



PROCEEDINGS OF THE 6th BENJAMITRA NETWORK

National & International Conference
on Local Wisdom and Sustainable Development

ISSUE 3

May 26th, 2016

THE FAR EASTERN UNIVERSITY

120, Mahidol Road, Muang, Chiang Mai, Thailand, 50100



www.benjamitvichakarn.org

**The 6th BENJAMITRA Network National & International Conference
on Local Wisdom and Sustainable Development**

May 26, 2016

The Far Eastern University

Chiang Mai, Thailand

Conference Opening Remarks

**by Dr. Kittiphat Suwannachin, President of The Far Eastern University, Chiang Mai,
Thailand**

The President of **the 6th** BENJAMITRA Network Conference, Distinguish guests, Ladies and gentlemen,

It is a pleasure to be here today and open the sixth BENJAMITRA Network National and International Conference on Local Wisdom and Sustainable Development. I am particularly happy to see that our conference has attracted such a large and diverse group of speakers and participants, combining intellectual brilliance with practical experience. All the relevant institutions and sectors having an interest in, and a contribution to make to our academic society are represented in this room.

I would like to express my appreciation to the conference co-organizer North Bangkok University, Thonburi University, Bangkok Suvarnabhumi University, Southeast Bangkok College, Rajapruk University Lampang Inter-Tech College and the organizing staff, who have been working behind the scenes.

This conference has evolved in a remarkable way since the early days. In its early years, this was primarily a meeting of scholars and researchers from five higher educational institutions, who get together in search of common ground. Now, however, this has become the meeting of not just those interested in Local Wisdom and Sustainable Development, but also academic advancement in our society.

It is widely regarded as the place to put forth and debate ideas about how to most effectively preserve our local wisdom and use it for sustainable development.

I want to share a little about local wisdom and sustainable development. Local wisdom, which means the body of community's knowledge, abilities, outstanding values and skills of people which is inherited from experiences preserved and transmitted through generations. The local wisdom has long been recognized from the past to present time, both at local and national levels as a common asset of the nation to help people improving their quality of lives. In Thailand, the Office of Nation Education Commission, Ministry of Education has appraised and honored the so-called "local wisdom teachers". They are regarded as an important teacher who is eligible to teach both formal and non-formal institutions. This can be regarded as a new positive paradigm shift in Thai society. This might lead to balanced and sustainable resolution of issues faced by individuals, communities and societies, and propels

the societies forward in the appropriate direction for the benefit of all members. I am pleased to say that what we do here and what we believe in, is a high and honorable calling.

I am sure that this conference will be a memorable, highly educational, and fruitful event. I hope that this conference will help you better understand the concepts of local wisdom and sustainable development. I truly value your participation and support for this conference. Thank you.

**The 6th BENJAMITRA Network National & International Conference
on Local Wisdom and Sustainable Development**

May 26, 2016

The Far Eastern University

Chiang Mai, Thailand

Opening Ceremony Report

by Miss Walaiporn Thechasorapat, Vice President for Academic Affairs of The Far Eastern University, Chiang Mai, Thailand

The President of **the 6th** BENJAMITRA Network Conference,

On behalf of the conference organizing committee. I would like to report briefly about the organization of the conference.

Based on the awareness of a university's research mission to develop new body of knowledge and learning innovation for society in both basic and applied research level, seven higher educational institutions including North Bangkok University, Thonburi University, Bangkok Suvarnabhumi University, Southeast Bangkok College, Rajapruk University, The Far Eastern University and Lampang Inter-Tech College have formed an academic cooperation network known as "Benjamitra Network" on February 5, 2011. The network members aim to join hands to develop teaching and learning, student, teacher and researcher capacities, research work and research publication. This form of academic cooperation will allow the exchange of knowledge and research experience in various contexts. In addition, Benjamitra network plans to link up with other academic networks in the future. And in this year 2016, we have 3 partner organizations from abroad, that is, Lipa Community College from Philippines VNU_Ho Chi Minh City University of Science from Vietnam and Phnompenh International University from Cambodia.

Realizing these important matters, Benjamitra Network organizes "The 6th Benjamitra National and International Conference on Local Wisdoms and Sustainable Development" on May 26, 2016, having The Far Eastern University as the host institution.

The Conference Objectives are:

1) To be a place for scholars from both public and private sectors, as well as for graduate students, to publicize their research articles, academic papers and theses;

2) To create an opportunity for scholars and researchers to exchange their knowledge and views and to seek cooperation among them;

3) To promote cooperation and collaboration among the members of Benjamitra Network in improving their research and academic work.

Approximately 400 attendees of researchers, academicians, graduate students and general public have participated in this conference. 280 research articles will be presented orally and 80 will be exhibited and presented in the poster session.

On this occasion, I would like to invite the President to give an Opening remark for The 6th BENJAMITRA Network National & International Conference.

**Message from Dr. Kittiphat Suwannachin,
President of the Far Eastern University**

On behalf of The Far Eastern University, I would like to express my sincere appreciation to the Benjamitra Network's members for giving us the opportunity to host The 6th BENJAMITRA Network National and International Conference. Hopefully, this academic event would elicit the importance of research and development, as well as the quality of teaching and learning among us. Although the event had successfully ended, I hope that we keep conducting research to further academic excellent in all disciplines.

Once again, I would like to thank the conference co-organizers; Thonburi University, Bangkok Suvarnabhumi University, Southeast Bangkok College, Rajapruk University, North Bangkok University, Lampang Inter-Tech College, Phnompenh International University (Cambodia), VNU_Hochiminh City University of Science (Vietnam) and Lipa City College (Philippines), for their great academic contribution.

Besides, it will be indispensable to say thank you to our international presenters from Laos, China, Japan, Malaysia and Philippines. Last but not least, I would like to thank all staff who worked really hard. I also thank all participants for joining us in this event.

Thank you.

Dr.Kittiphat Suwannachin
President
The Far Eastern University, Chiang Mai

The 6th BENJAMITRA Network National & International Conference on Local Wisdoms and Sustainable Development

**May 26, 2016
The Far Eastern University
Chiangmai, Thailand**

Rationale

Based on their awareness of a university's research mission to develop new body of knowledge and learning innovation for society in both basic and applied research level, seven higher educational institutions including North Bangkok University, Thonburi University, Bangkok Suvarnabhumi University, Southeast Bangkok College, Rajapruk University, The Far Eastern University and Lampang Inter-Tech College have formed an academic cooperation network known as "Benjamitra Network" on February 5, 2011. The network members aim to join hands to develop teaching and learning, student, teacher and researcher capacities, research work and research publication. This form of academic cooperation will allow the exchange of knowledge and research experience in various contexts. In addition, Benjamitra network plans to link up with other academic networks in the future.

Realizing these important matters, Benjamitra Network organizes "The 6th Benjamitra National and International Conference" on May 26, 2016, having The Far Eastern University as the host institution.

Conference Objectives

1. To be a place for scholars from both public and private sectors, as well as for graduate students, to publicize their research articles, academic papers and theses;
2. To create an opportunity for scholars and researchers to exchange their knowledge and views and to seek cooperation among them;
3. To promote cooperation and collaboration among the members of Benjamitra Network in improving their research and academic work.

Target Audiences

1. Researchers and academicians
2. Graduate students
3. General public

Organizers

1. Main Organizers

The Far Eastern University, Thailand
North Bangkok University, Thailand
Thonburi University, Thailand
Rajapruk University, Thailand
Bangkok Suvarnabhumi University, Thailand
Southeast Bangkok College, Thailand
Lampang Inter-Tech College, Thailand

2. Partner organizations

Lipa Community College, Philippines
VNU_Ho Chi Minh City University of Science, Vietnam
Phnompenh International University, Cambodia

Editorial Board of the Conference Proceedings

- | | |
|--|--|
| 1. Assoc. Prof. Somsak Kongtieng, Ph.D. | North Bangkok University,
Thailand |
| 2. Asst. Prof. Wallaya Chupradist, Ph.D. | Southeast Bangkok College,
Thailand |
| 3. Asst. Prof. Chakkraphan Ponnimit, Ph.D. | Lampang Inter-Tech College,
Thailand |
| 4. Urairat Yamchuti, Ph.D. | Thonburi University, Thailand |
| 5. Nithat Boonpaisarnsatit, Ph.D. | The Far Eastern University,
Thailand |
| 6. Sarun Nakthanom, Ph.D. | Bangkok Suvarnabhumi University, |
| 7. Arunee Sumpaonthong, Ph.D. | Rajapruk University, Thailand
Thailand |
| 8. Prof. Luiz Antor Titton, Ph.D. | Universidade de Sao Paula, Brazil |
| 9. Prof. David Crookball, Ph.D. | Université de Nice Sophia Antipolis,
France |
| 10. Vinod Dumblekar, Ph.D. | Mantis Discovery ID Learning, India |

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินให้ข้อเสนอแนะบทความ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	สังกัด
1	รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา บุญภักดิ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2	รองศาสตราจารย์ ดร. ทรงศรี สรณสถาพร	มหาวิทยาลัยมหิดล
3	รองศาสตราจารย์ ดร. วิเชียร ชิวพิมาย	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย
4	รองศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ คงเที่ยง	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
5	รองศาสตราจารย์ ดร. ณ เชียงใหม่	วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
6	รองศาสตราจารย์ ดร. วลัย พูลพิพัฒน์	ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
7	รองศาสตราจารย์มาบุญณีย์ สุกีดา	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
8	รองศาสตราจารย์พิชาภพ พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยพายัพ
9	รองศาสตราจารย์ศรีวิไล พลมณี	ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
10	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เปรมพร เขมาวุฒค์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
11	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กนกนเดร เปรมปรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
12	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กนกนเดร เปรมปรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
13	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นัตยาพร เสมอใจ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
14	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชาญวิทย์ บุญช่วย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
15	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทัดพงษ์ อวีโรชนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
16	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปรีดา ศรีนฤวรรณ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
17	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญาพัชญ์ นาคภิบาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
18	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูษณิศา เศษเดกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
19	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
20	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลักษณ์วดี บุญยศิรินันท์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย ประเสริฐศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
22	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัลยา ชูประดิษฐ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
23	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภาวดี ฑูปียะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
24	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภาวดี ฑูปียะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
25	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
26	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สญาญ์ ชีระวิชิตระกูล	มหาวิทยาลัยบูรพา
27	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมยศ อวเกียรติ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
28	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สำราญ ผลดี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
29	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิทธิชัย ธรรมเสนห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
30	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริวันทน ชัยญาณะ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
31	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุธีรา อะทะวงษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
32	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แสงจันทร์ กันตะบุตร	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
33	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุพงษ์ อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
34	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุไรวรรณ หาญวงศ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
35	ผู้ช่วยศาสตราจารย์กัลยา บุรณ์ศิริจรัสรัฐ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
36	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เจษฎา ความคุ้นเคย	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	สังกัด
37	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
38	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พงศ์กร จันทราช	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
39	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัลลภ นิยมานนท์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ
40	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สรवारณห์ เรืองกัลปวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
41	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุบัต ทองอินทร์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ
42	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรศักดิ์ นุ่มมีศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
43	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรณพ เรืองกัลปวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
44	นายสัตวแพทย์ ดร. เปรมปรีดี หมูวิเศษ	วิทยาลัยเทคโนโลยีเถิน
45	ดร. กาญจนันท์ภักดิ์ ปัญญาโกญ	โรงเรียนอนุบาลเชียงใหม่
46	ดร. จุมพล บำรุงวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
47	ดร. เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
48	ดร. จิตติพร กรวิชัย	มหาวิทยาลัยธนบุรี
49	ดร. ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ
50	ดร. ณัฐสรวิญ ธีศิริเสริญ	กรุงเทพมหานครบริหารธุรกิจวิทยาลัย
51	ดร. ตระกูล จิตวัฒนาการ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
52	ดร. ชีปัดย์ โสคติวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
53	ดร. นุชจรรย์ วงศ์ข้าหลวง	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
54	ดร. นิทัศน์ บุญไพศาลสถิตย์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
55	ดร. ประทีป พิษทองกลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
56	ดร. ประรณนา โกวิททางกูร	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
57	ดร. ปัญญาพร ศรีชนาพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง
58	ดร. ผกาพันธ์ ภูมิจิตร	มหาวิทยาลัยเกริก
59	ดร. ผลาดร สุวรรณโพธิ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
60	ดร. พัชรวิวรรณ กิจมี	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
61	ดร. ภัทราวดี มากมี	มหาวิทยาลัยบูรพา
62	ดร. ภูมิดี วงษ์เล็ก	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
63	ดร. ละเอียด ศิลาน้อย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
64	ดร. วรวิทย์ เลาหะเมธานี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง
65	ดร. เวชิต ภาคย์พิสุทธ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
66	ดร. ศรีนัย นาคถนอม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ
67	ดร. ศรีนทร์ศรี เสริฐปัญญา	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
68	ดร. โสจักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
69	ดร. สมชาย บุญศิริเกษ	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
70	ดร. สมศักดิ์ ตันตาสนี	มหาวิทยาลัยธนบุรี
71	ดร. สุดา เนตรสว่าง	มหาวิทยาลัยเนชั่น
72	ดร. สุพัฒน์วิ ทิพย์เจริญ	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
73	ดร. อติเรก เขียววงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
74	ดร. อภิญญา สักดิ์คำศิโรรัตน์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	สังกัด
75	ดร. อริยฉัตร ศรีศุภพันธ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
76	ดร. อรุณ ไชยนิศย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
77	ดร. อุเทน เลาน้ำทา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
78	ดร.ครุชา รัตนคำรงอักษร	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
79	อาจารย์ฉัตร สุขสีทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
80	อาจารย์วรรณทีลีลาเวทพงษ์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
81	อาจารย์สิระ สมนาม	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
82	อาจารย์อริศรา เหล็กคำ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ตารางการนำเสนอแบบบรรยาย

วันที่ 26 พฤษภาคม 2558 เวลา 13.00 – 17.00 น.

สาขา	ห้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง
สาขาศึกษาศาสตร์	ห้อง 1510 อาคาร A1 ชั้น 5	รศ.ว่าที่ รต.สกล แก้วศิริ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อ.ดร.วชิรา เครือคำอ้าย คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
สาขาศึกษาศาสตร์	ห้อง 1520 อาคาร A1 ชั้น 5	รศ.ดร.วิรัชศักดิ์ ชมพูคำ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อ.ดร.ศศิธร อินคุ่น คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
สาขาศึกษาศาสตร์	ห้อง 1530 อาคาร A1 ชั้น 5	อ.ดร.ทัศนีย์ อารมณีกเลี้ยง คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อ.ดร.สนิท หาจตุรัส คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
สาขาศึกษาศาสตร์	ห้อง 1540 อาคาร A1 ชั้น 5	อ.ดร.จักรปรุพห์ วิชาอักษรวิทย์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อ.ดร.รุ่งทิวา คนการณั์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
สาขาศึกษาศาสตร์	ห้อง 1550 อาคาร A1 ชั้น 5	รศ.มณูญ สุติคา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ดร.พัชรีวรรณ กิจมี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
สาขาสังคมศาสตร์	ห้อง 1560 อาคาร A1 ชั้น 5	รศ.ไพรัช ตรีการศิรินนท์ รปศ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผศ.ดร.บุศรา ลีมนรินทร์กุล คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ห้อง 3510 อาคารวัฒนาราช นครินทร์80 ชั้น 5	อ.ดร.พาสัน ปราโมกษ์ชน คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อ.ดร.ปวีณ เขื่อนแก้ว คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สาขา	ห้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง
สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ห้อง 3520 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 5	อ.ดร.นมิ ดันดิธารานุกูล คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อ.ดร.กัลยา ใจรัมย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
สาขาบัญชี	ห้อง 3530 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 5	ผศ.ดร.ไชยยศ สัมฤทธิ์กุล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ รศ.ดร.วาริพิน มงคลสมัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
สาขาการบัญชีและการตลาด	ห้อง 3540 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 5	ผศ.ดร.กมลทิพย์ คำใจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ รศ.บุญบา อารีชัย คณะบัญชี การเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยพายัพ
สาขาการตลาดและการท่องเที่ยว	ห้อง 3550 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 5	ผศ.ดร.อายุส หยูเย็น คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อ.ดร.สวิษฐา ศุภอุดมฤกษ์ ตีร์รัตน์ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้
สาขาการจัดการและการตลาด	ห้อง 3410 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 4	อ.ดร.พนมพร เฉลิมวรรณ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อ.ผศ.ธิดารัตน์ ชลประเสริฐสุข คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
สาขาการตลาด	ห้อง 3420 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 4	อ.ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมขงเจริญ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อ.ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
สาขาการตลาด	ห้อง 3430 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 4	รศ.ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ ผศ.ดร.ทัตพงษ์ อวีโรธนานนท์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
สาขาการตลาด	ห้อง 3450 อาคารวัฒนธรรม นครินทร์ 80 ชั้น 4	ผศ.ดร.ภัทริกา มณีพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อ.ดร.วิญญาภัทร์ เจริญนันท์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ เขตพื้นที่ภาคพายัพ เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลราชธานี

สาขา	ห้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้อง
สาขาการจัดการ	ห้อง 2540 อาคาร A 2 ชั้น 5	อ.ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผศ.ดร.สุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

**The 6th BENJAMITRA Network
National & International Conference on
Local Wisdom and Sustainable Development
26 May 2016
At The Far Eastern University, Chiang Mai, Thailand**

Time	Program
08.00 AM – 08.30 AM	<ul style="list-style-type: none"> • Registration
08.30 AM – 10.00 AM	<ul style="list-style-type: none"> • Welcoming speech by the President of the Far Eastern University • Opening ceremony by the presidents and executives from all participating institutions • MOU signing ceremony with international institutions <ol style="list-style-type: none"> 1. Lipa Community college (LCC), the Philippines 2. The VNU_Ho Chi Minh City University of Science, Vietnam 3. Phnompenh International University, Cambodia • Souvenir giving ceremony for the conference contributors • Awards offering ceremony <ul style="list-style-type: none"> - The Best Paper Awards - The most articles submitting institution
10.00 AM – 11.30 AM	<ul style="list-style-type: none"> • Panel Discussion on “The role of higher educational institutes on local wisdom and sustainable development” At Auditorium, Wattanaratchanakarin 80 Building
11.30 AM – 12.00 AM	<ul style="list-style-type: none"> • Poster Presentation At Lobby 3 Wattanaratchanakarin 80 Building
12.00 AM – 01.00 PM	Lunch
01.00 PM – 04.30 PM	<ul style="list-style-type: none"> • Parallel sessions of oral presentations At Wattanaratchanakarin 80 Building, 4th and 5th floor And A1 Building, 5th floor

สารบัญ

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
1	กระบวนการบริหารกิจกรรมลูกเสือของโรงเรียนมัธยมศึกษา กลุ่มคอยอ่างข้าง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 34	พรอนันต์ เสือคลื่น พัชรวิวรรณ กิจมี	1
2	กระบวนการบริหารจัดการสำหรับมาตรฐานการเรียนรู้ร่วมกลุ่มเครือข่าย พัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 จังหวัดเชียงใหม่	กัญญา โพธิ์นาม พัชรวิวรรณ กิจมี	11
3	การแก้ไขปัญหาการบริการไม่จำเป็นกับบางธุรกิจ	ฉัตรยาพร เสมอใจ	22
4	การจัดการทรัพยากรโรงเรียนพักนอนของโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอค้อหว่อ จังหวัดเชียงใหม่	กฤษณะ จันทร์ขาว พนมพร จันทร์ปัญญา	31
5	การจัดการทักษะชีวิตของนักเรียนกลุ่มชนชาติพันธุ์ ในศูนย์พัฒนา คุณภาพการศึกษา ตำบลเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	ลักขณาวิดิ กันตริ พัชรวิวรรณ กิจมี	39
6	การจัดการเรียนรู้ตามทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนค้อยเต่าวิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 34 จังหวัดเชียงใหม่	เพชร ตั้งแก้ว พัชรวิวรรณ กิจมี	49
7	การจัดการสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ของโรงเรียนขนาดเล็กในอำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง	ภาสกร นามมะภูนา พนมพร จันทร์ปัญญา	59
8	การจัดการสารสนเทศของโรงเรียนในเขตอำเภอเวียงแหงจังหวัดเชียงใหม่	มาศพงษ์ ทิพย์ไพบู่ พนมพร จันทร์ปัญญา	68
9	การจัดการสินค้าคงคลังด้วยวิธีการสั่งซื้อใหม่ กรณีศึกษาส่วนบริหารการจัดหาและจัดส่งกาแฟเมซอน	สหัส แสงผล	76
10	การจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ของโรงเรียนมัธยมกลุ่มคอยอ่างข้าง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 34	ณัฐวุฒิ กำปั่นทอง พัชรวิวรรณ กิจมี	84
11	การจัดทำคู่มือปฏิบัติงานสำหรับแผนก CONSOL : EXPORT ของบริษัท เอบีซี โลจิสติกส์ จำกัด	เอกนรี ทุมพล	94
12	การจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนในเขต หนองแวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ธนวรรณ แก่งขำโลม มยุรี เกื้อสกุล อรสา อรามรัตน์	105
13	การใช้การเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานสำหรับการเรียนการสอน ของโรงเรียนเซนต์โยเซฟแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่	สุนทร ไฉ่สนั่น พนมพร จันทร์ปัญญา	116
14	การดำเนินงานโครงการประเมินผลนักเรียนนานาชาติ (PISA) ของโรงเรียนมัธยมศึกษา กลุ่มคอยอ่างข้าง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 34	ปญญาธิสา สมมิตร พัชรวิวรรณ กิจมี	132
15	การดำเนินงานตามมาตรฐานการเรียนรู้รวม ของโรงเรียนต้นแบบการเรียนรู้รวม จังหวัดนันทบุรี	อรทัย แสนชัย พัชรวิวรรณ กิจมี	142
16	การดำเนินงานตามมาตรฐานโรงเรียนดีประจำตำบล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแม่ฮ่องสอน เขต 2	กิตติยา เขียวคำ พัชรวิวรรณ กิจมี	150

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
17	การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษา ของโรงเรียนเครือข่ายสะเมิง 2 อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่	เดือนใจ สระทองน้อย พนมพร จันทรปัญญา	159
18	การดำเนินงานส่งเสริมนิสัยรักการอ่านของนักเรียนโรงเรียนในอำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง	รินระวี อูคร พัชรวิพรรณ กิจมี	168
19	การตลาดออนไลน์	บุญสม รัศมีโชติ	179
20	การตัดสินใจการกู้ยืมเงินของผู้ประกอบการค้าปลีก รายย่อย ในตลาดชุมชนการเคหะท่าทราย เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร	ไอริณ ศรีวิชาการ สมยศ อวเกียรติ	196
21	การตัดสินใจเรียนเสริมภาษาอังกฤษในโรงเรียนสอนเสริมภาษาอังกฤษ ของนักเรียนระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่	อัญชัญ กิตติจันทร์รัตน พัชรวิพรรณ กิจมี	210
22	การติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษาของหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตวิทยาลัยพลังงาน ทดแทน มหาวิทยาลัยแม่โจ้	โสภา หาญยุทธ พัชรวิพรรณ กิจมี	220
23	การเตรียมความพร้อมในโครงการหนึ่งอำเภอ หนึ่งโรงเรียน ในพื้นที่ศูนย์โรงเรียนมาตรฐานสากลของโรงเรียนเชียงดาววิทยาคม อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	จิราวรรณ จันทรหลวง พัชรวิพรรณ กิจมี	230
24	การข้าราชการนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่	พิชญ์สกุล พรหมรัมย์ พัชรวิพรรณ กิจมี	239
25	การนำการศึกษาทางไกลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	กรวรรณ ฟูสีญจร พัชรวิพรรณ กิจมี	249
26	การนำแนวคิดการควบคุมภายในทางการเงินมาใช้ในการจัดการทางการเงิน ของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม	ธนวรรณ แฉ่งท่าโลม นิพิชฌน์ กมลธีระวิทย์	259
27	การนำผลการประเมินคุณภาพภายนอกไปใช้เพื่อพัฒนาโรงเรียนประถมศึกษา อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	สรศักดิ์ ไชยมงคล	270
28	การนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้กับการบริหารสถานศึกษา ในโรงเรียนเนินมะปรางศึกษาวิทยา อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก	พัฒน์อนิษฐ์ ตระกูลอินคอม	281
29	การนำหลักสูตรท้องถิ่นไปใช้ในโรงเรียนเครือข่ายพร้าว 4 อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	กรวัฒน์ เรืองศักดิ์ พัชรวิพรรณ กิจมี	289
30	การบริหารความเสี่ยงของโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	อัญชุลี ทวีชัย พนมพร จันทรปัญญา	298
31	การบริหารงานแบบมีส่วนร่วมของคณะกรรมการศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนันทบุรี	สุกัญญา วรรณละเอียด	308
32	การบริหารงานประกันคุณภาพระดับปฐมวัยของโรงเรียนอนุบาลเอกชนขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่การศึกษาเขต 3 เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร	อรรวรรณ เลิศแสง	320
33	การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเฉพาะความพิการในจังหวัดเชียงใหม่	สุดธิดา ดิณะมาศ พนมพร จันทรปัญญา	329

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
34	การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดกำแพงเพชร	พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิตย์	342
35	การบริหารจัดการสู่ความเป็นองค์กรสมรรถนะสูงของ การทำเรือแห่งประเทศไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	อนุชาติ บุญนาค	355
36	การบริหารวิชาการตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปการศึกษาด้านการเรียนการสอน ในทศวรรษที่สอง ของกลุ่มคอยอินทนนท์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 34	อภิวัฒน์ คนใจบุญ พัชรวิพรรณ กิจมี	366
37	การบริหารสถานศึกษาดำเนินการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง ของโรงเรียนมัธยมศึกษา กลุ่มคอยอ่างขาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 34	ภานุพงษ์ แก้วอินทร์ พัชรวิพรรณ กิจมี	376
38	การบริหารหลักสูตรสถานศึกษาของโรงเรียนในระดับประถมศึกษา ในอำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง	อังสุมารินทร์ รูปงาม พัชรวิพรรณ กิจมี	386
39	การปฏิบัติการคลังสินค้าขององค์การคลังสินค้า จังหวัดนครราชสีมา	วันดี ฤทธิเดช ไพโรจน์ เกิดสมุทร	396
40	การประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ “เบนจามินตราวิชาการ” ครั้งที่ 6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค ตามแนวรถไฟสายสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร	กุลลวีร์ จิระชนะภินูล	404
41	การประเมินโครงการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning มหาวิทยาลัยอินทร์ทรวงเทพ	ธรรมรัตน์ เม่งพัฒน์ ประเสริฐ ประวิติรุ่งเรือง	415
42	การประเมินผลการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบการจัดการจัดชั้นเรียน ออนไลน์ Class Start ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	425
43	การประเมินผลโครงการสหกิจศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ในปีการศึกษา 2555	ปริศนา ตั้งมหาสวัสดิ์	440
44	การประยุกต์ใช้ภูเก็ล คลาสรูม สำหรับการจัดการเรียนการสอนรายวิชาการ วิเคราะห์และออกแบบระบบของนักศึกษาภาคเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยอินทร์ทรวงเทพ	อนุนาส แสงสว่าง เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ	450
45	การปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของคลังสินค้า กรณีศึกษา : บริษัทตัวอย่าง	สุชาติ คชชีพ ณภาพ ชัยสุวรรณ กนกวรรณ เบ็ญจะปัก	458
46	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เครื่องมือช่าง วิชาความปลอดภัยใน โรงงานอุตสาหกรรม ของนักศึกษา ชั้น ปวส.1 ที่จัดการเรียนการสอนโดยการ ใช้เกม รอบรู้เรื่องเครื่องมือช่าง และสถานการณ์จำลอง “ความปลอดภัยในโรงงาน” กับการสอนแบบปกติ	มังกร หริรักษ์ เฉลิมพล ช่วยดำรงค์ เจษฎา ผาแพน	472
47	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เงื่อน ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ได้รับการสอนโดยใช้เกม และสถานการณ์จำลองกับการสอนแบบปกติ	มนัส บุญประกอบ พัฒน์นรี กิจเจริญ อารดา เมืองฝัด	480

