ethnic boundary of Siamese - Malaysian in Malaysia by the standpoint of communication power, the dynamic of identity process which shifting and multi-faced under the constructionism approach. The finding reveal that Siamese - Malaysian have constructed their ethnic identity under various conditions and benefits. Moreover, the passage of time and the development of democratic political, economic and structure of social culture build the unity of the country that

would affect the existence of Siamese – Malaysian's ethnic identity. Therefore, ethnic identity of Siamese - Malaysian is communicated in order to define the identity and the position of their ethnic identity to live with dignity in the multicultural society of Malaysia.

Keywords: Communication, Identity, Siamese-Malaysian in Malaysia, Malaysia

บทนำ

เขตแดนรัฐชาติที่ปรากฏเป็นพรมแดนเชื่อมรัฐระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซียในปัจจุบันเป็นรูปแบบการกำหนดอาณาเขตเพื่อป้องกันอำนาจอธิปไตยและการควบคุมประชาชนพลเมืองอันเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการเมืองการปกครองของรัฐชาติ หากแต่เมื่อย้อนกลับไปดูประวัติศาสตร์ของการแผ่ขยายอำนาจทางการเมืองการปกครองเพื่อปักปันดินแดนของราชอาณาจักรสยามและสหพันธรัฐมลายูในอดีตจะพบว่า พื้นที่ชายแดนถูกซ้อนทับด้วยพื้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คนและมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องแม้เส้นแบ่งดินแดนจะถูกกำหนดขึ้นอย่างชัดเจนภายใต้สนธิสัญญา Anglo-Siamese เมื่อ ค.ศ. 1909 หากแต่การดำรงอยู่ของผู้คนยังคงมีสัมพันธ์ข้ามพรมแดนทั้งทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม

การกำหนดอาณาเขตของราชอาณาจักรสยามและสหพันธรัฐมลายูในครั้งนั้น ทำให้กลุ่มคนเชื้อสายมลายูที่นับถือศาสนาอิสลามจำนวนหนึ่งที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส สตูล และบางส่วนของสงขลา ซึ่งเป็นชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ดังกล่าว กลายเป็นชนกลุ่มน้อยของสังคมไทย และขณะเดียวกันกลุ่มคนเชื้อสายไทยที่นับถือศาสนาพุทธจำนวนไม่น้อยที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รัฐเคดาห์ เปอรลิส กลันตัน และตรังกานูของประเทศมาเลเซียก็ได้กลายเป็นชนกลุ่มน้อยในสังคมมาเลเซียเช่นกัน ดังนั้น การดำรงอยู่ของชนกลุ่มน้อยทั้งสองกลุ่มจึงเป็นไปในลักษณะของการเป็นพลเมืองในอาณาเขตของประเทศ ซึ่งกลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นใหญ่มีศาสนาและวัฒนธรรมแตกต่างไปจากกลุ่มของตน และขณะเดียวกันก็มีศาสนา วัฒนธรรม และพื้นที่ทางสังคมที่เชื่อมร้อยต่อกันกับชนกลุ่มใหญ่ของอีกฝั่งประเทศหนึ่ง

ชาติพันธุ์มลายูในประเทศไทยและชาติพันธุ์สยามในประเทศมาเลเซียจึงมีลักษณะของการปรับเปลี่ยนและพลิกใช้อัตลักษณ์ชาติพันธุ์แต่ละด้านอย่างเป็นพลวัตตามบริบทและเงื่อนไขที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อบริหารจัดการความสัมพันธ์ทางสังคมและเพื่อความอยู่รอดอย่างมีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีของกลุ่มชาติพันธุ์

บริบทชุมชนชาวสยามในมาเลเซีย

ข้อมูลพื้นฐานประชากรของประเทศมาเลเซียปี 2015 (Government of Malaysia, 2015) ระบุถึงจำนวนประชากรจำแนกตามรัฐและชาติพันธุ์ (Population by States and Ethnic Group / Penduduk Malaysia Mengikut Negeri dan Kumpulan Etnik) ว่า ประเทศมาเลเซียประกอบไปด้วยประชากรทั้งหมดจำนวน 30,485.20 ล้านคน ประกอบไปด้วยคนมลายู (Malay / Melayu) จำนวน 15,479.60 ล้านคน คนในกลุ่มภูมิบุตรอื่นๆ (Others Bumiputera / Bumiputera Lain) จำนวน 3,672.4 ล้านคน คนจีน (Chinese / Cina) จำนวน 6,642 ล้านคน คนอินเดีย (Indians / India) จำนวน 2,012.6 ล้านคน คนชาติพันธุ์อื่นๆ (Others / Lain-lain) จำนวน 267.4 ล้านคน และกลุ่มคนที่ไม่ใช่พลเมือง (Non-Malaysian Citizens / Bukan warganegara Malaysia) จำนวน 2,411.4 ล้านคน (Government of Malaysia, 2015) ซึ่งในจำนวนประชากรเหล่านี้ ชาวสยามได้รับการยอมรับว่าเป็นกลุ่มภูมิบุตร (Bumiputera) ดังปรากฏในระบบ HRMIS (Human Resource Management Information System / Sistem Maklumat Pengurusan Sumber

Manusia) ของกรมข้าราชการ (Ketua Pengarah Perkhidmatan Awam)

ชุมชนที่มีชาวสยามอาศัยอยู่มากที่สุดในพื้นที่ 4 รัฐนี้ ประกอบด้วย หมู่บ้านปลายะไร (Titi Akar) ตำบล ปาดังเกอร์เบา (Padang Kerbau) อำเภอเป็นดัง (Pendang) รัฐเคดาห์หรือไทรบุรี (Kedah) หมู่บ้านยาหวิ (Jejawi) ตำบลอาเรา (Arau) อำเภอกังงา (Kangar) รัฐเปอร์ลิส (Perlis) หมู่บ้านยุงเกา (Jubakar) ตำบล ยูบากา ดารัต (Jubakar Darat) อำเภอตุมปัต (Tumpat) รัฐกลันตัน (Kelantan) และหมู่บ้านเปอเอะเกียง (Pak Kiang) ตำบลกลวง (Keluang) อำเภอเบอสุต (Besut) รัฐตรังกานุ (Terengganu)

ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sociology and Culture)

ชุมชนชาวสยามในรัฐตอนเหนือของประเทศมาเลเซีย มักอยู่อาศัยร่วมกันแบบครอบครัวขยาย ผู้ชายเป็นผู้นำ ครอบครัว มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง โดยทั่วไปชาวสยาม นิยมปลูกฝังให้ลูกหลานดองหรือแต่งงานกับกลุ่มชาวสยาม ด้วยกันเอง จึงมีความเป็นเครือญาติกันเกือบทั้งชุมชน หรือมีต้นตระกูลเดียวกัน รวมถึงมีความผูกพันในระบบอุปถัมภ์ มีการผูกสัมพันธ์ทางใจที่แสดงออกโดยการ นับถือกันเสมือนญาติโดยสายโลหิต ที่เรียกว่า พ่อยก แม่ยก พี่ยก น้องยก และเนื่องจากบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ของชาวสยามมักตั้งอยู่กระจายไปตามเรือกสวนไร่นา และไม่นิยมทำรั้วบ้าน ทำให้แต่ละครอบครัวภายในชุมชน จะมีความใกล้ชิดผูกพันและรู้จักกันเป็นอย่างดี นอกจากนี้ ชาวสยามส่วนใหญ่ยังมีญาติพี่น้องอาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการอพยพโยกย้ายในอดีต ที่ประเทศไทยและพื้นที่ทั้ง 4 รัฐของมาเลเซียยังเป็น ผืนเดียวกันก่อนถูกถายโอนไปและกำหนดเขตแดนอย่าง ชัดเจน รวมถึงการอพยพโยกย้ายเพื่อแต่งงานและทำมา หากินของผู้คน ทำให้ในปัจจุบันชาวสยามยังมีสัมพันธ์ ทางเครือญาติกับคนในประเทศไทยและยังคงไปมาหาสู่ กันอยู่เสมอ

ในอดีต ชาวสยามมีโอกาสในการศึกษาเล่าเรียน

เมื่อบวชเรียนหรือเป็นโยมวัด โดยเรียนหนังสือกับพระสงฆ์ ต่อมาเมื่อมีการตั้งโรงเรียนสอนภาษาไทยขึ้นในวัดของ ชุมชนโดยมีพระสงฆ์หรือครูอาสาสมัครมาเป็นผู้สอน จึงทำให้ชาวสยามได้เรียนรู้การอ่านเขียนภาษาไทยมากขึ้น ทั้งนี้ พื้นฐานความศรัทธาที่ชาวสยามมีต่อสถาบันศาสนา ทำให้พระสงฆ์ในชุมชนถือเป็นผู้นำทางธรรม คนเฒ่า คนแก่ในชุมชนได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำทางโลก มีผู้นำ ทางจิตวิญญาณ เช่น ครูหมอและศิลปินพื้นบ้าน และมี ผู้นำอย่างเป็นทางการ คือ ผู้ใหญ่บ้าน

ทั้งนี้ วิถีชีวิตของชาวสยาม ยังคงมีความผูกพัน อยู่กับความเชื่อและพิธีกรรมดั้งเดิม ทั้งความเชื่อในสิ่ง เหนือธรรมชาติและอำนาจไสยศาสตร์เร้นลับผสมผสาน กับความเชื่อทางศาสนา ไม่ว่าจะเป็นศาสนาพราหมณ์ ศาสนาฮินดู และศาสนาพุทธ โดยพิธีกรรมส่วนใหญ่ของ ชาวสยามมักมีรากฐานมาจากพุทธศาสนาและผูกติดอยู่ กับความเชื่อเกี่ยวกับอำนาจเหนือธรรมชาติ

ด้านเศรษฐกิจ (Economy)

ตั้งแต่สมัยอาณานิคม การส่งออกดีบุก ยางพารา และน้ำมันปาล์มก็เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ มาเลเซียมาโดยตลอด ขณะที่รัฐเคดาห์เป็นแหล่งผลิตข้าว ที่ใหญ่ที่สุดของมาเลเซีย ต่อมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญ กับการพัฒนาอุตสาหกรรมและมีนโยบายพัฒนารัฐเคดาห์ ให้เป็นรัฐอุตสาหกรรม เช่นเดียวกับรัฐเปอร์ลิส ที่เดิมเป็น รัฐเกษตรกรรมและต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงให้พัฒนา เป็นภาคอุตสาหกรรม ส่วนรัฐกลันตันจัดอยู่ในกลุ่มรัฐ ที่ยากจนที่สุดในบรรดารัฐต่างๆ ของมาเลเซีย เพราะเป็น รัฐที่ประกอบการเกษตรเป็นส่วนใหญ่มาแต่เดิม ภาคเหนือ ของรัฐกลันตันมีการปลูกข้าวและทำสวนยางเป็นส่วนใหญ่ ทางภาคใต้มีการปลูกยางพาราและน้ำมันปาล์ม ขณะที่ รัฐตรังกานุแต่เดิมเคยจัดอยู่ในกลุ่มรัฐที่ยากจนเช่นกัน แต่การค้นพบน้ำมันและก๊าซในชายฝั่งเมื่อปี 1974 (พ.ศ. 2517) ทำให้อุตสาหกรรมปิโตรเลียมและก๊าซกลายเป็น อุตสาหกรรมหลักในตรังกานุ ทั้งนี้ ชาวสยามส่วนใหญ่ จะเป็นคนที่อยู่ติดพื้นที่มาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ และมี ระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพด้วยการทำนา ทำสวนยางพารา

ทำสวนผลไม้ ปลูกผัก และทำไร่ยาสูบ และชาวสยามอีกจำนวนหนึ่งยังนิยมประกอบอาชีพอิสระของตัวเอง รับจ้างเป็นพนักงานในบริษัทห้างร้านหรือค้าขายปลีก รวมถึงรับราชการ เป็นต้น

ด้านการเมืองการปกครอง (Politics)

ประเทศมาเลเซียมีระบอบการเมืองแบบประชาธิปไตย ในระบบรัฐสภา (Parliamentary Democracy) ใช้ระบบการปกครองแบบสหพันธรัฐ มีทั้งรัฐบาลกลางหรือรัฐบาลสหพันธรัฐ (Federal Government) และรัฐบาลแห่งรัฐ (State Government) ของแต่ละรัฐ โดยมีสมเด็จพระราชาธิบดี (Yang di-Pertuan Agong) เป็นประมุขของประเทศที่อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญ

ปัจจุบันประเทศมาเลเซียอยู่ภายใต้การปกครองของรัฐบาลกลางที่เป็นกลุ่มพรรค BN (Barisan Nasional) โดยรัฐเคดาห์ รัฐตรังกานู และรัฐเปอร์ลิส อยู่ภายใต้การปกครองของพรรค BN (Barisan Nasional) และรัฐกลันตันอยู่ภายใต้การปกครองของพรรค PAS (Islamic Party of Malaysia) ในฐานะรัฐบาลของรัฐ (State Government) โดยในระบบการเมืองการปกครองของรัฐบาลกลางมาเลเซียมีผู้แทนที่สำคัญ คือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (Ahli Parlimen) และสมาชิกวุฒิสภา (Senator) ซึ่งสมาชิกวุฒิสภาส่วนหนึ่งจะเป็นตัวแทนของชนกลุ่มน้อยในประเทศมาเลเซีย เช่น กลุ่มชนพื้นเมืองดั้งเดิม (Orang Asli) รวมทั้งชาวสยาม ก็มีตัวแทนที่ได้รับเลือกเป็นสมาชิกวุฒิสภา อาทิ คุณเจริญ อินทรชาติ อดีตประธานสมาคมคนสยามมาเลเซีย ต่อมาคือ คุณชีวซุน เอ็มอัมไพ (Siw Chun a/p Eam) อดีตรองประธานสมาคมคนสยามมาเลเซียและที่ปรึกษาของมุขมนตรีแห่งรัฐเปอร์ลิส และปัจจุบันคือ ดาโต๊ะบุญเสริม สุวรรณมณี (Boonsom a/l Inong) ดำรงตำแหน่งระหว่างปี พ.ศ. 2553-2559