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
48	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง ระบบย่อยอาหาร ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ที่ได้รับการสอนโดยการใช้เกมและสถานการณ์จำลองกับการสอนแบบปกติ	วราภรณ์ ขอบขำ นภวรรณ แยมชุตติ	488
49	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง รูปร่าง รูปทรง สี ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โดยการใช้เกมจินตภาพและสถานการณ์จำลองที่บ้านของฉันทกับการสอนแบบปกติ	เดือนจิตต์ จิตต์อริ อุมล ตั้งจิตพัฒนกุล	495
50	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง อัตราส่วนและร้อยละ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ได้รับการสอนโดยการใช้เกมและสถานการณ์จำลองกับการสอนแบบปกติ	อุไรรัตน์ แยมชุตติ อรุณรัตน์ แผงมาพรหม มนตรี แสงหาญ	503
51	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง การวางแผน วิชาทัศนศิลป์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนฐานปัญญา ที่ได้รับการสอนโดยการใช้เกมและสถานการณ์จำลองกับการสอนแบบปกติ	พรณี นุญประกอบ นพพล ฤทธิ์ธำภินันท์ ไชยพร สุวรัถย์	511
52	การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการคอมพิวเตอร์ มอบลกับ ชูเปอร์เซ็นเตอร์ ในจังหวัดสมุทรสาคร	สิงห์ชัย อรุณวุฒิพงษ์ สุรศักดิ์ ประชุมเกษร ชัชชนก แยมจินดา	519
53	การพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของครูเพื่อพัฒนาศักยภาพนักเรียนที่มีความต้องการพิเศษโดยใช้แหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น	เกตุมณี มากมี	528
54	การพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำของจังหวัดนครพนม	กฤษณา จิรวิภาวรัช	539
55	การพัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารเรื่อง ผลเสียของยาเสพติด: กรณีศึกษาเกมกล่อง	พฤกษ์ จิรสัตยาภรณ์ จิตติพร กรีชัยเชิธร	551
56	พัฒนาตัวแบบตรวจสอบการบูรณาการเครือข่ายเฉพาะบริเวณ	จิรวินัย ดีเจริญชิตพงษ์ ชนินทร์ เอี่ยมสอาด	563
57	พัฒนาทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของโรงเรียนเอกชนอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	พัทธนันท์ รัชตะไพโรจน์ พนมพร จันทรปัญญา	574
58	พัฒนาแบบประเมินคุณภาพบัณฑิตตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยธนบุรี	ไพโรจน์ แจ่มศรี	584
59	พัฒนารูปแบบการใช้งาน โปรแกรมประเมินผลสำหรับแบบสอบถามออนไลน์	พิมพ์นารา อาจคง ยุทธวี ทองโอเอี่ยม	591
60	พัฒนาศักยภาพครูของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 3 จังหวัดนครพนม	วรรณวิภา ฉลาด	599
61	พัฒนาสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน เรื่อง “การเลือกซื้อคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำหรับบุคคลทั่วไป”	กฤษณะ โพธิ์ศรี	611
62	การรับรู้คำศัพท์ภาษาไทยในมณฑลยูนานของนักเรียนชาวไทยที่เรียนภาษาไทยวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการอาชีวมณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	อากาศรณ์ ดิษฐเล็ก	621
63	การรับรู้ต่อการจัดกิจกรรมนิสิตของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	พัชรินทร์ กันนุช	632

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
64	การรับรู้และความเข้าใจของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ของวิทยาลัยเซนต์ปีเตอร์สเบิร์กเกี่ยวกับพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543	ณัฐชยาน์ อธิรัฐจิรัชย์	641
65	การรับรู้และความตระหนักเกี่ยวกับจริยธรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์	650
66	การเลือกใช้บริการตู้เติมเงินโทรศัพท์แบบหยอดเหรียญ ของประชากรในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	ลูกคิด ชมยินดี สมยศ อวเกียรติ	660
67	การวัดทักษะทางวิชาชีพของนักบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี	มิตร ทองกาบ	668
68	การวิเคราะห์คุณภาพกำไรและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มบริการสื่อและสิ่งพิมพ์	อรสา อารัมรัตน์ สุพัตรา อภิชัยมงคล	677
69	การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ ข้อมูลทางการเงิน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย SET 100	พัทธ์ธีรา จิระอุดมสาโรจน์ นิริญา ลีเฉลิมวงศ์	689
70	การศึกษาข้อมูลในการฝึกอบรมพนักงานของสถานประกอบการ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร	กิตติอาพล สุดประเสริฐ	697
71	การศึกษาคำคิดเห็นเกี่ยวกับอาชญากรรมของพนักงานในร้านสะดวกซื้อที่เปิด ตลอด 24 ชั่วโมง	ธาวิณ เกสรสังข์ สุรทิ เหมวานิช นันทน์กัศ วงศ์อรุณ	704
72	การศึกษาคำคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกที่มีต่อ คณะรัฐศาสตร์	ธาวิณ เกสรสังข์ สุวิจ รัชต์วัฒนกุล อารีสา บุญหารรัตน์	713
73	การศึกษาคำความต้องการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ใหญ่วัยแรงงานนอกระบบ ก่อนเข้าสู่ผู้สูงอายุ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี	สำราญ จูช่วย	722
74	การศึกษาคำความต้องการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการบริหารงาน ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลบางโจลง จังหวัดสมุทรปราการ	กาญจณี ยืนยง นิวัตต์ น้อยมณี เสาวนีย์ เลวลีย์	732
75	การศึกษาคำแตกต่างของบทขยายแสดงเวลาและสถานที่ของประโยคภาษาจีน กับภาษาไทยเพื่อใช้สอนภาษาจีนให้คนไทย	วชิรวิษณุ อธิทธีกรินทร์กุล	743
76	การศึกษาคำพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ	ลัดดาวัลย์ วิสาชัย ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรรา ศศิธร จ้วนพันธ์	756
77	การศึกษาคำสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์บริษัทที่ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร หมวดธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค	วัฒนา เสรีคุณาคุณ สุนา สุทธิเกียรติ อรสา อารัมรัตน์	766

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
78	การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของครูตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนมัธยมในเครือข่ายที่ 31 เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร	ภกติน สุขสุคนธ์ นิวัตต์ น้อยมณี เสาวนีย์ เลวลักษณ์	776
79	การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น โดยสมการอุปสงค์เปรียบเทียบบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยระหว่างอุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร	ชนวรรณ แฉ่งชำโถม จุฬาวดี ศุภโชคนิรันดร์	786
80	การศึกษาปัญหา และสาเหตุของการจัดการเอกสารการบันทึกบัญชีของหน่วยงานราชการ	สมชาย เลิศภิรมย์สุข กานต์ระวี จงอิทธิ กมลทิพย์ พิลาวุธ	797
81	การศึกษาพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ของการเรียนรายวิชาการบัญชีชั้นกลาง 1	ศิริวัลย์ จันทร์แก้ว	806
82	การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของวัยรุ่นในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ศศิธร จัวนพันธ์	816
83	การศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มเบญจมมิตร	ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา	824
84	การศึกษาระดับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของอุตสาหกรรมการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร	พินิจ แก้วเกษตรกรณ์	833
85	การศึกษาระบบอุปถัมภ์ในหน่วยงานราชการ	ธาวิณ เกสรสังข์ สมสดี จิตจักร พนิดา ภักดี	843
86	การศึกษาสภาพ ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาการดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยธนบุรี	อุมภาพร เกตราพร โชติ ไพโรจน์ แจ่มศรี	851
87	การศึกษาสภาพการดำเนินงานการจัดการความรู้ของวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานคร	ภูมิตย์ วงษ์เล็ก	865
88	การศึกษาสภาพการทำงานเป็นทีมของโรงเรียนเอกชน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	พนิดา เพ็ชรโคตร พัชรวิวรรณ กิจมี	875
89	การศึกษาสภาพการปฏิบัติตามค่านิยม 12 ประการของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนในสหวิทยาเขตศรีนครินทร์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร	สกาเวเดือน อนันต์ดาวพจน์ นิวัตต์ น้อยมณี จิตติมา ธีรตานนท์	884
90	การศึกษาสภาพปัจจุบันในการจัดการความเสี่ยงของกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี	อนันต์ ธรรมชาลัย	896
91	การส่งเสริมการค้าปลีกรมะม่วงน้ำดอกไม้แปรรูป ตำบลคงมูลเหล็ก จังหวัดเพชรบูรณ์	เจน จันทรสุภาแสน วิญญู พันธุ์โต	905
92	การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์และติดตามผลการประชาสัมพันธ์ในโครงการสามล้อเชียงใหม่	ธรรมพร หาญผจญศึก	912

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
93	การหลอมรวมเทคโนโลยีสมัยใหม่	วัฒนา เอกปมิตศิลป์ ประสงค์ อุทัย กมลวรรณ สิวงษา	923
94	การออกแบบแอปพลิเคชันแชร์รูปภาพเพื่อการสื่อสารการตลาด กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนสมุนไพร ไพร โบว์	ศิริกาญจนา พิลาบุตร กิติพงษ์ รัตนวงศ ธีระพงษ์ มลิวัลย์	933
95	เกษตรทฤษฎีใหม่ 3 ขั้นตอนกับการสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืน ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงบ้านป่าเก็ดดี ต.หนองผึ้ง อ.สารภี จ.เชียงใหม่	นุชจรี ศรีอุทัย	942
96	ความคาดหวังของนักศึกษาเกี่ยวกับค่านิยม จริยธรรม และจรรยาบรรณในวิชาชีพของอาจารย์มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	บังอร โกศลปริญญาพันธ์ นิยรา พรสุริวงษ์ ขนิษฐา บุญนาค	951
97	ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขต พระโขนงสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร	ทวีพร ปทุมมา นิวัฒน์ น้อยมณี สุภาพร ธรรมศิริ	957
98	ความคิดเห็นของครูที่มีต่อการใช้หลักพรหมวิหาร 4 ของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนขยายโอกาส เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ธนาวุฒิ สร้อยแก้ว นิวัฒน์ น้อยมณี นำชัย เลวัลย์	965
99	ความคิดเห็นของประชาชนต่อประสิทธิภาพการกระทำความผิดกฎหมายจราจร และความเข้มงวดกวดขันของเจ้าหน้าที่ตำรวจ	सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ	973
100	ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี	พิมพ์ขวัญ แจ่มอัน	981
101	ความคิดเห็นของผู้ให้บริการต่อประสิทธิภาพผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางทะเล ระหว่างประเทศ กรณีบริษัทผู้ส่งออกในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ระยะที่ 4 จังหวัดชลบุรี	ชลิลา ธนายนนท์ ไชยศ ไชยมั่นคง	991
102	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการรถม้าในอำเภอเมือง ลำปาง	ณัฐภัทร มุกติมาส จินตนา สุนทรธรรม	1003
103	ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการควบคุมการบริหารของบริษัท บางกอกคอน เทนเนอร์ ดีโป จำกัด	รุจจิรา สกุลปณชัย ไพโรจน์ เกิดสมุท	1012
104	ความคิดเห็นของพนักงานต่อกระบวนการบริหารของ บริษัท จี-เทคคูโตะ อีสเทิร์น จำกัด	ศราวุธ จิตรฐาน ไพโรจน์ เกิดสมุท	1020
105	ความคิดเห็นตามบริบทสภาพแวดล้อมของชาวจีนในอำเภอเมืองจังหวัดลำปางที่มี ต่อประเทศไทย	ประกายเดือน ผลศิลป์	1028
106	ความคิดเห็นทางการตลาดที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร	พีระยุทธ คุ้มศักดิ์ นายระบิล กลิ่นแก้ว	1037

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
107	ความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ “ลูกชิ้นปิ้ง” ในเขตเทศบาลเมืองแพร่ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่	ธนวัฒน์ ไม้ดีบ ชูศักดิ์ อุคมศรี	1048
108	ความต้องการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโททางการบัญชี	ศิริรัตน์ พ่วงแสงสุข	1063
109	ความต้องการความช่วยเหลือของผู้ประกอบการเพื่อสร้างความสำเร็จในการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลากับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	อนิวัช แก้วจันทังค์	1072
110	ความต้องการใช้บริการธนาคารของบุคลากรเทศบาลตำบลแม่เมาะะ จังหวัดลำปาง	สุหทัย แสงวิชัย	1084
111	ความต้องการใช้และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี	สุวรรณดา ตรงต่อศักดิ์	1092
112	ความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรี	สมรศรี คำตรง	1101
113	ความต้องการที่พึงประสงค์เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะนักกีฬามหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	ทิพวรรณ วงศ์มาก	1110
114	ความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการฝึกอบรมวิชาชีพสำหรับสมาชิก กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีตำบลแม่สะเรียง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	พงค์ศิริ ปิตรีศน์เจริญกุล สงกรานต์ อินัน	1121
115	ความพร้อมของนักบัญชีไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเขตกรุงเทพมหานคร	วรรณภา อิมะไชย์	1129
116	ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของนักศึกษาคณะบัญชีมหาวิทยาลัยธนบุรี	ศศิธร เบอร์เจียว สุวิมล เหลือประเสริฐ กมลวรรณ ศิริจันทร์ชื่น	1139
117	ความพร้อมในการจัดการศึกษาระดับปฐมวัยของเทศบาลตำบลสะเมิงใต้ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่	จิรัฐิกา สมณา พนมพร จันทร์ปัญญา	1147
118	ความพึงพอใจของข้าราชการตำรวจ ต่อการบริหารงานและคุณลักษณะของผู้บังคับบัญชาาระดับสูงตำรวจภูธรจังหวัดระยอง	เพียงเดือน เกิดอำแพง	1158
119	ความพึงพอใจของครูเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตลาดกระบัง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัชฌิมศึกษา เขต 2 กรุงเทพมหานคร	ชนัญญา रिเมื่อน นิวัตต์ น้อยมณี นำชัย เลวัลย์	1166
120	ความพึงพอใจของนายจ้างต่อบัณฑิตคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์	พิเชษฐ ตั้งสงฆ์ไพบูลย์	1173
121	ความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเทศบาลตำบลปางยาว อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง	กนิงนิจ บุญเจริญ รำพึง เวชยันต์วุฒิ	1182
122	ความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรกรณีศึกษา: เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	นิลา ไหวงศ์ประเสริฐ	1193
123	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย	ทวีป แสงภูติ ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรรานเรศ ล้วนไพรินทร์	1202

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
124	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา	สิริมา จิรกุลชัยวงศ์ ปติ พุทธิวิบูลย์ เฉลิมชัย ผู้พัฒน์	1224
125	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ทศวรรษ มหาเรือนขวัญ ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ	1234
126	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	วิภาค จรรยา ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา ศศิธร วัฒนพันธ์	1243
127	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร	ณัฐรดา คล่องดี ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ	1256
128	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยสาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี	ทิพมาศ ใจสะอาด ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา ศศิธร วัฒนพันธ์	1277
129	ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการ ของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ	พรรณวิไล จิตอริย์	1290
130	ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางชำระค่าไฟฟ้า ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง	อรรดชัย เอมสะอาด พงศรัณย์ พลศรีเลิศ	1301
131	ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของผู้บริการชาวไทย ในสนามบินสุวรรณภูมิ	ปุกนิภา โทพิลา สุนทรี ตรีพากย์	1311
132	ความพึงพอใจและความต้องการของชุมชนที่มีต่อ คณะบัญชี สาขาการบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	รุจิรัตน์ ปาลีพัฒนสกุล พฤกษา พังจิตต์ประไพ	1317
133	ความรู้ ความเข้าใจ และปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม	ชนวรรณ แฉ่งชำโถม	1326
134	ความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดา สำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี)	วิภาวดี คุณวงศ์ พนัสกร อินทา	1337
135	ความสัมพันธ์ของการเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาด กับพฤติกรรมการป้องกันโรคมาเร็งเด้านม ของสตรีในกรุงเทพมหานคร	พจนนา ทองสะอาด	1346
136	ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยาอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่	ศราวุธ ปัญญา พัชรวิวรรณ กิจมี	1355

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
137	ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชัน จำกัด	โชติกา เฟื่องใจ ไพโรจน์ เกิดสมุทร	1366
138	คำเรียกนักกีฬาที่ปรากฏในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย	ปิยะพันธุ์ วัชรานุกุล	1376
139	คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จังหวัดระยอง	สำราญ ทองเล็ก	1385
140	คุณภาพบริการการขนส่งของบริษัท เอ เอ จำกัด	อมรรัตน์ เข็มมะลิ่ง ไชยศ ไชยมันคง	1399
141	เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องคืมเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	อมรรัตน์ หงษ์ทอง จันทราภรณ์ สีสวย	1407
142	ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตผ้าฝ้ายลำพูน: กรณีศึกษาบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน	กมลวรรณ ศิริจันทร์ชื่น ศศิธร เปอร์เขียว	1418
143	ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านเสริมสวยในเขตคอนเมือง กรุงเทพมหานคร	อุไรวรรณ ธนะรักษ์	1425
144	ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลที่มาจากผลกระทบรัฐประหาร	ธาวิณ เกสรสังข์ เอกสิทธิ์ มั่นมา สุวัจ ราชวัฒน์กุล	1434
145	ทัศนคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	ณัฐพัชร์ คิม นิษรา พรสุริวงษ์ ยุพาภรณ์ ชูสาย	1439
146	ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชีของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี	สมชาย เลิศภิรมย์สุข สิงห์ชัย อรุณวุฒิพงษ์	1447
147	เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก	อรุณทัช วงศ์ทาเครือ	1458
148	แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	นุชจรินทร์ วงศ์จรจิต	1468
149	แนวทางการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย	โกมลณิ เกตตะพันธ์	1476
150	แนวทางการบริหาร โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล	ศิริชัย ภมรศิลป์ธรรม	1486
151	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	หรรษมน เฟื่องมาน	1496
152	บรรยากาศองค์กรของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	ไชยศิริ ศุภธีรารักษ์ พนมพร จันทรบัญญา	1510
153	บุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	สุวรรณ ชันดี นิษรา พรสุริวงษ์ ดวงพร ผกามาศ	1518

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
154	แบบจำลองวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา โดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง	สมภาร ปอสูงเนิน	1524
155	แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรัตนนคร	ณัฐรา ธรรมเวช จิรัฐติกุล ดันสายชนินทร์	1535
156	ประสิทธิผลการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสภาพผู้สูงอายุ	นันทรี สัจจาธรรม	1545
157	ประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานนทบุรี เขต 1	พฤกษ์ภูมิ ธีรานนุตร	1556
158	ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงาน ของนักบัญชีเขตจังหวัดปทุมธานี	นพัชกร ทองเรือนดี	1567
159	ปัจจัยเชิงเหตุและผลลัพธ์ของความพึงพอใจของลูกค้า: การทดสอบด้วยโมเดล TCSI ในบริบทของกิจการไฮเปอร์มาร์ท ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	อนุวัต สงสม	1577
160	ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ	จุฑามาศ เขียวนิล สมยศ อวเกียรติ	1585
161	ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน	ปทุมวัลย์ เตโช ศุภราญนิตย์ เล็กสุทธี	1592
162	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภค ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	นเรศ ล้วนไพรินทร์	1602
163	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของชุมชนผ่าน ประเพณีไหว้พื้ขุนน้ำ	ชนพล บุญปลูก	1610
164	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี	นิพิชฌน์ กมลธีระวิทย์ รุจิรัตน์ ปาลีพัฒนสกุล จิราพรรณ พูลศรีเยี่ยม	1620
165	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การ บริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555	วิยะดา วรานนท์วนิช	1628
166	ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงทางการเงินของผู้บริหาร ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี	สุกัญญา ศิริโท เอกธิพร นามวงศ์	1636
167	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรี ที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก	สุมิตตา จอมวิเชียร	1647
168	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานที่นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง ของคนต่างจังหวัด	สุภาภรณ์ จันทโชติ พัชรี ไชยแสง วราภรณ์ ธ.น.ยอด	1657

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
169	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตภาคกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร	วันวิสาข์ จันทร์ทรัพย์ ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา ปติ พุทธิวิบูลย์	1663
170	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชชิงเวล	เอกอุซกร งามละมัย	1677
171	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี	วันทิกา หิรัญเทศ	1685
172	ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของประชาชนในเขตภาคกระบี่	ปณิศา โทพิลา ปริยาภรณ์ เมฆาวรรณ	1697
173	ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณารูปแบบการลงทุนส่วนบุคคลเพื่อชีวิตหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม	วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย วัฒนา เสรีคุณากุล อรสา อรามรัตน์	1703
174	ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน	Cheng Cheng สาธินีย์ แซ่จั้น	1711
175	ปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานี	วิชุดา นาคเกื้อน	1720
176	ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม	วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย วัฒนา เสรีคุณากุล สุนา สุทธิเกียรติ	1728
177	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออะไหล่เครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตภาคกระบี่ กรุงเทพมหานคร	ศศิธร วัฒนพันธ์ ศศิณา สมเดช	1738
178	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ	ภณสิทธิ์ อ้นยะ ภาวิณี อินทรมมา	1746
179	ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี	ยุวดี ชูจิตต์ สุริยา จันทนกุล	1752
180	ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดในเขตจังหวัดปทุมธานี	วัลภา คงพิวะ จุฬารพร พรหมสาขา ณ สกลนคร	1762
181	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน	กมลชนก เขียวแก้ว	1775
182	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ้างผู้ให้บริการโลจิสติกส์ทางบกในเขตคอนเมือง	ทวีพัฒน์ มุสิกะปาน	1785
183	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	อมรรัตน์ บุตรราช สาธินีย์ แซ่จั้น	1795
184	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปบนเครือข่ายออนไลน์ของกลุ่มสตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร	สุภาภรณ์ โลกวิจิตร วิภา ว่องพูลสิน ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	1804

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
185	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจย้ายหน่วยงานภายในองค์กร กรณีศึกษา การประปานครหลวง	ปณิยา อินททาศ	1815
186	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของพนักงาน บริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ดจังหวัดระยอง	แสงจันทร์ แสงนาโก วัลลภ นิมนานนท์ ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา	1836
187	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โภคในการตัดสินใจซื้อและติดตั้งฟิล์มกรอง แสงรถยนต์ เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ชนมรัชดา ยศปิ่น	1849
188	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาคอนโดมิเนียมในพื้นที่ กรุงเทพมหานครตอนเหนือ	ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ	1859
189	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการล้างรถยนต์ ของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	พิมพ์ธัญชนก สุทธิชนิกิตต์ สมยศ อวเกียรติ	1869
190	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวของผู้ซื้อ ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	HE JI SONG สมยศ อวเกียรติ	1879
191	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคของ ศูนย์นิสสันในเขตกรุงเทพมหานคร	อัครราช วลายุทธสวัสดิ์ วุฒิ วัชรโรคมประเสริฐ มยุรี เกื้อสกุล	1887
192	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนชีวิตหลังจบการศึกษาของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยชนบุรี	สมชาย เดชภิรมย์สุข สิงห์ชัย อรุณวุฒิพงษ์	1898
193	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้ ความเข้าใจ โครงสร้างภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร และมาตรการทางภาษี ของประชาชนในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร	สุวินชา การพัชชี	1905
194	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมปื้ลม	วิศภพ ตรีสุวรรณ	1913
195	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อ รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์	วารภรณ์ สุ่มมาตย์ ธีระรัตน์เปี่ยมสุภัทพงษ์	1922
196	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ้าไทยของคนไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร	จุฬารพ พรหมสาขา ณ สกลนคร วัลภา กงพะวะ	1933
197	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ศูนย์ออกกำลังกายของพนักงานเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร	ลัดดา เทียนงาม สาธินีย์ แซ่ซิ่น	1946
198	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ใหม่ ในเขตเทศบาลเมืองท่าโขลง	ชูชัย ทองนวล สาธินีย์ แซ่ซิ่น	1956
199	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องสำอาง ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	LU LINGYU สาธินีย์ แซ่ซิ่น	1965
200	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในห้างสรรพสินค้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	อรสา หนองจอก สาธินีย์ แซ่ซิ่น	1973

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
201	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสินค้ารถยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	วชิราพร พงษ์สวัสดิ์ สาชนิษฐ์ แซ่ซัน	1982
202	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสำนักงานให้บริการจัดทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร	สุพัตรา อภิชัยมงคล ศศิธร โกมลหทัย สุวิมล เหลืองประเสริฐ	1998
203	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญของประชาชน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	พารินทร์รัตน์ ธรรมหมั่นยอง	2007
204	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนของพนักงานเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร	ฉัฐวุฒิ แสนช่าง	2017
205	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารแช่แข็งสำเร็จรูปของประชาชนในเขตภาคกระบี่	ปฐนิกา โทพิลา กมลทิพย์ เหมือนสุวรรณ	2025
206	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ผลิตภัณฑ์จาก ผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษา: กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน	ศรธาณินดี เล็กสุทธิ	2031
207	ปัญหาการจัดทำระบบบัญชีกองทุนหมู่บ้าน ตำบลวังเหนือ จังหวัด ลำปาง	เกศินี เพียรเลิศ กฤษณา รัตนพฤกษ์	2042
208	ปัญหาการนำเสนอและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินสำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะของผู้ทำบัญชีในกรุงเทพมหานคร	ประภัสสร กิตติมนโรรม	2050
209	ปัญหาของผู้ทำบัญชี ในจังหวัดนนทบุรี	พรรณเพ็ญ สิทธิพัฒนา	2058
210	ปัญหาจากการปรับเปลี่ยนตำแหน่งงานของพนักงานธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซ่า ลำปาง	กนกพร ไชยยานนท์ จินดนา สุนทรธรรม	2068
211	ปัญหาด้านการตลาดของร้านกาแฟสด EGAT TECH COFFEE ภายในวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ จังหวัดลำปาง	วันดี บุญงาม	2079
212	ปัญหาด้านการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทกัล เพลทติ้ง จำกัด อำเภอกะหุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร	พนัส อุณหับังชิต พิชาพัทธ์ งามสิน	2090
213	ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิคนพิการ	สหัส ไพภักดิ์	2101
214	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องทักษะพูดขอผลเบื้องต้น ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนวัดหอมเกร็ด ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	อุไรรัตน์ แยมชุตติ สมัญญา ทองรุ่ง กรเทพ ดิชขำ	2116
215	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง At home ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนสารสาสน์ชนบุรีและโรงเรียนสารสาสน์วิเทศชนบุรี ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	ทรงศรี สรณสถาพร ศรีบุญญา ดืออยู่ ธีรารักษ์ หมั่นโรจน์	2124
216	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง การเคลื่อนไหวร่างกาย และการออกกำลังกาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนศึกษานารีวิทยา ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	ไพรัช ชุ่มเกตุ ชวินทร์ เชื้องกราย	2133

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
217	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบัญชี ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยอาชีวศึกษาคิงส์ตัน พัทยา และวิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการเพชรเกษม ที่ครูผู้สอน สอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	ไพรัช จุ่นเกตุ อุทิศย์ บุญทวี พงพิพัฒน์ ศิริรัตนากุล	2141
218	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง คำตรงข้าม ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนฐานปัญญา ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	นภวรรณ แยมชุตติ สุพัตรา จันทร์ประดิษฐ์ หทัยา บุญสุข	2150
219	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เครื่องดื่มประจำชาติอาเซียน ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนาทประสิทธิ์ และโรงเรียนเซนต์ปีเตอร์ ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	มาริษา เทศปลื้ม ธัญญรัตน์ วงษ์สวัสดิ์ พรพนิต ชุ่นทรัพย์	2157
220	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง เทคนิคการนำเสนอ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคสมุทรสาครและวิทยาลัยเทคโนโลยีบางปะกงบริหารธุรกิจ ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา สมชาย น้อยทรัพย์ วงศกร วัชรกัธธ	2165
221	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง ประเภทของเครื่องดนตรีไทย ของนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	เฉลียว พันธุ์สีดา พีระวัฒน์ โพธิ์จำเริญ สุเมธ สุขสวัสดิ์ ภัทรริญา พรหมทอง	2174
222	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง รูปร่าง รูปทรง และสี ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนวัดคู์คตา ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา ชัชชา สามสาลี	2183
223	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง สมการ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	มนัส บุญประกอบ ปณิสา สุระเสน ชุติมา ระเบียบ	2190
224	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง สมการบัญชี ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีบริหารธุรกิจสมุทรปราการที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	อุไรรัตน์ แยมชุตติ กิตติยา จิตต์อาจหาญ	2198
225	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่อง อาชีพ ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนนักบุญเปโตรและวิทยาลัยนาฏศิลป์ ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	นิษฐ์สินี กู้ประเสริฐ สุภาพรณ ประเสริฐวงศ์ สิทธารัตน์ วิมลโนช	2206
226	เปรียบเทียบการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสินค้าอุปโภคบริโภคของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีบางปะกงบริหารธุรกิจ ที่ครูผู้สอนสอนโดยการใช้เกมและการสอนตามปกติ	ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา ปานภัสติปะวรรณ กมลชนก ไช้เจริญ	2214