ส่วนในระบบการเมืองการปกครองของรัฐบาลแห่งรัฐที่มีคณะมนตรีบริหารรัฐหรือสภาผู้บริหารรัฐบาลท้องถิ่นแห่งรัฐ (State Executive Councillor: EXCO / Majlis Mesyuarat Kerajaan Negeri) เป็นผู้บริหาร

ระดับรัฐนั้น เนื่องจากในจำนวนรัฐเคดาห์ประกอบไปด้วยหลากหลายชาติพันธุ์ โดยมีชาวสยามอาศัยอยู่มากที่สุด เมื่อเทียบกับชาวสยามในรัฐอื่นๆ การปกครองระดับรัฐของเคดาห์จึงมีคณะมนตรีบริหารรัฐที่มีหน้าที่ดูแลเรื่องศาสนา เรื่องการโยธา เรื่องการท่องเที่ยวและมรดก และเรื่องเกี่ยวกับชาวสยาม (Pengerusi Jawatankuasa Agama, Kerja Raya, Pelancongan dan Warisan, Hal Ehwal Masyarakat Siam) คือ YB Dato Haji Mohd Rawi Bin Haji Abdul Hamid (ดาโต๊ะราวี) ในขณะที่รูปแบบการเมืองการปกครองในชุมชนของมาเลเซียจะมีกำนันหรือ Penghulu ซึ่งถือเป็นข้าราชการประจำของรัฐต่างๆ ที่จะดำรงตำแหน่งอยู่ในตำบล (Mukim) นั้นๆ ตามวาระ และอาจย้ายไปประจำตำบลอื่นภายในรัฐนั้น ส่วนผู้ใหญ่บ้านจะได้รับการแต่งตั้งโดยการเสนอชื่อจากพรรคการเมืองที่ปกครองรัฐนั้นๆ โดยในเคดาห์และเปอร์ลิสเรียกว่า Ketua Kampong ส่วนในกลันตันเรียกว่า Tok Penghulu ซึ่งผู้ใหญ่บ้านจะทำหน้าที่เป็นประธานคณะกรรมการหมู่บ้านหรือชื่อเต็มคือ คณะกรรมการการพัฒนาและความปลอดภัยหมู่บ้าน (Jawatan Kuasa Kemajuan dan Keselamatan Kampung: JKKK) ทั้งนี้ ภายใต้ความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศมาเลเซียและประเทศไทย สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองปีนัง และสถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองโกตาบารู ยังมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการดำรงอยู่ของชาวสยามในมาเลเซีย

ด้านการสื่อสาร (Communication)

สื่อบุคคล (Personal media)

สื่อบุคคลในชุมชนที่มีบทบาทในการธำรงรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนชาวสยาม ประกอบด้วย พระสงฆ์ คนเฒ่าคนแก่ในชุมชน ครูหมอและศิลปินพื้นบ้าน รวมทั้งผู้ใหญ่บ้าน โดยพระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้นำทางธรรมและเป็นผู้ดำเนินพิธีกรรมทางศาสนา ดำรงตนเป็นศูนย์รวมและที่พึ่งทางจิตใจของสมาชิกในชุมชน ส่วนคนเฒ่าคนแก่ในชุมชนซึ่งเป็นผู้นำทางโลกก็ทำหน้าที่ในการถ่ายทอด

องค์ความรู้ในมิติวัฒนธรรมของชุมชนและปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ลูกหลาน และยังเป็นผู้นำในระดับครอบครัวหรือเครือข่ายในระบอบอาวุโส ในขณะที่ครูหมอและศิลปินพื้นบ้านซึ่งเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณก็ทำหน้าที่ในการสืบสานและสะท้อนคุณค่าของวัฒนธรรมด้วยจิตวิญญาณผ่านเครื่องมือทางวัฒนธรรมต่างๆ และผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งเป็นผู้นำอย่างเป็นทางการของชุมชนก็มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของสมาชิกในชุมชนและคนนอกชุมชนในระดับสังคมส่วนรวม

สื่อพื้นบ้าน (Traditional media)

รูปแบบสื่อที่เป็นพิธีกรรม เช่น โนราโรงครู โดยในเดือนหกของทุกปี ส่วนรูปแบบสื่อที่เป็นการแสดง เช่น หนังตะลุง การรำไทย การรำวง การละเล่นกลองยาวของชาวยาย และรูปแบบสื่อที่เป็นวัตถุ เช่น ศิลปกรรมหรือสถาปัตยกรรมทางพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นสิ่งก่อสร้างในวัดประจำหมู่บ้านหรือวัดไทยในประเทมาเลเซีย ได้แก่ โบสถ์ ศาลาการเปรียญ เป็นต้น

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized media)

การเรียนการสอนภาษาไทยภายในวัดของชาวยายใช้หนังสือในโครงการผลิตหนังสือเรียนภาษาไทยสำหรับชาวมลายูเชื้อสายไทยในประเทมาเลเซียเป็นสื่อการเรียน รวมถึงกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่โรงเรียนสอนภาษาไทยจัดขึ้นในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันเด็ก วันพ่อและวันแม่ ก็เป็นสื่อในการเรียนรู้ให้กับเด็กและเยาวชนได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ชาวยายนิยมใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ที่จะจัดขึ้นในชุมชน เช่น ป้ายประกาศที่ติดอยู่ตามร้านค้าบริเวณวัดหรือบอร์ดติดป้ายประกาศประจำหมู่บ้านโดยมีข้อความภาษาไทย ภาษาจีน และภาษามลายู และชาวยายยังนิยมจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อบันทึกเรื่องราวที่สำคัญหรือน่าสนใจที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น โดยนำหลักธรรมในพุทธศาสนามาจัดพิมพ์เผยแพร่ หรือมีการจัดพิมพ์เนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น จัดทำหนังสืออนุสรณ์เนื่องใน

งานพระราชทานเพลิงศพพระสังฆาธิการ หนังสือที่ระลึกในงานฉลองอุโบสถ และเอกสารบันทึกเกี่ยวกับมรดกของวัด เป็นต้น

สื่อมวลชน (Mass Media)

ชาวยายเปิดรับสื่อชนิดต่างๆ ของประเทมาเลเซียทั้งจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศ โดยสำหรับเยาวชนการเปิดรับสื่อชนิดต่างๆ ของประเทมาเลเซีย ทั้งจากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ยังเป็นการเรียนรู้ภาษาราชการของประเทมาเลเซียในระดับสูงควบคู่กันไปด้วย ขณะเดียวกันก็นิยมเปิดรับสื่อต่างๆ จากประเทไทย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือ ฯลฯ โดยนิยมติดตามละครโทรทัศน์ไทย ฟังเพลงจากคลื่นวิทยุไทย ติดตามผลงานศิลปินนักร้องที่ชื่นชอบของไทย อ่านหนังสือหรือนิตยสารจากประเทไทยที่วางขายบริเวณด่านชายแดนระหว่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ ชาวยายส่วนหนึ่งที่ทำงานในองค์กรสื่อสารมวลชน ก็ถือเป็นช่องทางการสื่อสารหรือกระบอกเสียงที่สำคัญของชุมชนชาวยายเนื่องจากสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของชุมชนออกไปสู่สังคมในวงกว้างได้

สื่อใหม่ (New media)

ชาวยายส่วนหนึ่งนิยมติดต่อสื่อสารผ่านสื่อใหม่ต่างๆ เช่น สื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชัน Whatsapps ในมือถือ เว็บไซต์ (Website) เป็นต้น ซึ่งส่วนมากเป็นการสร้างความร่วมมือและรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มเพื่อติดต่อสื่อสารและเพื่อพิทักษ์สิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ เช่น สโมสรข้าราชการมาเลเซียเชื้อสายไทย (Kelab Siam Sektor Awam: KESSA) ใช้สื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ในการรวมกลุ่มสมาชิก หรือเครือข่ายกลุ่มรวมไทย (Ruam Thai) ที่ใช้เว็บไซต์ (Website) เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกและแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมของกลุ่ม เป็นต้น

เครือข่ายการสื่อสาร (Communication network)

เครือข่ายการสื่อสารภายในชุมชน ในรูปแบบของการ “กินงาน” “แกงเวียน” “ครัววัด” และ “สวัสดิการ

ชุมชน” เครือข่ายการสื่อสารระหว่างชุมชน ในเรื่องกิจกรรมของสงฆ์และกิจกรรมของวัด รวมถึงเครือข่ายการสื่อสารของสมาคมและกลุ่มต่างๆ ของชาวสยาม และเครือข่ายการสื่อสารภายนอกชุมชนที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างชาวสยามและคนไทยในประเทศไทยหรือชาติพันธุ์อื่นๆ

อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวสยามที่ผันแปรภายใต้เงื่อนไขของความสัมพันธ์

อัตลักษณ์เป็นยุทธวิธีในการจัดวางตนเองในลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทเงื่อนไขและสถานการณ์ต่างๆ ในฐานะของเครื่องมือในการจัดการองค์กรและประสานความสัมพันธ์ทางสังคม หากการก้าวข้ามพรมแดนทางวัฒนธรรมสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มชาติพันธุ์สมาชิกของกลุ่มก็อาจเลือกใช้อัตลักษณ์แบบหนึ่งในการแสดงตัวตนกับคนกลุ่มหนึ่งหรืออาจเลือกเน้นอัตลักษณ์อีกอย่างหนึ่งเมื่อแสดงตัวตนกับคนอีกกลุ่ม หนึ่งเดียวกัน อัตลักษณ์หนึ่งๆ ก็อาจถูกตีความหรือให้คุณค่าแตกต่างกันระหว่างคนที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันและคนนอกวัฒนธรรม ดังนั้น ในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การธำรงรักษาอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของกลุ่มจึงให้ความสำคัญกับการประกอบสร้างและการผลิตซ้ำคุณลักษณะทางวัฒนธรรมเพื่อปักปันพรมแดนทางชาติพันธุ์อย่างเป็นพลวัต ทั้งในรูปแบบของการตีความ การต่อรอง และการตอบโต้ต่อสถานการณ์ที่กลุ่มชาติพันธุ์ต้องเผชิญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกระบวนการโลกาภิวัตน์ได้เชื่อมโยงโลกเข้าด้วยกัน โดยมีปัจจัยสำคัญคือ การปฏิวัติระบบการสื่อสารที่ทำให้พื้นที่ถูกย่นย่อให้หดแคบลง ขณะที่เวลาถูกเร่งให้หมุนเร็วขึ้น จนเกิดการหลอมละลายมิติพื้นที่และเวลาเข้าด้วยกัน รวมถึงเกิดการหุบยืมและผสมผสานทางวัฒนธรรมที่สลับซับซ้อนและหลากหลาย การผลิตของระบบทุนนิยมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เรื่องเวลาและสถานที่ ไม่เพียงผลจากการผลิตและการบริโภคที่มีต่อตลาดโลกในระบบเศรษฐกิจ แต่รวมถึงพลวัตทางวัฒนธรรม ที่โลกาภิวัตน์เป็นพลัง

กระตุ้นให้เกิดการทบทวนการนิยามอัตลักษณ์ของตนและกลุ่ม ปลุกจิตสำนึกท้องถิ่นนิยมอันเป็นพลังของการสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน พื้นที่ประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลกระทบต่อจิตสำนึก ทำให้เกิดการทบทวนตำแหน่งแห่งที่ของตน เกิดการสร้างความหมายใหม่แก่อัตลักษณ์ อัตลักษณ์จึงถูกรื้อถอนและประกอบสร้างขึ้นใหม่โดยปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขแวดล้อมและบริบท

ความสัมพันธ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ภายใต้อิทธิพลของลัทธิชาตินิยมมีการจำแนกแยกแยะกลุ่มคนออกเป็นชนกลุ่มใหญ่และชนกลุ่มน้อย (Minority group) ตามลักษณะความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ทำให้วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยอย่างชาติพันธุ์ชาวสยามในมาเลเซียมีลักษณะของการผสมผสานชาติพันธุ์เดิมกับวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ของรัฐ ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2557) แสดงทัศนะไว้ว่า วัฒนธรรมย่อยที่ดำรงอยู่ในโครงสร้างลำดับชั้นของอำนาจที่แตกต่างกัน (Hierarchical power structure) มีลักษณะของการใช้อำนาจครอบงำ (Domination, exploitation, manipulation) ที่วัฒนธรรมหลักกระทำต่อวัฒนธรรมย่อย แต่อีกด้านหนึ่งก็หมายถึง การตอบโต้ต่อรอง ที่วัฒนธรรมย่อยมีต่อวัฒนธรรมหลักเพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดด้วย เช่น การธำรงรักษามโนราห์ (Menora) หรือโนราแขกในชุมชนชาวสยาม ซึ่งมีหน่วยงานของภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุนเพื่อสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมไว้ในชุมชน โดยการเปิดพื้นที่ของชุมชนให้ผู้คนที่สนใจมาร่วมเรียนรู้และฝึกฝนการรำโนราห์ที่มีการขับบทสลับกันไปทั้งภาษาไทยและภาษามลายูจากศิลปินหรือผู้นำทางจิตวิญญาณของชุมชน หรือการจัดแสดงหนังตะลุง (Wayang kulit) ในพื้นที่ของชุมชน โดยเป็นการสร้างพื้นที่เพื่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมให้กับสมาชิกในชุมชน ซึ่งถึงแม้ว่าจะไม่ใช่หนังหนังตะลุงชาวสยาม แต่รูปแบบการร้องขับบทกลอนที่มีสามภาษาของศิลปินที่ประกอบด้วยภาษามลายู ภาษาไทย และภาษาจีนก็สะท้อนลักษณะความเป็นพหุสังคมของกลุ่มผู้ชมที่หลากหลายได้เป็นอย่างดี รวมถึงรูปหนังตะลุงที่มีรูปร่าง