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
227	ผลของการใช้ชุดกิจกรรมแนะแนวเพื่อพัฒนาทักษะชีวิตด้านการตัดสินใจของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะเทคโนโลยีการประมงและทรัพยากรทางน้ำ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่	อภิวัฒน์ บัวลอย สุขอรุณ วงษ์ทิม ลัดดาวรรณ ณ ระนอง	2223
228	ผลสัมฤทธิ์การปฏิบัติงานสหกิจศึกษา คณะบัญชี มหาวิทยาลัยชนบุรี	ศศิธร เปอร์เขียว เพ็ญญา เกศสุวรรณกนก	2237
229	พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคย่านน้ำสมุนไพรชนิดเพิ่มขึ้นในเขตถนนยาว	ขวัญฤที ศรีโส	2246
230	พฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ	ศศิธร จ्ञวนพันธ์ ศศิณา สมเดช	2256
231	พฤติกรรมการออมและวางแผนด้านการเงินเพื่อเตรียมพร้อมวัยหลังเกษียณของพนักงาน ช่วงอายุ 40 - 60 ปี	วัฒนา เสรีคุณาคณ จุฬาวดี ศุภโชคนิรันดร์ สุนา สุทธิเกียรติ	2263
232	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย	ภณสิทธิ์ อ้นยะ พิรอร จิรสวัสดิ์	2271
233	พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักผลไม้ปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เก็ต เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร	ปณิตา แจ่มจำรัส	2277
234	พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการซัก อบ รีดของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตสะพานใหม่	ZU JIN LING สมยศ อวเกียรติ	2287
235	พฤติกรรมและความพึงพอใจการให้บริการ ของศูนย์บริการสาธารณสุข 2 (สะพานสาม) เทศบาลนครสมุทรปราการ	วราภรณ์ ตั้งคลัง พรปวีณ์ ถาวรศักดิ์ นวภรณ์ กาละปุก	2296
236	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	อภิญา ดินม่วง สมยศ อวเกียรติ	2307
237	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาในเขตกรุงเทพมหานคร	พรพรรณ สุวรรณประทีป	2319
238	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษา: อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม	สุธาสินี แสงมุกดา ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภักพงษ์ สิริรัตน์ แสงอุทัย	2329
239	พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเขตหนองแขมและบางแค	ธีระรัตน์ เปี่ยมสุภักพงษ์	2339
240	พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษา : ตลาดนัดกลางคืน คลองถมสายใต้ใหม่ เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร	วีรนุช แซ่ฉิน ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภักพงษ์	2349
241	ภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนอิสลาม ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดนนทบุรี	อารีย์ นาคสุก	2360

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
242	ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาเศรษฐกิจบ้านฮวก	อณิษฐา หาญภักดีนิยม	2368
243	ระบบช่วยค้นหาที่ว่างของลานจอดรถ	สันติ เดิมผล นพรัตน์ จันทร์โสภา วศิณ สมขลัง พชรพล สุขเกษม	2382
244	ระบบบริหารจัดการการจองสนามฟุตบอลหญ้าเทียม	ศรัณูธร มั่งมี ฉัตรชัย ยิ้มสิงห์ วีระวัฒน์ ศิริเวช ชัยวุฒิ พลอยพริ้ง	2388
245	ระบบประเมินความพึงพอใจของผู้โดยสารในการบริการของพนักงานบนรถประจำทาง ขสมก.	สันติ เดิมผล วันชัย บู่อัน เอกฉันท์ ตุ๊กศิริวิญญู กัญจน์พงศ์ อภินันทบารมี	2392
246	รูปแบบการเสริมสร้างทักษะทางสังคมของเยาวชนชนเผ่ามูเซอแดงในอำเภอปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน	กัญญา สมบูรณ์	2402
247	รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาพฤติกรรมทางจริยธรรมของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนตามคุณลักษณะบัณฑิตอุดมคติไทย	พรนิภา จันทร์น้อย วีระศักดิ์ ชมภูคำ ประวิติ พันผาสุก เรืองวิทย์ นนทภา	2412
248	แรงจูงใจเข้าร่วมกิจกรรมพบกลุ่มของนักศึกษาศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยเขตลาดกระบัง	นงนาถ ทองมี นิวัฒน์ น้อยมณี สุภาพร ธรรมศิริ	2421
249	แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานฝ่ายผลิตในโรงงานนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์	2429
250	แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัท ยามาฮาดะ (ประเทศไทย) จำกัด	สุพรรณษา ข้าสอาด ไพโรจน์ เกิดสมุทร	2438
251	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัย ในกำกับของรัฐบาลเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ณัฐกานต์ เสือไพฑูรย์ วัลลภ นิมมานนท์	2448
252	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัท ประกันภัยไทยวิวัฒน์ จำกัด (มหาชน)	ทศพร อมรธรรมศรี ไพโรจน์ เกิดสมุทร	2460
253	แรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ปีการศึกษา 2557	ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์	2470
254	แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุค (Facebook) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษา	อัครเดช ศิริพงษ์วัฒนา	2483

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
255	ศึกษาการเข้าถึงและความต้องการจากกฎหมายด้าน โลจิสติกส์และการขนส่งของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร	วัชรพล วงศ์จันทร์	2494
256	ศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมแนววิถีพุทธที่เกี่ยวกับ พุทธศาสนิกชน โดยใช้เทคนิคต้นไม้ตัดสินใจ	นัศราวดี นุ่มนาค สมรภัฏ นุ่มนาค	2504
257	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชี ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในนิคมอุตสาหกรรม เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	วิภาวดี ถูมวงษ์ มนสันต์ มฤคทัต	2511
258	ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการใช้งาน โปรแกรม iScala พนักงานแผนกบัญชี บริษัท ในนิคมอุตสาหกรรมเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์	2519
259	สภาวะการณั้ของเด็กและเยาวชนในระบบโรงเรียนระดับประถมศึกษา ถึงระดับอุดมศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2557-2558	เพชรราวัลย์ ธีระวัฒน์พงศ์ จิตติมาวดี เจริญรัชต์	2529
260	สมรรถนะและความต้องการพัฒนาสมรรถนะของครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบางนา-ตราด เขต 2	วิจิต บุญสนอง	2537
261	ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร	นเรศ ล้วนไพรินทร์	2547
262	ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแพทย์แผนไทย กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี	ภณสิทธิ์ อ้นยะ ณัฐมล หวังปิ่น ปฐมมาวดี ปิ่นศรีทอง	2555
263	ส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสินค้าผ่านทางเครือข่าย สังคมออนไลน์ ของประชาชนในเขตมีนบุรี	ปญญา โทพิลา ปณิยา อินททาศ	2562
264	องค์การแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนบ้านแจ่งคูเรือ อำเภอบัวราย จังหวัดเชียงใหม่	วิภากรณั้ อุปรัตน์ปรีชา พัชรวิวรรณ กิจมี	2568
265	องค์ประกอบและตัวบ่งชี้สมรรถนะของครูด้านการประเมินการเรียนรู้	ปิยะณัฐ กันทา น้ำผึ้ง อินทะเนตร	2578
266	อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึก ประเภทสินค้าหัตถกรรมเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว	ณัฐพล เนียมแก้ว อภิไทย แก้วจรัส จารุณี ศรีบุรี	2588
267	ประสบการณ์ด้านจิตใจของมารดาผู้ป่วยเด็ก โรคมะเร็งเม็ดเลือดขาวชนิดเฉียบพลัน ที่ได้รับการปลูกถ่ายเซลล์ต้นกำเนิดเม็ดโลหิต	ประณยา โยธาประเสริฐ สุซอรุณ วงษ์ทิม นิรนาท แสนสา	2599
268	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	ยุพากรณั้ เอี่ยมวิเชียรเจริญ สาชนิย์ แซ่ซัน	2610
269	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้หญิงในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร	ชุมณี มากแสง สมยศ อวเกียรติ	2618

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
270	กระบวนการผลิตซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพของบริษัทซอฟต์แวร์เฮาส์ ในจังหวัดเชียงใหม่	ศิริรัตน์ ตรงวัฒนาวุฒิ	2626
271	การค้นหาเหตุขัดข้องเพื่อใช้ในการแก้ไขระบบคอมพิวเตอร์เบื้องต้น โดยการให้คำแนะนำค่าและแบบจำลองเวกเตอร์สเปซ	นพดล สิทธิเลิศ	2634
272	การควบคุมความเร็วมอเตอร์สำหรับลดพลังงานของหอบระบายความร้อน	เอกรัตน์ นกกานต์ บัญชา เกิดมณี	2641
273	การจัดการความสูญเปล่าในกระบวนการผลิตถุงหิ้วพลาสติก กรณีศึกษา : บริษัท แสงรุ่งสยามพลาสติก จำกัด	เถลิง พลเจริญ	2651
274	การจำลองสถานการณ์การปรับปรุงการผลิตด้วยเทคนิค ECRS	สมจินต์ อักษรธรรม	2663
275	การใช้ภาษา FQL ในการพัฒนาระบบสืบค้นข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวไทย ของเฟซบุ๊กแอปพลิเคชัน	สุปราณี ทัมมงคล	2674
276	การประเมินผลการใช้งานระบบติดตามภาวะการมีงานทำของบัณฑิตแบบออนไลน์ ในมหาวิทยาลัยธนบุรี	ศุภลักษณ์ บาดโพธิ์	2684
277	การประยุกต์ใช้เทคนิคการควบคุมความหนาแน่นพัลส์ในการควบคุมการหลอม พลาสติกแบบเหนียวนำความร้อนความถี่สูงด้วยอินเวอร์เตอร์ชนิดเต็มคลื่น	จิระศักดิ์ วงศา จิระศักดิ์ ส่งบุญแก้ว วันชัย ทรัพย์สิงห์	2693
278	การปรับปรุงกระบวนการผลิตของแผ่นหม้อไอน้ำโดยหลักการ ECRS กรณีศึกษา บริษัท บีพี จำกัด	วิษณุตร์ ทิมาบุตร นุรฉัตร กาชูยี รศ. พรศักดิ์ อรรธวานิช	2703
279	การปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการการผลิตชิ้นส่วนประตุน้ำใต้ดินขนาด 300 มิลลิเมตร โดยใช้เทคนิคการจำลองสถานการณ์ กรณีศึกษา บริษัท เอส พี เมคัลเวอร์ค จำกัด	นุชจรี แก่นละออ ธนาสิน ลีลา	2712
280	การพัฒนาเครื่องมือวัดทางไฟฟ้าด้วยไมโครคอนโทรลเลอร์ สำหรับสื่อการเรียนการสอนรายวิชาการวิเคราะห์วงจรไฟฟ้า	จิระศักดิ์ วงศา บัญชา ศรีวิโรจน์ ปณต ศรีภักดิ์	2721
281	การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับบันทึกผลการตรวจสอบคุณภาพ เครื่องวัดหน่วยไฟฟ้า	ศุภลักษณ์ บาดโพธิ์ ชัยณรงค์ จันทร์ตุม เมธากร ทองขาวบัว	2730
282	การพัฒนาระบบการจัดการตารางสอนออนไลน์	ศิริประกาย พงศ์สุวรรณ อาทิตย์ อรศรี วีรพล ยิ้มย่อง	2737
283	การพัฒนาระบบสารสนเทศต้นแบบด้านกิจกรรมนันทศึกษา มหาวิทยาลัยธนบุรี	อรัษาวิ เจ๊ะสะแม ชัยณรงค์ จันทร์ตุม สุรโชติ วิบูลย์พันธ์	2747

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
284	การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดการสารเคมี ในโรงงานอุตสาหกรรม	นันทวัน นาคอร่าม สิทธิศักดิ์ ทองสุข ประชาติพิทักษ์ สาริบุตร	2757
285	การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อบริหารงานซ่อม กรณีศึกษา บริษัท Gomy Electronics Co., Ltd.	นันทวัน นาคอร่าม ดวงรัศมี แสนะวัต บุญล้น ตั้งโส	2768
286	การพัฒนาสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อถ่ายทอดวิธีเพาะเลี้ยงปลาสลิค ในจังหวัดสมุทรปราการ	นันทรัตน์ กลิ่นหอม สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์ ฉันทันท์ พินิจสถิต	2779
287	การศึกษาคุณภาพการให้บริการของกลุ่มสถานพยาบาลเอกชน	วารุณี มิลินทปัญญา อุไรรัตน์ แยมชุตติ อุบลรัตน์ ไกรรัตน์	2788
288	การศึกษาคุณสมบัติน้ำทางกายภาพเคมี และสัตว์ไม่มีกระดูกสันหลังขนาดใหญ่ เพื่อติดตามคุณภาพน้ำในลำธารแม่ท่าช้าง จังหวัดเชียงใหม่	ตรีสิลป์ กิรสมุทรานนท์ เดชา ทาปัญญา	2800
289	การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เทคโนโลยี 4G LTE เขตกรุงเทพมหานคร	เขาวลิต จันภิรมย์	2811
290	การออกแบบโซล่าเซลล์เพื่อระบบกรองน้ำโรงเรียนบ้านทุ่งเสือโทน	บัญชา ศรีวิโรจน์ ปณต ศรีภักดิ์ จิระศักดิ์ วงศา ณัฐศักดิ์ อินทรสุวรรณ	2820
291	การออกแบบและสร้างเครื่องคัดแยกกลีบกระเทียมโดยใช้ระบบบีบทับ	สมจินต์ อักษรธรรม สุวิทย์ อมรปัติกวิน	2828
292	การออกแบบและสร้างเครื่องทดสอบรอยร้าวสุกษณ์หัวฉีดชำระ	วสันต์ ลีละธนาฤกษ์ กัมพล เบ้าทอง ถาวร สุ่มมาตย์ ภัทรพงศ์ สีหามัญมาก สุรพงศ์ ดอกกะจุน	2839
293	การออกแบบและสร้างเครื่องหั่นแอนกประสงค์	พิพัฒน์ เลิศโกวิทย์ บัณฑิต อินทรีย์มีศักดิ์	2846
294	เครื่องมือวัดความเอียงแบบดิจิทัลควบคุมด้วยไมโครคอนโทรลเลอร์	ปณต ศรีภักดิ์ จิระศักดิ์ วงศา บัญชา ศรีวิโรจน์	2857

สารบัญ (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อบทความ	ผู้เขียน	หน้าที่
295	แนวคิดการวางแผนออกกำลังกายด้วยสมาร์ทวอตช์	สิทธิศักดิ์ ทองสุข นันทวัน นาคอร่าม บัญชา เกศมณี	2863
296	บททดลองเสนอการอธิบาย Theory of Action ของ Parsons และ A. Shils กับทฤษฎี "Practice" ของ Pierre Bourdieu : ประเด็นปัญหาของการ Modeling	สุรัชย์ ธรรมทวีทิกุล ญาณพิณีจ วชิรสุรงค์	2869
297	ผลการใช้คณิตศาสตร์ (ฟังก์ชัน-อโตมาตา) ในการเรียนปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ และคอมพิวเตอร์ ปีการศึกษา 2558	สินีภกัญญ จรูญสารทูล	2876
298	พฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนผ่านเว็บกับการยอมรับนวัตกรรมการเรียนรู้ด้วย เทคโนโลยี	เสาวภา เมืองแก่น บัญชา เกศมณี อรณิชา สุทธิเป็น	2885
299	พฤติกรรมการอ่านฉลากก่อนใช้เครื่องสำอางของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ	กณารักษ์ ศรีสมบูรณ์ สุนทร พันธัง	2893
300	วิเคราะห์แนวทางแก้ปัญหากระบวนการทำงานของระบบด้วย Fuzzy Miner ที่มีต่อการตัดสินใจรับนวัตกรรมการจัดการเรียนการสอนผ่านเว็บ	เอนก นามจันทร์ ทมนิ สุขใส	2903
301	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการศูนย์ออกกำลังกายฟิตเนสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภักพงศ์	2916
302	ความพึงพอใจของผู้รับบริการผู้ป่วยนอกของโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง	อัศวิน เสนิชัย	2926
303	ตัวแบบการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกมะม่วงไทย	อัศวิน เสนิชัย	2933

ความพึงพอใจของนายจ้างต่อบัณฑิตคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์

The Employers Satisfaction on Graduate form The Faculty of Accountancy of Ratchaphruek College

พิเชษฐ์ ตั้งสงคไพบุลย์

คณบดี, คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, pitung@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนายจ้าง เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนายจ้างที่มีต่อบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ และศึกษาข้อเสนอแนะของนายจ้างต่อการผลิตบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 175 ที่เป็นนายจ้างหรือผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต คณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐาน t - test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 เป็นพนักงานบริษัท/เอกชนจำนวน 120 คิดเป็นร้อยละ 68.6 เป็นผู้บริหารระดับต้นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ระดับความพึงพอใจของนายจ้างต่อบัณฑิตคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์ในภาพรวมเฉลี่ยและทุกด้านมีความพึงพอใจระดับมาก หากพิจารณาลำดับความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรกด้านการปฏิบัติงานในอาชีพ ด้านความรู้ความสามารถ พิเศษ และด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ เรียงตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบัณฑิตคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อเสนอแนะของนายจ้าง บัณฑิตควรปรับปรุงด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ ด้านการปฏิบัติงานในอาชีพ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ นายจ้าง บัณฑิตคณะบัญชี

Abstract

The purposes of this research were: 1. To study of employers satisfaction level on The Faculty of Accountancy Ratchaphruek College's graduate. 2. To compare employers satisfaction level and 3. To know the other suggestions of satisfactions. The tool used to collect data were Specific questionnaires of 175 employers. The statistical employed for this study included frequency, percentage, mean, standard deviation, ranking, for assumption t-test and One-way ANOVA.

The result of the study found that the majority of the respondents were female 130 respondents (74.3 percent), work in private company 120 respondents (68.6 percent), and their position primary executive 75 respondents (42.9 percent). Finding indicated that over all area and every area of boss satisfaction with very high level. However, the raking by mean in term of boss satisfaction were act career, Knowledge and ability, and personality and human relations respectively. And hypothesis tested found that there were not significant different of boss satisfaction level on Accountancy

Ratchaphruek College's graduate classified by gender, job description, and position on boss of Accountancy Ratchaphruek College's graduate, at statistical level .05. Advisation on boss of Accountancy Ratchaphruek College's graduate to improve personality and human relationship, knowledge, special ability, and working in career.

Keywords: Satisfaction, employer, Faculty of Accountancy's Graduate

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้ประกอบการอาชีพบัญชีต้องมีคุณสมบัติมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีบริหารธุรกิจ(บัญชี)[1] จากสถาบันการศึกษาซึ่งกระทรวงศึกษาธิการรับรอง ผู้ทำบัญชีต้องมีความซื่อสัตย์ในหน้าที่เนื่องจากทำงานเกี่ยวกับการเงินมีความรับผิดชอบต่อวิชาชีพ ในการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีที่เชื่อถือได้ ถูกต้อง รวดเร็ว และมีประโยชน์อย่างแท้จริงต่อการตัดสินใจ มีความรอบคอบ มีวิจารณ์ญาณ เพื่อพิจารณาหาหลักปฏิบัติที่เหมาะสม และส่งผลกระทบต่อด้านลบให้น้อยที่สุดแก่หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง รับผิดชอบการพัฒนาตนเอง และให้ความร่วมมือการพัฒนาวิชาชีพสังคม รับผิดชอบต่อภาวะที่จัดหาระบบวิธีการ และรูปแบบบัญชีที่ดี เหมาะสม และเอื้ออำนวยให้เกิดประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรอย่างเกิดประโยชน์สูงสุดสามารถใช้คอมพิวเตอร์พร้อมประสิทธิภาพในด้านโปรแกรมเกี่ยวกับการทำบัญชี มีความรู้ภาษาอังกฤษตามสมควร มีความรู้ระบบภาษี ผู้ปฏิบัติงานอาชีพนี้ จะต้องทำงานเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมรายการรายรับ และรายจ่ายของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จัดทำเป็นรายงานตามระบบ และระเบียบของการทำบัญชี จัดทำบัญชีด้วยตนเองหรือร่วมทำงานกับผู้อื่น กำกับดูแลการทำงานบัญชีของเจ้าหน้าที่ ตรวจสอบความถูกต้อง และนำเสนอผู้มีหน้าที่ความรับผิดชอบตามลำดับ เสนองบการเงินประจำปี อาจทำหน้าที่การรับและการจ่ายเงินตามที่ได้รับมอบหมาย สภาพการจ้างของผู้ประกอบอาชีพบัญชีผู้ที่ทำงานในหน่วยงานภาครัฐ หรือ

ภาคเอกชนจะได้รับเงินเดือนตามวุฒิการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของบริษัท สำหรับผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีจบการศึกษาปริญญาตรีบัญชีรับราชการได้รับเงินเดือน 15,000 บาท ทำงานหน่วยงานภาคเอกชนเงินเดือนในช่วง 12,000-18,000 บาท นอกจากค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนแล้ว ในภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนได้รับค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น เช่น ค่ารักษาพยาบาล เงินสะสม เงินช่วยเหลือสวัสดิการในรูปแบบต่างๆ เงินโบนัส ค่าล่วงเวลา เป็นต้น โดยปกติทำงานวันละ 8 ชั่วโมง หรือสัปดาห์ละ 40-48 ชั่วโมง และอาจต้องทำงานล่วงเวลาเมื่อมีความจำเป็นเร่งด่วน โอกาสการมีงานทำของพนักงานบัญชีที่มีความสามารถในการเป็นพนักงาน บัญชี สามารถประกอบอาชีพในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ สถานประกอบการ สถาบันเอกชน หรือธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากการดำเนินธุรกิจเกือบทุกด้านจำเป็นต้องมีนักบัญชี และบัญชีไว้เพื่อทำงานด้านบัญชี ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจได้เจริญก้าวหน้า และขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าอาชีพบัญชียังคงเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานทั้งหน่วยงานของรัฐบาล เอกชน หรือธุรกิจส่วนตัว โอกาสความก้าวหน้าของพนักงานบัญชีสามารถที่จะประกอบอาชีพในสถานที่ต่างๆ ได้หลายแห่งทั้งที่เป็นหน่วยงานของราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัท ห้างร้านต่างๆ และได้รับการเลื่อนขั้น ตำแหน่งไปได้จนถึงตำแหน่งหัวหน้าและหากมีวุฒิการศึกษา มีความสามารถการบริหารงานจะสามารถเลื่อนขั้น ได้จนถึงระดับบริหารในหน่วยงานนั้น

นอกจากนี้ยังสามารถที่จะรับงานบัญชีไปทำที่บ้านได้ และมีคุณสมบัติตามที่คณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพบัญชี (สภาวิชาชีพบัญชี) กำหนดให้มีสิทธิที่จะสอบเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาด้านบัญชีที่ต้องการความก้าวหน้าควรต้องหาประสบการณ์การทำงานให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ รวมทั้งควรสนใจเข้าฝึกอบรมในสาขาอาชีพให้มากขึ้น โดยปกติพนักงานบัญชีจะต้องมีประสบการณ์ 4 - 5 ปีจึงได้เลื่อนตำแหน่งเป็นสมุหบัญชี จากนั้นจะได้เลื่อนขั้นเป็นผู้ช่วยผู้จัดการ และผู้จัดการ สำหรับผู้จัดการที่มีความสามารถ อาจจะได้รับ การเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูงต่อไปซึ่ง การเลื่อนขั้น และตำแหน่งจะอยู่ที่ความสามารถ และ ประสบการณ์การทำงาน นอกจากนี้จะทำงานบัญชี โดยตรงแล้วยังอาจจะไปทำงานอื่นๆ ที่สอดคล้องกับ วิชาชีพ เช่น ทำงานในหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณ การเงิน งานธนาคาร บริษัทประกันภัย ประกอบอาชีพ อิสระ โดยเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต หรือเป็นอาจารย์ สอนบัญชีในวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นต้น จากข้อมูลข้างต้นถึงแม้สถาบันการศึกษาภาครัฐและ เอกชนในแต่ละปีผลิตบัณฑิต และนักศึกษาสาขาบัญชี ออกสู่ตลาดแรงงานปีละหลายพันคน แต่ก็ยังไม่ เพียงพอกับความต้องการของหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภาครัฐและเอกชน ประกอบกับผู้ที่จบการศึกษาสาขา บัญชีเป็นสาขาที่สามารถหางานทำได้ง่าย ส่งผลให้ อัตราการเข้าออกจากงานของพนักงานบัญชีมีอัตราที่ สูง ซึ่งการเข้าออกของพนักงานบัญชีแต่ละคนจะมี ผลกระทบต่อองค์กร ทั้งทางด้านประสิทธิภาพการ ทำงาน ค่าใช้จ่ายการรับสมัคร การคัดเลือก การเตรียม และการฝึกอบรมพนักงานใหม่ ดังนั้นแต่ละหน่วยงาน จึงพยายามหาวิธีการจูงใจพนักงานบัญชีให้ทำงานอยู่ ในองค์กรยาวนาน เกิดความรัก รักก็ต่อองค์กร

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวจึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้วิจัย ศึกษาถึงความพึงพอใจของนายจ้างต่อบัณฑิต เพื่อนำ ผลการวิจัยไปพัฒนาการเรียนการสอนบัณฑิตคณะ บัญชีให้มีความรู้ความสามารถ และมีคุณสมบัติ บุคลิกลักษณะ ตรงตามความต้องการของนายจ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนายจ้างที่มีต่อบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนายจ้างที่มีต่อบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนายจ้างต่อการผลิต บัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ลักษณะพื้นฐานของนายจ้าง/ผู้ใช้ บัณฑิตประกอบด้วย เพศ ลักษณะของงาน และ ตำแหน่งงาน และตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านการ ปฏิบัติงานในอาชีพ ด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ

สมมติฐานการวิจัย

นายจ้างที่มีลักษณะพื้นฐานแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการ ทำงานของบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 1 นายจ้างที่มีเพศ แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการ ทำงานของ บัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 นายจ้างที่มีลักษณะงาน แตกต่างกันมี ระดับความพึงพอใจต่อการ ทำงานของบัณฑิตคณะ บัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์แตกต่างกันและสมมติฐานที่ 3 นายจ้างที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจ ต่อการ ทำงานของบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ แตกต่างกัน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ทั้งนี้ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจมีดังนี้คือ Shelly ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ [2] ขณะที่วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน [3] สอดคล้องกับ สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541) ที่ได้สรุปว่า สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความ พึงพอใจ มีด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่สนองความต้องการ

ของบุคคล และ 4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความ พึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม [4]

ในส่วนของทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ มีดังนี้ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิด พฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด [5] โดยทฤษฎีที่ได้รับการนิยมนมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation) ซึ่งมาสโลว์สรุปเกี่ยวกับแรงจูงใจเอาไว้ว่าเป็น ความต้องการของมนุษย์ จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ 1.1 ความต้องการทางกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหารที่พอก อากาศ ยารักษาโรค 1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็น

ความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย 1.3 ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน 1.4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม และ 1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self – Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชั้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป[6]

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์: ฟรอยด์ได้กล่าวถึงแรงจูงใจว่า บุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก[7]

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนายจ้างหรือผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์ปี 2554 จำนวน 309 คน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง แบบทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษาเท่ากับ 5% และต้องการระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ การสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจำนวน 175 คนจากรายชื่อจำนวน 309 หน่วยงาน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปลายปิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต และ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิต ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ แบ่งระดับความสำคัญ ออกเป็น 5 ระดับ จากค่ามากที่สุดถึงน้อยที่สุด

ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นเนื้อหาและมิติต่างๆของเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามสำหรับใช้ในการรวบรวมข้อมูล ที่ประกอบด้วยเป็นข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการทำงาน ของบัณฑิต นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดอีก 3 ท่าน พิจารณา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขในประเด็นต่าง ๆ ที่มีความบกพร่อง ตามที่ท่านทั้ง 3 ท่านเสนอแนะ แล้วผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถาม ไปปรับปรุงตามที่ท่านทั้ง 3

เสนอแนะ หลังจากที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว นำแบบสอบถาม 30 ชุดไปสอบถาม

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการทำงานของบัณฑิตไปสอบถามนายจ้างหรือผู้บังคับบัญชาอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของ Cronbach (α -Coefficient)

จากการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของ Cronbach (α -Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า .07 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับสูง และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนายจ้างเพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตที่เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ด้านวิชาการ ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหน่วยงาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล จะเก็บข้อมูลจากนายจ้างของบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ จำนวน 175 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ทดสอบการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล เกี่ยวกับความพึงพอใจของนายจ้างด้วย t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) วิเคราะห์ข้อเสนอแนะโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

1. นายจ้าง/ผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตคณะบัญชี วิทยาลัยราชพฤกษ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 130

คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 25.7 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท/เอกชนจำนวน 120 คิดเป็นร้อยละ 68.6 รองลงมาทำงานในส่วนราชการจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับต้นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับสูงจำนวน 65 ร้อยละ 37.1

2. ระดับความพึงพอใจของนายจ้างในภาพรวมเฉลี่ยทุกด้านมีความพึงพอใจระดับมาก และพบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านการปฏิบัติงานในอาชีพ ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.587$) ด้านความรู้ความสามารถพิเศษ ($\bar{X}=3.69$, $SD=0.705$) และด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X}=3.54$, $SD=0.756$)

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเรียงตามลำดับรายละเอียดแต่ละด้าน พบว่า

2.1 ด้านการปฏิบัติงานในอาชีพ นายจ้าง/ผู้บังคับบัญชา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.587$) แยกเรียงตามลำดับดังนี้ ความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติงานที่รับผิดชอบอยู่ในปัจจุบัน ($\bar{X}=4.39$, $SD=0.665$) ความสามารถในการนำเสนอ และสื่อสารเกี่ยวกับการบัญชีได้ถูกต้อง ($\bar{X}=3.95$, $SD=1.046$) ความสามารถในการใช้ทรัพยากร เช่น วัสดุ แรงงาน เวลา ฯลฯ อย่างประหยัด ($\bar{X}=3.90$, $SD=1.046$) ความสามารถในการเสนอแนะแนวคิดหรือวิธีการใด ๆ ในการแก้ไขปัญหาในการทำงาน ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.760$) คุณภาพของผลงานที่ปฏิบัติ ($\bar{X}=3.84$, $SD=0.743$) ความสามารถในการทำงานได้รวดเร็วตามกำหนด ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.750$)

นายจ้างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องต่างๆ เรียงตามลำดับดังนี้ ความสามารถในการปฏิบัติงานได้เสร็จตามเวลาที่กำหนด ($\bar{X}=3.49$, $SD=0.927$) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{X}=3.39$,

ทางวิชาการวิชาชีพ ในภาพรวมนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง[8]

2. ด้าน ความรู้ความสามารถพิเศษ นายจ้าง/ผู้บังคับบัญชามีความพึงพอใจต่อบัณฑิตคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์โดยรวมอยู่ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรื่อง “ความพึงพอใจของนายจ้างและผู้ใช้บัณฑิตมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์” ความพึงพอใจของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต พบว่า ด้านความรู้ความสามารถพิเศษในภาพรวมนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในระดับมาก[8]

3. ด้าน บุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ นายจ้าง/ผู้บังคับบัญชามีความพึงพอใจต่อบัณฑิตคณะบัญชีวิทยาลัยราชพฤกษ์โดยรวมอยู่ที่ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรื่อง “ความพึงพอใจของนายจ้างและผู้ใช้บัณฑิตมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์” ความพึงพอใจของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต พบว่า ด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ในภาพรวมนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิตมีความพึงพอใจในระดับมาก[8]

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ได้แก่ คณะบัญชีควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงการเรียนการสอนเพื่อยกระดับความพึงพอใจนายจ้างต่อบัณฑิตบัญชี ซึ่งวิทยาลัยควรนำไปแก้ไขในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ทั้งการฟังพูดอ่านเขียนและการสื่อสารได้
2. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านการแต่งกาย ให้สุภาพสร้างบุคลิกภาพให้เหมาะสมกับกาลเทศะ
3. เพิ่มความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาเฉพาะหน้า
4. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านการเสริมสร้างลักษณะผู้นำที่ดี

5. เพิ่มความรู้ความสามารถในการสร้างความหนักแน่นทางอารมณ์

6. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านการสร้างความสามารถในการปฏิบัติงานได้เสร็จตามเวลาที่กำหนด

7. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

8. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านฝึกความชำนาญในงานที่รับผิดชอบ

9. เพิ่มความรู้ความสามารถด้านการสร้างความเชื่อถือยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน

10. เพิ่มความรู้ความสามารถฝึกการรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

คือควรศึกษาให้ครอบคลุมทุกปัจจัยการสร้าง ความพึงพอใจให้กับนายจ้าง และเปรียบเทียบระหว่างสาขาวิชาของคณะต่างๆ ในวิทยาลัยราชพฤกษ์

บรรณานุกรม

- [1] พระราชบัญญัติวิชาชีพ พ.ศ.2547. 22 ตุลาคม 2547. *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 121 ตอนพิเศษ 65 ก., หน้า 4
- [2] ประกายดาว ดำรงพันธ์. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ: กรณีศึกษา ศูนย์ธุรกิจสะพานขาว ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [3] วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). *ความพึงพอใจในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากรหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- [4] สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). **ความพึงพอใจของ
เกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้าง
และระบบการผลิตการเกษตรจังหวัด
อุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- [5] Kotler, Phillip and Armstrong. **Principle of
Marketing**. USA:Prentice-Hall, 2002.
- [6] A.H. Maslow. (1943). “**A Theory of Human
Motivation**”, Psychological Review 50:370-96
- [7] S.M. Freud. **The Interpretation of Dream**.
New Youk:Avon Books, 1965.
- [8] อารีย์ คณาวิวัฒน์ไชย และมาลี หังสพฤกษ์ (2546)
**ความพึงพอใจของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สำนักอธิการบดี
กองแผนงาน สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสงขลา
นครินทร์**

ความพึงพอใจของพนักงานเทศบาลและพนักงานจ้างที่มีต่อ เทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

Satisfaction of municipal employees and employees hired on .

District Pongyangkok a. Hang Chat district , Lampang

คณิงนิจ บุญเจริญ* และรำพึง เวชยันต์วุฒิ²

*นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

²รองศาสตราจารย์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง โดยทำการศึกษาจากประชากร จำนวน 52 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ และค่า Chi-Square วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling.)

จากผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของพนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้างมีทั้งแตกต่างกันและไม่แตกต่างกันดังต่อไปนี้ **ที่แตกต่างกัน** ได้แก่ ด้านการปกครองบังคับบัญชาได้แก่ มีความพึงพอใจในความเป็นธรรมในการปกครองบังคับบัญชา, มีความพึงพอใจในกฎระเบียบด้านการปกครองบังคับบัญชา, สายงานต่างๆในเทศบาลกรณีเกิดปัญหาจะมีการร่วมมือแก้ปัญหาโดยการทำงานเป็นทีมด้านความมั่นคงในการทำงาน ได้แก่ รู้สึกมั่นใจในตำแหน่งที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ **ที่ไม่แตกต่างกัน** ได้แก่ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานด้านค่าตอบแทนด้านสวัสดิการ ด้านความมั่นคงในการทำงานและด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ,บุคลากร ,เทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

ABSTRACT

The objective of this research is to study personnel's satisfaction toward Pongyangkhok Municipality HangChat District Lampang Province by using stratified random sampling 42 personal. The sampling of sample was simple random sampling , by questionnaire , field work personal interviews, qualitative research and chi-square test exists the result by using SPSS microcomputer.

The results showed that the staff satisfaction is different and not different. **Different sush** as The region found that satisfaction of fairness and regulation in the region. Department in municipalities have to problem, there will have to joint issue by team work. The stability found that feeling confident in position. **Not different sush** as policy and management, environment, compersation, welfare, stability and relationship between colleagues.

Keywords: Personnel's, Satisfaction, Pongyangkhok Municipality HangChat District Lampang Province.

บทนำ

การที่องค์กรจะกระทำภารกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพนั้น องค์กรจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณภาพที่เหมาะสมกับงานหรือตำแหน่งงาน ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารงาน เพราะบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้ทรัพยากรบริหารอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ การเงิน การจัดการ ฯลฯ ซึ่งถ้าองค์กรมีบุคลากรที่มีความสามารถ ปัจจัยด้านอื่นๆ ก็จะตามมาด้วยงานที่มีคุณภาพ ดังนั้นการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรหรือหน่วยงาน เป็นการดำเนินการที่เกี่ยวกับบุคคลที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นหน้าที่สำคัญที่องค์กรจะต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาและสร้างแรงจูงใจให้กับบุคลากรในองค์กร เพื่อให้บุคลากรอุทิศตนในการทำงานและจงรักภักดีต่อองค์กร หากองค์กรไม่มีสิ่งทีบุคลากรคาดหวังในหน้าที่การงาน บุคลากรก็จะเปลี่ยนงานหรือหาที่ทำงานใหม่ๆ ด้วยเหตุนี้ การสร้างความพึงพอใจในหน้าที่งานจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้บุคลากร รู้สึกผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมาก การรักษามูลค่าที่มีประสิทธิภาพให้อยู่กับองค์กรนานๆ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดในการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่จงรักภักดีและพร้อมที่จะทำงานอย่างทุ่มเทและเต็มความสามารถของตนเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg

ทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's Two-Factor Theory) ได้มีการพัฒนาโดย Frederick Herzberg ในปี ค.ศ. 1950-1959 และในช่วงแรกของปี ค.ศ. 1960-1969 (อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545) ซึ่งเสนอแนะว่าความพึงพอใจในการทำงาน ประกอบด้วย 2 แนวคิด คือ แนวคิดที่มีขอบเขตจากความพึงพอใจ (Satisfaction) ไปยังความไม่พึงพอใจ (No Satisfaction) และการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และแนวคิดที่มีขอบเขตจากความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ไปยังความไม่มีความไม่พึงพอใจ (No Dissatisfaction) และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) หรือกล่าวได้ว่า ทฤษฎี 2 ปัจจัย ประกอบด้วย (1) ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน และ (2) ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน (Motivation Factors or Motivators) เป็นปัจจัยภายในหรือความต้องการภายในของพนักงานที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นกลุ่มปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานด้วยความพึงพอใจและเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ทัศนคติทางบวกและการจูงใจที่แท้จริง ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้านได้แก่

1.1) ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) คือ การที่สามารถทำงานได้สำเร็จทันตามเป้าหมาย การมีส่วนร่วมในการทำงานของ

หน่วยงานให้สำเร็จลุล่วงไปได้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น และเมื่องานสำเร็จก็เกิดความรู้สึกพอใจในความสำเร็จนั้น ได้แก่ การได้ใช้ความรู้ทางวิชาการในการปฏิบัติตามเป้าหมายที่คาดไว้ การเปิดโอกาสให้ตัดสินใจในการทำงานของตนเองได้ตามความเหมาะสม ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของงาน และผลของงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

1.2) การได้รับการยอมรับ (Recognition) คือ การได้รับความยอมรับนับถือ จากบุคคลรอบข้าง หรือได้รับการยกย่องชมเชยในความสามารถรวมทั้งการให้กำลังใจหรือการ แสดงออกอื่นใด ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ ได้แก่ การยกย่องชมเชยภายใน องค์กร ความภาคภูมิใจในอาชีพ การได้รับการยอมรับจากองค์กร การได้รับการยอมรับจากเพื่อน ร่วมงาน และการมีเกียรติ ศักดิ์ศรีในอาชีพ เป็นต้น

1.3) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement) หรือ โอกาสในการเจริญเติบโต (Possibility of Growth) คือ การมีโอกาสดำเนินงานสูงขึ้นตำแหน่งที่สูงขึ้น การได้รับการเลื่อนขั้นเมื่อปฏิบัติงานสำเร็จ การมีโอกาสดำเนินงานหาความรู้เพิ่มเติมหรือการได้รับการฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งจะเป็นสิ่งจูงใจให้บุคลากรในองค์กรอยากทำงาน

1.4) ลักษณะงานที่ทำ (Work Itself) คือ ความน่าสนใจของงาน ต้องอาศัยความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ มีความสำคัญ มีคุณค่า เป็นงานที่ใช้ความคิด มีความท้าทายความสามารถในการทำงาน ความมีอิสระในการทำงาน งานที่ตรงกับความถนัดและตรงความรู้ที่ได้ศึกษามา เป็นต้น

1.5) ความรับผิดชอบ (Responsibility) คือ การได้มีโอกาสได้รับมอบหมายงาน หรือมีส่วนร่วมในงานที่ได้รับมอบหมาย ไม่ควบคุมมากเกินไปจนขาดอิสระในการทำงาน ได้แก่ ความ

เหมาะสมของปริมาณงาน การได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจในงานที่รับผิดชอบ และได้รับมอบหมายงานสำคัญ เป็นต้น

2) ปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Maintenance or Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เป็นเพียงสิ่งที่สกัดกั้นไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พอใจแต่ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นที่พนักงานจะต้องได้รับการสนองตอบ เพราะถ้าไม่มีให้หรือให้ไม่เพียงพอ จะทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในการทำงาน แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า ถ้าให้ปัจจัยเหล่านี้แล้วจะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 10 ด้าน ได้แก่

2.1) นโยบายและการบริหารของบริษัท (Company Policy and Administration) คือ การจัดการและการบริหารงานขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายการควบคุมดูแลระบบขั้นตอนของหน่วยงาน ข้อบังคับ วิธีการทำงาน การจัดการ วิธีการบริหารงานของ องค์กร มีการแบ่งงานไม่ซับซ้อน มีความเป็นธรรม มีการเขียนนโยบายที่ชัดเจน และมีการแจ้ง นโยบายให้ทราบอย่างทั่วถึง

2.2) การ บังคับ บัญชา และ การควบคุมดูแล (Supervision) คือ ลักษณะการบังคับบัญชาของหัวหน้างาน ความยุติธรรมในการแบ่งและกระจายงานของผู้บังคับบัญชา ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการบริหารงาน การให้คำแนะนำแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา การสั่งงาน การมอบหมาย งานมีความชัดเจน วิธีการดูแล ควบคุม การปฏิบัติงาน การรับฟังข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของ ผู้ใต้บังคับบัญชา การสอนงาน และความยุติธรรมในการมอบหมายงาน เป็นต้น

2.3) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Interpersonal Relations with Supervision)

หมายถึงการติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือ และการได้รับความช่วยเหลือจากหัวหน้างาน

2.4) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relations with Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือ และการได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

2.5) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Interpersonal Relations with Subordinators) หมายถึงการติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือ และการได้รับความช่วยเหลือจากผู้ใต้บังคับบัญชา

2.6) ตำแหน่งงาน (Status) คือ อาชีพนั้นๆ ต้องเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี มีความสำคัญองงานต่อบริษัท เป็นต้น

2.7) ความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของหน้าที่การงาน ความมั่นคง ภาพพจน์ ชื่อเสียง หรือขนาดของบริษัทหรือองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

2.8) ชีวิตส่วนตัว (Personal Life) คือ ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจาก การทำงานหรือหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ความสะดวกในการเดินทางมาทำงาน

2.9) สภาพการทำงาน (Working Conditions) คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำงาน เช่น เสียง แสงสว่าง อุณหภูมิ การระบาย

อากาศ กลิ่น บรรยากาศในการทำงาน ชั่วโมงในการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อผู้ทำงานและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการทำงาน

2.10) ค่าตอบแทน (Compensations) และสวัสดิการ (Welfares)คือผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานสำหรับการทำงานในองค์กรไม่ว่าจะเป็นในรูปของเงินเดือน ค่าจ้าง รวมทั้งการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานเหมาะสมกับงานที่ทำ โดยการเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นไปอย่างเหมาะสมเป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงรางวัลที่ให้กับพนักงานที่เป็นผล มาจากการทำงานในตำแหน่งต่างๆ ขององค์กร หรือเป็นผลตอบแทนชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งพนักงาน ได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากเงินเดือนค่าจ้าง ได้แก่ สวัสดิการด้านสุขภาพและการประกันชีวิต วันหยุดพักผ่อน/พักร้อน บำเหน็จ บำนาญ เป็นต้น

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ชเบิร์ก (Two-Factor Theory) เฟรดเดอริคเฮิร์ชเบิร์ก (Frederick Herzberg) ได้พัฒนาทฤษฎีการจูงใจซึ่งเป็นที่นิยมแพร่หลายคือ ทฤษฎีสองปัจจัยโดยแบ่งเป็นปัจจัยอนามัยและปัจจัยจูงใจ ปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors) ได้แก่สภาพแวดล้อมของการทำงาน และวิธีการบังคับ บัญชาของหัวหน้างาน ถ้าหากไม่เหมาะสม หรือบกพร่องไป จะทำให้บุคคลรู้สึกไม่พอใจในงาน ซึ่ง ถ้ามีพร้อมสมบูรณ์ก็ไม่สามารถสร้างความพอใจในงานได้แต่คงปฏิบัติงานอยู่ เราเพราะเป็นปัจจัยที่ ป้องกันความไม่พอใจในงานเท่านั้น ไม่ใช่ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้คนทำงาน โดยมีประสิทธิภาพ หรือ ผลผลิตมากขึ้นได้ ตัวอย่างปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ นโยบายของหน่วยงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ระบบการบริหารงาน เงินเดือน สวัสดิการต่างๆ ความมั่นคง ความ

ปลอดภัย เป็นต้น ปัจจัยจูงใจ (Motivating Factors) ได้แก่ □ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน และทำให้ผู้ปฏิบัติมีความพอใจในงาน ใช้ความพยายาม และสามารถทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น เช่นความสำเร็จ การได้รับการยกย่อง ได้รับผิดชอบในงาน ลักษณะงานที่ทำท่าย เหมาะกับระดับความสามารถ มีโอกาสก้าวหน้าและพัฒนาตนเองให้สูงขึ้น เป็นต้น การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ปฏิบัติงานจึงมีสองขั้นตอน คือ ตอนแรกหัวหน้างานหรือผู้บริหาร ต้องตรวจสอบให้มั่นใจว่าปัจจัยอนามัยไม่ขาดแคลนหรือบกพร่อง เช่น ระดับเงินเดือนค่าจ้าง เหมาะสม งานมีความมั่นคง สภาพแวดล้อมปลอดภัยและอื่น ๆ จนแน่ใจว่าความรู้สึกไม่พอใจจะไม่เกิดขึ้นในหมู่ผู้ปฏิบัติงาน ในตอนที่สองคือการให้โอกาสที่จะได้รับปัจจัยจูงใจ เช่น การได้รับการยกย่องในความสำเร็จและผลการปฏิบัติงาน มอบความรับผิดชอบตามสัดส่วน ให้โอกาสใช้ความสามารถในงานสำคัญ ซึ่งอาจต้องมีการออกแบบการทำงานให้เหมาะสมด้วยการตอบสนอง ด้วยปัจจัยอนามัย จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกลางไม่มีความไม่พอใจ แล้วจึงใช้ปัจจัยจูงใจเพื่อสร้างความพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานทุ่มเทในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เฮอร์เชเบิร์กได้ลดความต้องการห้าขั้นของมาสโลว์เหลือเพียงสองระดับ คือ ปัจจัยเทียบได้กับการสนองต่อความต้องการระดับต่อ (ความต้องการทางกาย ความต้องการความปลอดภัยและความต้องการทางสังคม) ส่วนปัจจัยจูงใจเทียบได้กับการสนองต่อความต้องการระดับสูง (เกียรติยศชื่อเสียงและความสมบูรณ์ในชีวิต)

ฌ์ฐพล ชันไชย (2526) ได้กำหนดแนวทางในการศึกษาวิจัย ในการทำงาน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของความพึงพอใจในการ

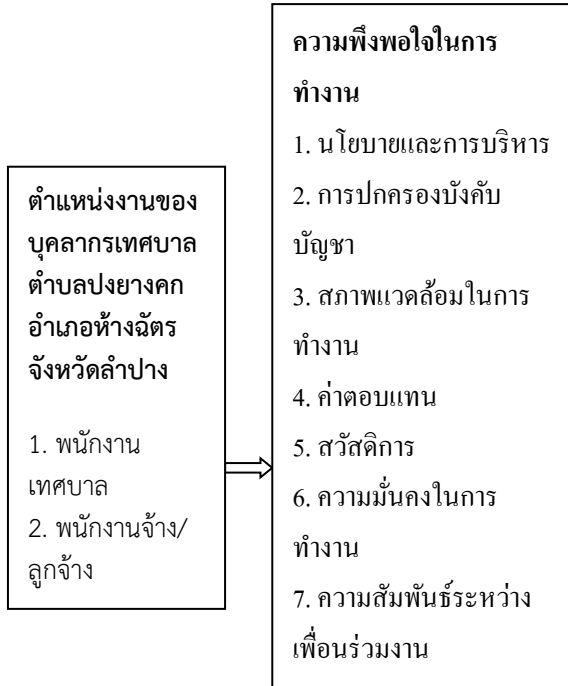
ทำงาน โดยศึกษาเพิ่มเติมจากแนวคิดของ David G. Moore และ Robert K. Burns ว่า ำ คือ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ คือ

1. สภาพการปฏิบัติงาน
2. ความเพียงพอของรายได้
3. ความร่วมมือของผู้ปฏิบัติงาน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา
5. การติดต่อสื่อสารอย่างเพียงพอ
6. สถานภาพและการยอมรับนับถือ
7. ความมั่นคงปลอดภัย
8. การระบุตนเองว่าเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงาน
9. โอกาสความก้าวหน้า
10. ความสามารถของผู้ร่วมงาน
11. ความสำเร็จของการทำงานรวมกันเป็นกลุ่ม
12. ความพึงพอใจในการทำงานรวมกันเป็นกลุ่ม
13. ความเป็นมิตรและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
14. การอุทิศตนเพื่องานของบุคคลในหน่วยงาน
15. สภาพความพึงพอใจในหน่วยงาน
16. สภาพความพอใจในงาน
17. ความสอดคล้องระหว่างงานกับความถนัด
18. ความเหมาะสมของปริมาณงานในหน้าที่ความรับผิดชอบ
19. ความยุติธรรมในหน่วยงาน
20. สวัสดิการในหน่วยงาน

ดังนั้นสิ่งจูงใจในการปฏิบัติงานจะมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ถ้าบุคลากรในองค์กรมีความพึงพอใจในงานสูง ย่อมนำไปสู่การปฏิบัติงาน อย่างมีประสิทธิภาพ จากแนวความคิดนี้ทำให้ผู้บริหาร มุ่งให้ความสนใจที่จะปรับปรุง ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดย จัดหาองค์ประกอบต่าง ๆ ของหน่วยสิ่งจูงใจ เช่น สภาพการปฏิบัติงาน สวัสดิการในหน่วยงาน ค่าจ้างค่าตอบแทน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงาน เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

และเป็นแรงกระตุ้นให้ เกิดการปฏิบัติงานอย่างมี
ประสิทธิภาพ

กรอบแนวความคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

ประเภทการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และสร้างเครื่องมือประเภทแบบสอบถามบุคลากรในเทศบาลตำบลปงยางคก จำนวน 42 คน

ประชากรการวิจัย

ประชากรมรใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ พนักงานเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง จำนวนทั้งหมด 52 คน

เครื่องมือวิจัย

โดยการ สร้างแบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติร้อยละ และ Chi-squares ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ

การศึกษา ตำแหน่งงาน สถานภาพ และ ค่าตอบแทนที่ได้รับต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็น คำถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานภาพ และ ค่าตอบแทนที่ได้รับต่อเดือน

พบว่าบุคลากรกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีอัตราส่วนเท่ากัน ร้อยละ 50.00 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 57.10 มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ สถานภาพสมรสส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.00 มากกว่าสถานภาพสมรสช่วงอื่นๆ วุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.20 มากกว่าวุฒิการศึกษาอื่นๆ อายุการทำงาน 1 - 10 ปี ร้อยละ 66.70 และอายุการทำงานมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 33.30 ตามลำดับ พนักงานเทศบาลร้อยละ 52.40 และพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง ร้อยละ 47.60 ตามลำดับ และเงินเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 50.00 มากกว่าเงินเดือนช่วงอื่นๆ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

1.ด้านนโยบายและการบริหาร
พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ด้านนโยบายและการบริหารเกือบทุกประเด็น มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณา

เปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทุกประเด็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่ พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจประเด็นการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ มีความเหมาะสม พนักงานงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจร้อยละ 100.00 พนักงานเทศบาลมีความพึงพอใจประเด็นมีความพอใจต่อหน่วยงานในการกำหนดนโยบายและ เป้าหมายในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และสามารถปฏิบัติตามได้ มีความพึงพอใจร้อยละ 90.90 ตามลำดับ

2.ด้านการปกครองบังคับบัญชา

พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ทางด้านการปกครองบังคับบัญชาเกือบทุกประเด็นกลุ่มตัวอย่างบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ มีทั้งที่แตกต่างกันและไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ประเด็นที่แตกต่างกันได้แก่ ประเด็นความพึงพอใจในกฎระเบียบด้านการปกครองบังคับบัญชา โดยพนักงานเทศบาล มีความพึงพอใจร้อยละ 81.80 ไม่พึงพอใจร้อยละ 18.20 พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจร้อยละ 50.00 ไม่พึงพอใจร้อยละ 50.00 เท่ากัน ตามลำดับ และประเด็นความพึงพอใจในกฎระเบียบด้านการปกครองบังคับบัญชา โดยพนักงานเทศบาลมีความพึงพอใจร้อยละ 81.80 ไม่พึงพอใจร้อยละ 18.20 พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจร้อยละ 50.00 ไม่พึงพอใจร้อยละ 50.00 ตามลำดับ และประเด็นกรณีเกิดปัญหาในสายงานจะมีการร่วมมือแก้ปัญหา โดยการทำงานเป็นทีมโดยพนักงานเทศบาล มีความพึงพอใจร้อยละ 77.30 ไม่พึงพอใจร้อยละ 22.70 พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจร้อยละ 45.00 ไม่พึงพอใจร้อยละ 55.00 ตามลำดับ ส่วนประเด็นอื่นๆไม่แตกต่างกัน

3.ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน

พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ทางด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน เกือบทุกประเด็นกลุ่มตัวอย่างบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทุกประเด็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่ พนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจประเด็นมีความพึงพอใจสถานที่ทำงานมีระดับเสี่ยงที่เหมาะสม พนักงานงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจร้อยละ 90.00 พนักงานเทศบาล มีความพึงพอใจ ร้อยละ 77.30 ตามลำดับ

4.ด้านค่าตอบแทน

พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ทางด้านค่าตอบแทนเกือบทุกประเด็นกลุ่มตัวอย่างบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทุกประเด็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่ พนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจประเด็นมีความพึงพอใจในการพิจารณาการขึ้นค่าจ้างแรงงาน มีความเหมาะสม พนักงานเทศบาล มีความพึงพอใจ ร้อยละ 90.90 พนักงานงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจ ร้อยละ 75.00 ตามลำดับ

5.ด้านสวัสดิการ

พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง ทางด้านสวัสดิการ เกือบทุกประเด็นกลุ่มตัวอย่างบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทุกประเด็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่ พนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจประเด็นมีความพึงพอใจในสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น วันหยุด วันลาตามนโยบาย พนักงานเทศบาลมีความพึงพอใจ ร้อยละ 100.00 พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจ ร้อยละ 85.00 ตามลำดับ

6.ด้านความมั่นคงในการทำงาน

พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปางสัก อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดลำปาง ทางด้านความมั่นคงในการทำงาน เกือบทุกประเด็นกลุ่มตัวอย่างบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจในทุกประเด็นไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ประเด็นมีความพึงพอใจได้ทำงานในองค์กรที่มั่นคง พนักงานเทศบาล มีความพึงพอใจร้อยละ 100.00 พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจร้อยละ 90.00 ไม่พึงพอใจร้อยละ 10.00 ตามลำดับ ส่วนประเด็นอื่นๆไม่แตกต่างกัน

7.ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน

พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรกลุ่มตัวอย่างของเทศบาลตำบลปางสัก อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดลำปาง ทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เกือบทุกประเด็นกลุ่มตัวอย่างบุคลากรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า บุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในทุกประเด็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่ พนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจ

ประเด็นได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจ ร้อยละ 100.00 พนักงานเทศบาล มีความพึงพอใจร้อยละ 90.90 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านนโยบายและการบริหารพบว่า พนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจต่อหน่วยงานในการกำหนดนโยบายและเป้าหมายปฏิบัติงานที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติตามได้และประเด็นในการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆอย่างเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzbergในเรื่องปัจจัยอนามัยหรือปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Maintenance or Hygiene Factors) ได้แก่ นโยบายและการบริหารของบริษัท (Company Policy and Administration) คือ การจัดการและการบริหารงานขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายการควบคุมดูแลระบบขั้นตอนของหน่วยงาน ข้อบังคับ วิธีการทำงาน การจัดการ วิธีการบริหารงานขององค์กร มีการแบ่งงานไม่ซับซ้อน มีความเป็นธรรม มีการเขียนนโยบายที่ชัดเจน และมีการแจ้งนโยบายให้ทราบอย่างทั่วถึง