หรือคุณลักษณะแตกต่างกัน เช่น รูปมังกร รูปศาลา (Balai Besar) หรือรูปภาชี ก็แสดงถึงความหลากหลายของลักษณะทางชาติพันธุ์ในสังคมของมาเลเซีย แม้แต่ภาพที่ปรากฏโลดแล่นอยู่บนผืนผ้าใบของจอแสดงหนัง เช่น การสนทนากันของตัวละคร รูปหนังหุ่นยักษ์ตัวละคร รูปหนังของมลายู ก็สะท้อนปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของชนชาติต่างๆ ในมาเลเซียได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ชาวสยามในมาเลเซียยังมีวิธีการปรับตัวเพื่อดำรงวัฒนธรรม อาทิ การจัดงานประเพณีวัฒนธรรมตามธรรมเนียมเป็นประจำทุกปี แต่เลือกจัดงานใหญ่ในระดับรัฐเพื่อการระดมทุน เช่น งานสงกรานต์และงานลอยกระทงในรัฐเคดาห์ รัฐเปอร์ลิส และรัฐกลันตัน ซึ่งสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์ได้เป็นอย่างดี ขณะที่การจัดงานขึ้นในช่วงวันที่ใกล้เคียงกันก็ทำให้ชาวสยามที่ทำงานหรืออาศัยอยู่ในพื้นที่ไกลออกไปจากชุมชนได้มีโอกาสมาร่วมงานด้วย สำหรับชาวสยามในรัฐตรังกานูซึ่งมีจำนวนอยู่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับชาวสยามในรัฐอื่นๆ ก็มักเดินทางไปรวมกลุ่มเพื่อร่วมปฏิสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชาติพันธุ์ของตนในรัฐใกล้เคียงคือ รัฐกลันตัน และร่วมงานที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีโดยกลุ่มนักธุรกิจชาวสยามและชาวจีน ดังนั้น รูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อธำรงรักษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ของชาวสยาม ทั้งการแบ่งสรรปันส่วน การแลกเปลี่ยนหมุนเวียน และการหยิบยืมทรัพยากรซึ่งกันและกัน ทั้งในพื้นที่รัฐที่มีชาวสยามอาศัยอยู่มากที่สุดอย่างรัฐเคดาห์ หรือพื้นที่รัฐเล็กๆ อย่างรัฐเปอร์ลิส รวมถึงรัฐที่เคร่งครัดในการปกครองตามหลักศาสนาอย่างรัฐกลันตัน และรัฐที่มีชาวสยามอาศัยอยู่น้อยที่สุดซึ่งอยู่ห่างไกลออกไปจากรัฐอื่นๆ อย่างรัฐตรังกานู นับเป็นยุทธวิธีการดำรงอยู่ของชาวสยามเพื่อธำรงรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์

ทั้งนี้ การศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ภายใต้อิทธิพลของแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง พบว่า ท่ามกลางการปฏิสัมพันธ์และการปะทะสังสรรค์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ อัตลักษณ์จะถูกเลือกมานำเสนอในมิติที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบท เงื่อนไข และ

สถานการณ์ โดยอัตลักษณ์ถูกนำมาใช้ในการต่อรองหรือต่อสู้เพื่อช่วงชิงความหมาย การต่อรองท้าทายดังกล่าวอาจเป็นการเสริมอัตลักษณ์เดิมให้ชัดเจนมั่นคงขึ้นหรืออาจนำไปสู่การปรับเปลี่ยนและนำเสนออัตลักษณ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเปิดพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์ เพราะสำหรับการดำรงอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่ม หากเงื่อนไขทางสังคมเปลี่ยนไป การพยายามยึดโยงตนเองอยู่กับอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์บางอย่างอาจแสดงถึงความสามารถในการปรับตัวที่ลดลง ดังนั้น อัตลักษณ์ชาติพันธุ์จึงดัดแปลงได้ เปลี่ยนแปลงได้และเลื่อนไหลไปมาอย่างต่อเนื่องตามเป้าประสงค์ของการดำรงอยู่ อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของชาวสยามบางอย่างจึงถูกเลือกเพื่อปรับปรนองค์ประกอบในลักษณะต่างๆ เช่น อัตลักษณ์ทางภาษาที่ชาวสยามยอมรับเอารูปแบบการเรียบเรียงชื่อตัวแบบมลายูมาใช้ แต่ยังคงใช้ชื่อและนามสกุลที่มีความหมายอย่างไทย อัตลักษณ์ทางศาสนาที่ชาวสยามเปิดพื้นที่ให้รูปเคารพตามศาสนาพุทธนิกายหินยานตั้งอยู่เคียงคู่เครื่องหมายธรรมจักรของศาสนาพุทธนิกายเถรวาทในวัดพุทธของชาวสยาม และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชาวสยามถือเอาวัฒนธรรมอันเกิดจากการผสมผสานระหว่างโนราของไทยและมะโย่งของมลายูอย่างโนราแขกเป็นวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ชาวสยามในชุมชน

ดังนั้น อิทธิพลด้านแนวคิดที่ได้จากสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง Williams (1976 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2545) จึงเน้นว่า แนวทางในการศึกษาวัฒนธรรมนั้นจะต้องพิจารณาอย่างเป็นรูปธรรมคือ ต้องเน้นกระบวนการผลิตวัฒนธรรม (Production) และการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมนั้น (Reproduction) เพื่อเป็นหลักประกันความต่อเนื่องยืนยาวของสิ่งนั้น และแต่ละวัฒนธรรมล้วนมีวัฒนธรรมในการเลือกสรร (Tradition of Selection) คือ มีวัฒนธรรมในการเลือกสรรสื่อบางชนิดเอาไว้หรือตัดทิ้งสื่อบางชนิดทิ้งออกไป นอกจากนี้ Williams (1976 อ้างในกาญจนา แก้วเทพ, 2545) ได้จำแนกประเภทของปฏิบัติการทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภทคือ

Dominant (วัฒนธรรมหลัก) Residual (วัฒนธรรมที่ตกค้างมาจากอดีต ที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับวัฒนธรรมหลัก) และ Emergent (วัฒนธรรมที่กำลังก่อตัวขึ้นมาใหม่ โดยเป็นผลรวมระหว่างสองประเภทแรก) ยกตัวอย่างเช่น ประเพณีสงกรานต์ของชาวสยาม ที่แต่เดิมนั้นชาวบ้านมีวัฒนธรรมแบบ Residual ในการจัดพิธี คือ ก่อนวันสงกรานต์ที่ถือเป็นวันปีใหม่นั้น ชาวสยามจะจัดงานสวดบังสกุลกระดุกบรพบุษผู้ล่วงลับเรียกว่า บังสกุลบัวหรือบางชุมชนเรียกว่า ทำบุญสวดชื่อในช่วงเช้า ส่วนตอนกลางวันมีการรดน้ำดำหัวเจ้าอาวาสและคนเฒ่าคนแก่ในชุมชน และมีพิธีรับเทียมดาหรือรับเทวดาในตอนกลางคืน ด้วยความเชื่อว่าเทวดาองค์ใหม่เสด็จมาทำหน้าที่รักษาโลกมนุษย์ โดยญาติพี่น้องรวมถึงลูกหลานที่ทำงานอยู่ห่างไกลจากชุมชนก็จะเดินทางกลับมาร่วมพิธีกันเป็นจำนวนมาก และต่อมาเมื่อรัฐบาลมาเลเซียเข้ามาให้การสนับสนุนโดยส่งเสริมให้ประเพณีสงกรานต์เป็นอีกหนึ่งเทศกาลท่องเที่ยวของคนในประเทศ ก็ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบงานประเพณีให้มีการประกวดและการแสดงต่างๆ รวมถึงมีรถดับเพลิงมาฉีดน้ำสร้างความสนุกสนานให้กับผู้ร่วมงาน (Dominant) ซึ่งเป็นลักษณะของการเลือกสนับสนุนกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา ทำให้ต่อมาภายหลังชาวสยามจึงจัดงานสงกรานต์ขึ้น 2 วันคือ วันแรกเป็นพิธีกรรมที่ทำสืบต่อกันมาภายในชุมชน ส่วนวันที่สองเป็นงานสงกรานต์ที่สนับสนุนโดยรัฐบาล ซึ่งเป็นวัฒนธรรมแบบ Emergent ที่ถูกเลือกสรรมาผลิตซ้ำ

กระบวนการธำรงวัฒนธรรมทางชาติพันธุ์ย่อมเกิดขึ้นในมนุษยชาติทุกกลุ่มชาติพันธุ์ เช่นเดียวกับที่รัฐชาติย่อมมีนโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ของรัฐชาติเอง ซึ่งมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างชนกลุ่มใหญ่และชนกลุ่มน้อย โดยความสัมพันธ์จะเป็นไปในทิศทางไหนก็ขึ้นอยู่กับใช้อำนาจรัฐที่มีต่อชนกลุ่มน้อย การบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชน ตลอดจนจิตสำนึกชาติพันธุ์และวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชน ดังนั้น วัฒนธรรมจึงเป็นทั้งความหมาย

(Meaning) และระบบคุณค่า (Value system) ของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวสยาม ซึ่งตกผลึกมาจากประสบการณ์ที่แวดล้อมและบริบทรอบตัว ดังที่กาญจนา แก้วเทพ (2555) แสดงทัศนะไว้ว่า วัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง (Mediator) การพัฒนาการดำรงอยู่ (Social being) ของคนคนหนึ่งให้กลายเป็นมนุษย์ที่มีจิตสำนึกทางสังคม (Social consciousness) ด้วยเหตุนี้ ลักษณะวัฒนธรรมของแต่ละสังคมจึงขึ้นอยู่กับบริบทสภาพความเป็นจริงของสังคมนั้น

ดังนั้น อัตลักษณ์ชาติพันธุ์เกิดจากการรับรู้ตัวตนที่ชาวสยามมีต่อตนเอง ต่อชุมชน หรือต่อหน่วยทางสังคมที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ ซึ่งทำให้ชาวสยามสามารถแบ่งแยกตัวเองออกจากกลุ่มอื่นๆ ในบริบททางสังคม วัฒนธรรมการเมืองการปกครอง และเศรษฐกิจได้ อัตลักษณ์ชาติพันธุ์จึงเกิดขึ้นจากการประกอบสร้าง (Construct) อย่างเป็นกระบวนการ (Process) โดยอาศัยพลังขับเคลื่อนทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีบทบาทต่อกระบวนการอัตลักษณ์ในลักษณะต่างๆ คือ ปัจจัยทางประวัติศาสตร์และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ที่เป็นรากฐานหรือฐานทุนองค์ความรู้ที่สำคัญของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวสยาม โดยความสัมพันธ์ที่ดำรงอยู่ในสถาบันทางสังคมของชาวสยาม เป็นสื่อการเรียนรู้และถ่ายทอดทางวัฒนธรรม รวมถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์เพื่อบอกเล่าที่มาของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สำคัญ ส่วนปัจจัยด้านลักษณะทางภูมิศาสตร์มีผลต่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาวสยาม ทั้งในรูปแบบของการปรับเปลี่ยนต่อเติมหรือฟื้นฟู สูญหายไปและการสร้างใหม่ทางอัตลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตนเองในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขณะที่ปัจจัยด้านภาคประชาสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์และปัจจัยด้านนโยบายการปกครองของรัฐบาล มีผลต่อการธำรงรักษาสืบทอดและการต่อรองอัตลักษณ์ ซึ่งการปะทะสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมและการถูกควบคุมโดยกลุ่มคนต่างชาติพันธุ์ที่เป็นใหญ่ ทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ยึดโยงชาวสยามไว้ด้วยกันก่อร่างสร้างรูปเป็นภาค

ประชาสังคมที่เข้มแข็งเพื่อผดุงรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และพิทักษ์สิทธิประโยชน์ของชาวสยามภายใต้การดำเนินนโยบายการปกครองของรัฐบาลมาเลเซีย ทำให้การธำรงรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวสยามเพื่อสืบทอดแก่นแกน และเนื้อหาความหมายของอัตลักษณ์เอาไว้ได้ มีการปรับตัวและต่อรองอัตลักษณ์ด้วยการปรับรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อโครงสร้างสังคมโดยรวม และเพื่อเป็นหลักประกันไม่ให้เกิดการสูญสลายหายไปของอัตลักษณ์ในท้ายที่สุด

อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ชาวสยามในมาเลเซีย ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์