ด้านการปกครองบังคับบัญชา พบว่า พนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจผู้บังคับบัญชาตามสายงาน สามารถให้คำแนะนำปรึกษาและเป็นตัวอย่างที่ดีในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzbergในเรื่องความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Interpersonal Relations with Supervision) หมายถึงการติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ

ความร่วมมือและการได้รับความช่วยเหลือจากหัวหน้างาน

ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน พบว่าพนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้างมีความพึงพอใจสถานที่ทำงานมีระดับเสียงที่เหมาะสมมีความพึงพอใจแสงสว่างที่เหมาะสม, อุณหภูมิที่เหมาะสม, ระบบถ่ายเทอากาศสะดวกสถานที่ทำงานมีระดับเสียงที่เหมาะสมสถานที่ทำงานของพนักงานมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์เครื่องปรับอากาศ ห้องสุขา ฯลฯ อย่างเหมาะสมและเพียงพอซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ในเรื่องสภาพการทำงาน (Working Conditions) คือสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ทำงาน เช่น เสียง แสงสว่าง อุณหภูมิ การระบายอากาศ กลิ่นบรรยากาศในการทำงาน ชั่วโมงในการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อผู้ทำงานและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการทำงาน

ด้านค่าตอบแทน พบว่าพนักงานเทศบาลและพนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจในการพิจารณาการขึ้นค่าจ้างแรงงานมีความเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ในเรื่องค่าตอบแทน (Compensations) และสวัสดิการ (Welfares) คือผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานสำหรับการทำงานให้องค์กร ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเงินเดือน ค่าจ้าง รวมทั้งการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานเหมาะสมกับงานที่ทำ โดยการเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นไปอย่างเหมาะสมเป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงรางวัลที่ให้กับพนักงานที่เป็นผล มาจากการทำงานในตำแหน่งต่างๆ ขององค์กร หรือเป็นผลตอบแทนชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งพนักงานได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากเงินเดือน ค่าจ้าง ได้แก่ สวัสดิการด้านสุขภาพและ

การประกันชีวิต วันหยุดพักผ่อน/พักร้อน บำเหน็จ บำนาญ เป็นต้น

ด้านสวัสดิการ พบว่าพนักงานเทศบาลและพนักงานจ้างมีความพึงพอใจในสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น วันหยุดวันลาตามนโยบายซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ในเรื่องค่าตอบแทน (Compensations) และสวัสดิการ (Welfares) คือผลตอบแทนที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานสำหรับการทำงานให้องค์กร ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเงินเดือน ค่าจ้าง รวมทั้ง

การเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานเหมาะสมกับงานที่ทำ โดยการเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นไปอย่างเหมาะสมเป็นที่พอใจของบุคคลที่ทำงาน นอกจากนี้ยังรวมถึงรางวัลที่ให้กับพนักงานที่เป็นผล มาจากการทำงานในตำแหน่งต่างๆ ขององค์กร หรือเป็นผลตอบแทนชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งพนักงานได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากเงินเดือน ค่าจ้าง ได้แก่ สวัสดิการด้านสุขภาพและการประกันชีวิต วันหยุดพักผ่อน/พักร้อน บำเหน็จ บำนาญ เป็นต้น

ด้านความมั่นคงในการทำงาน พบว่าพนักงานเทศบาล และ พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจได้ทำงานในองค์กรที่มั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ในเรื่องความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของหน้าที่การงาน ความมั่นคง ภาพพจน์ ชื่อเสียง หรือขนาดของบริษัทหรือองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานและตำแหน่งงาน (Status) คือ อาชีพนั้นๆ ต้องเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม มีเกียรติและศักดิ์ศรี มีความสำคัญของงานต่อบริษัท เป็นต้น

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน พบว่าพนักงานเทศบาล และ พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจความเป็นมิตรและเอื้ออารีต่อ

เพื่อนร่วมงาน และได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเสมอซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ในเรื่องความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน (Interpersonal Relations with Supervision) หมายถึงการติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาทะที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือและการได้รับความช่วยเหลือจากหัวหน้างานและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relations with Peers) หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นกิริยาหรือวาทะที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกันสามารถทำงานร่วมกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เช่น ความสนิทสนม ความจริงใจ ความร่วมมือและการได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน

เมื่อพิจารณาแล้วพบว่าพนักงานเทศบาลมีความพึงพอใจด้านสวัสดิการ ร้อยละ 92.43 พนักงานจ้าง/ลูกจ้าง มีความพึงพอใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 94.17

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง
- 2.ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการเทศบาลตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง

เอกสารอ้างอิง

จินตนา สุนทรธรรม.(2558)วิจัยธุรกิจ (Business Research).วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง.
ฉัตรชญา จักรปั้ง.(2554) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

ของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ณัฐพล ชันชไชย. (2526). การสร้างมาตรฐานวัดกำลังขวัญ. บทความเสนอต่อคณะกรรมการ ส่งเสริมการวิจัยงาน วิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ :คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปิยวดี สอนสิงห์. (2543) ความพึงพอใจของพนักงานต่อปัจจัยจูงใจในการทำงาน : กรณีศึกษาบริษัท นุทสตรีเทลจำกัด ในเขตภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรรณภา คุณชัยพานิชย์. (2540). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่นในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร :ธรรมสาร.

สมบุญณ์ ปานนาค. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน บริษัท วิทยุการ

บินแห่งประเทศไทย จำกัด.
กรณีศึกษาฝ่ายวิศวกรรมจราจร
ทางอากาศ. วิทยานิพนธ์ รัฐ
ประศาสน์มหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
แสงระวี อินทียศ.(2557) ความพึงพอใจ
ของบุคลากรที่มีต่อโรงเรียน
คำปางพาณิชยการและ
เทคโนโลยี.การศึกษาค้นคว้า
ด้วยตนเอง ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
บริหารธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์
เทคลำปาง.
สมมาต เพ็ชรเรือง. (2546). ความพึง
พอใจในการทำงานของ
พนักงานกลุ่มบริษัท โตชิบา
(ประเทศไทย) วิทยานิพนธ์
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขา

เทคโนโลยีอุตสาหกรรม
สถาบันราชภัฏพระนคร.
สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ.
(2545). พฤติกรรมองค์การ
ทฤษฎีและการประยุกต์. (พิมพ์
ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรง
พิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
อุเทน ปัญญา (2558) เอกสาร
ประกอบการสอน สถิติสำหรับ
งานวิจัย :วิทยาลัยอินเตอร์เท
คลำปาง.
อัจจิมา หอมระรื่น (2552) ความพึงพอใจ
ในการปฏิบัติงานของพนักงาน
บริษัท แคนนอน ไฮ-เทค (
ประเทศไทย) จำกัด. การ
ค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรกรณีศึกษา: เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

The Satisfaction of Population Service The Household Registration Case Study: Rungsit City Municipal Thunyaburi Distric Pathumthani Province.

ชื่อ-นามสกุลของผู้เขียน น.ส.นิตา โฉมวงศ์ประเสริฐ.

คณะรัฐศาสตร์,มหาวิทยาลัยนครเทพกรุงเทพ,nidakow@hotmail.com

บทคัดย่อ

น.ส.นิตา โฉมวงศ์ประเสริฐ.(2013). การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. 1).ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 2.) เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่พักอาศัย ประเภทของการเข้ารับบริการ ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนราษฎรในเขตเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวนทั้งหมด 76,973 คน กำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีของ Taro Yamane ได้จำนวน 398 คน แต่เก็บจริง จำนวน 400 คนและสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ สถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ F-test และ t – test

การศึกษาพบว่า (1.) ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก (2.) สถานภาพ ระดับการศึกษา ที่พักอาศัยปัจจุบัน ระยะเวลาที่อาศัยในเขตเทศบาลนครรังสิต โดยสถานภาพที่แตกต่างกันอาจมีความละเอียดรอบคอบในการทำความเข้าใจต่อการรับบริการของเทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี ต่างกัน จึงทำให้มีความพึงพอใจต่อการรับบริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (3.) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อการเข้ารับบริการของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีทั้ง 6 ด้าน อยู่ในเชิงบวก 3 อันดับแรก คือ ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

คำสำคัญ : ระดับความพึงพอใจ, การเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร, ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชน

Abstract

Nida Kowongprasert,(2557). The level of satisfaction of service within the Household Registration Office Case Study: Rangsit Municipality Thanyaburi District, Pathumthani.

The research aims to study the level of satisfaction of service provider within the Household Registration. Case study: Rangsit Municipality Thanyaburi District, Pathumthani. 1.) Level of satisfaction of service provider within the household registration case study: Rangsit Municipality Thanyaburi District, Pathumthani. 2.) Process, procedure, and duration of service providing people. 3.) The opinions and recommendations providing service at Rangsit Municipality Thanyaburi District, Pathumthani and study the name list within the household totally 76,973 people. It is used to calculate by Taro Yamane method which gets 398 people but it is collected 400 people and uses the Accidental Random Sampling within the first 5 months by using Coefficient and Cronbach method. Then, gets the reliability 0.95 and analyzes data by using descriptive statistic which are frequency, ratio and measure, and uses standard deviation to compare F-test and T-test.

The result of the research shows that 1.) The level of satisfaction of the Household Registration in the case study: Rangsit Municipality Thanyaburi District, Pathumthani is in high level. 2.) status, level of study, the estimated income within the family per month, current home or where they live, duration within Rangsit Municipality Thanyaburi District, various of status, and different deliberately understanding, people will misunderstand the level of service due to lack of experience or knowledge and this causes people get different level of service which it is implied with in the statistic at 0.05.

Key Word: level of Satisfaction, Household Registration Service, Opinions and Recommendations of people.

Keywords level of Satisfaction, Household Registration Service, Opinions and Recommendations of people.

1. ความเป็นมาและปัญหาการวิจัย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ฉบับแก้ไขได้บัญญัติให้มีกฎหมายกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจหน้าที่เพิ่มขึ้นให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นสำคัญ ตามมาตรา 20 ในกรณีที่กฎหมายบัญญัติให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจและหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ เทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี ใช้อำนาจตามมาตรา ๘/๑การจัดตั้งสำนักทะเบียนอำเภอหรือสำนักทะเบียนท้องถิ่นตามมาตรา ๘ (๔) และ (๕) ให้เป็นไปตามที่ผู้อำนวยการทะเบียนกลางประกาศ โดยคำนึงถึงสภาพแห่งความพร้อมและความสะดวกในการให้บริการประชาชน

การให้บริการประชาชนในระบบราชการถือเป็นกลไกของรัฐที่นำมาปฏิบัติโดยการแปรมาจกนโยบายที่ฝ่ายบริหารระดับสูงได้กำหนดไปสู่ประชาชน การบริการประชาชนเป็นภารกิจหลักของข้าราชการทุกกระทรวง ทบวง กรม โดยยึดหลักที่ว่าประชาชนทุกคนพึงได้รับการบริการขั้นพื้นฐานจากภาครัฐโดยเท่าเทียม เสมอภาคและทั่วถึง สภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การปกครองตลอดจนสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันสูง ทำให้ประชาชนมีความต้องการการบริการของภาครัฐและเอกชนที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง “งานทะเบียนราษฎร์” ถือเป็นงานที่ต้องบริการประชาชนตั้งแต่เกิดจนตาย โดย

มีหน่วยงานรัฐคือ สำนักงานทะเบียนอำเภอเป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ด้วยวิวัฒนาการทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ องค์กรจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เพื่อที่จะได้นำไปใช้เป็นข้อมูลในการเรียนการสอน ปรับปรุง พัฒนาการเรียนการสอนนักศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพ และจะนำผลการวิจัยไปให้หน่วยงานทะเบียนราษฎรเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี นำไปปรับปรุง พัฒนาแก้ไขในส่วนที่ยังบกพร่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการตอบสนองความต้องการของประชาชน และความพึงพอใจในการเข้ารับบริการของประชาชนในท้องถิ่น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:

เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

2.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการตัดสินใจ ไปใช้ในการแก้ปัญหาและปรับปรุงรูปแบบให้เหมาะสมกับการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

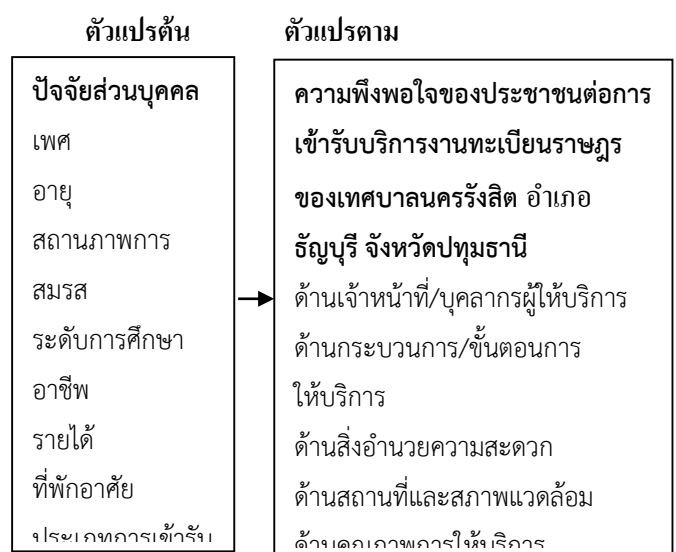
2. เพื่อให้ประชาชนผู้เข้ารับบริการได้รับประโยชน์จากงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่มีการปรับปรุงรูปแบบการบริการ ซึ่งนำไปสู่ผลที่ได้ในด้านความสะดวกสบายที่จะได้รับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความปลอดภัย ความรู้สึกความพึงพอใจ ของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

3. เพื่อให้ผู้สนใจนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร ไปเป็นกรณีศึกษา เปรียบเทียบในบริบทอื่นต่อไป ซึ่งจะเป็นผลให้รูปแบบนี้ มีความแข็งแกร่งและเหมาะสมที่จะนำไปประยุกต์และปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม ด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนในการศึกษาค้นคว้า

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ที่พักอาศัย ประเภทการเข้ารับบริการ มีระดับความพึงพอใจต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรอยู่ในระดับมาก
2. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรแตกต่างกัน

กรอบแนวคิด



ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

1. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's needs)
2. ทฤษฎีแรงจูงใจของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg's theory)
3. ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม (Vroom's theory)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา สำรวจความพึงพอใจของประชาชนในการให้บริการงานทะเบียนราษฎร ตรีศึกษา:

เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ใน 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- 1) ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรผู้ให้บริการ
- 2) ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ
- 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 4) ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม
- 5) ด้านคุณภาพการให้บริการ
- 6) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ขอบเขตประชากร

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 76,973 คน จังหวัดปทุมธานี (สำนักทะเบียนราษฎรเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี, 2556)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973: 125) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling)

ขอบเขตด้านพื้นที่

ได้แก่ หน่วยงานทะเบียนราษฎรเทศบาลนครรังสิต

อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ที่พักอาศัยปัจจุบัน และประเภทการเข้ารับบริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดเกี่ยวกับการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร ตรีศึกษา:เทศบาลนครรังสิตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยใช้มาตราวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ของ (Likert Scale) แบ่งเป็น 6 ด้าน รวมคำถามทั้งหมด 30 ข้อ จำแนกได้ดังนี้ 1) ด้านเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรที่ให้บริการ 5 ข้อ 2) ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ 5 ข้อ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5 ข้อ 4) ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม 5 ข้อ 5) ด้านคุณภาพการให้บริการ 5 ข้อ 6) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะเพิ่มเติม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ แบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิดสำหรับประชาชนผู้มาขอใช้บริการจำนวน 400 คน โดยผู้ศึกษาได้สอบถามถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้มาใช้บริการ ปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจในการให้บริการงานทะเบียนราษฎร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสารทางราชการ หนังสืองานวิจัย บทความ ที่เกี่ยวข้อง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ค่า t-test และ F-test

4. ผลการวิจัย

1. ผลจากปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็นเพศหญิงกับเพศชายมีปริมาณใกล้เคียงกัน (48.25%: 51.75%) อายุระหว่าง 21-40 ปี (65.50%) สถานภาพ โสดและสมรสมีปริมาณใกล้เคียงกัน(46.50%:46.75%) ระดับการศึกษา มีขมปลาย ถึงอนุปริญญา(50.25%) อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวกับพนักงานเอกชน (26.25%:22.75%) รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท (76.75%) ที่พักอาศัยในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี (55.5%) และประเภทที่เข้ารับบริการ ทำบัตรประจำตัวประชาชน (50.75%)
2. ระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา: เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	3.63	0.88	มาก
2.ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	3.66	0.73	มาก
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.46	0.85	มาก
4.ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมให้บริการตามที่ประกาศไว้	3.57	0.80	มาก
5.ด้านคุณภาพการให้บริการ	3.80	0.71	มาก
6.ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.50	0.88	มาก
เฉลี่ยโดยรวม	3.60	0.64	มาก

โดยรวมผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านคุณภาพการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้าน

กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ(ค่าเฉลี่ย 3.63) ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม(ค่าเฉลี่ย 3.57) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร(ค่าเฉลี่ย 3.50) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.46)

3. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

จำแนกตามเพศ พบว่า โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายด้านพบว่าด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายด้านพบว่า ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามที่พักอาศัยปัจจุบัน พบว่า โดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายด้านพบว่า ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

จำแนกตามประเภทของการเข้ารับบริการ ใน พบว่า โดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

สรุปผล

ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สมรสแล้ว มีระดับการศึกษาม.ปลาย-อนุปริญญา อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000บาท มีที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอและ เข้ารับบริการทำบัตรประจำตัวประชาชน

ความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยรวมผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกเป็นรายด้าน 3 อันดับแรก คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ เพศ อายุ และประเภทของการเข้ารับบริการ

โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่รายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือสถานภาพสมรส และสถานที่พักอาศัย

โดยรวมแตกต่างกัน และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ระดับของการศึกษา

อภิปรายผล

เรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎร กรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมประชาชนที่มาใช้บริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ความพึงพอใจมากทุกด้าน คือ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปราย ดังนี้

ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยย่อยด้านเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุจิราพร วานะ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษาเฉพาะขององค์การบริหารส่วนตำบลเกษมพบว่าด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ผู้ใช้บริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับปัจจัยการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่มีหยุดชะงัก การติดประกาศหรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ ความเหมาะสมของช่วงเวลาเปิด – ปิดในการให้บริการ และการให้บริการเป็นไปตามลำดับ ก่อน – หลัง และการให้บริการมีความรวดเร็ว และการให้บริการอย่างต่อเนื่องซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ยุทธนา บุญทน (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลทรงคะนอง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลทรงคะนอง ในระดับมาก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ใช้บริการเทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับป้าย/สัญลักษณ์/ประชาสัมพันธ์ บอกจุดบริการชัดเจน และมีจุด/มีช่องทางการให้บริการที่เหมาะสมและเข้าถึงได้สะดวกซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กาญจนา ทับทิมทอง (2551) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลวังน้อย อำเภอวังน้อย จังหวัดนครศรีอยุธยา พบว่า ประชาชนที่มาใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ผู้ใช้บริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับสถานที่ที่มีห้องน้ำไว้บริการขณะรอรับบริการ สถานที่ที่มี

ความสะดวกแก่การเดินทาง สถานที่ที่มีความเหมาะสมแก่ผู้มาติดต่อและเป็นสัดส่วน สถานที่ที่มีความสะอาดและร่มรื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมาตุสร บุญราวีกุล (2555) ศึกษา ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่ประชาชนมีความพึงพอใจด้านการพัฒนาระบบการคมนาคมและสาธารณูปโภคอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของเทศบาลนครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้ใช้บริการเทศบาลนคร รังสิต อ.ธัญบุรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร เช่น ทาง อินเทอร์เน็ต และมีเบอร์โทรศัพท์ไว้ติดต่อสอบถามข้อสงสัยศูนย์สารสนเทศเพื่อการพัฒนา การให้บริการด้วยเว็บไซต์ (Website)

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้เข้ารับบริการเทศบาลนครรังสิตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ปรากฏผลดังนี้ พบปัจจัยที่มีความแตกต่างกัน คือ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ที่พักอาศัย โดยสถานภาพที่ต่างกันอาจมีความละเอียดรอบคอบในการทำความเข้าใจการให้บริการของเทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี ต่างกัน จึงทำให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้นอาจเป็นเพราะการมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลหรือกฎระเบียบต่าง ๆ ของเทศบาลนครรังสิตอำเภอธัญบุรี ไม่เหมือนกัน จึงทำให้ทัศนคติต่อการให้บริการของงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ต่างกันได้ จึงเป็นสาเหตุของความพึงพอใจในการให้บริการเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ต่างกัน ส่วนด้านที่พักอาศัยปัจจุบัน มีความพึงพอใจต่างกันอาจเป็นเพราะว่าผู้ที่ที่พักอาศัยใกล้กับเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี มีความสะดวกสบายในการเดินทางมากกว่าผู้ที่อยู่ไกลกับเทศบาลนครรังสิตอำเภอธัญบุรี จึง

เป็นสาเหตุให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการเทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี ต่างกันได้

6. ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการเข้ารับบริการงานทะเบียนราษฎรกรณีศึกษา:เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบข้อมูลที่คาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูล ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการหลายประเด็น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

1.ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลากร พบว่า เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จะต้องคัดเลือกบุคลากรที่มีใจรักในการบริการ จัดบริการด้วยความเสมอภาค เจ้าหน้าที่ควรเพิ่มความเอาใจใส่ในงาน และความกระตือรือร้นในการให้บริการ

2.ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จะต้องปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการติดประกาศบอกขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจน

3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี จะต้องปรับปรุงในการจัดหาน้ำดื่มไว้บริการประชาชนที่มารอรับบริการ จัดเตรียมปากกาน้ำยาลบคำผิดไว้บริการอย่างเพียงพอ และจัดสิ่งพิมพ์หรือเอกสารให้อ่านขณะประชาชนรอรับบริการ

4.ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จะต้องปรับปรุงสถานที่ให้มีความร่มรื่นมากกว่านี้ด้วยการปลูกต้นไม้บริเวณโดยรอบ สถานที่ที่มีห้องน้ำไว้บริการอย่างเพียงพอ ที่จอดรถให้เพียงพอ

5.ด้านคุณภาพการให้บริการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เทศบาลนครรังสิต อ.ธัญบุรี จะต้องปรับปรุงการประหยัดทรัพยากร ผลการให้บริการในภาพรวมการให้บริการเป็นไปตามที่คาดหวัง

6.ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จะต้องปรับปรุงมีเบอร์โทรศัพท์ไว้ติดต่อสอบถามข้อสงสัย มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีการแนะนำและชี้แจงรายละเอียดการใช้บริการแต่ละขั้นตอนอย่างชัดเจนทุกขั้นตอน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการวิจัยอยู่ในเขตเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี เพียงที่เดียว ดังนั้นควรทำการประเมินความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของที่ว่าการอำเภอ ในอำเภออื่นๆ เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกันว่ามี ความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างไรและเพื่อนำผลมาปรับปรุงการให้บริการของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี ได้
- 2.ควรศึกษาปัญหา ผลกระทบ และอุปสรรคในการให้บริการของเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
- 3.ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
- 4.ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของหน่วยงานอื่นๆ ในเทศบาลนครรังสิต อำเภอธัญบุรี เช่น ฝ่ายปกครอง ฝ่ายความมั่นคง ฯลฯ
- 5.ควรมีการวิจัยเป็นชุดโครงการ เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการในภาพรวม เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ รักเหล็ก. (2553). **ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการที่ว่าการอำเภอไชยา อำเภอไชยา ใน**

จังหวัดสุราษฎร์ธานี.วิทยานิพนธ์ปริญญา
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสน
ศาสตร์.สุราษฎร์ธานี. : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุราษฎร์ธานี.

ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อุชฺษา.(2551). **แนวความคิดและ**
ทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์.เชียงใหม่ .ธนุชพร
นัตติง

ภากรณ์ น้าวา และ ศิริวิมล วันทอง. (2550).**ศึกษาความ**
พึงพอใจของผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก
โรงพยาบาลด่าน

มะขามเตี้ย อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัด
กาญจนบุรี.วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์.
กาญจนบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
กาญจนบุรี

นิตยา พลอดภัย และคณะ.(2550).**ความพึงพอใจของ**
ผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการประชาชนใน
สำนักงานเขต

ลาดพร้าว.วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยการจัดการ
สาขาวิชา โพรแกรมนการ บริหารธุรกิจ .
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

สมชาย อนันตจารุตระกูล. (2550). **ศึกษาความพึงพอใจ**
ของประชาชนต่อการให้บริการของเทศบาล
ตำบลบึงกาฬ

จังหวัดบึงกาฬ.วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง
และการบริหารจัดการ .บึงกาฬ: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบึงกาฬ

กาญจนา ทับทิมทอง. (2551). **ศึกษา ความพึงพอใจของ**
ประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหาร
ส่วนตำบลวัง

น้อย อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ยุทธนา บุญทน . (2550). ศึกษา ความพึงพอใจของ
ประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหาร
ส่วนตำบลทรง

คะนอง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม.
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์
พระนครศรีอยุธยา: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนครปฐม

พนิตดา นรสิงห์. (2552). ศึกษา ความพึงพอใจของ
ประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหาร
ส่วนตำบลสนาม

จันทร์ จังหวัดนครปฐม.วิทยานิพนธ์ปริญญา
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสน
ศาสตร์.พระนครศรีอยุธยา:บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนครปฐม

สุจิราพร วานะ . (2552). ศึกษา ความพึงพอใจของ
ประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหาร
ส่วนตำบล :

กรณีศึกษาเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล
เกษม อำเภอดงระการพิช จังหวัดอุบลราชธานี.
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์.อุบลราชธานี:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สรเรศริญ พงษ์พิพัฒน์ (2550). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผล
ต่อความพึงพอใจในการให้บริการงานทะเบียน
ราษฎรของ

สำนักงานเทศบาล ตำบลเชียงดาว จังหวัด
เชียงใหม่.วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์.
เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงใหม่

มาตุสร บุญราวีกุล(2555) ศึกษา ความพึงพอใจของ
ประชาชนที่มีต่อการดำเนินงานของเทศบาล
นครปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.วิทยานิพนธ์
ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารงานยุติธรรมและสังคม.คณะรัฐศาสตร

และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย

USERS' SATISFACTION ON INFORMATION TECHNOLOGY PRODUCTS AND SERVICES OF THAI SOFTWARE DEVELOPMENT COMPANY IN THAILAND

ทวีป แสงภูติ¹ ณิชฎกัญญา² สุวรรณธารา² ดร.นเรศ ล้วนไพรินทร์³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 100 คน จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย เรียงลำดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ 1.ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.29, SD=0.62$) อยู่ในระดับมากที่สุด 2.ด้านกระบวนการ ($\bar{X}=3.94, SD=0.63$) อยู่ในระดับมาก 3.ด้านราคา ($\bar{X}=3.94, SD=0.63$) อยู่ในระดับมาก 4.ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ ($\bar{X}=3.86, SD=0.58$) อยู่ในระดับมาก 5.ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X}=3.82, SD=0.59$) อยู่ในระดับมาก 6.ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.79, SD=0.56$) อยู่ในระดับมาก 7.ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.75, SD=0.59$) อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ คือความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย

บทนำ

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น การผลิตด้านผลิตภัณฑ์ หรือการให้บริการ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำเทคโนโลยี ที่เกี่ยวข้องกับ คอมพิวเตอร์มาใช้ในการประกอบกลยุทธ์ของการ ดำเนินงานในกิจการของธุรกิจ บทบาทสำคัญของการ นำเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทาง ธุรกิจ เพื่อประกอบปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้ เพิ่ม ประสิทธิภาพในการทำงาน , เพิ่มประสิทธิผลในการ ผลิต , สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการ โมเดลธุรกิจ , สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้า และซัพพลายเออร์ , เพิ่มความสามารถในการตัดสินใจ , เพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันต่อคู่แข่ง และ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินงาน ต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นต้น

ดังนั้น บริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย จึงได้สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่มี ประสิทธิภาพทางด้านซอฟต์แวร์ ในส่วนของ ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการวางแผนซอฟต์แวร์ ไทย ให้กับผู้ใช้บริการ จึงเป็นหัวใจสำคัญของผู้ ให้บริการด้านซอฟต์แวร์ เนื่องจากผู้ใช้บริการ ผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านซอฟต์แวร์ไทย ใน ประเทศไทยมีการแข่งขันสูง มีจำนวนผู้ใช้บริการมาก และต้องพัฒนาซอฟต์แวร์ไทย เพื่อแข่งขันกับ ซอฟต์แวร์ต่างประเทศ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ ให้บริการด้านพัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ต้องนำกลยุทธ์ในการ บริการดำเนินงานทางการพัฒนาระบบ โปรแกรม คอมพิวเตอร์ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับบริการ

ให้กับผู้ใช้บริการ ในการปฏิบัติงานในด้านการ ดำเนินงานทางธุรกิจ การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพ จำเป็นต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ของการจัดการงาน ด้านการบริการ ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงต้องให้ความสำคัญ กับการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับการบริการ อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างสร้างสรรค์ และ เกิดความพึง พอใจจนทำให้ผู้ใช้บริการ ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการอย่าง สม่ำเสมอและภักดีต่อผู้ใช้บริการ

ในงานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับส่วน ประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ 7 P's นำมาเป็นข้อ คำถามสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อทราบถึง ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้ผู้ประกอบการหรือ ผู้ที่สนใจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยี สารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่ พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย

ดังนั้นจากเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้วจึงทำให้ผู้ ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และ บริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศ ไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย

2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิง ที่ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน เพื่อความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 20% ดังนั้นควรกำหนดตัวอย่างทั้งสิ้นประมาณ 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำการลงรหัส จากนั้นได้นำไปวิเคราะห์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ทางสถิติใน

การวิจัยคั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานในการวิจัย โดยการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดย x ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม ใช้ t-test ในการหาค่าความแตกต่างตัวแปรระหว่าง 2 กลุ่ม และค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) หาค่าความแตกต่างตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 63 คน มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีลักษณะองค์การบริษัทจำกัด มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีระดับชั้นตำแหน่งพนักงานทั่วไป

2. ผลการศึกษาตามสมมติฐาน

ตารางที่ 1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภค	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ชาย	3.98	0.68	2.201	98	0.030*
	หญิง	3.71	0.49			

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การ

เปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์กร รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
อายุ	Between Groups	3	0.836	0.279	0.805	0.494
	Within Groups	96	33.247	0.346		
	Groups	99	34.083			
	Total					
ระดับการศึกษา	Between Groups	3	1.282	0.427	1.251	0.296
	Within Groups	96	32.801	0.342		
	Groups	99	34.083			
	Total					
สถานภาพ	Between Groups	3	1.503	0.501	1.476	0.229
	Within Groups	96	32.580	0.339		
	Groups	99	34.083			
	Total					
ลักษณะองค์กร	Between Groups	4	0.967	0.242	0.694	0.598
	Within Groups	95	33.116	0.349		
	Groups	99	34.083			
	Total					
รายได้ต่อเดือน	Between Groups	4	0.931	0.233	0.667	0.617
	Within Groups	95	33.153	0.349		
	Groups	99	34.083			
	Total					

ตารางที่ 2 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Group	df	SS	MS	F	Sig
ระดับขั้นตำแหน่ง	Between	3	0.387	0.129	0.367	0.777
	Within	99	33.697	0.351		
	Total	102	34.084			
	Total					

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามกลุ่มอายุ

ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ตามลำดับ โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.494, 0.296, 0.229, 0.598, 0.617 และ 0.777 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ากลุ่มอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคาแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig
ด้านราคา	ชาย	4.06	0.56	1.535	98	0.128
	หญิง	3.86	0.66			

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคา จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.128 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคา แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคาที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

อายุ	Between	3	1.44	0.48	1.214	0.30
	Group	96	6	2		9
	Within	99	33.1	0.39		
	Total		31	7		
ระดับการศึกษา	Between	3	1.53	0.51	1.290	0.28
	Group	99	3	1		2
	Within		38.0	0.39		
	Total		44	6		
สถานภาพ	Between	3	0.39	0.13	0.320	0.81
	Group	99	1	0		1
	Within		39.1	0.40		
	Total		86	8		

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig

ตารางที่ 4 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคาที่แตกต่างกัน

กัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
ลักษณะองค์การ	Between	4	1.560	0.39	0.97	0.425
	Groups	95	38.01	0	5	
	Within	99	7	0.40		
	Groups	99	39.57	0		
รายได้ต่อเดือน	Between	4	2.616	0.65	1.68	0.161
	Groups	95	36.96	4	1	
	Within	99	1	0.38		
	Groups	99	39.57	9		
ระดับชั้นตำแหน่ง	Between	3	2.522	0.84	2.17	0.096
	Groups	96	37.05	1	8	
	Within	99	5	0.38		
	Groups	99	39.57	6		
Total	Between	3	2.522	0.84	2.17	0.096
	Groups	96	37.05	1	8	
	Within	99	5	0.38		
	Groups	99	39.57	6		

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของ

ผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคา จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.309, 0.282, 0.811, 0.425, 0.161, 0.096 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5 สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig

ด้านการ	ชาย	3.91	0.63	2.221	98	0.029*
ส่งเสริม	หญิง	3.65	0.55			
การตลาด						

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 6 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ สถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
----------------	--------	----	----	----	---	-----

ผู้ให้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ						
อายุ	Between Groups	3	2.234	0.74	2.	0.09
	Within Groups	6	8	0.34	8	
	Total	9	2			
	Total	9	2			
ระดับการศึกษา	Between Groups	3	2.714	0.90	2.	0.05
	Within Groups	6	9	0.33	9	
	Total	9	2			
	Total	9	2			
สถานภาพ	Between Groups	3	1.285	0.42	1.	0.30
	Within Groups	6	7	0.35	2	
	Total	9	2			
	Total	9	2			
ลักษณะองค์การ	Between Groups	4	0.571	0.14	0.	0.81
	Within Groups	5	1	0.36	9	
	Total	9	2			
	Total	9	2			
รายได้ต่อเดือน	Between Groups	4	2.624	0.65	1.	0.11
	Within Groups	5	8	0.34	2	
	Total	9	2			
	Total	9	2			
ระดับขั้นตำแหน่ง	Between Groups	3	0.556	0.18	0.	0.67
	Within Groups	6	6		5	1
	Total	9	6			

Within	9	34.97	0.35	1	
Groups	9	2	9	7	
Total					

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.095, 0.050, 0.306, 0.812, 0.112, 0.671 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 7 สมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig
ด้านการจัดจำหน่าย	ชาย	4.05	0.44	3.758	98	0.000*
	หญิง	3.64	0.56			

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 8 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนา

ซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
อายุ	Between Groups	3	0.18	0.0	0.1	0.9
	Within Groups	96	7	62	92	01
	Between Groups	99	31.1	0.3		
	Total		10	24		
สถานภาพ	Between Groups	3	0.34	0.1	0.3	0.7
	Within Groups	96	1	14	52	88
	Between Groups	99	30.9	0.3		
	Total		57	22		
			31.2			
			98			

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ และสถานภาพ โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.901, 0.788 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

อายุ และสถานภาพ ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 9 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	Statistic	df1	df2	Sig
ระดับการศึกษา	2.980	3	11.965	0.210

ตารางที่ 9 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ เทคโนโลยี สารสนเทศด้าน ผลิตภัณฑ์และ บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
ลักษณะองค์การ	3.923	4	23.511	0.014*
รายได้ต่อเดือน	3.451	4	21.285	0.345
ระดับชั้น ตำแหน่ง	1.337	4	17.969	0.294

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.210, 0.345, 0.294 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะ

องค์การ โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลักษณะองค์การ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 10 สมมติฐานข้อที่ 5 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig
ด้านบุคลากร	ชาย	4.45	0.50	2.005	98	0.048*
	หญิง	4.19	0.66			

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของ

ผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.048 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 11 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ

ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Gro ups	df	SS	MS	F	Sig
อายุ	Bet wee n	3	2. 55	0.852	2.29	0.08
	Wit hin	96	7 35	0.372	2	3
	Gro ups	99	.7			
	Wit hin	00				

Gro ups	38				
Tota l	.2	57			

ตารางที่ 11 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ

ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
ระดับการศึกษา	Between Groups	3	4.231	1.410	3.97	0.010
	Within Groups	96	34.02	0.354	9	*
	Total	99	6			
	Total	99	38.25			
สถานภาพ	Between Groups	3	1.252	0.417	1.08	0.360
	Within Groups	96	37.00	0.385	2	

	Within Groups Total		38.25			
ลักษณะองค์การ	Between Groups	4	3.246	0.812	2.20	0.075
	Within Groups	95	35.01	0.369	2	
	Within Groups Total	99	1			
รายได้ต่อเดือน	Between Groups	4	3.230	0.807	2.19	0.076
	Within Groups	95	35.02	0.369	0	
	Within Groups Total	99	7			
ระดับชั้นตำแหน่ง	Between Groups	3	4.243	1.414	3.99	0.201
	Within Groups	96	34.01	0.354	2	
	Within Groups Total	99	4			

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การ

เปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.083, 0.360, 0.075, 0.076, 0.201 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุ สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผล

ทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร จำแนกตามลักษณะองค์การ โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 12 สมมติฐานข้อที่ 6 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของ	t-test for Equality of Means				
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df

ผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ						
ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ	ชายหญิง	3.99 3.79	0.65 0.51	1.656	98	0.101

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.101 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ แตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 13 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนา

ซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
อายุ	Between Groups	3	0.180	0.060	0.17	0.91
	Within Groups	96	33.154	0.345	3	4
	Between Groups	3	0.923	0.308	0.91	0.43
	Within Groups	96	32.410	0.338	2	8
ระดับการศึกษา	Between Groups	3	1.483	0.494	1.49	0.22
	Within Groups	96	31.850	0.332	0	2
	Between Groups	4	0.745	0.186	0.54	0.70
	Within Groups	95	32.588	0.343	3	5
สถานภาพ	Between Groups	4	0.446	0.112	0.32	0.86
	Within Groups	95	32.887	0.346	2	2
	Between Groups	4	0.446	0.112	0.32	0.86
	Within Groups	95	32.887	0.346	2	2
ลักษณะองค์การ	Between Groups	4	0.446	0.112	0.32	0.86
	Within Groups	95	32.887	0.346	2	2
	Between Groups	4	0.446	0.112	0.32	0.86
	Within Groups	95	32.887	0.346	2	2
รายได้ต่อเดือน	Between Groups	4	0.446	0.112	0.32	0.86
	Within Groups	95	32.887	0.346	2	2
	Between Groups	4	0.446	0.112	0.32	0.86
	Within Groups	95	32.887	0.346	2	2

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์กร และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.914, 0.438, 0.222, 0.705, 0.862 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุ สถานภาพ ลักษณะองค์กร และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 14 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
----------------------------	-----------	-----	-----	-----

เทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการ				
ระดับชั้นตำแหน่ง	1.200	4	16.888	0.364

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ จำแนกตามระดับชั้นตำแหน่ง โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.364 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับชั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 15 สมมติฐานข้อที่ 7 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

t-test for Equality of Means

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig
ด้านกระบวนการ	ชาย	4.06	0.65	1.535	98	0.128
	หญิง	3.86	0.51			

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.128 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 16 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์กร รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
อายุ	Between	3	1.446	0.482	1.214	0.309
	Groups	96	38.131	0.397		
	Within	99	39.578			
	Groups Total					
ระดับการศึกษา	Between	3	1.533	0.511	1.290	0.282
	Groups	96	38.044	0.396		
	Within	99	39.578			
	Groups Total					
สถานภาพ	Between	3	0.391	0.130	0.320	0.811
	Groups	96	39.186	0.408		
	Within	99	39.578			
	Groups Total					
ลักษณะองค์กร	Between	4	1.560	0.390	0.975	0.425
	Groups	95	38.017	0.400		
	Within	99	39.578			
	Groups Total					
รายได้ต่อเดือน	Between	4	2.616	0.654	1.681	0.161
	Groups	95	36.961	0.389		
	Within	99	39.578			
	Groups Total					

ตารางที่ 16 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ

ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ	Groups	df	SS	MS	F	Sig
ระดับขั้นตำแหน่ง	Betwe	3	2.52	0.84	2.17	0.0
	n	96	2	1	8	96
	Groups	99	37.0	0.38		
	Within	55	6			
	Groups	39.5				
Total		78				

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.309, 0.282, 0.811, 0.425, 0.161, 0.096 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุ

สถานภาพ ลักษณะองค์การ รายได้ต่อเดือน และระดับขั้นตำแหน่ง ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย ด้านกระบวนการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย โดยรวม 7 ด้าน ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย การตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ ด้านกระบวนการ สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย โดยรวมในระดับมาก เนื่องจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท แต่ละคนนั้นจะแตกต่างกันออกไปตามความรู้ที่ชื่นชอบ ความรู้ที่พึงพอใจ หรือมีทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ (กอบกฤต พานุมันโต, 2550:16) โดยสามารถจำแนกความพึงพอใจออกเป็น

ด้านได้ดังนี้คือ 1.ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2.ด้านราคา 3.ด้านการส่งเสริมการตลาด 4.ด้านการจัดจำหน่าย 5.ด้านบุคลากร 6.ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ และ7.ด้านกระบวนการ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ อำภาพร ศรีแทนแก้ว (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญลำดับแรกในด้านกระบวนการ รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย จำแนกได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมากในเรื่องเป็นซอฟต์แวร์ที่มี มาตรฐานและมีคุณภาพ รองลงมาคือพึงพอใจในเป็นซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยและตอบสนองทุกความต้องการของผู้ใช้งาน และลำดับสุดท้าย พึงพอใจในมีซอฟต์แวร์รายระบบเพียงพอต่อการตอบสนองของผู้ใช้งาน จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในเรื่องเป็นซอฟต์แวร์ที่มี

มาตรฐานและมีคุณภาพมากกว่าข้ออื่นในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ศักดิ์สิทธิ์ ปนคำ (2546) ได้ศึกษาเรื่องได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารการผลิตของผู้จัดการฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร” ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดการฝ่ายผลิตมีการยอมรับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารการผลิต ให้มีความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก

2. ด้านราคา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมากในเรื่อง มีระยะเวลาในการให้เครดิตในการชำระเงินอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ การกำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพซอฟต์แวร์ และลำดับสุดท้ายการเปลี่ยนแปลงราคาให้บริการ มีการแจ้งล่วงหน้า อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการสามารถทราบราคาของผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างชัดเจนจึงให้ความสำคัญกับเรื่องของระยะเวลาในการให้เครดิตในการชำระเงินมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอำภาพร ศรีแทนแก้ว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย

ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมาก ในเรื่องมีเอกสารรายละเอียดและคุณสมบัติของซอฟต์แวร์ รองลงมาคือ มีการให้ส่วนลดกับลูกค้าที่ซื้อซอฟต์แวร์เพิ่ม และลำดับสุดท้ายมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับองค์กรที่ต้องมีรายละเอียดและคุณสมบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อที่จะได้ใช้ซอฟต์แวร์อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ อำภาพร ศรีแทนแก้ว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

4. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทยในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมากในเรื่อง มีช่องทางในการสั่งซื้อโดยไม่ต้องเดินทางมาเอง รองลงมาเวลาเปิด-ปิดของบริษัทมีความเหมาะสม และการจัดส่งซอฟต์แวร์มีความรวดเร็วทันต่อความต้องการ และลำดับสุดท้ายสถานที่ตั้งของบริษัทเดินทางสะดวก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการบริการในการสั่งซื้อที่มีช่องทางให้ผู้รับบริการได้สะดวกโดยไม่ต้องเดินทางมาเองจึงให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ กนกวรรณ แสงจันทร์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารงานโรงเรียนของผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในเขตภาคกลาง” ผลการวิจัยพบว่า มีตัวแปรทั้งหมด 11 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารงานโรงเรียนของผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในเขตภาคกลาง ได้แก่ รายได้ ขนาดของโรงเรียน บทบาทในการให้ความรู้ บทบาทในการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนการใช้งาน บทบาทในการกระตุ้นหรือชักนำในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ พัฒนารักษา ความสะดวกในการจัดซื้อหรือใช้งานคอมพิวเตอร์ ความยากง่ายในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ความเข้ากันได้กับสภาพการทำงาน การเป็นนวัตกรรม สถานที่ตั้งของโรงเรียน แสดงว่าได้ให้ความสำคัญรับด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก

5. ด้านบุคลากร พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทยในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานมีมารยาทและพูดจาดีมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาพนักงานมีความรู้ในการให้ข้อมูลซอฟต์แวร์เป็นอย่างดี พนักงานมีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม และลำดับสุดท้าย

พนักงานมีความเข้าใจและสามารถตอบสนองลูกค้าได้ดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้บุคลากรที่ให้บริการมีมารยาท พูดยาดี และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ อำภาพร ศรีแท่นแก้ว (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านบุคลากรในระดับมาก

6. ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ
พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมากในเรื่องมีมาตรฐานด้านซอฟต์แวร์ การประกันมีมาตรฐาน และลำดับสุดท้ายรายละเอียดผลิตภัณฑ์และบริการ มีความชัดเจน อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้ว ก็ยังต้องการมาตรฐานของซอฟต์แวร์ เพื่อสำหรับใช้เป็นมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ อำภาพร ศรีแท่นแก้ว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก

7. ด้านกระบวนการ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมีอิทธิพลในระดับมากในเรื่องมีความเอาใจใส่ต่อทุกความต้องการของลูกค้า รองลงมา มีความตรงต่อเวลาในการให้บริการลูกค้า มีความรวดเร็วของการให้บริการลูกค้า และลำดับสุดท้ายมีความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการลูกค้า อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วต้องการความรวดเร็ว และถูกต้องในการเข้าใช้บริการของซอฟต์แวร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ อำภาพร ศรีแท่นแก้ว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านกระบวนการในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

บริษัท ที่พัฒนาซอฟต์แวร์ไทย ควร มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร เพราะในปัจจุบันผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการให้บริการจำนวนมาก และเทคโนโลยีสารสนเทศต่างประเทศก็มีจำนวนมากจึงเกิดการแข่งขันค่อนข้างสูง ฉะนั้นจำเป็นต้องมีกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ถือว่ามีบทบาทที่สำคัญมากต่อภาคธุรกิจ ซึ่งจะเห็นได้จากหลายธุรกิจที่ใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเข้ามาช่วยเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์รวมถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจ ตลอดจนควรมีการจัดกิจกรรมให้ผู้รับบริการได้ร่วมสัมผัสหรืออาจเป็นกิจกรรมที่ผู้บริการได้มีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติจริง เพื่อให้ผู้บริการเกิดการรับรู้และอยากติดตาม ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

[1] กนกวรรณ แสงจันทร์, (2539) :ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนำระบบ

คอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารงาน
โรงเรียนของผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทาง

การศึกษาในเขตภาคกลาง
[2] กอบกฤต พานุ่มันโต,(2551:16) :[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ สุวรรณภูมิ,2556

[3] วารุณี ตันตวิวงศ์วานิช และคณะ,2545:7:[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ สุวรรณภูมิ,2556

[4] เยาวธิดา วงศ์นารี,(2553:8) :[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ สุวรรณภูมิ,2556

[5] ศักดิ์สิทธิ์ ปนคำ :วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการนำระบบคอมพิวเตอร์

มาใช้ในการบริหารการผลิตของ
ผู้จัดการฝ่ายผลิตในโรงงาน
อุตสาหกรรม จังหวัดสมุทรสาคร
,2546

[6] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ,2541:45-48:[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ สุวรรณภูมิ,2556,2546:431:[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ สุวรรณภูมิ,2556

[7] สุมณา อยู่โพธิ์,(2532:35) :[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัด กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ สุวรรณภูมิ,2556

[8] เสรี วงษ์มณฑา,(2546:213) :[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถตกปลาในเขต

ลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ

สุวรรณภูมิ,2556

ผู้ใช้บริการบ่อตกปลาในเขต

ลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ

สุวรรณภูมิ,2556

[9] อภาพร ศรีแทนแก้ว: วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบ

คอมพิวเตอร์ของโรงงานใน

นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

(มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)

,2551

[10] Fitzgerald & Durant 1980:586:[อ้างถึงใน] ปาลิดา

นิวัตติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจ

ของผู้ใช้บริการบ่อตกปลาในเขต

ลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ

สุวรรณภูมิ,2556

[11] Gundlach & Reid 1983:41:[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิ

วัตติ :ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ

[12] Chaplin,1968:437:[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัตติ :

ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ

ผู้ใช้บริการบ่อตกปลาในเขต

ลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ

สุวรรณภูมิ,2556

[13] John D Millet,1954:[อ้างถึงใน] ปาลิดา นิวัตติ :

ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ

ผู้ใช้บริการบ่อตกปลาในเขต

ลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร,วิทยาลัยกรุงเทพ

สุวรรณภูมิ,2556

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา Satisfaction of Users of Siam Commercial Bank at Suwinthawong Branch in Chachoengsao

สิริมา จิรกุลชัยวงศ์¹ ดร.ปติ พุทธวิบูลย์² และ ดร.เฉลิมชัย ผู้พัฒน์³

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา (2) ศึกษาความนิยมต่อผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ทางธนาคารมีไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 399 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าพิสัย (Rang) ค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe และ วิธีของ Tamhane's T2 ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ด้านราคา ด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กับวิดิชุมชน ด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ และการประชาสัมพันธ์และด้านวิธีการหรือกระบวนการ และการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการธนาคาร

Abstract

This research aims to study the satisfaction of the customer and the popularity of the financial products that the bank provided to meet the needs of customer. The sample was 399 customer of Siam commercial bank, Suwinthawong branch by convenience sampling method. The statistics, used in data analysis were mean (Mean), standard deviation (SD), values range (Rang), t (t-test) analysis, ANOVA (One-Way ANOVA). The study found that satisfaction was high level in overall. The samples, different marital status, education, occupation, and income were different satisfied at level of 0.05 significantly.

Keyword: Satisfaction, Banking Customer

บทนำ

ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นอีกหนึ่งธนาคารที่มีการให้บริการทางการเงินทุกรูปแบบ และเคยได้รับการจัดอันดับธนาคารแห่งปี 2556 (Bank of the Year 2013) ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่ธนาคารไทยพาณิชย์ที่โค่นอันดับ 1 คือธนาคารกรุงเทพ และอันดับ 2 คือ ธนาคารกสิกรไทยลงมาได้ โดยใช้ผลประกอบการธนาคารพาณิชย์ 15 แห่งในรอบปี 2555 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคม 2555 มาพิจารณาจัดอันดับ ซึ่งผลออกมาว่าธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารอันดับที่ 1 ของประเทศไทย ด้วยผลงานยอดเยี่ยม โดยสามารถสร้างผลกำไรสุทธิสูงสุดเป็นประวัติการณ์และสูงที่สุดในระบบธนาคารพาณิชย์ จำนวน 40,219.90 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 28.9% และมีอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) สูงเป็นอันดับ 1 ที่ 28.76% (วารสารการเงินธนาคาร, เมษายน 2556) ส่วนในปีปัจจัยที่ส่งผลให้ธนาคารไทยพาณิชย์ประสบความสำเร็จได้นั้น อาจเป็นเพราะ ตัวผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ศักยภาพของธนาคาร การให้บริการที่สร้างความประทับใจลูกค้า และรวมไปถึงสาขาที่เปิดให้บริการมากกว่า 1,247 สาขาทั่วประเทศ และในปี 2557 ธนาคารไทยพาณิชย์มีผลประกอบการหล่นลงมาอยู่อันดับที่ 2 โดยสามารถสร้างผลกำไรสุทธิสูงสุดในระบบธนาคารพาณิชย์ เป็นลำดับที่ 1 เช่นเดิมคือ จำนวน 50,232.79 ล้านบาท เพิ่มขึ้น จากปี 2556 จำนวน 10,012.89 ล้านบาท หรือคิดเป็น 24.90% และมีอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) สูงเป็นอันดับ 1 ที่ 30.45% และมีอัตรากำไรผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) 2.61 % และผลตอบแทนจากส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) 21.66% และด้วยนโยบายที่ธนาคารที่จะลดต้นทุนดอกเบี้ยเงินฝากให้สอดคล้องกับภาวะของตลาด มุ่งเสริมสร้างการเติบโต

ของรายได้ค่าธรรมเนียมและรายได้ที่มีใช้ดอกเบี้ย โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มธุรกิจและธุรกิจขนาดใหญ่ พร้อมกับลดการเติมโตของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผ่านการควบคุมค่าใช้จ่ายอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการพัฒนาทักษะของผู้จัดการและเจ้าหน้าที่ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในทุกกลุ่มธุรกิจ จึงสามารถตอบสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้เป็นที่น่าประทับใจ

ในฐานะที่ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะพบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง การหาลูกค้ารายใหม่ และการรักษาลูกค้ารายเดิม ตลอดจนการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์จะส่งให้ธนาคารบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการให้บริการของธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาด สุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาความนิยมต่อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ที่ทางธนาคารมีไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

สมมติฐานงานวิจัย

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ , อายุ , สถานภาพการสมรส , ระดับการศึกษา , อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน แตกต่างกัน

2. ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ , อายุ , สถานภาพการสมรส , ระดับการศึกษา , อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านราคา แตกต่างกัน

3. ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ , อายุ , สถานภาพการสมรส , ระดับการศึกษา , อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน

4. ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ , อายุ , สถานภาพการสมรส , ระดับการศึกษา , อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กับวิชิชุมชน แตกต่างกัน

5. ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ , อายุ , สถานภาพการสมรส , ระดับการศึกษา , อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลต่างๆ และการ ประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน

6. ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านวิธีการหรือกระบวนการ และการให้บริการ แตกต่าง กัน

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Phillip Kotler (อ้างถึง : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2546 : อ้างอิงใน : ปริญญา เพชรรุ่งและคณะ,2553 : 8-9) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เกิดจากการที่ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นอยู่กับประเมินคุณค่าของสินค้านั้นๆ ของลูกค้า ซึ่งการทำหน้าที่ให้สินค้ามีคุณค่าต่อลูกค้า จะทำให้เกิดความพึงพอใจและอำนาจซื้อ โดยระดับความ พึงพอใจและอำนาจการซื้อโดยระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากสินค้าและความคาดหวังของลูกค้า(Customer Expectations) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของลูกค้า เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาด จากบุคคลใกล้ชิด จากข้อมูลของกลุ่มแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งถ้ามีการส่งเสริมสินค้าเกิดความเป็นจริง ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังในสินค้าสูงเกินจริง ซึ่งทำให้ผู้บริโภคผิดหวังเมื่อตัดสินใจซื้อ ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ทำให้กิจกรรมที่ทำ(ธุรกิจ) ประสบความสำเร็จคือ การเสนอสินค้าที่มีประโยชน์จากสินค้าที่สอดคล้องกับความหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า (Total Costmer Satisfaction) โดย

พิจารณาจากคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า และยังสามารถ
จำแนกความพึงพอใจออกได้ 2 ความหมายที่เกี่ยวข้องกับ
ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer
satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction
)

แนวคิดในการสร้างความพึงพอใจ

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อุทยา (2547 : อ้างอิงใน : วัชรารักษ์
จันทร์สุวรรณ, 2555 : 11 -12) ความพึงพอใจของลูกค้า
จะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จน
สุดความสามารถลูกค้าจะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ
ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่า
สินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้ว
อยู่นิ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับ
พนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ และสถานการณ์
ต่างๆ หรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความ
ต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้
เกิดความไม่พอใจ ดังนั้น ปัจจัยหลักในการสร้างความ
พึงพอใจมี 3 ประการ

1. ผู้รับบริการมีความต้องการและความ
คาดหวังสำหรับการบริการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน
รวมทั้งความต้องการนั้นยังเปลี่ยนไปสำหรับการบริการ
แต่ละครั้ง เช่น คนที่นัดแผนโบราณในครั้งแรกย่อม
ต้องการการนวดที่ไม่แรงนัก แต่การนวดครั้งต่อไปต้อง
แรงขึ้น

2. ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นผลจากความ
ความสามารถความพร้อมในด้านร่างกายและอารมณ์
ในขณะที่ให้บริการของผู้ให้บริการ รวมถึงความเต็มใจใน
การให้บริการของพนักงานงาน