ท่ามกลางกระแสพลวัตทางวัฒนธรรมอันเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างโลกาภิวัตน์กับท้องถิ่นนิยม ทำให้ปรากฏมุมมองอันหลากหลายที่นักวิชาการมีต่อการสื่อสารโลกาภิวัตน์ โดยมุมมองเชิงบวกมีความเชื่อพื้นฐานว่าการสื่อสารโลกาภิวัตน์จะช่วยเชื่อมโยงความเป็นปึกแผ่นของอารยธรรมโลกให้เป็นหนึ่งเดียวหรือช่วยให้พลเมืองโลกเกิดความทันสมัยร่วมกันและเท่าเทียมกัน ดังแนวความคิดเรื่องหมู่บ้านโลกของ Marshall McLuhan (1964, 1989 อ้างในสมสุข หินวิมาน, 2548) ที่สื่อต่างๆ เป็นกลไกเชื่อมโยงผู้คนข้ามชาติข้ามพรมแดน ทำให้พลเมืองและวัฒนธรรมโลกก้าวเข้าสู่ภาวะการเป็นหมู่บ้านโลก (Global village) ขณะที่มุมมองเชิงลบเห็นว่า การสื่อสารโลกาภิวัตน์จะเข้ครอบงำอารยธรรมท้องถิ่นต่างๆ ให้อ่อนแอลงและครอบงำวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังแนวความคิดเรื่องจักรวรรดินิยมสื่อและการครอบงำวัฒนธรรม (Media imperialism and cultural domination) ที่ชนกลุ่มน้อยอาจไม่สามารถเข้าถึงหรือช่วงชิงพื้นที่ในสื่อกระแสหลักได้ หรืออาจได้รับการนำเสนอเพียงบางโอกาสเท่านั้น แต่ในบางเงื่อนไข พลัของท้องถิ่นก็มีศักยภาพในการต่อต้านวัฒนธรรมโลกหรือวัฒนธรรมตะวันตกเช่นกัน ส่วนมุมมองเชิงต่อรองที่ได้รับอิทธิพลจากนักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษาเห็นว่า กระบวนการสื่อสารจะมีทั้งการต่อรองปรับตัว และผสมผสานวัฒนธรรมโลกและท้องถิ่นเข้าไว้

ด้วยกัน ซึ่งวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่งและมีการวิวัฒนาการไปท่ามกลางการปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่น นอกจากนั้นภายใต้แนวคิดเรื่องชาติและความเป็นชาติ แม้กระแสโลกาภิวัตน์จะถาโถมเข้าสู่ชุมชนท้องถิ่น แต่ด้วยกระบวนการทางการสื่อสาร ทำให้ความเป็นชาติยังคงถูกรักษาเอาไว้อย่างต่อเนื่อง (สมสุข หินวิมาน, 2548)

ดังนั้น ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและการพัฒนาการของระบอบการเมือง การปกครอง และสังคมวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพของประเทศมาเลเซีย จึงส่งผลต่อการรับรู้ความหมายและคุณค่าของอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันของชาวสยามแต่ละรุ่น ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มอายุออกเป็น 4 รุ่น (Generations) โดยจากการศึกษาพบว่า คนแต่ละรุ่นมีรากฐานความคิดที่แตกต่างกันออกไปดังต่อไปนี้

1. กลุ่มชาวสยามอายุ 57 ปีขึ้นไป (ยุคอาณานิคม) นับเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลจากการล่าอาณานิคมและการขยายอิทธิพลของชาติต่างๆ รวมถึงการสถาปนาความเป็นรัฐชาติอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องอพยพโยกย้ายหลายครั้งหลายครา ก่อนที่จะได้ตั้งหลักปักฐานและจัดสรรปันส่วนทรัพย์สินตามที่รัฐมอบให้ในฐานะพลเมือง และด้วยความที่ต้องอยู่ภายใต้การปกครองของชนต่างชาติศาสนาต่างวัฒนธรรมซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นใหญ่ คนกลุ่มนี้จึงมีความพยายามที่จะธำรงรักษาอัตลักษณ์ชาติพันธุ์เอาไว้อย่างต่อเนื่อง ผ่านการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การอนุรักษ์ การควบคุมกำกับดูแล และการเชื่อมประสานระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ ดังนั้น รากฐานความคิดของคนกลุ่มนี้จึงมีความเป็นผู้ริเริ่ม ก่อตั้ง ถ่ายทอด กำกับดูแล และธำรงรักษาทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชาติพันธุ์เป็นสำคัญ (Cultural origin)

2. กลุ่มชาวสยามอายุระหว่าง 34-57 ปี (ยุคเอกราช) นับเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลจากการประกาศเอกราชและสร้างชาติมาเลเซียโดยสมบูรณ์ การสร้างวาทกรรมภูมิบุตรที่ทำให้ชนกลุ่มน้อยไม่ได้รับสิทธิเทียบเท่ากัน รวมถึงนโยบายเศรษฐกิจใหม่ที่มุ่งสร้างความเสมอภาคระหว่าง

เชื้อชาติแต่กลับส่งผลให้เกิดความไม่พอใจเนื่องจากเป็นนโยบายที่เอื้อประโยชน์ให้กลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นใหญ่มากกว่า คนกลุ่มนี้จึงมีความพยายามที่จะเรียกร้องสิทธิประโยชน์เช่นเดียวกับกลุ่มมุขมนตรี เนื่องจากถือว่ากลุ่มชาติพันธุ์สยามก็เป็นชนพื้นเมืองติดแผ่นดินเช่นกัน โดยการต่อรองทางการเมืองภายใต้การรวมกลุ่มในรูปแบบของสมาคมและมีตัวแทนของกลุ่มชาติพันธุ์เข้าไปทำหน้าที่ในการเจรจาต่อรองเพื่อรักษาสิทธิอันพึงมีของกลุ่มในระบบการเมืองการปกครองของมาเลเซีย ดังนั้นสิทธิพลเมืองที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครองของมาเลเซียจึงเป็นรากฐานความคิดที่สำคัญของคนกลุ่มนี้

3. กลุ่มชาวสยามอายุระหว่าง 16-33 ปี (ยุคชาตินิยม) นับเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลจากแนวคิดชาตินิยมอย่างเข้มข้นเพื่อพัฒนารากฐานของประเทศและฝ่าวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้คนกลุ่มนี้มุ่งพัฒนาตนเองด้วยพื้นฐานแนวคิดชาตินิยมบนฐานชาติพันธุ์ โดยการสร้างกลุ่มที่เข้มแข็งขึ้นภายใต้ชื่อ กลุ่มรวมไทย (Ruamthai) เพื่อยึดโยงคนในกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกันเอาไว้ด้วยกัน และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบของกิจกรรมค่ายอบรมสำหรับแนะนำแนวทางการพัฒนาตนเองให้กับเยาวชนที่เข้าร่วมกลุ่ม โดยให้คนที่ประสบความสำเร็จมาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นหลังได้ตระหนักและหันมาให้ความสำคัญกับการสร้างความก้าวหน้าให้กับตนเองทั้งทางสังคม การศึกษา และอาชีพ ดังนั้น รากฐานความคิดของคนกลุ่มนี้จึงมุ่งพัฒนาทางการศึกษาเพื่อคุณภาพชีวิตและอาชีพเพื่อสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

4. กลุ่มชาวสยามอายุต่ำกว่า 16 ปี (ยุคโลกาภิวัตน์) นับเป็นกลุ่มคนที่ได้รับผลจากการมุ่งพัฒนาทรัพยากรพื้นฐานและเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนที่เปิดพื้นที่ทางสังคมให้เกิดการเรียนรู้ได้อย่างไร้ขอบเขตและสร้างอิสระทางภาษาให้กับคนแต่ละเชื้อชาติ ทำให้คนกลุ่มนี้มีความก้าวหน้าทางการศึกษา มีทักษะการสื่อสารหลากหลายภาษา และมีพื้นที่ในการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่

กว้างขวางขึ้น ดังนั้น การยกระดับสถานภาพทางสังคมจึงเป็นรากฐานความคิดของคนกลุ่มนี้

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าชาติพันธุ์สยามแต่ละรุ่นมีรากฐานความคิดเพื่อสร้างการดำรงอยู่อย่างมั่นคงที่แตกต่างหลากหลาย และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมพหุวัฒนธรรมของประเทศมาเลเซียยังทำให้เกิดการนิยามความหมายการเป็นสมาชิกของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งและมีกระบวนการก่อร่างสร้างอัตลักษณ์เพื่อกำหนดตำแหน่งแห่งที่ของตนเองในสังคม ซึ่งกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ไม่ได้เกิดขึ้นเมื่อมีการปะทะสังสรรค์ทางสังคมของกลุ่มชาติพันธุ์ในมิติวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงมิติทางการเมือง การปกครอง และเศรษฐกิจด้วย โดยเฉพาะในบริบทสังคมสมัยใหม่ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์

บทสรุป

การเปิดพื้นที่ทางสังคมหรือพื้นที่ทางความคิดเพื่อบริหารจัดการความสัมพันธ์เชิงอำนาจและอุดมการณ์มีนัยสำคัญต่อการดำรงอยู่อย่างมีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีของกลุ่มชาติพันธุ์ในเขตแดนของประเทศไทย ดังนั้น การสื่อสารอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวสยามจึงไม่ใช่เรื่องของ การยึดมั่นในมรดกทางวัฒนธรรมที่ตกทอดมาจากอดีตและสืบทอดส่งผ่านจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง หากแต่เป็นปฏิบัติการทางสังคมที่ชาวสยามใช้ในการจัดการองค์กรทางชาติพันธุ์และมีกระบวนการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ให้สามารถประกอบสร้าง ต่อดรง และช่วงชิงการนิยามความหมายตลอดจนกำหนดตำแหน่งแห่งที่อันเป็นจุดยืนทางอัตลักษณ์ของกลุ่มตนและคนอื่น

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของชาวสยามในมาเลเซียแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการการดำรงอยู่และการสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อแสดงตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยชาวสยามในมาเลเซียแสดงตัวตนทางชาติพันธุ์เพื่อยืนยันถึงสิทธิการเป็นพลเมืองชาวสยาม (Siam) ของประเทศมาเลเซียผ่านการสื่อสารอัตลักษณ์ทางภาษา ศาสนาและวัฒนธรรม

ในรูปแบบต่างๆ ที่มีการปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับบริบทสังคมมาลาของประเทศไทย โดยอาศัยปัจจัยทางประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือประกอบสร้างความเป็นชาวสยาม และมีปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและภาคประชาสังคมของชาติพันธุ์ทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเพื่อขยายพื้นที่ทางสังคมให้สามารถแสดงตัวตนของกลุ่มชาติพันธุ์ได้อย่างมีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีภายใต้นโยบายการปกครองของรัฐ

ดังนั้น การนำเอาภูมิทัศน์วัฒนธรรมในอดีตมาใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของชาวสยามในปัจจุบัน จึงเป็นยุทธวิธีในการจัดวางตนเองอย่างเหมาะสม ซึ่งเปลี่ยนไปตามบริบทเงื่อนไขต่างๆ ภายใต้รูปแบบของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม โดยท่ามกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างจิตสำนึกชาติพันธุ์ชาวสยามและอัตลักษณ์แห่งชาติมาเลเซีย การเปิดพื้นที่เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงบางประการที่สืบเนื่องทางประวัติศาสตร์และรากเหง้าของชุมชนท้องถิ่น รวมถึงเปิดโอกาสให้กลุ่มชาติพันธุ์ได้ทำการสื่อสารอัตลักษณ์ทางภาษา ศาสนา และวัฒนธรรมของกลุ่มตนอย่างมีอิสระ ทำให้ชุมชนชาวสยามสามารถรักษาสมดุลของกระบวนการอัตลักษณ์ไว้ได้ ทั้งในรูปแบบของการธำรงรักษา การต่อรองท้าทาย และการก่อร่างสร้างรูปขึ้นมาใหม่หรือเพื่อทดแทนการสูญสลายหายไปของอัตลักษณ์บางประการ ชุมชนชาวสยามจึงยังคงดำรงอยู่ได้อย่างมีอัตลักษณ์ศักดิ์ศรีท่ามกลางบริบทรัฐชาติมาเลเซีย

References

- Andaya, B. W. & Andaya, L. Y. (2001). *A history of Malaysia*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Angrosino, M. (2007). *Doing Ethnographic and Observational Research*. London: Sage.
- Brown, D. (1994). *The state and ethnic politics in Southeast Asia*. USA: Routledge.
- Castells, M. (2010). *The power of identity*. UK: Blackwell.
- Fuengfusakul, A. (2003). *Identity: a review of the theoretical and conceptual framework*. Council research, National Sociology. Bangkok: National Research Council. [in Thai]
- Government of Malaysia. (2015). *Unjuran populasi penduduk*. Retrieved November 26, 2015, from <http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/info-terkini/19463-unjuran-populasi-penduduk-2015.html>
- Hinwiman, S. (2005). *Summary execution sets of Philosophy and Theory of Science Communication Unit 8-15*. Nonthaburi: Sukhothai Thammatirat University Printing. [in Thai]
- Kaeosanit, T. (2009). *Communication for maintaining cultural identity of the Siamese - Malaysian community in Kedah, Malaysia*. Master thesis of Faculty of Communication of Arts, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Kaewthep, K. (2002). *When the media reflect and construct culture*. Bangkok: Saladeang. [in Thai]
- _____. (2012). *Old Media - New Media: semiotic, identity, ideological*. Bangkok: Pabpim. [in Thai]
- _____. (2014). *Science of Media and Cultural Studies*. Bangkok: Edison Press Products. [in Thai]