3. สภาพแวดล้อมอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น อากาศ
แสงแดด เก้าอี้ โต๊ะ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของ
ลูกค้าที่มาใช้บริการอาหาร หรือเข้ามาใช้บริการใน
สถานที่ที่มาใช้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นความพึงพอใจของ
ลูกค้ายังมีผลจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการด้วย จำนวน
คนที่ต่อแถวกันยาวเหยียดของธนาคารในวันศุกร์ย่อม
สร้างความไม่พอใจใช้บริการ หรือหากจำเป็นต้องใช้
บริการธนาคารในวันนั้นลูกค้าจะต้องมีแนวโน้มของ
ความไม่พอใจสูงกว่าปกติ สิ่งที่ได้คือ ต้องจัดการแถว
อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ แถวใน
ธนาคารในช่วงหลังได้รับการพัฒนาและปรับปรุงอย่าง
ต่อเนื่อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Korman, A.K. (1977 : อ้างอิงใน : วัชรารักษ์ จันทร์
สุวรรณ, 2555 : 12) ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงาน
ออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือ
ว่าความพึงพอใจในงานเกิดจากความต้องการส่วน
บุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากประสบ
ความสำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่มความพึงพอใจใน
งานมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณลักษณะ ของงาน
ตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกในกลุ่มเป็น
แนวทางในการประเมินผลการทำงาน

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

1. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

จินตนา จันท์โคตร (2530 : อ้างอิงใน : ชัยวัฒน์ โขมภัทร พิมพ์และคณะ, 2551 : 25) ให้ความหมายของการตัดสินใจได้ว่า การตัดสินใจ คือ กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อศึกษาปัญหา และเลือกแนวทางปฏิบัติที่สามารถแก้ปัญหาและ นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสมที่สุดซึ่งมีขั้นตอนที่สำคัญได้แก่ การพิจารณาปัญหา การพิจารณาทางเลือก การตัดสินใจเลือกนำไปปฏิบัติ และติดตามผลปฏิบัติ

2. องค์ประกอบของการตัดสินใจ

Lee (1981 : อ้างอิง : จินตนา 2530 : อ้างอิงใน : ชัยวัฒน์ โขมภัทร พิมพ์และคณะ, 2551 : 30) การตัดสินใจเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการเลือกปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากหลายๆ สิ่ง โดยผู้ที่ตัดสินใจเลือกบริการจำ กำนึงถึงองค์ประกอบที่แตกต่างหรือเหมือนกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับปัญหาหรือความจำเป็น ความต้องการ วัตถุประสงค์ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อ และแรงจูงใจที่มี เพื่อตอบสนองความต้องการและให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยมีขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การพิจารณาใต้ตรงปัญหา การพิจารณาทางเลือก สภาพแวดล้อมและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ การตัดสินใจเลือกปฏิบัติทางเลือกที่ได้กำหนดเอาไว้แล้ว การติดตามประเมินผลที่เลือกปฏิบัติเอาไว้ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นสรุปได้ว่า ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ต้องอาศัยกระบวนการการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย ความจำเป็น , ความต้องการ , วัตถุประสงค์ , การตลาด และ แรงจูงใจ ในการเลือกใช้บริการ รวมถึง องค์ประกอบในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย

องค์ประกอบทางด้านบุคคล , องค์ประกอบทางการจัดการ และองค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : อ้างอิง : พัทธวีมล กลสรร, 2551 : อ้างอิงในสุทธิภักดิ์ ศรีจันทร์, 2553 : 14-15) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ว่า คือ กระบวนการ ในการพิจารณาต่อทางเลือกที่มี ปัจจัยพื้นฐาน 5 ประการต่อการเลือกคือ ความจำเป็น , ความต้องการ , วัตถุประสงค์ , การตลาด , แรงจูงใจ ซึ่ง ผู้รับบริการจะพิจารณาสภาพแวดล้อมที่เป็นกายภาพและ ไม่เป็นกายภาพอื่นประกอบเพิ่มเติมเช่น สภาพของปัญหา ช่องทางหรือทางเลือก ขั้นตอนและกระบวนการ แล้วจึง นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์อย่างเป็นเหตุเป็นผล และข้อดี ข้อด้อยแตกต่างกันอย่างไร อีกทั้งจะต้องพิจารณาความเป็นไปได้ของแต่ละทางเลือกให้ครบลง เพื่อ ประกอบการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการที่เป็น ประโยชน์สูงสุดต่อผู้รับบริการ และการบริการนั้นๆ ไม่ได้จำกัดเพียงแต่เป็นการบริการต่อบุคคล หากแต่ยัง รวมไปถึงสิ่งของ เครื่องใช้ ทั้งที่มีตัวตนจับต้องได้และ ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ โดยที่ จะต้องบรรลุเป้าหมายที่คาดหวังว่าจะได้หรือใกล้เคียงกับ ความต้องการมากที่สุด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทย พาณิชย สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นลักษณะการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การกำหนดรูปแบบการวิจัย

2. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูล / การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ได้มีวิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ออกเก็บข้อมูลจริง ณ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ตามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 399 คน โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการขอหนังสือขอทำงานวิจัยในสถานประกอบการจากบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อส่งไปยัง ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลตามที่ได้กำหนดเอาไว้ ตามกลุ่มตัวอย่างข้างต้น

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจาก ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่เก็บรวบรวมได้ทั้งสิ้น 399 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100% ของแบบสอบถามทั้งหมด

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปผลดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 มีอายุในช่วง 26 – 30 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 มีสถานภาพสมรส จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6

2. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วยความพึงพอใจ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ด้านราคา ด้านสถานที่สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กับวิถีชุมชน ด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ และด้านวิธีการหรือกระบวนการ และการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ ด้านวิธีการหรือกระบวนการ และการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ด้านการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กับวิถีมชชน มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีสมมติฐาน 6 ข้อ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาคิดดังนี้

สมมติฐานข้อที่1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านราคา แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่3 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่4 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กับวิถีมชชน แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่5 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่6 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ, อายุ, สถานภาพการสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ ด้านวิธีการหรือกระบวนการ และบริการ ให้บริการ แตกต่างกัน

อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องการฝาก

ถอน และ โอน รองลงมา มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องสินเชื่อ และ บัตรเครดิต การฝากประจำ และ กองทุน และ ลำดับสุดท้าย มีระดับความต้องการในระดับมากในเรื่องการประกันชีวิต และการประกันภัย อาจเนื่องมาจากการฝาก ถอน และ โอน ถือเป็นผลิตภัณฑ์หรือ การให้บริการหลักของกิจการ และ ผู้ใช้บริการทุกคนต้อง เคยได้ใช้บริการฝาก ถอน และ โอน จึงทำให้มีความ คิดเห็นในการให้บริการฝาก ถอน และ โอน มากกว่า ผลิตภัณฑ์อื่น

ด้านราคา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขา ตลาดสุวินทวงศ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ รองลงมา มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในอัตราดอกเบี้ย กองทุน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ และ ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม และ ลำดับสุดท้าย มีระดับความ พึงพอใจในระดับปานกลางในเรื่องอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ อาจเป็นเพราะว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคาร ไทยพาณิชย์ มีความคุ้มค่ามากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

ด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และ ถึง
อำนวยความสะดวก พบว่า ระดับความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจใน ระดับมากเรื่องวัสดุและอุปกรณ์ภายในธนาคารมีความ ทันสมัย รองลงมา มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ รวมทั้งระบบสารสนเทศ มี

ความพร้อมในการใช้งาน เวลาในการเปิดให้บริการของ ธนาคารมีความเหมาะสม สามารถตอบสนองความ ต้องการ ของลูกค้า ได้อย่างดี สถานที่ ตั้ง และ สภาพแวดล้อมของธนาคารมีความเหมาะสม สะอาด กว้าง ขวาง ไม่แออัด และ ลำดับสุดท้าย มีระดับความพึงพอใจ ในระดับปานกลางในเรื่องสถานที่ในการจอดรถมี เพียงพอ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะธนาคารมีการให้บริการ เครื่องกวดเงินอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุดบัญชีอัตโนมัติ และ เครื่องฝากเงินอัตโนมัติที่มีความทันสมัยให้บริการ บริเวณหน้าธนาคารเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ (255) ได้ศึกษาความพึงพอใจและ พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขา บ้างแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจใน ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก

ด้านการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์กับวิถี
ชุมชน พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกมี ระดับความ พึงพอใจในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ รองลงมาคือมีระดับ ความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องการประชาสัมพันธ์ สื่อโฆษณา และ ความสัมพันธ์ที่ดีและการมีส่วนร่วมต่อ ชุมชน และ ลำดับสุดท้าย ระดับความพึงพอใจในระดับ มากในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ธนาคารไทยพาณิชย์มุ่งเน้นการให้บริการเป็นเลิศ สร้าง ความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ จึงปลูกฝังให้พนักงาน ทุกคนมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ

ด้านบุคลากรที่ให้ข้อมูลต่างๆ และการ ประชาสัมพันธ์ พบว่า ระดับความ

พึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาด
สุวินทวงศ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกมีระดับความพึงพอใจใน
ระดับมากที่สุดที่พนักงานมีมารยาท มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม
และพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเสมอภาค
รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดที่
พนักงานสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
ทันทีที่ลูกค้าต้องการ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
พนักงานสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร และ
การบริการของธนาคารได้อย่างถูกต้อง และลำดับสุดท้าย
มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดที่พนักงานให้บริการเป็นไป
อย่างถูกต้องและแม่นยำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารไทย
พาณิชย์มุ่งเน้นการให้บริการเป็นเลิศ สร้างความ
ประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ จึงปลูกฝังให้พนักงานทุกคน
มีความมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ และให้บริการ
ด้วยความเสมอภาค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญา
เพชรรุ่งฟ้า และคณะ (2553) ได้ศึกษาความพึงพอใจและ
พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบางแพ้ว
จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจใน
ด้านพนักงาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ที่สุด

**ด้านวิธีการหรือกระบวนการ และการ
ให้บริการ** พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์ โดยรวมอยู่ใน
ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก
มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในเรื่องความรวดเร็ว
ในการให้บริการ รองลงมาคือมีความพึงพอใจในระดับ

มากที่สุดในเรื่องวิธีการให้บริการถูกต้อง และเหมาะสม
และลำดับสุดท้ายมีระดับความพึงพอใจในระดับมากใน
เรื่องระบบการทำงานของธนาคารมีความรวดเร็ว มีความ
เสถียร ไม่ขัดข้อง และพนักงานมีความเพียงพอต่อการ
ให้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธนาคารไทยพาณิชย์มุ่งเน้น
การให้บริการเป็นเลิศ สร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้
บริการ จึงปลูกฝังให้พนักงานทุกคนมีความมนุษย
สัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ ให้บริการด้วยความเสมอ
ภาค และผู้ให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ไม่ต้องเขียน
เอกสารในการทำธุรกิจต่าง ๆ เช่น โฉนดฝาก โฉนดเงิน
ใบโอนเงิน จึงช่วยลดระยะเวลาในการทำธุรกรรม
ทางการเงินของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ (2553) ได้ศึกษาความพึง
พอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขา
บางแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า
ในด้านกระบวนการและการให้บริการนั้น มีค่าเฉลี่ยความ
พึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของ
ผู้ให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาตลาดสุวินทวงศ์
จังหวัดฉะเชิงเทรา ต่อเนื่องทุก ๆ ปี เพื่อให้ทราบถึงความ
พึงพอใจของผู้ใช้บริการและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา
และปรับปรุงของการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์
ต่อไป
2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาอื่น ๆ หรือศึกษาธนาคารอื่น ๆ

เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกัน
หรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

[1] กนกพร แสงวาริ, ศุภสิริ น้อยใหญ่. การศึกษา
พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้

บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขา
ย่อยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2552.

[2] กัลยา วาณิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการ
การบริหารและการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7.บริษัทธรรมสารม,
2546.

[3] ชวนชัย เชื้อสาธุชน,เอกสารประกอบการสอนรายวิชา
วิทยาการวิจัย, อุบลราชธานี :คณะครุศาสตร์
สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2546, อ้างถึงใน
สุมาลี สิงขรอาสน์. ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ประสิทธิภาพการบริการงานสินเชื่อของ
สหกรณ์ออมทรัพย์ครูชัยภูมิ จำกัด.
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ,
2553

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร

USERS' SATISFACTION ON CIVIL REGISTRATION SECTION OF LADKRABANG DISTRICT OFFICE, BANGKOK

พิศวรรณ มหาเรือนขวัญ¹ และดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณชารา² ดร.ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ (3) เพื่อเสนอแนะปรับปรุงการให้บริการของฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือผู้ให้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ตามสูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ และทำการสุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ โดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความสะดวกของสถานที่ ด้านการให้บริการข้อมูล ด้านคุณภาพการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การบริการ

Abstract

This research the objective was 1) to study consumer's satisfaction on construction materials (concrete bricks) buying from construction materials manufacturing company in Ladkrabang district, Bangkok. 2) to compare of consumer's satisfaction on construction materials (concrete bricks) buying from construction materials manufacturing company in Ladkrabang district, Bangkok. This research was quantitative research. The sample surveys were obtained from consumers who choose to buy concrete bricks of Phuminthara company limited. 400 users obtained.

The results are as follows. The majority are male. Ages between 31-40 years are enrolled in bachelor's degree. They worked as building contractors and most have a monthly income of more 40,001 baht. The level of consumer's satisfaction on construction materials (concrete bricks). The respondents were satisfied with the high mean in overall.

Keywords : Consumer' satisfaction, Construction materials (concrete bricks) buying, Bangkok

บทนำ

ในปัจจุบันสภาพบ้านเมือง เศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ส่งผลกระทบต่อสภาพความเป็นอยู่และการแข่งขันในทุกๆ ด้าน และประชาชนมีความเข้าใจถึงสิทธิ และช่องทางในการเรียกร้องสิทธิมากขึ้น เป็นเหตุทำให้ประชาชนมีความต้องการ ที่จะได้รับการบริการ จากหน่วยงานของรัฐด้วยความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ เสมอภาพ และเป็นธรรมมากขึ้น แต่การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐจะถูกวางกรอบให้ต้องปฏิบัติงานภายใต้กรอบระเบียบ กฎหมายอย่างเคร่งครัด มีการควบคุมตรวจสอบก่อนดำเนินการ และการจัดโครงสร้างองค์การแบบลำดับชั้น การปฏิบัติงานของหน่วยราชการ จึงไม่สามารถตอบสนองต่อปัญหา และความต้องการของประชาชนในฐานะผู้รับบริการจากองค์กรภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาพลักษณ์ของแบบราชการในความรู้สึก และการรับรู้ของประชาชนทั่วไป จึงมีคุณลักษณะที่เป็นไปในเชิงลบ การเผชิญปัญหาความด้อยประสิทธิภาพ และขาดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ สาเหตุที่สำคัญส่วนใหญ่เป็นปัญหาเรื่องการบริการการจัดการไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชนภายในหน่วยงานไม่มีประสิทธิภาพ และจากปัญหาดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องเร่งปรับเปลี่ยน แนวทางการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ให้เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับของประชาชน โดยทั่วไป ตามแนวความคิดทางกระบวนการ หรือกระบวนการในการบริหารของนักทฤษฎี (Administrative Theorisits) มีความเห็นว่า ประสิทธิภาพขององค์การจะมีเพิ่มขึ้นได้ โดยการปรับปรุงกระบวนการบริหาร โดยถือเป็นวิถีทางที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายขององค์การได้ และแตกต่างกันเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการสภาพสิ่งแวดล้อม

ภายในและภายนอก แม้ว่าปัจจุบัน ผลการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับหนึ่ง

สำหรับสำนักงานเขตลาดกระบัง มีทั้งหมด 6 แขวง คือ 1.ลาดกระบัง 2.คลองสองต้นนุ่น 3.คลองสามประเวศ 4.ลำปลาทิว 5.ทับยาว 6.ชุมทอง เป็นศูนย์กลางการให้บริการประชาชนของอำเภอในการพัฒนาองค์กร โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ ระบบงานกระบวนการการทำงาน ด้านคุณภาพการให้บริการด้วยเทคโนโลยี รวมถึงสมรรถของข้าราชการ วัฒนธรรมต่างๆ ตลอดจนสิ่งแวดล้อมให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่นได้ ฝ่ายทะเบียนราษฎรเป็นส่วนงานหนึ่งของสำนักงานเขตลาดกระบัง โดยแบ่งงานออกเป็น 4 กลุ่มงาน คือ 1.งานทะเบียนราษฎร 2.งานทะเบียนทั่วไป 3.งานบัตรประจำตัวประชาชน 4.งานธุรการ มีนโยบายการบริการด้านต่าง ๆ ที่กระจายอยู่ในแต่ละงานของสำนักงานเขตลาดกระบังรวมไว้ในสถานที่เดียวกันในรูปแบบของศูนย์การให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้รับบริการและจิตใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เพื่อของเจ้าหน้าที่เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชนให้สะดวก รวดเร็ว สร้างความพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของสำนักงานเขตลาดกระบัง แต่ที่สำนักงานเขตลาดกระบังมีจำนวนประชาชนที่ไปติดต่อราชการจำนวนมาก ส่วนใหญ่จะไปติดต่อกับฝ่ายทะเบียนราษฎรเพราะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชน เช่น การแจ้งเกิด การแจ้งตาย ย้ายที่อยู่ ตลอดจนประชาชนนอกพื้นที่ก็มารับบริการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก

ดังนั้น การที่เจ้าหน้าที่ผู้ทำหน้าที่ให้บริการประชาชนด้านงานทะเบียนราษฎร ในฝ่ายทะเบียนของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร จะกระทำหน้าที่ให้สมบูรณ์ เพื่อให้ประชาชนได้รับบริการอย่างสะดวก รวดเร็ว ทันใจ ทันเวลา และทันต่อเหตุการณ์หรือไม่เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการภายในหน่วยงานมีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน ดังนั้นผู้บริหารระดับสำนักงานเขตของกรุงเทพมหานคร จึงต้องพยายามสรรหาแนวทางเพื่อกำหนดนโยบาย แบบแผน และวิธีการต่างๆ ที่ดี เพื่อให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกในการให้บริการ รับผิดชอบ และเต็มใจจะให้บริการประชาชนเต็มความสามารถ เพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการด้านงานทะเบียนราษฎร ในฝ่ายทะเบียนของสำนักงานเขต มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการพบปะกับพฤติกรรมบริการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งระดับผลที่ได้จากการพบปะสอดคล้องกับปัญหาที่มีอยู่จะส่งผลที่ดีและสร้างความภูมิใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ อันเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่า หลังจากได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่แล้ว สามารถตอบสนองความต้องการ หรือแก้ไขปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนผู้รับบริการเกิดความประทับใจมากที่สุดหรือไม่นั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้นำผลการวิจัยเสนอแนะต่องานทะเบียนราษฎรสำนักงานเขตลาดกระบัง พิจารณาปรับปรุงการบริหารงานให้เหมาะสมต่อไป รวมทั้งเป็นการประเมินการปฏิบัติงานในหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ เพื่อจะได้แก้ไข เปลี่ยนแปลงปรับปรุง และพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ และ

ประสิทธิผลในการบริการ ให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ ในการบริการมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ฝ่ายทะเบียนราษฎร

เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ฝ่ายทะเบียนราษฎร

สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ

ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ

3. เพื่อเสนอแนะปรับปรุงการให้บริการของฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ทำให้ทราบความพึงพอใจของประชาชนผู้ให้บริการที่มาใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎรเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. นำผลงานวิจัยไปใช้ในการตัดสินใจและใช้ในการแก้ปัญหารวมทั้งปรับปรุงรูปแบบให้เหมาะสมกับ การให้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎรสำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร (Population)

ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในจำนวน 6 แขวง ได้แก่ 1. แขวงตลาดกระบี่ 2. แขวงคลองสองต้นนุ่น 3. แขวงคลองสามประเวศ 4. แขวงลำปลาทิว 5. แขวงทับยาว 6. แขวงชุมทอง ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจำนวน 166,338 คน(การปกครองเขต

ตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร, 2557
<https://th.wikipedia.org/wiki/เขตตลาดกระบี่>)

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากรโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 886 อ้างถึงใน ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ, 2553) การแบ่งกลุ่มแบบชั้นภูมิ คือการนำทั้ง 6 แขวง ที่ได้มาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากการนำสัดส่วนของจำนวนประชากรแต่ละแขวงต่อประชากรทั้งหมดไปคูณกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกเก็บข้อมูลเฉพาะประชาชนที่มาใช้บริการสำนักงานสำนักงานเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร คือ 400 กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้

ในการศึกษานี้มีแหล่งข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งระบุให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎรเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราทางวิชาการ บทความและข้อเขียนที่เกี่ยวกับงานวิจัยที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครสำหรับนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อความคิดเห็นและเนื้อหาที่น่าสนใจ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานครโดยการสร้างแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ

ข้อที่ 2 อายุ

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา

ข้อที่ 4 ภูมิลำเนา

ข้อที่ 5 อาชีพ

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำนวน 4 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ด้านที่ 2. ด้านความสะดวกของสถานที่

ด้านที่ 3. ด้านการให้บริการข้อมูล

ด้านที่ 4. ด้านคุณภาพการให้บริการ

ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ โดยแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับคือมากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย, และ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความเห็นและข้อเสนอแนะของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์วิจัยเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลแบบสอบถามจากสำนักงานสำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้นำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์

2. วิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความถี่และร้อยละ (Percentage)

3. เเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และค่าพิสัย (Rang) โดยเกณฑ์ระดับความพึงพอใจจะใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (องอาจ นัยวัฒน์, 2548)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความสะดวกของสถานที่ ด้านการให้บริการข้อมูล และด้านคุณภาพการให้บริการ สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการให้บริการถือเป็นภารกิจหลักของหน่วยงานราชการที่ต้องให้บริการแก่ประชาชนเพื่อให้เกิดความประทับใจ และการให้บริการที่มีคุณภาพจะต้องให้ความสำคัญองค์ประกอบของการบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความสะดวกของสถานที่ ด้านการให้บริการข้อมูล และด้านคุณภาพการให้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุบรรณ สุรพันธ์ชนก (2545) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดเชียงราย สาขาพาน จากกลุ่มตัวอย่าง 150 คน พบว่า ผู้บริการมีความพึงพอใจ รวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและรายข้อในแต่ละด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร จำแนกได้ดังนี้

ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ใน

เรื่องเจ้าหน้าที่ของฝ่ายทะเบียนราษฎร มีการแต่งกายเรียบร้อย รองลงมา มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องเจ้าหน้าที่ของฝ่ายทะเบียนราษฎร มีการต้อนรับด้วยอัธยาศัยที่ดี มีมารยาท มีการพูดจาสุภาพ และลำดับสุดท้ายมีระดับความต้องการในระดับมาก ในเรื่องเจ้าหน้าที่ของฝ่ายทะเบียนราษฎร ให้ความสนใจในปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการ อาจเนื่องมาจาก ทางฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบังมีการให้บริการกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี จึงทำให้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย รวมไปถึงมารยาทในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมากร ระเบง (อ้างอิงใน ,2550 : 11-12) ปัจจัยกำหนดคุณภาพและบริการ พบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัย ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ซึ่งได้แก่ การบริการด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย รวมทั้งรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะหรือคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการกับองค์กร การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงานด้านบริการได้เป็นอย่างดี การที่ผู้บริการมีความสุขเรียบร้อย รวมไปถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของบุคลากร

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านภูมิลำเนา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้ให้บริการ จะมีลักษณะ ข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันอย่างไร ต่างก็ต้องการการบริการที่ประทับใจทั้งสิ้น

ด้านความสะดวกของสถานที่ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่

ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องฝ่ายทะเบียนราษฎรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สะดวก ในการเดินทางมารับบริการ ลำดับสุดท้ายมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องสถานที่ให้บริการของ ฝ่ายทะเบียนราษฎร สะอาด สวยงาม และมีที่จอดรถพอเพียง ทางฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง ในปัจจุบันมีการให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่ เพื่อให้ผู้ที่มารับบริการเกิดความพึงพอใจ จึงทำให้ผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพทพัฒน์ มีบาง (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลคำตากด้า อำเภอคำตากด้า จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลคำตากด้า อำเภอคำตากด้า จังหวัดสกลนคร ในด้านที่ผู้ใช้บริการ ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านความสะอาดของอาคารสถานที่

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูล ประชากรศาสตร์ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านภูมิลำเนา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้ใช้บริการ จะมีลักษณะข้อมูล ประชากรศาสตร์แตกต่างกันอย่างไร ต่างก็ต้องการการบริการที่ประทับใจทั้งสิ้น

ด้านการให้บริการข้อมูล พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องท่านได้รับการบริการที่ถูก ต้องในการมา ติดต่อ

ราชการ รองลงมามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องฝ่ายทะเบียนราษฎร มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้คำแนะนำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการรับบริการ และฝ่ายทะเบียนราษฎร มีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบาย ขั้นตอนต่างๆ เกี่ยวกับการบริการอย่างถูกต้อง และท่านคิดว่าฝ่ายทะเบียนราษฎร มีเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถในการ ให้บริการ และให้คำปรึกษา ลำดับสุดท้ายมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในเรื่องฝ่ายทะเบียนราษฎร ให้บริการที่รวดเร็ว อาจเนื่องมาจาก ทางฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบังมีการให้บริการด้านข้อมูลกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี จึงทำให้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือมีการให้คำแนะนำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการรับบริการ และฝ่ายทะเบียนราษฎร มีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบาย ขั้นตอนต่างๆ เกี่ยวกับการบริการเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมากร ระเบง (อ้างอิงใน 2550 : 11-12) บัญญัติกำหนดคุณภาพและบริการ พบว่าผู้บริโภคใช้ปัจจัย ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ซึ่งได้แก่ การตอบสนองต่อลูกค้าโดยมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทัน่วงทีและผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว และสอดคล้องกับ ชิริกิติ นวรัตน์ ณ อุรุทยา (2547 : อ้างอิงใน : วัชรารักษ์ จันทร์สุวรรณ, 2555: 11-12) ความพึงพอใจของลูกค้า จะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถลูกค้าจะรู้สึกว่าคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่นิ่ง ไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ และสถานการณ์ ต่างๆ หรือ

ลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจจะมีความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้ใช้บริการจะมีลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันอย่างไร ต่างก็ต้องการการบริการที่ประทับใจทั้งสิ้น ยกเว้น ด้านภูมิลำเนา พบว่า มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการที่มีภูมิลำเนาต่างกัน อาจมีความต้องการข้อมูลไม่เหมือนกัน และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้บริการข้อมูลได้ไม่ทั่วถึง จึงทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน

ด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรก มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องเอกสารหลักฐาน ที่ออกให้ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงต่อบุคคลภายนอกได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องการให้บริการด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และเป็นธรรม ลำดับสุดท้ายระดับความพึงพอใจในระดับมาก ในเรื่องการจัดเตรียมความพร้อมในการให้บริการของฝ่ายทะเบียนราษฎร อาจเนื่องมาจาก ฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง มีการทำงานที่รวดเร็วและมีคุณภาพในด้านการให้บริการ ด้วยเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สงคราม สมุทรผล (2552) ได้ศึกษาวิจัย ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการงานทะเบียนราษฎรของเทศบาลอุดรดิตถ์ ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านงาน

ทะเบียนราษฎรของเทศบาลอุดรดิตถ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541 : อ้างถึง : พัทธวีมลกลสร, 2551 : อ้างอิงในสุทธิภักดิ์ ศรีจันทร์, 2553 : 14-15) ได้กล่าวถึง กระบวนการให้บริการเป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้าที่คิดจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้ใช้บริการจะมีลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์แตกต่างกันอย่างไร ต่างก็ต้องการการบริการที่ประทับใจทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ต่อเนื่องทุก ๆ ปี เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงของการให้บริการของฝ่ายทะเบียนราษฎร สำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ต่อไป

2. ควรมีการศึกษาพึงพอใจของผู้ใช้บริการของฝ่ายทะเบียนราษฎร เขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เขตอื่น ๆ หรือศึกษาจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- [1] กิตติวรา คำมูล. “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงใหม่.”
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2556.
- [2] ชาญชาติ บุญประดับ. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อิฐของโรงงานอิฐ ม.อ.ท. จังหวัดอ่างทอง.” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2553.
- [3] ปิยพงศ์ อินเจริญ. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอิฐดินเผาของโรงงานอินเจริญค้าอิฐ จังหวัดอ่างทอง.” การจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2556.
- [4] เปรมกมล เจริญมั่งคั่งวงศ์. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างเกียรติกมลพาณิชย์ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่.” บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.
- [5] วาภูมิ ดันตังศ์วานิช และคณะ. *หลักการตลาดว่าด้วยความพึงพอใจของลูกค้า*. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2545. อ้างถึงใน ปาลีดา นีวัตติ. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ่อตกปลาในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, 2556.
- [6] อนันต์ สัมพัทธภาพ. “พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายซิเมนต์ไทยโฮมมาร์ท ในเครือซิเมนต์ไทย.” ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550.
- [7] งามอาจ นัยพัฒน์. *วิธีวิทยาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สามลดา, 2548