- Kanjanapun, A. (2012). *Multiculturalism in the context of social and cultural change*. Office of promote and academic support 10, Chiang Mai. Department of social development and Welfare, ministry, social development and human security. [in Thai]
- Kuroda, K. (2002). *The Siamese in Kedah Under Nation-State Making*. Retrieved November 26, 2015, from http://www.unimuenster.de/Ethnologie/South_Thai/working_paper/Kuroda_Kedah
- Pawakkapan, N. (1998). Sometimes Thai Sometime Not Thai: it is not the identity of the tangible variable. *Rattasas Sarn*, 20(3), 215-252. [in Thai]



Name and Surname: Thatsanawadi Kaeosanit

Highest Education: Master of Arts (Communication Arts),
Chulalongkorn University

University or Agency: Suratthani Rajabhat University

Field of Expertise: Communication for community, Development
Communication, Public Relation

Address: 272 Surat-Na San Rd., Khun Thale, Surat Thani 84100



Name and Surname: Ubolwan Premsrirat

Highest Education: Master of Arts (Communication Arts),
Chulalongkorn University

University or Agency: National Institute of Development
Administration and Chulalongkorn University

Field of Expertise: Public Relation, Development Communication

Address: 89/280 Chaiyapruk Village, Bangwak Rd., Bangkae, Bangkok
10160



Name and Surname: Kanjana Kaewthep

Highest Education: Ph.D. (Sociology), University de Paris 7, France

University or Agency: National Institute of Development
Administration, Knowledge Network Institute of Thailand and
Chulalongkorn University

Field of Expertise: Mass communication, Development Communication,
Cultural Studies, Media for community and feminine development

Address: 247/67 Sammakorn Village, Soi Ramkhamhaeng 112,
Saphan Sung, Bangkok 10240

ความรักความใคร่ในที่ทำงาน: ที่มา ผลกระทบ และการจัดการ

WORKPLACE ROMANCE: PROVENANCE, IMPACTS, AND THE MANAGEMENT

จิระพงศ์ เรืองกุล

Jirapong Ruanggoon

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

บทคัดย่อ

ความรักความใคร่ในที่ทำงานมักเกิดขึ้นจากความใกล้ชิด ความคล้ายคลึงกัน และมีอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของงานรวมทั้งวัฒนธรรมองค์การเข้ามาเกี่ยวข้อง ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานลดต่ำลง ทำให้เกิดพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรม พฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรม ภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงาน และอาจกลายเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้องค์การสูญเสียพนักงานที่มีความสามารถสูง ในอีกด้านหนึ่ง ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคู่รักในที่ทำงาน ช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงาน สร้างความผูกพัน และการมีส่วนร่วมในงาน นำมาซึ่งการเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานในที่สุด การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานสามารถกระทำได้ใน 2 แนวทาง ได้แก่ การจัดการเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงของความรักความใคร่ในที่ทำงาน และการจัดการที่มุ่งเน้นการนำความรักความใคร่ในที่ทำงานมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับองค์การ

คำสำคัญ: ความรักความใคร่ในที่ทำงาน การจัดการ ผลการปฏิบัติงาน

Abstract

Workplace romance often caused by proximity, similarity, and the influence of the work environment, including the organizational culture. Workplace romance causes employee performance, unethical behavior, low morale, and sexual harassment in organization. Moreover, workplace romance becomes one of the reasons organization lose talented employees. On the other side, workplace romance cause long-term relationships between couples in the workplace, enhances job satisfaction, commitment and involvement in the work, also the organizational performance in the end. Workplace romance can be managed in two approaches, the management prevented or reduced the risk of workplace romance, and the management focused on bringing the benefit of workplace romance to organization.

Keywords: Workplace Romance, Management, Performance

บทนำ

ความรักอยู่ในความสนใจของมนุษย์ ความรักเป็นเรื่องราวที่ไม่ตกยุค เพราะความรักคือ ความหมายของชีวิต ความรักเป็นความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์ทุกคน และสามารถส่งอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตได้อีกหลายแง่มุม เป็นได้ทั้งแรงบันดาลใจในเชิงสร้างสรรค์ ในขณะเดียวกันความรักนั้นได้กลายเป็นสาเหตุแห่งความล้มเหลวมา นับครั้งไม่ถ้วน ความใคร่มักเป็นความรู้สึกที่คาดหวัง อยากจะเอาชนะและก้าวร้าว เป็นแรงขับที่เกิดขึ้นได้กับมนุษย์ทุกคน ความใคร่มักก่อให้เกิดความหึงหวงและไม่สร้างสรรค์เพราะมุ่งหวังแต่ประโยชน์สุขส่วนตัว (วิทยานาควัชร, 2537; เพ็ญประภา ปริญาพล, 2547; ว. วิชรเมธี, 2553)

ความรักความใคร่เป็นสิ่งที่น่าสนใจ นักวิจัยจำนวนมากจึงพยายามที่จะมองหาคำตอบเกี่ยวกับความรักและความใคร่มาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันเรื่องราวหนึ่งที่อยู่ในความสนใจคือ ความรักความใคร่ในที่ทำงาน (workplace romances) ในสหรัฐอเมริกาพบว่า ประชากรวัยทำงานมีความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ประมาณ 10 ล้านคน และมีมากกว่าร้อยละ 40 ที่มีความสัมพันธ์มากกว่า 1 ครั้ง (Parks, 2006) ในขณะที่ผลการสำรวจในสหราชอาณาจักรพบถึงร้อยละ 70 (Pierce & Aguinis, 2009)

ผลงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกคือ ความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างคนสองคนจนถึงขั้นแต่งงาน ทำให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและความผูกพันต่อองค์กร (Quinn, 1977; Pierce & Aguinis, 2003; Pierce et al., 2008) ดังนั้น ในหลายองค์กรจึงได้มีการส่งเสริมให้พนักงานมีความรักความใคร่ในที่ทำงาน ในอีกมุมหนึ่ง ความรักความใคร่ในที่ทำงานกลับเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา เนื่องจากได้ส่งผลกระทบเชิงลบ ทั้งในแง่ของการขาดงาน การประพฤติดิจจริยธรรม พฤติกรรมที่ไม่ชอบธรรมในที่ทำงาน การลาออกจากงาน ผลผลิตของพนักงานทำได้ไม่เต็มที่ ภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงาน และส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่ลดต่ำลง

ในที่สุด (Karl & Sutton, 2000; Pierce et al., 2008) ผลการสำรวจในอเมริกาพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านนั้น มีองค์การที่ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานและนำไปปฏิบัติเพิ่มขึ้นสองเท่าตัว (จากร้อยละ 15 ในปี ค.ศ. 2005 เป็นร้อยละ 36 ในปี ค.ศ. 2013) (SHRM, 2013) ในขณะที่ผลการสำรวจองค์การจำนวน 200 แห่งในประเทศอังกฤษพบว่า องค์การต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานรวมกันเป็นจำนวนมากถึง 13 ล้านปอนด์ (The Press and Journal, 2012)

ข้อมูลที่กำลังมานี้สะท้อนให้เห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาผลงานของนักวิชาการได้ชี้ให้เห็นว่า ในการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานยังไม่มีข้อสรุปที่เห็นตรงกันว่าควรมีวิธีปฏิบัติ (practice) อย่างไรแน่ (Lickey, Berry & Whelan-Berry, 2009) การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานถือเป็นเรื่องใหม่ ของงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นงานที่นักทรัพยากรมนุษย์ไม่คุ้นเคย และมีความท้าทาย ดังนั้น การทำความเข้าใจ ความหมาย ที่มา ผลกระทบ รวมทั้งการค้นหาวិธีการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจยิ่ง บทความนี้ได้รวบรวมแนวคิดและผลงานวิจัยของนักวิชาการที่ทำการศึกษเกี่ยวกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน ชี้ให้เห็นถึงที่มา ผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับองค์กรในการนำมาปรับใช้เพื่อเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงาน

ความหมายของความรักความใคร่ในที่ทำงาน

DeCenzo, Robbins & Verhulst (2013) ได้ให้นิยามไว้กว้างๆ ว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงาน หมายถึง ความสัมพันธ์ของบุคคลที่พัฒนาขึ้นในที่ทำงาน ในขณะที่ Quinn (1977) ผู้ที่ทำการศึกษานี้เป็นคนแรกๆ ได้นิยามที่เจาะจงไปในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ ดังที่ได้กล่าวไว้ว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงาน

หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนในองค์กรเดียวกันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งเป็นที่รับรู้ได้จากบุคคลที่สาม นิยามดังกล่าวนี้สอดคล้องกับ Pierce & Aguinis (2005) ที่กล่าวว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงาน หมายถึง ความสัมพันธ์ร่วมกัน (consensual relationship) ระหว่างคน 2 คนที่เป็นสมาชิกในองค์กรเดียวกันอันเป็นที่มาของความสัมพันธ์ทางเพศในระยะต่อมา

สำหรับ Horan & Chory (2011) ได้กล่าวว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานนั้นแสดงออกมาให้เห็นในเชิงเสนาหา สื่อสารความรักใคร่ออกมาให้เห็นเป็นความสัมพันธ์ที่มากกว่าความรักอันมิตร (nonplatonic relationship) ที่เกิดขึ้นในองค์กรระหว่างคนสองคน ในขณะที่ Moen & Sweet, (2002) และ Werbel & Hames (1996) มองว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้รวมไปถึงการออกเดท (dating) และการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์กร

โดยสรุปจึงกล่าวได้ว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงาน หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนที่เป็นสมาชิกในองค์กรเดียวกันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งรับรู้ได้โดยบุคคลที่สาม เป็นความสัมพันธ์ที่รวมไปถึงการจีบกันและการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์กร

ที่มาของความรักความใคร่ในที่ทำงาน

ความใกล้ชิด ความคล้ายคลึงกัน สภาพแวดล้อมของงาน และวัฒนธรรมองค์กร คือที่มาของความรักความใคร่ในที่ทำงาน

ความใกล้ชิด (proximity) ทำให้เกิดความคุ้นเคยต่อกัน ทำให้เกิดการตัดสินใจว่าจะคบกันต่อหรือไม่ ในองค์กรที่พนักงานทำงานใกล้ชิดกันมักพบว่า พนักงานจะมีโอกาสที่จะสร้างแรงดึงดูดใจให้กับอีกฝ่ายหนึ่งอยู่เสมอ ผลงานวิจัยของ Quinn (1977) พบว่า ความใกล้ชิดทางกายภาพ เช่น การจัดที่นั่งในที่ทำงานใกล้กันนั้นทำให้เกิดความรักความใคร่ร้อยละ 63 ในขณะที่ความใกล้ชิด

ที่เกิดจากความต้องการในงาน ได้แก่ การเข้ารับการฝึกอบรมด้วยกัน การเป็นที่ปรึกษา และการเดินทางไปติดต่อดูธุรกิจด้วยกัน มีรายงานว่าทำให้เกิดความรักความใคร่ได้ถึงร้อยละ 77 นอกจากนี้ยังพบว่า ความใกล้ชิดแบบบังเอิญ ได้แก่ การเจอกันโดยบังเอิญในลิฟต์หรือในห้องพักรับประทานอาหารเป็นอีกที่มาของความรักความใคร่ในที่ทำงานได้เช่นเดียวกัน

ความคล้ายคลึงกัน (similarity) ก่อให้เกิดบรรยากาศที่เป็นมิตร ทำให้สัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลเป็นไปอย่างรวดเร็ว เมื่อบุคคลได้มีการเปรียบเทียบตัวเองแล้วพบว่า มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นจะทำให้เกิดความรู้สึกสนใจและทำให้เกิดความรักขึ้นมาได้ (เพ็ญประภา บริญญาพล, 2547) ความรักความใคร่ในที่ทำงานเกิดขึ้นได้จากการที่คนสองคนได้พูดคุยปฏิสัมพันธ์และเมื่อเป็นผู้ที่มีทัศนคติใกล้เคียงกันด้วยแล้วยังจะทำให้ชอบพอกันได้ง่ายขึ้น ยังมีทัศนคติที่คล้ายกันมากเท่าใด ความรักความใคร่ในที่ทำงานจะยิ่งเกิดขึ้นได้ง่ายขึ้นตามไปด้วย ผลงานวิจัยในอดีตของ Mainiero (1989) ได้ชี้ให้เห็นว่า องค์กรที่มีการคัดเลือกพนักงานโดยมุ่งค้นหาพนักงานที่มีทัศนคติที่สอดคล้องกับงานและวัฒนธรรมองค์กรเข้ามาทำงานนั้น มักจะพบความรักความใคร่ในที่ทำงานระหว่างพนักงานใหม่ที่เพิ่งคัดเลือกเข้ามากับพนักงานรุ่นพี่อยู่เสมอ ซึ่งอาจเป็นผลจากทัศนคติที่ใกล้เคียงกันนั่นเอง

สภาพแวดล้อมของงาน (work environment) Powell (2001) และ Powers (1999) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมของงานในแง่ของระยะเวลาการทำงานที่ยาวนานขึ้น ถือเป็นสาเหตุสำคัญของความรักความใคร่ในที่ทำงาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยเชิงประจักษ์ของ Kiser et al. (2006) ที่แสดงให้เห็นว่า การที่พนักงานได้ใช้ชีวิตทำงานอยู่ในองค์กรเป็นระยะเวลานานๆ นั้น จะทำให้ความรักความใคร่ในที่ทำงานก่อตัวขึ้นได้มากในทำนองเดียวกัน สภาพแวดล้อมของงานในแง่ของลักษณะงานที่ต้องประสานงานและรูปแบบการทำงานเป็นทีมที่มีมากขึ้นนั้น เป็นอีกหนึ่งสาเหตุหลักที่ทำให้

ความรักความใคร่ในที่ทำงำนมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น (Powell, 2001; Powers, 1999) นอกจากนี้ Pierce, Byrne & Aguinis (1996) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความมีอิสระในงาน (job autonomy) เป็นอีกหนึ่งสาเหตุด้านสภาพแวดล้อมของงานที่มีอิทธิพลต่อความรักความใคร่ในที่ทำงำน พนักงานที่มีอิสระควบคุมงานด้วยตนเองมีโอกาสที่จะทำงานร่วมกับเพศตรงข้ามได้ง่าย การได้มีปฏิสัมพันธ์ (dyadic interaction) ระหว่างกันของพนักงานในกลุ่มทำงานเดียวกันนั่นเองที่เป็นจุดเริ่มต้นของความรักความใคร่ในที่ทำงำน ผลงานวิจัยของ Pierce & Aguinis (2003) ที่ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความมีอิสระในงานกับความรักความใคร่ในที่ทำงำนจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจ (MBA) จำนวน 465 คน ยืนยันข้อค้นพบดังกล่าว

วัฒนธรรมองค์การ (organizational culture) สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ค่านิยม และฐานคติพื้นฐานที่เกิดและพัฒนาขึ้นภายในองค์การ สามารถถ่ายทอดไปยังสมาชิกใหม่ๆ โดยที่สมาชิกอาจไม่รู้ตัวแต่ปฏิบัติตามโดยดี (Schein, 2010) วัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งที่กำหนดหรือชี้นำพฤติกรรมของพนักงาน และมีอิทธิพลต่อการเกิดขึ้นของความรักความใคร่ในที่ทำงำน ผลงานวิจัยของ Mainiero (1989) ได้ชี้ให้เห็นว่า องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบอนุรักษ์นิยม (conservative) ยึดถือประเพณีธรรมเนียมปฏิบัติแบบเดิมๆ นั้นมักจะกีดกันความรักความใคร่ในที่ทำงำน ในขณะที่องค์การที่มีวัฒนธรรมแบบเสรีนิยม (liberal) เปิดกว้าง มุ่งเน้นการปฏิบัติ มีความเป็นพลวัตจะช่วยให้เกิดบรรยากาศของการไว้วางใจ กระตุ้นให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานได้มากกว่า

ผลกระทบของความรักความใคร่ในที่ทำงำน

ความรักความใคร่ในที่ทำงำนมีผลกระทบด้านลบครอบคลุมใน 4 ประเด็น ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานที่ลดต่ำลง การประพฤติดิจจริยธรรม พฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรม และภัยคุกคามทางเพศ

ผลงานวิจัยของนักวิชาการมีให้เห็นว่า ความรักความใคร่ระหว่างเพื่อนร่วมงานนำมาซึ่งปัญหาการลดต่ำลงของผลการปฏิบัติงาน อันเนื่องมาจากพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสมของคู่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในที่ทำงาน โดยเฉพาะการที่พนักงานได้ใช้เวลาอยู่กับคู่รักจนมากเกินไปแทนที่จะให้ความสนใจในงานที่ได้รับมอบหมาย (Pierce, Aguinis & Adams, 2000) ผลสำรวจจากมุมมองของผู้บริหารแสดงให้เห็นว่า หากในที่สุดแล้วความรักความใคร่ระหว่างเพื่อนร่วมงานจบลงแบบไม่สวยงาม ความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นบ่อนทำลายความสัมพันธ์ในที่ทำงาน ทำให้เกิดปัญหาในการประสานงานการทำงานร่วมกัน (Powell, 2001; Pierce & Aguinis, 2009) ในขณะที่ผลการวิจัยของ Liberman & Okimoto (2008) ซึ่งศึกษาประสิทธิภาพของทีมงาน พบว่า ในทีมงานที่มีความรักความใคร่ระหว่างหัวหน้าทีมกับสมาชิกในทีม สมาชิกอื่นในทีมที่ไม่ได้เป็นคู่ความสัมพันธ์นั้นมีประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง

ความรักความใคร่ในที่ทำงำนนำมาซึ่งการประพฤติดิจจริยธรรมหรือการกระทำที่ผิดเพี้ยนไปจากคุณงามความดีตามขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอยู่ในสังคม โดยเฉพาะความรักความใคร่ที่พัวพันไปยังพนักงานที่มีคู่สมรสแล้วมักทำให้เกิดปัญหาเรื่องชู้สาวระหว่างคู่กรณี และยังอาจทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทเสียหาย (Schwartz & Storm, 2000; Pierce & Aguinis, 2009)

ความรักความใคร่ในที่ทำงำนทำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรม ดังที่ผลการสำรวจข้อมูลจากมุมมองของพนักงานโดย Pierce, Aguinis & Adams (2000) ชี้ให้เห็นว่าความรักความใคร่ระหว่างเพื่อนร่วมงานมักไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ และพฤติกรรมที่ไม่ชอบธรรมภายในองค์การแต่อย่างใด แต่สำหรับความรักระหว่างสายบังคับบัญชานั้นมักถูกมองว่าเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสม และก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่ชอบธรรมในที่ทำงาน เนื่องจากความแตกต่างในอำนาจของคู่ความสัมพันธ์หรือที่เรียกว่าภาวะการพึ่งพา (dependencies) ทั้งในแง่ของการทำงานและความก้าวหน้าในอาชีพ

(Mainiero, 1986; Michelson, Hurvy & Grunauer, 2010) ผู้จัดการหรือผู้บริหารระดับสูงมักเอื้อประโยชน์ต่างๆ ให้กับคู่ความสัมพันธ์ เช่น การมอบหมายงานพิเศษ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง โบนัส หรือการขึ้นเงินเดือน เป็นต้น ความไม่เหมาะสมหรือไม่เป็นธรรมที่เกิดขึ้นในที่ทำงานนี้อาจเนื่องมาจากอำนาจที่แตกต่างกันของพนักงานตามสายการบังคับบัญชา (Pierce, Aguinis & Adams, 2000) อีกตัวอย่างหนึ่งที่ได้เห็นได้ชัด ได้แก่ ความรักความใคร่ในที่ทำงานระหว่างพนักงานฝึกหัดกับหัวหน้างานหรือพี่เลี้ยง เนื่องจากพนักงานฝึกหัดเป็นผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่าพนักงานเต็มเวลา จึงอาจถูกละเมิดหรือได้รับการกระทำที่ไม่เป็นธรรมจากหัวหน้าหรือพี่เลี้ยงได้ง่าย (Morgan & Davidson, 2008) ความรักความใคร่ในที่ทำงานยังทำให้เกิดความลำเอียงหรือเล่นพรรคเล่นพวก (favoritism) ซึ่งทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรม ในลักษณะของการเลือกปฏิบัติ (Pierce, Aguinis & Adams, 2000; Beatrice, Webster & Francesca, 2011)

นอกจากนี้ ความรักความใคร่ในที่ทำงานอาจทำให้เกิดปัญหาภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงานตามมาได้อีกด้วย (Pierce & Aguinis, 2005; Pierce et al., 2008; Pierce & Aguinis, 2009) ภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงานมักมีปัจจัยด้านโครงสร้างองค์การเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังที่จะเห็นว่าในอดีต ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชามักจะเป็นผู้ชาย สายบังคับบัญชาสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ทำให้มีโอกาสนี้ผู้ที่มิอำนาจเหนือกว่าใช้การคุกคามทางเพศเป็นเงื่อนไขในการให้รางวัลหรือลงโทษผู้ที่มิอำนาจต่อรองน้อยกว่า โดยเฉพาะผู้หญิง (सानิตย์ หนูนิล, 2558) นั้นหมายความว่า ความรักความใคร่ระหว่างสายการบังคับบัญชานั้นมักนำไปสู่การคุกคามทางเพศได้ง่ายขึ้น ผลการสำรวจของสมาคมการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของอเมริกา (Parks, 2006) แสดงให้เห็นว่า นักบริหารทรัพยากรมนุษย์มีความกังวลเกี่ยวกับภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงานซึ่งเป็นผลที่ตามมาจากความรักความใคร่ในที่ทำงาน เนื่องจากภัยคุกคามทางเพศ

ในที่ทำงานมักทำให้พนักงานเกิดความเครียด ผลการปฏิบัติงานลดต่ำลง ขาดงานบ่อย จนถึงขั้นลาออกจากงานในที่สุด (O' Leary-Kelly et al., 2009; Pierce & Aguinis, 2001)

ในอีกด้านหนึ่ง ความรักความใคร่ในที่ทำงานได้ส่งผลกระทบต่อบวกต่อบุคคลและองค์การ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคูรักรในที่ทำงาน เพิ่มความพึงพอใจในงาน เพิ่มความผูกพันและการมีส่วนร่วมในงาน และเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงาน ดังนี้

ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคูรักรในที่ทำงาน เมื่อที่ทำงานมีพนักงานทั้งหญิงและชาย เมื่อพนักงานได้มาอยู่ร่วมกันเป็นระยะเวลานานและต้องทำงานประสานกัน ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่พนักงานจะมีความรู้สึกดีต่อกันจนกลายเป็นความโรแมนติก เรื่องรักๆ ใคร่ๆ จึงเกิดขึ้นในองค์การ (Mainiero, 1986) เมื่อใดก็ตามที่มีพลังแห่งความรัก (love-motive) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยแล้ว เรื่องรักๆ ใคร่ๆ นั้นจะนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวของคู่ความสัมพันธ์ครองคู่ชีวิตเป็นสามีภรรยาให้เห็นในที่ทำงาน (Pierce & Aguinis, 2009)

ความรักความใคร่ในที่ทำงานเพิ่มความพึงพอใจในงาน ทำให้พนักงานมีความสุขในการใช้ชีวิตอยู่ในที่ทำงาน ซึ่งมีผลต่อการทำงานเป็นทีม ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน รวมทั้งทำให้การสื่อสารและการประสานงานที่ดีขึ้น ส่งผลให้แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานเพิ่มสูงขึ้น เป็นการเพิ่มความพึงพอใจในงาน (Cole, 2009) ผลงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานมีผลต่อความผูกพันและการมีส่วนร่วมในงาน ในบางองค์กรนั้นพบว่า อัตราการเข้าออกของพนักงาน (turn overate) ลดต่ำลง จากการที่คู่พนักงานที่รักใคร่ชอบพอกันได้แต่งงานและมีความตั้งใจที่จะทำงานอยู่ในบริษัทเดียวกัน (Wilson, Filosa & Fennel, 2003)

ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มสูงขึ้น ผลงานวิจัยของ Beatrice, Webster & Francesca (2011) พบว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

คู่ความสัมพันธ์เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนหน้านี้ที่จะมีความรักความใคร่ในที่ทำงาน พนักงานถึงร้อยละ 67 มีความเห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้ระดับผลิตภาพของพนักงานเพิ่มขึ้น ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากความรักความใคร่ในที่ทำงานช่วยลดความเครียดจากการทำงาน และทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารภายในที่ดีขึ้นนั่นเอง (Berman, West & Richter, 2002; Lickey et al., 2009)

ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน ความผูกพัน และการมีส่วนร่วมในงานจนนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้นนั้น สามารถอธิบายได้จากแนวคิดที่เรียกว่า “Spillover effect” ซึ่งกล่าวว่าพนักงานที่กำลังตกอยู่ในห้วงอารมณ์แห่งความรักนั้นจะมีผลต่อเนื่องทำให้พนักงานคนนั้นรู้สึกมีความสุขในการทำงาน นำไปสู่ความพึงพอใจในงาน และทำให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นตามมานั่นเอง (Pierce, Byrne & Aquinis, 1996; Pierce & Aquinis, 2009)

จากการทบทวนความหมาย ประเภท และผลกระทบของความรักความใคร่ในที่ทำงาน จะเห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานไม่ได้เป็นเรื่องไกลตัว สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกองค์กร และส่งผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อองค์กร ดังนั้น ประเด็นคำถามที่น่าสนใจคือ องค์กรควรมีการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานอย่างไรจึงจะทำให้เกิดประโยชน์และนำมาซึ่งการเพิ่มพูนผลปฏิบัติงานได้มากยิ่งขึ้น เนื้อหาต่อไปนี้จะนำเสนอแนวทางกลยุทธ์ และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน

การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน

ความรักในที่ทำงานเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ดังนั้นฝ่ายบริหารจึงมักไม่ได้มีการจัดการหรือดำเนินการใดๆ ยกเว้นในกรณีที่ความสัมพันธ์นั้นได้ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบ โดยเฉพาะกรณีเหตุการณ์ที่นำมาซึ่งความไม่เป็นธรรมภายในองค์กร (Quinn, 1977; Brown & Allgeier, 1995)

การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานสามารถแบ่งออกเป็นสองแนวทาง ได้แก่ 1) การลดความเสี่ยงของความรักความใคร่ในที่ทำงานให้เหลือน้อยที่สุด (risk minimizing) และ 2) การให้รางวัลกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน (reward maximizing) (Pierce & Aquinis, 2009) ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แนวทางการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน

ที่มา: Pierce & Aquinis, 2009: 449

การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานควรได้มีการดำเนินการเชิงรุกมากกว่าการตั้งรับ (Kolesnikove & Analoui, 2013; Lickey, Berry & Whelan-Berry, 2009; Pierce & Aquinis, 2009; Tyler, 2008; Scott, 2008) ในการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานจึงควรมีการออกข้อกำหนด นโยบาย หรือกฎระเบียบต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความรักใคร่ชอบพอกันในที่ทำงานเกิดขึ้น แนวทางนี้ถือเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นกฎระเบียบ (legal-centric approach) เพื่อลดผลกระทบด้านลบที่จะเกิดตามมา องค์กรจะปล่อยให้ความรักใคร่ชอบพอกันในที่ทำงานเกิดขึ้นไม่ได้ เนื่องจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นถือเป็นความเสี่ยงต่อองค์กรอย่างมาก

แนวทางที่สองเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการนำความรักความใคร่ในที่ทำงานมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับองค์กร

(organizationally sensible approach) องค์การควรหันมากระตุ้นให้เกิดความรักความใคร่ในที่ทำงาน และควรหันมาดำเนินการเพื่อสนับสนุนความรักใคร่ชอบพอกันของพนักงาน แนวทางนี้เกิดจากพื้นฐานแนวคิดที่ว่าความรักความใคร่ในที่ทำงานเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ทั่วไปและมีประโยชน์ต่อองค์การในหลายมิติ (Kolesnikova & Analoui, 2013; Pierce & Aquinis, 2009)

Kolesnikova & Analoui (2013) ได้นำเสนอกลยุทธ์การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานเพื่อเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานขององค์การ ซึ่งตั้งอยู่บนแนวทางการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานดังกล่าว โดยได้นำมาบูรณาการกับแนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Storey, 2007) ใช้รูปแบบของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่รู้จักกันโดยทั่วไป ได้แก่ รูปแบบแข็ง (hard HRM) และรูปแบบอ่อน (soft HRM)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามรูปแบบอ่อนเป็นการให้ความสำคัญกับพนักงาน (employee-centric approach) โดยมีความเชื่อว่า “พนักงานจะตอบสนองความต้องการขององค์การได้ดียิ่งขึ้นหากองค์การได้ตระหนักและตอบสนองความต้องการของพนักงาน” ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามรูปแบบนี้ จึงได้มุ่งเน้นไปที่การสร้างควมไว้วางใจของพนักงาน การหาวิธีการที่จะสร้างความรู้สึกรักผูกพันและการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงาน ในขณะที่การบริหารทรัพยากรมนุษย์แบบแข็งสนใจในเรื่องของการบริหารจัดการมากกว่า ดังนั้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามมุมมองนี้จึงได้มุ่งเน้นการบริหารที่จะทำให้ทรัพยากรมนุษย์ไปเพิ่มพูนผลตอบแทนทางการเงินให้กับองค์การให้ได้มากที่สุด เป็นการใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยคำนึงถึงวิธีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ Kolesnikova & Analoui (2013) ยังกล่าวเพิ่มว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งรูปแบบอ่อนและแข็งจะช่วยเสริมกันและกันในการ

จัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน เป็นการป้องกันความเสี่ยงหรือผลกระทบด้านลบของความรักความใคร่ในที่ทำงานที่มีต่อองค์การ รวมทั้งการมุ่งเน้นความผูกพันนำประโยชน์หรือผลกระทบด้านบวกที่เกิดขึ้นจากรักความใคร่ในที่ทำงานเข้ามาใช้เพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์ขององค์การ

ในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน Quinn (1977) ได้ชี้ให้เห็นว่า สามารถกระทำได้ใน 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การไม่เข้าไปดำเนินการใดๆ 2) การลงโทษ เช่น การตำหนิ การตักเตือน การโอนย้าย และการยุติการจ้างงาน เป็นต้น 3) การดำเนินการเชิงบวก เช่น การพูดคุยอภิปรายกันอย่างเปิดเผย (open discussion) และการให้คำปรึกษา เป็นต้น เมื่อประกอบกับผลการสังเคราะห์ผลงานของนักวิชาการอื่นเพิ่มเติม ทำให้สามารถสรุปให้เห็นถึงการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน ใน 3 ประการ ได้แก่ 1) การกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน 2) การเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน และ 3) การฝึกอบรมฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และหัวหน้างาน (Brown & Allgeier, 1995; Powers, 1999; Karl & Sutton, 2000; Cole, 2009; Pierce & Aquinis, 2009; Boyd, 2010)

ในกรณีที่ความรักความใคร่ในที่ทำงานได้ส่งผลกระทบด้านลบต่อองค์การ ทั้งฝ่ายบริหารและพนักงานมองว่า การกำหนดนโยบายขึ้นมาใช้เพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเป็นสิ่งที่พึงกระทำ ผลการสำรวจของ Park (2006) ได้ชี้ให้เห็นว่า นโยบายความรักความใคร่ในที่ทำงานที่มีขึ้นเป็นเพราะสาเหตุ 4 ประการ ได้แก่ 1) ฝ่ายบริหารมีข้อกังวลเกี่ยวกับภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงานที่จะตามมา 2) เกรงว่าอาจทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานลดลง 3) เกรงว่าอาจมีความขัดแย้งและบาดหมางกันของพนักงานภายหลังความสัมพันธ์จบลง และ 4) มองว่าความรักความใคร่ในที่ทำงานอาจทำให้ความเป็นมืออาชีพและคุณธรรมจริยธรรมของ

พนักงานลดลง ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ในหลายบริษัทได้มีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน ดังเช่นที่ Gary Mathieson ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านกฎหมายได้กำหนดให้พนักงานทำสัญญารัก (love contract) เช่นข้อตกลงกันก่อนการจ้างงานว่าพนักงานจะไม่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน (Kiser et al., 2006) ทั้งนี้ เพื่อให้นโยบายที่กำหนดออกมานั้นช่วยเสริมสร้างผลการปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้อย่างแท้จริงองค์กรควรได้มีการดำเนินการดังนี้

1) ควรกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับค่านิยมและจรรยาบรรณขององค์กร และควรชี้ให้เห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานประเภทใดที่ได้รับการอนุญาตหรือสนับสนุน เช่น ความรักความใคร่ระหว่างพนักงานต่างแผนก ประเภทใดที่ไม่ควรได้รับการสนับสนุน เช่น ความรักความใคร่กับพนักงานที่สมรสแล้ว ประเภทใดที่ต้องยับยั้งไม่ให้เกิด เช่น ความรักความใคร่ระหว่างหัวหน้างานกับลูกน้อง เป็นต้น

2) ควรกำหนดนโยบายให้มีเนื้อหาที่แสดงให้เห็นว่า องค์กรตระหนักว่าความรักความใคร่ในที่ทำงานเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยปกติ แต่ควรชี้ให้เห็นว่า การกระทำหรือพฤติกรรมแบบใดที่เป็นข้อห้ามหรือไม่ควรกระทำ เช่น การมีเพศสัมพันธ์ในที่ทำงานถือเป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสม และไม่ควรได้รับอนุญาต โดยมีการสื่อสารให้พนักงานได้เข้าใจโดยทั่วถึงกันอย่างชัดเจน

3) ควรกำหนดนโยบายให้ความรักความใคร่ในที่ทำงานเป็นส่วนหนึ่งหรือสอดแทรกอยู่ในระบบการจัดการผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานนั้นมีความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น

ในทางกลับกัน ความรักในที่ทำงานมีผลกระทบด้านบวก เช่น ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคู่รักในที่ทำงาน เพิ่มความพึงพอใจในงาน เพิ่มความผูกพัน และการมีส่วนร่วมในงาน และทำให้ผลการปฏิบัติงานขององค์กรเพิ่มสูงขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงปรากฏให้เห็นว่า

องค์กรไม่ได้ห้ามให้พนักงานมีความรักในที่ทำงาน ตรงกันข้ามกลับมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดความรักความใคร่ในที่ทำงาน ดังตัวอย่างที่บริษัท AT&T

“...ในช่วงหน้าหนาวของทุกๆ ปี ทางบริษัทจะเป็นเจ้าภาพจัด “ปาร์ตี้คนโสด” ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์กล่าวว่า พนักงานจะมาร่วมดื่มฉลองกันนั้นคาดว่าจะมีการออกเดท มีพนักงานที่ตกหลุมรักกันในวันนี้ และจะกลายเป็นคู่ชีวิตกันในเวลาต่อมา...ไม่มีความจำเป็นใดที่จะต้องจำกัดความสัมพันธ์แบบนี้...” (Boyd, 2010)

ตัวอย่างดังกล่าวนี้เป็นการแสดงให้เห็นว่า องค์กรได้ชื่นชมกับความรักความใคร่ในที่ทำงานและหันมาเสริมสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานเพื่อให้เกิดความรักความใคร่เกิดขึ้น

ในประเด็นการฝึกอบรมฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และหัวหน้างานนั้น ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และหัวหน้างานควรได้รับการฝึกอบรมในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการให้คำปรึกษาแก่พนักงานที่เป็นคู่รักในที่ทำงาน ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่า เหตุการณ์แบบใดที่ไม่จำเป็นต้องดำเนินการใดๆ เหตุการณ์แบบใดที่อาจต้องมีการตักเตือน ในกรณีใดที่ต้องการโอนย้ายกรณีใดที่ต้องให้ออกจากงาน ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ยังควรได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ในการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากความรักความใคร่ในที่ทำงาน รวมทั้งการนำประโยชน์ที่ได้จากความรักความใคร่ในที่ทำงานมาสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรโดยผ่านระบบการจัดการผลการปฏิบัติงาน (Aguinis, 2009)

สรุป

ความรักความใคร่ในที่ทำงาน หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนที่เป็นสมาชิกในองค์กรเดียวกันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งรับรู้ได้โดยบุคคลที่สาม เป็นความสัมพันธ์ที่รวมไปถึงการจีบกันและการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์กร ความรักความใคร่เป็นเรื่องที่พบได้ทั่วไปในที่ทำงาน โดยมักเกิดขึ้นจากความใกล้ชิด ความคล้ายคลึงกัน

มีอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของงาน และวัฒนธรรมองค์กรเข้ามาเกี่ยวข้อง

ในด้านลบ ความรักความใคร่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานที่ลดต่ำลงของพนักงาน ทำให้เกิดพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรมและพฤติกรรมที่ไม่เป็นธรรมขึ้นในที่ทำงาน ทำให้เกิดภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงาน และอาจกลายเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้้องค์การสูญเสียพนักงานที่มีความสามารถสูงได้ ในด้านบวก ความรักความใคร่ในที่ทำงานทำให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างคู่รักในที่ทำงาน ช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงาน ความผูกพันและการมีส่วนร่วมในงาน นำมาซึ่งการเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานในที่สุด

โดยทั่วไปองค์กรไม่ได้มีการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน แต่เพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่จะตามมา องค์กรมักมีการออกข้อกำหนด นโยบาย หรือกฎระเบียบต่างๆ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความรักใคร่ชอบพอกันในที่ทำงาน ตามแนวทางที่เรียกว่า legal-centric approach ส่วนอีกแนวทางหนึ่งซึ่งเรียกว่า organizationally sensible approach จะมุ่งเน้นการนำความรักความใคร่ในที่ทำงานมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กร แทนมาดำเนินการเพื่อสนับสนุนความรักใคร่ชอบพอกัน

ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์และหัวหน้างานควรได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน เพื่อที่จะได้เป็นผู้ที่คอยให้คำปรึกษาแก่พนักงาน สามารถดำเนินการกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากรักความใคร่ในที่ทำงาน และเพื่อจัดการความเสี่ยงรวมทั้งนำประโยชน์ที่ได้จากรักความใคร่ในที่ทำงานมาเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ในต่างประเทศปรากฏให้เห็นผลงานวิจัยที่สร้างองค์ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานนั้นยังไม่มีข้อสรุปที่เห็นตรงกันว่าควรมีวิธีปฏิบัติอย่างไรกันแน่ (Lickey, Berry & Whelan-Berry, 2009) เนื่องจากการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานถือเป็นเรื่องใหม่ของงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นงานที่นักทรัพยากรมนุษย์ไม่คุ้นเคย และมีความท้าทาย (Cicek, 2014) ในประเทศไทย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่มีปรากฏให้เห็นบ้าง แต่องค์ความรู้เกี่ยวกับความรักความใคร่ในที่ทำงานในบริบทขององค์กรในประเทศไทยยังคงมีจำกัด ดังนั้น การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจยิ่ง

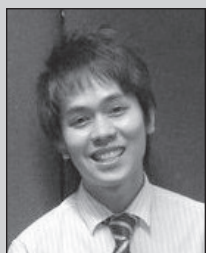
ในการวิจัยควรได้มีการศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นสภาพความรักความใคร่ในที่ทำงาน ศึกษาที่มา ผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานในบริบทขององค์กรในประเทศไทยเพื่อนำเสนอตัวแบบการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน โดยอาจทำการวิจัยแบบผสมวิธีการ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจองค์กรในประเทศไทยเพื่อสะท้อนให้เห็นสภาพความรักความใคร่ในที่ทำงาน ประกอบกับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อหาคำอธิบายในเชิงลึก แสดงให้เห็นที่มา ผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน จากนั้นสังเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้เพื่อนำเสนอตัวแบบการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน อันจะทำให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สำหรับแวดวงวิชาการ และเป็นประโยชน์สำหรับนักปฏิบัติทางทรัพยากรมนุษย์ในการนำไปปรับใช้เพื่อเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานขององค์กรต่อไป

References

- Aguinis, H. (2009). *Performance Management* (2nd ed.). NJ: Pearson Prentice Hall.
- Beatrice, M. K., Webster, S. B. & Francesca, V. J. (2011). Love and other distractions: An analysis on workplace romance perceptions in the global economy. *Journal of Global of Business*, 1(1), 113-123.
- Berman, E. M., West, J. P. & Richter Jr, M. N. (2002). Workplace relations: Friendship patterns and consequences (according to managers). *Public Administration Review*, 62(2), 217-230.
- Boyd, C. (2010). The debate over the prohibition of romance in the workplace. *Journal of Business Ethic*, 97, 325-338.
- Brown, T. & Allgeier, E. R. (1995). Manager's perceptions of workplace romances: An interview study. *Journal of Business and Psychology*, 1(2), 169-176.
- Cicek, O. (2014). The phenomena of workplace romance in 5 star hotels in North Cyprus. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 25(1), 136-139.
- Cole, N. (2009). Workplace romance: A justice analysis. *Journal of Business Psychology*, 24, 363-372.
- DeCenzo, D. A., Robbins, S. P. & Verhulst, S. L. (2013). *Human resource management* (11th ed.). John Wiley & Sons.
- Horan, S. M. & Chory, R. M. (2011). Understanding work/life blending: Credibility implications for those who date at work. *Communication Studies*, 62(5), 563-580.
- Karl, K. A. & Sutton, C. L. (2000). An examination of the perceived fairness of workplace romance policies. *Journal of Business and Psychology*, 14(3), 429-442.
- Kiser, S. B., Coley, T., Ford, M. & Moore, E. (2006). Coffee, tea, or me? Romance and sexual harassment in the workplace. *Southern Business Review*, 31(2), 35-49.
- Kolesnikove, J. & Analoui, F. (2013). Managing human resource romance at work: towards a "considerate" approach. *Journal of Management Development*, 32(1), 36-56.
- Liberman, B. E. & Okimoto, T. G. (2008). Information regarding social-sexual behavior as antecedent to perceptions of ineffectiveness in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(11), 2787-2820.
- Lickey, N. C., Berry, G. B. & Whelan-Berry, K. S. (2009). Responding to workplace romance: A proactive and pragmatic approach. *The Journal of Business Inquiry*, 8(1), 100-119.
- Mainiero, L. A. (1986). A review and analysis of power dynamics in organizational romances. *Academy of Management Review*, 11(4), 750-762.
- Mainiero, L. A. (1989). *Office romance: love, power, and sex in the workplace*. New York: Rawson Associates.
- Michelson, G., Hurvy, R. & Grunauer, C. (2010). Workplace romance and HRM: A private matter or organizational concern?. *International Journal of Employment Studies*, 18(2), 117-149.

- Moen, P. & Sweet, S. (2002). Two careers, one employer: Couples working for the same corporation. *Journal of Vocational Behavior*, 61(3), 466–483.
- Morgan, L. M. & Davidson, M. J. (2008). Sexual dynamics in mentoring relationships-A critical review. *British Journal of Management*, 19(1), 120-129.
- Narkwachara, W. (1994). *Sex and love*. Bangkok: The Institute of Self Development and Administration. [in Thai]
- Noonin, S. (2015). Sexual harassment issues in hospitality industry: Concepts, effect, and solution. *Panyapiwat Journal*, 7(3), 263-274. [in Thai]
- O' Leary-Kelly, A. M., Bowes-Speery, L., Bates, C. A. & Lean, E. R. (2009). Sexual harassment at work: A decade (plus) of progress. *Journal of Management*, 35(3), 503-536.
- Parinyapol, P. (2004). Psychology of love. *Rusamelae Journal*, 25(2), 11-13. [in Thai]
- Park, M. (2006). *2006 Workplace romance: Poll findings*. Alexandria, VA: Society for Human Resource Management.
- Pierce, C. A. & Aguinis, H. (2001). A framework for investigating the link between workplace and sexual harassment in organizations. *Group and Organization Management*, 26(2), 206-229.
- Pierce, C. A. & Aguinis, H. (2003). Romantic relationships in organizations: A test of a model of formation and impact factors. *Management Research*, 1(2), 161-169.
- Pierce, C. A. & Aguinis, H. (2005). Legal standards, ethical standards, and responses to social-sexual conduct at work. *Journal of Organizational Behavior*, 26(6), 727-732.
- Pierce, C. A. & Aguinis, H. (2009). Moving beyond a legal- centric approach to managing workplace romances: Organizationally sensible recommendations for HR leaders. *Human Resource Management*, 48(3), 447-464.
- Pierce, C. A., Aguinis, H. & Adams, S. K. R. (2000). Effects of a dissolved workplace romance and rater characteristics on responses to a sexual harassment accusation. *Academy of Management Journal*, 43(5), 869-880.
- Pierce, C. A., Byrne, D. & Aguinis, H. (1996). Attraction in organizations: a model of workplace romance. *Journal of Organizational Behavior*, 17(1), 5-32.
- Pierce, C. A., Muslin, I. S., Dudley, C. M. & Aguinis, H. (2008). From charm to harm: A content-analytic review of sexual harassment court cases involving workplace romance. *Management Research*, 6(1), 27-45.
- Powell, G. N. (2001). Workplace romances between senior-level executives and lower-level employees: An issue of work disruption and gender. *Human Relations*, 54(11), 1519-1544.
- Powers, D. M. (1999). Consensual workplace relationships: The stereotypes, policies, and challenge. *Compensation & Benefits Management*, 15(3), 20-32.

- Quinn, R. E. (1977). Coping with cupid: The formation, impact, and management of romantic relationships in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 22, 30-45.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). San Francisco: Josey- Bass.
- Schwartz, R. M. & Storm, L. M. (2000). Romance at the workplace: The issues, the law, and some suggestions. *Journal of Individual Employment Rights*, 9(2), 139-151.
- Scott, A. M. (2008). When cupid strikes in the office. *Employee Benefit Plan Review*, 62(8), 26-27.
- Society for Human Resource Management (SHRM). (2013). *Survey finding from the SHRM on workplace romance*. Retrieved March 15, 2015, from www.shrm.org/Research/SurveyFindings/Articles/Pages/SHRM-Workplace-Romance-Findings.aspx
- Storey, J. (2007). *Human resource management: A critical text*. London: Thomson Learning.
- The Press and Journal. (2012). *The real price of office romance*. Retrieved March 17, 2015, from www.pressandjournal.co.uk/Article.aspx/3000124
- Tyler, K. (2008). Sign in the name of love. *HR Magazine*, 53(2), 41-43.
- Wachirametee. W. (2010). *Love analysis: The miracle of love Vol. 1* (10th ed.). Bangkok: Taenum-Taeta.
- [in Thai] Werbel, J. D. & Hames, D. S. (1996). Anti-nepotism reconsidered: The case of husband and wife employment. *Group and Organization Management*, 21(3), 365-379.
- Werbel, R. J., Filosa, C. & Fennel, A. (2003). Romantic relationships at work: Does privacy trump the dating police? *Defense Counsel Journal*, 70(1), 78-88.
- Wilson, R. J., Filosa, C. & Fennel, A. (2003). Romantic relationships at work: Does privacy trump the dating police?. *Defense Counsel Journal*, 70(1), 78-88.



Name and Surname: Jirapong Ruanggoon

Highest Education: Master of Public Administration (Human Capital Management), National Institute of Development Administration

University or Agency: Dhonburi Rajabhat University

Field of Expertise: Human Resource Management

Address: 172 Itsaraphap Rd., Thonburi, Bangkok 10600



คำแนะนำในการเตรียมบทความ

การจัดพิมพ์บทความ

- ความยาวของบทความ 10-12 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์หน้าเดียว กำหนดระยะห่างจากขอบกระดาษ 1 นิ้ว (2.54 ซม.) เท่ากันทุกด้าน
- บทความย่อและบรรณานุกรม พิมพ์ 1 คอลัมน์ เนื้อหาบทความ พิมพ์ 2 คอลัมน์ ย่อหน้า 1 ซม.
- ตัวอักษรใช้รูปแบบ TH Sarabun PSK โดยใช้ขนาดและชนิดต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อความ	ขนาด	ชนิด
ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)	18 (CT)	ตัวหนา
ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ - ตัวพิมพ์ใหญ่)	16 (CT)	ตัวหนา
ชื่อผู้เขียน	14 (CT)	ตัวหนา
ชื่อสังกัดหน่วยงานหรือมหาวิทยาลัย	14 (CT)	ตัวธรรมดา
Corresponding Author E-mail	12 (LJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อของบทความย่อ/Abstract	16 (LJ)	ตัวหนา
เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract	16 (LRJ)	ตัวธรรมดา
คำสำคัญ/Keywords	16 (LJ)	ตัวธรรมดา
หัวข้อเรื่อง (ไม่ลำดับเลข)	16 (LJ)	ตัวหนา
หัวข้อย่อ	16 (LJ)	ตัวหนา
เนื้อเรื่อง	16 (LRJ)	ตัวธรรมดา
บรรณานุกรม	16 (LJ)	ตัวธรรมดา
ชื่อตาราง (ระบุไว้บนตาราง)	16 (LJ)	ตัวหนา
ชื่อรูป ชื่อแผนภูมิ (ระบุชื่อไว้ใต้รูป แผนภูมิ)	16 (CT)	ตัวหนา

CT = Centre Text, LJ = Left Justified, RJ = Right Justified, LRJ = Left & Right Justified

ส่วนประกอบของบทความ

- 1) ชื่อเรื่องบทความ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
- 2) ชื่อผู้เขียนทุกคน พร้อมระบุ หน่วยงานที่สังกัด (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
- 3) บทคัดย่อ (Abstract) ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญ (Keywords) 3-5 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

4) เนื้อเรื่อง

4.1) บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา และบทสรุป

4.2) บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ ทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการวิจัยอภิปราย และสรุปผลการวิจัย

5) เอกสารอ้างอิง

6) ถ้ามีรูปภาพ แผนภูมิ ตารางประกอบ หรืออื่นๆ ต้องมีหมายเลขกำกับในบทความ อ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลให้ถูกต้อง ชัดเจน และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น ใช้รูปภาพสีหรือขาว-ดำ ที่มีความคมชัด และส่งภาพถ่ายต้นฉบับหรือไฟล์รูปภาพแยกต่างหาก แนบมาพร้อมกับบทความด้วย

การอ้างอิงเอกสาร

1) การอ้างอิงในเนื้อหา เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้เขียนปีพิมพ์ และเลขหน้าของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังของข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2546: 147) หรือ (Newman & Cullen, 2007: 18-19) หรือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 217-219)

2) การอ้างอิงท้ายบทความ ให้รวบรวมเอกสารที่ใช้อ้างอิงไว้ท้ายบทความ เรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้เขียน โดยใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามระบบ APA ดังนี้

วารสารและนิตยสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

ตัวอย่าง:

ขวัญฤทัย คำขาว และเดือนใจ สามห้วย. (2530). สัทธิธรรมชาติ. *วารสารคหเศรษฐศาสตร์*, 30(2), 29-36.

Acton, G. J., Irvin, B. L. & Hopkins, B. A. (1991). Theory-testing research: building the science. *Advance in Nursing Science*, 14(1), 52-61.

หนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

วิจารณ์ พานิช. (2551). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.

Chakravarthy, B., Zaheer, A. & Zaheer, S. (1999). *Knowledge Sharing in Organizations: A Field Study*. Minneapolis: Strategic Management Resource Center, University of Minnesota.

รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม, วัน เดือน ปี สถานที่จัด. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

กรมวิชาการ. (2538). *การประชุมปฏิบัติการรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน*, 25-29 พฤศจิกายน 2528 ณ วิทยาลัยครูมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือ กรมวิชาการ.

Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation: Vol. 38. Perspectives on Motivation* (pp. 237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.

บทความจากหนังสือพิมพ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, เดือน วันที่). ชื่อเรื่อง. ชื่อหนังสือพิมพ์, หน้าที่น่ามาอ้าง.

ตัวอย่าง:

สายใจ ดวงมาลี. (2548, มิถุนายน 7). มาลาเรียลาม 3 จว. ใต้ตอนบน สธ.เร่งคุมเข้มกันเชื้อแพร่หนัก. *คม-ชัด-ลึก*, 25.

Di Rado, A. (1995, March 15). Trekking through college: Classes explore modern society using the world of Star Trek. *Los Angeles Time*, p. A3.

วิทยานิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ชื่อปริญญา สถาบันการศึกษา.

ตัวอย่าง:

พันทิพา สังข์เจริญ. (2528). *วิเคราะห์บทร้อยกรองเนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนม-พรรษา 5 ธันวาคม*. ปริญญา นิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Darling, C. W. (1976). *Giver of Due Regard: The Poetry of Richard Wilbur*. Ph.D. Thesis, University of Conecticut, USA.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียน. (ปีที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต). ชื่อเรื่อง. สืบค้นเมื่อ....., จาก URL Address

ตัวอย่าง:

ประพนธ์ ผาสุขยิด. (2551). *การจัดการความรู้...สู่อนาคตที่ใฝ่ฝัน*. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2552, จาก http://www.si.mahidol.ac.th/km/admin/add_information/document_files/95_1.pdf

Treeson, L. (2009). *Exploring a KM Process for Retaining Critical Capabilities*. Retrieved February 11, 2009, from <http://kmedge.org/2009/03/knowledge-management-process-retaining-critical-capabilities.html>

การส่งบทความ

ผู้สนใจเสนอบทความสามารถจัดส่งบทความถึงกองบรรณาธิการวารสารปัญญาภิวัฒน์ ผ่านระบบ “Paper Submission” ได้ที่เว็บไซต์ <http://journal.pim.ac.th>