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร

COSUMER SATISFACTION TOWARDS CAR SERVICE CENTER IN PHRAKHANONG DISTRICT, BANGKOK PROVINCE

วิภาค จรรยา¹ ดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา² ดร.ศศิธร วัฒนพันธ์³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานครเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง สำหรับแนวทางวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 405 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 189 คน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน จำนวน 147 คน ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 177 คน และมีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 190 คน ประชากรศาสตร์มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2 ด้าน และมากอีก 2 ด้าน โดยประชากรศาสตร์มีระดับความพึงพอใจด้านราคามากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับสองเป็นด้านสถานที่อันดับสามเป็นด้านผลิตภัณฑ์และบริการและด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับสุดท้าย

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ศูนย์บริการรถยนต์, รถยนต์

บทนำ

ปัจจุบันตลาดรถยนต์เมืองไทยได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้ประกอบการ ในขณะที่ระบบขนส่งมวลชนในประเทศไทยยังไม่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขให้ทันกับความต้องการและไม่สามารถรองรับประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้ที่มิฐานะระดับกลาง ที่มีอำนาจซื้อหันมาซื้อรถยนต์เป็นของตนเองจนอาจถือได้ว่ารถยนต์เป็นปัจจัยที่ 5 ดังจะเห็นได้จากปริมาณรถยนต์บนท้องถนนที่จดทะเบียนทั่วประเทศเพิ่มสูงขึ้นเมื่อรถยนต์ได้กลายมาเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง ธุรกิจบริการเกี่ยวกับรถยนต์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากรถยนต์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีราคาสูงระบบต่างๆที่ใช้รถยนต์ระยะเวลาหนึ่งย่อมเสื่อมสภาพตามการใช้งาน จึงจำเป็นต้องมีการบำรุงรักษาและซ่อมแซมส่วนที่เสื่อมสภาพ วิธีการบำรุงรักษารถยนต์ที่มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุด คือยึดแนวทางปฏิบัติกับรถยนต์โดยใช้คู่มือประจำรถยนต์เป็นหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อให้รถยนต์มีอายุการใช้งานยาวนานขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และความสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง

ดังนั้นศูนย์บริการรถยนต์ จึงเป็นสถานที่ที่สำคัญในการดูแลบำรุงรักษารถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ การขยายตัวของศูนย์บริการรถยนต์ จึงมีการเพิ่มขึ้นตามจำนวนรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน ศูนย์บริการรถยนต์เป็นธุรกิจในการให้บริการประเภทหนึ่ง การให้บริการที่ดีจะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในสภาพที่การแข่งขันรุนแรง เช่น ปัจจุบันการบริการที่มีคุณภาพจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจหลังจากได้รับบริการไปแล้ว สิ่งสำคัญของการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ คือ สามารถ

ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ตั้งแต่รับรถยนต์ จนกระทั่งผู้ใช้บริการนำรถยนต์ไปใช้แล้วมีความพึงพอใจในการบริการที่สามารถจับต้องได้ เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการรวมทั้งอะไหล่ที่ดีได้มาตรฐาน และความพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น ความรวดเร็วและความสุภาพอ่อนโยน สิ่งที่สำคัญไปกว่านั้นจะต้องสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นในใจ ผู้รับบริการอีกด้วย เนื่องจากรถยนต์มีมูลค่าที่สูงทั้งหมดค่าที่เป็นตัวเงินหรือมูลค่าทางจิตใจของผู้เป็นเจ้าของจากการแข่งขันด้านธุรกิจศูนย์บริการรถยนต์ที่มีปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นไม่ใช่เป็นปัจจัยสำคัญประการเดียวที่มีผลต่อการเลือกศูนย์บริการรถยนต์ แต่ยังมีอีกหลายเหตุผลที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการตัดสินใจ เลือกนำรถเข้าศูนย์บริการรถยนต์ ซึ่งพบว่าในกรุงเทพมหานครมีศูนย์บริการรถยนต์ทุกประเภทเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งแต่ละศูนย์บริการรถยนต์ก็จะมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา สถานที่หรือรวมไปถึงการส่งเสริมการตลาดในด้านต่างๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและเข้ามาใช้บริการ ศูนย์บริการของตนเองมากที่สุด

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจ **“ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร”** เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มานั้นไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของแผนกบริการในศูนย์บริการรถยนต์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าเป็นหลักทำให้กิจการสามารถรักษาฐานลูกค้าเดิมที่กิจการมีอยู่ได้อย่างมั่นคงและยังช่วย

สร้างลูกค้าใหม่ๆที่มีความพอใจในการบริการของ
กิจการได้อีกทางหนึ่งด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน

ราคา ด้านการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ ด้านส่งเสริม
การตลาด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ
แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ลักษณะเครื่องมือที่
ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วน
บุคคล โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ
จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระ โขนง
จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีด้วยกัน 4 ด้าน คือ ด้าน
ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย
ด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 19 ข้อ ซึ่งลักษณะ
คำถามจะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale)
แต่ละข้อคำถามจะมีมาตรา (Scale) ให้เลือกตอบ 5
ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ
ความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบ
แบบสอบถาม

4. การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ใน การทดลอง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยที่
ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของ
เนื้อหาและความเที่ยงตรงของเครื่องมือมีขั้นตอนดังนี้

4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง

(Validation) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น
นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบ
ความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้โดยหาค่า
ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence) ที่เรียกว่า
IOC โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 –
1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05
ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้งแล้วพิจารณาและ
คัดเลือกแบบทดสอบที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่
0.60–1.00 เป็นแบบทดสอบมีเกณฑ์ให้คะแนนโดยค่า
ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) = 3.88 ทั้งนี้เพื่อให้ผลการวิจัย
ที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น

(Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ
(Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนแล้วนำข้อมูลที่
ได้มาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามซึ่งมี
ค่าความเชื่อมั่นต้องมากกว่า 0.7 โดยการหาค่า
สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha-
Coefficient) จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่า
สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) โดยมีค่า
Reliability เท่ากับ 0.906

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ได้มี
วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ค้นคว้าหา
ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ และใช้
การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจาก

ผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานครตามกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 405 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

5.2 ผู้วิจัยติดต่อขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อส่งไปยังศูนย์บริการรถยนต์ในเขต พระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร เพื่อแนะนำตัวและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลรวมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความร่วมมือเพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์เขต พระโขนงจังหวัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งรื้อรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

6.สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 วิธีการประมวลผลข้อมูลหลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้วผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนโดยได้แบบสอบถามทั้งหมด 405 ชุด หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

6.2.1 ใช้สูตรค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อให้แปลความหมายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 (ข้อ 1-5) การนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่(Frequency Table) แบบ

จำแนกทางเดียวโดยใช้สูตร (อ้างถึง :บุญชม ศรีสะอาด , 2543 : 101)

6.2.2 สถิติทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับเพศ (ชวนชัย เชื้อสาธุชน, 2546: 177)

6.2.3 สถิติทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) ใช้ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระดับการศึกษา (อ้างถึง : องอาจ นัยพัฒน์, 2548 : 95)

7. ผลการวิจัย

7.1 ผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ดังนี้

จากข้อมูลประชากรศาสตร์บุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท 177 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90

7.2 ระดับความพึงพอใจ

จากการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัด กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยความพึงพอใจ 4 ด้าน

ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือด้านราคา มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และด้านสถานที่ที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ด้านและด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ตามลำดับ

7.3 การทดสอบสมมติฐาน จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีสมมติฐาน 4 ข้อ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูล

ประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน

1.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

1.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

1.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

1.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

1.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ข้อมูล

ประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคาที่แตกต่างกัน

2.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับ

ความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี

2.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

2.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ข้อมูล

ประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ที่แตกต่างกัน

3.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ที่จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-31 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี

3.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ที่จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ มีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ

3.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ที่จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

3.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ที่จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ข้อมูล

ประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน

4.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

8.อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมใน

ระดับมาก เนื่องจากความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นผลมาจากการบริการของผู้ให้บริการหรือขายสินค้านั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541 : 45 - 48 (อ้างถึงใน อารีย์ นาปริง, 2553 : 5) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าพิจารณาถึงความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าและบริการนั้นๆ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของกัญญาชญ์ เอกรัตนธัญ, (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขา สาทร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะศูนย์บริการได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ในปัจจุบันผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจมากกว่าอดีต

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะความชำนาญ

สามารถให้คำแนะนำต่างๆเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการได้ เป็นอย่างดี รองลงมาคือพนักงานบริการด้วยความ สุภาพ นอบน้อม ความรวดเร็วหรือระยะเวลาในการ ให้บริการ ความน่าเชื่อถือของศูนย์บริการเมื่อ เปรียบเทียบกับศูนย์บริการอื่นๆ และลำดับสุดท้าย คุณภาพอะไหล่และคุณภาพงานซ่อมเมื่อเปรียบ เทียบกับศูนย์บริการอื่นๆ อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคมีความ ต้องการศูนย์บริการที่มีพนักงานที่มีความรู้และความ ชำนาญในการปฏิบัติงานเป็นอย่างมากกว่าข้ออื่นใน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา สุวรรณะ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "ความพึง พอใจของลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์บริการ : กรณีศึกษา ศูนย์บริการ บริษัท อีซูซุหาดใหญ่ จำกัด (สำนักงาน ใหญ่) " ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระ โขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูล ประชากรศาสตร์ด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับ ความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคไม่ว่าจะ เป็นเพศชายหรือเพศหญิงมีความพึงพอใจที่เท่าเทียมกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความ พึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะ ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ พบว่า ไม่มีผลต่อ ระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบ แบบสอบถามทุกอาชีพสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และ บริการได้ทุกอาชีพ จึงทำให้ระดับความพึงพอใจไม่ แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูล ประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ไม่มี ผลต่อความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความคิดเห็นหรือความคาดหวังว่า ผลิตภัณฑ์และบริการสามารถตอบสนองตรงตามความ ต้องการได้ จึงไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ เมื่อ เปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับ การศึกษาสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ ได้ทุกระดับ การศึกษาจึงเป็นผลทำให้ระดับความพึงพอใจไม่ แตกต่างกัน

ด้านราคา พบว่า ระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระ โขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วน ใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องความเป็นมาตรฐานของ ราคาสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือความเหมาะสมและคุ้มค่าด้านค่าบริการในระดับ มากที่สุด ราคาค่าบริการและอะไหล่เหมาะสมกับความ พึงพอใจที่ได้รับ ในระดับมากที่สุด และสินค้าและ บริการเหมาะสมคุ้มค่ากับการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ที่สุด อาจเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้ ผู้บริโภคต้องการความเป็นมาตรฐานของราคาสินค้า และบริการมากขึ้นกว่าข้ออื่นๆในด้านราคา ในด้าน ราคาซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ภูวนาด เทียมตะขบ (2553) ได้ศึกษาวิจัย "เรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้า ในเขตจังหวัดปทุมธานี" ซึ่งผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ได้ให้ความสำคัญในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้งศูนย์บริการ การ ให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า กระบวนการรับ แวะซ่อม การให้คำปรึกษาด้านปัญหาเทคนิคเครื่องยนต์ เบื้องต้นของพนักงาน กระบวนการประเมินราคาซ่อม

ห้องรับรองลูกค้า การปฏิบัติงานของฝ่ายช่าง
กระบวนการรับชำระเงิน และกระบวนการส่งมอบ
รถยนต์หลังซ่อม อยู่ในระดับมาก ซึ่งทั้งนี้อาจเป็น
เพราะในปัจจุบันผู้ประกอบการได้มีการจัดราคา ค่าบริการ
หรือราคาสินค้าไว้อย่างเป็นมาตรฐานจึงทำให้ผู้บริโภค
มีความพึงพอใจมากกว่าในอดีต

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึง
พอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระ
โขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูล
ประชากรศาสตร์ด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับ
ความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าผู้บริโภคจะ
เป็นเพศชายหรือเพศหญิงต่างก็สามารถยอมรับราคา
ของผลิตภัณฑ์ได้ไม่ต่างกัน ซึ่งราคาของผลิตภัณฑ์และ
บริการนั้นจะเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขาและจึงถือ
ว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้โดยทั่วกัน เมื่อ
เปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน
อายุ พบว่า มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็น
เพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ซึ่งเล็งเห็น
ความสำคัญด้านราคามากกว่าเนื่องจากมีภาระหรือ
ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันมาก่อนข้างสูงเลยต้องมีการ
จำกัดค่าใช้จ่ายในชีวิตให้เหมาะสมที่สุด เมื่อ
เปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน
อาชีพ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งอาจ
เป็นเพราะราคาของผลิตภัณฑ์ที่ไม่สูงมากนักจึงทำให้
ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพสามารถบริโภคหรือ
เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการได้ เมื่อเปรียบเทียบตาม
ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน
พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ อาจเป็นเพราะ
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านราคาของ
ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกสาขา
และสามารถยอมรับราคาของผลิตภัณฑ์ได้ไม่ต่างกันจึง
เป็นผลทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อ

เปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน
ระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ
ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับ
การศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมด้านราคา
ของผลิตภัณฑ์ได้ไม่แตกต่างกัน

ด้านสถานที่ พบว่า ระดับความพึง
พอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระ
โขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ
คิดเห็นในเรื่องสถานที่เห็นเด่นชัด สะดวกต่อการเข้ารับ
บริการ ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือห้องน้ำสะอาด,
สะดวก,สบายในการเข้ารับบริการ ในระดับมากที่สุด
และสถานที่ ช่องทางเข้า-ออก สะดวกสบาย ในระดับ
มากที่สุด ป้ายแสดงสัญลักษณ์ต่างๆชัดเจน ในระดับ
มากที่สุด ห้องพักรับรองลูกค้าได้รับความสะดวกสบายใน
ระดับมาก และเครื่องดื่มรับรองลูกค้าหลากหลายและ
เป็นที่พอใจ ในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้บริโภคใน
ปัจจุบันใส่ใจในเรื่องสถานที่เห็นเด่นชัด สะดวกต่อการ
เข้ารับบริการ ไม่ว่าจะเป็นที่จอดรถ การเดินทางไป-มา
สะดวกซึ่งในอดีตการเดินทางไม่สะดวกสบายเหมือน
ปัจจุบัน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ภูวนาด เทียมตะขบ
(2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขต
จังหวัดปทุมธานี ซึ่งผลการวิจัยพบว่าด้านความพึง
พอใจของผู้ใช้บริการในด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง
ศูนย์บริการ การให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า
กระบวนการรับแจ้งซ่อม การให้คำปรึกษาด้านปัญหา
เทคนิคเครื่องยนต์เบื้องต้นของพนักงาน กระบวนการ
ประเมินราคาซ่อม ห้องรับรองลูกค้า การปฏิบัติงาน
ของฝ่ายช่าง กระบวนการรับชำระเงิน และ
กระบวนการส่งมอบรถยนต์หลังซ่อม อยู่ในระดับมาก
อาจเนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีความต้องการ

สะดวกสบายในการเดินทางมากขึ้นกว่าอดีตจึงมีความต้องการใช้บริการศูนย์บริการที่เดินทางไป-มาได้สะดวก ใกล้แหล่งขนส่งมวลชนทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางฉะนั้นผู้บริโภคเลยให้ความสำคัญด้านสถานที่มากกว่าในอดีต

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ อาจเป็นเพราะเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นตรงกันในด้านสถานที่ที่มีความสะดวกสบายและเหมาะสมในการเข้ารับบริการ จึงทำให้ไม่มีความแตกต่างในระดับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ยังไม่สามารถเดินทางมาเข้ารับบริการ ได้อย่างสะดวกอาจสืบเนื่องมาจากต้องการใช้เวลาที่มีเพื่อการศึกษาหรือทำงานมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ พบว่า มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการมีความต้องการความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการมากกว่าอาชีพอื่น เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนล้วนแต่ต้องการความสะดวกสบายด้วยกันทั้งสิ้น เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามอาจเห็นว่าระดับการศึกษาทุกระดับก็ล้วนแล้วแต่ต้องการความสะดวก สบาย ในการเข้ารับบริการด้วยกันทั้งสิ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆทำให้ท่านได้รับข่าวสารตรงกับความต้องการในระดับมาก รองลงมาคือมีบริการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายของสินค้าและบริการในระดับมาก ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการเป็นประจำในระดับมาก และรายการโปร โมชั่นลด แลก แจก แถมเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็น โปรโมชันต่างๆ ส่วนลดด้านอะไหล่หรือส่วนลดของการซื้อรถยนต์ใหม่รวมไปถึงของแถมต่างๆ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยกัญญาภรณ์ เอกรัตนธัญ, (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขา สาทร ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านพนักงานให้บริการลูกค้าของศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขา สาทร มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ด้านสถานที่ และด้านข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ ซึ่งอาจเนื่องมาจากการสื่อสารในปัจจุบันมาหลากหลายรูปแบบ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการส่งเสริมการตลาดได้ง่ายกว่าในอดีต จึงมีผลทำให้ผลการศึกษาของงานวิจัยขัดแย้งกัน

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับ

ความพึงพอใจ อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างต้องการให้สินค้าและบริการมีกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดที่คล้ายคลึงกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุพบว่าไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งอาจเป็นเพราะทุกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเช่นเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ พบว่าไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ซึ่งอาจเป็นเพราะทุกอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาอาจมองว่าการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งที่ดี และสามารถทำให้ผู้บริโภคได้รับทราบข่าวสารหรือกิจกรรมของธุรกิจได้ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาพบว่า ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดไม่ได้มีผลใดต่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนหรือราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ

9. ความคิดเห็นอื่นและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านราคารวมไปถึงด้านสถานที่ ที่มีระดับปัจจัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ควรมีการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ในเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่าง

ต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอนำผลจากข้อค้นพบครั้งนี้มาเป็นข้อเสนอแนะจากข้อที่มีความพึงพอใจมากเป็นลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ศูนย์บริการรถยนต์ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร หรือจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคได้ร่วมสนุกหรืออาจเป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมกับทางศูนย์บริการ เพราะในปัจจุบันกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดถือว่ามีความสำคัญมากต่อภาคธุรกิจ ซึ่งจะเห็นได้จากหลายธุรกิจที่ใช้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเข้ามาช่วยเป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์รวมถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจ ตลอดจนควรมีการจัดกิจกรรมให้ผู้บริโภคได้ร่วมสนุกหรืออาจเป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติจริงเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และอยากติดตามต่อไป

บรรณานุกรม

- [1] กอบกฤต พามุขันโต. “ความพึงพอใจและปัญหาของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการบริการรับชำระเงินค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเมืองจังหวัดพังงา”. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2551.
- [2] กัญญากาญจน์ เอกรัตนันธุ์. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร”. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2550.

[3] ฉัตรยาพร เสมอใจ. *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น., 2548. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2550

[4] ชวนชัย เชื้อสาธุน. *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์, 2546

[5] ญัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์. *คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า*. กรุงเทพมหานคร: ประชุมทองปรีณัตถ์กรู๊ป, 2549.

[6] บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*: จามจุรีโปรดักท์, 2554

[7] บุญชม ศรีสะอาด. *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2543

บริษัท โตโยต้า เค.มอเตอร์ส์ ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก

<http://www.kmotors.co.th/about-us,17>

พฤษภาคม 2558.

[8] ปรีชา สุวรรณะ. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์บริการ : กรณีศึกษา ศูนย์บริการ บริษัท อีซูซุหาดใหญ่ จำกัด (สำนักงานใหญ่)”. มหาวิทยาลัยรามคำแหงจังหวัดสงขลา, 2554

[9] ภูวนาถ เทียมตะขบ. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ยอนด้าใน

เขตจังหวัดปทุมธานี”. ประเภทผลงาน IS , ตีพิมพ์2553

[10] เขาวธิดา วงศ์นารี. “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านอินเทอร์เน็ตในจังหวัดร้อยเอ็ด”.

วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2553.

[11] เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์. *การจัดการเชิงกลยุทธ์ : Strategic Management*. อินเฮาส์ โนว์เลจ, 2554

[12] วาภูมิ ต้นดวงศ์วานิชและคณะ. *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2545

[13] สุภร เสรีรัตน์. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัทเออาร์บีทีเนสเพรส, 2544

[14] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. *ศัพท์การบริหาร*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2537

พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ พัฒนาศึกษา, 2541.

การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, 2541

การบริหารงานตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2546.

การบริหารงานตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, 2541. อ้างถึง ใน

[15] อารีย์ นาปรัง. *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการที่ใช้ส่วนประสมทางการตลาด บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553.*

บรรณานุกรม (ต่อ)

[16] สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 (ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2546). กรุงเทพฯ: สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค, 2548.

[17] ไสภณ สุดสาหร่าย. “ปัจจัยการเลือกเข้าสู่ศูนย์บริการรถยนต์ที่ไม่เป็นผู้แทนจำหน่ายของผู้ใช้รถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”. ปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต, 2546

- [18] อองอาจ นัยพัฒน์. *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สามลดา, 2548
- [19] อรชิตันพร วิทยาราววัฒน์และกิตติพันธ์กมลสวัสดิ์ เกียรติ. *ความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ดในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารการเงินการลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ.ปีที่ 3. (เมษายน-มิถุนายน 2556).
- [20] Bourdeau, Leigh Brian. (2005). A New Examination of Service Loyalty : Identification of the Antecedents and Outcomes of Additional Loyalty Framework. Dissertation,
- [21] Chaplin, J. P. (1968). Dictionary of Psychology. New York: Reaquin Book
- [22] Dick, A.S. and Basu, K.,1994, "Customer loyalty : toward an integrated conceptual framework", Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 22 No. 2, pp. 99-113.
- [23] Edvardsson, B., V: Advancing Service Quality: A Global Perspective, ISQA, New York NY
- [24] Fitzgerald, R. M., & Durant, F. (1980). Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: W. B. Saunders.
- [25] Gremler, D.D. and Brown, S.W. ,1996, "Service Loyalty; its nature, importance, and implications." In Edvardsson, B., V: Advancing Service Quality: A Global Perspective, ISQA, New York NY
- [26] Guttman, Jonathon. (1982). A Means-end Chain Model Based on Consumer Categorization Processes. Journal of Marketing.(46): 60-72.
- [27] Harrell, T. W. (1949). Industrial Psychology. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Hawkins, L. D, Roger, J.B & Coney, K. A., 2001.Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 8th ed., The McGraw-Hill Companies Inc..
- [28] Kotler, P. (1994). Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control. (8th ed.).
- [29] Kotler, P. (2003). Marketing Management (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- [30] Kotler, Philip and Keller.(2009). Marketing Management.13th ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- [31] Morgan, Robert M.; & Shelby D. Hunt. (1994). The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing.Journal of Marketing. (58): 20-38.
- [32] Oliver, Richard L. (1999). Whence Consumer Loyally.Journal of Marketing
- [33] Pearce, R. D. (1997). Global Competition and Technology Basingstoke. London: Macmil
- [34] Sirdeshmukh, Deepak; Jagdip Singh; & Barry Sabol. (2002). Consumer Trust, Value and Loyalty in Relational Exchanges.Journal of Marketing. (66): 15-37.
- [35] Solomon, M. R. (1996). Consumer Behavior (3rd ed). Englewood Cliff, NJ.: Prentice-Hall

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

Users' satisfaction on after- sales car service center in Srinakarin road area, Bangkok

ณัฐรดา คล่องดี¹ และณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา² ดร.ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ 2) เพื่อปรับปรุงการให้บริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ 3) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ของประเภทการเข้ารับบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ 4) เพื่อพัฒนาการให้บริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นประเภทเชิงปริมาณ (Quantitative research) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพฯ เรียงลำดับมากไปน้อยมีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X}= 4.17, SD=0.55$) อยู่ในระดับมาก
2. ด้านบุคลากร ($\bar{X}= 4.12, SD=0.58$) อยู่ในระดับมาก
3. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ($\bar{X}= 4.08, SD=0.61$) อยู่ในระดับมาก
4. ด้านสถานที่ ($\bar{X}= 4.06, SD=0.62$) อยู่ในระดับมาก
5. ด้านราคา ($\bar{X}= 3.95, SD=0.63$) อยู่ในระดับมาก
6. ด้านกระบวนการ ($\bar{X}= 3.95, SD=0.66$) อยู่ในระดับมาก
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}= 3.74, SD=0.69$) อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ศูนย์บริการหลังการขาย

Abstract

The objectives of this research was to study of users' satisfaction on after- sales car service center in Srinakarin road area, Bangkok. Then bringing the results of the surveys to improve and develop the processes of efficiency services. Using the theory, ways of satisfaction and services in doing this research. This research was a quantitative research, the questionnaires were used as a collecting data from 400 users after sales car. The frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and f- test were used as a statistic in this research.

The results found that the exampling group was mostly female answering the questionnaires 218 people and female 182. The age was between 31-40, the level of education was in bachelor's degree.

Mostly was a private officials and the income was between 10,001-20,000baht. The answerers were the owner of car. The process of services found that 400 answerers of service after- sales car satisfied at the high level. And testing with the hypothesis found that the different gender had a satisfaction in after- sales car service, prices, locations, office environment and the processes differences. Meanwhile, the males shown the factor of satisfaction more than females. The products and services, the marketing promotion, and staffs had not different satisfaction. The factor of satisfaction after- sales car were arranged from the most to the least by these followings; 1) The productions and services got the \bar{x} at 4.17, SD=0.55 or the high level. 2) The staffs got the \bar{x} at 4.12,SD=0.58 or the high level. 3) The office environment got the \bar{x} at 4.08,SD=0.61 or the high level. 4) The location got the \bar{x} at 4.06,SD=0.62 or the high level. 5) the prices got the \bar{x} at 3.95, SD=0.63 or the high level. 6) the processes got the \bar{x} at 3.95, SD= 0.66 or the high level. And 7) the marketing promotion got the \bar{x} at 3.74, SD=0.69 or the high level.

บทนำ

ปัจจุบันรถยนต์นับว่าเป็นของใช้ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และยังกล่าวได้ว่าเป็นปัจจัยที่หาได้ยากทีเดียว เนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อทำธุรกรรม การท่องเที่ยวและอื่น ๆ ได้อย่างมากมาย ดังนั้นจะเห็นได้ว่ารถยนต์แต่ละยี่ห้อต่างทำการส่งเสริมกันอย่างต่อเนื่องเพื่อแข่งขันแบ่งทางการตลาดกันอย่างรุนแรง อันส่งผลให้ยอดขายรถยนต์ในอุตสาหกรรมยานยนต์มียอดขายสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีปริมาณความต้องการยานยนต์ที่เพิ่มขึ้นในภูมิภาคที่มีประชากรหนาแน่นอย่างเอเชียแปซิฟิกจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตรถยนต์ผู้ผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์และผู้ให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมยานยนต์มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกหลายปีข้างหน้า แสดงให้เห็น โอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการด้านยานยนต์ด้วย

โดยสถานะโดยรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย มีการเปิดเสรี ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกรถยนต์ซึ่งมีระดับการผลิตสูงขึ้น ธุรกรรมรถยนต์และตลาดผู้บริโภคมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเมื่อตลาดผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว สิ่งที่จะเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในธุรกิจยานยนต์ก็คือ การบริการหลังการขาย เช่น การซื้ออะไหล่รถยนต์ การเช็คสภาพรถยนต์ตามระยะทางตามระยะเวลา เป็นต้น ดังนั้นการบริการหลังการขายในตลาดรถยนต์แต่ละยี่ห้อจึงได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้มากขึ้นและได้มีการวางแผนกล

ยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อใช้ในการแข่งขันกันในการให้บริการหลังการขายเพื่อเป็นการดึงดูดและรักษาส่วนแบ่งการตลาดเอาไว้ ฉะนั้นแล้วศูนย์บริการหลังการขายจึงเข้ามาบทบาทที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โดยเฉพาะศูนย์บริการหลังการขาย ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาพิจารณาในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ เพราะผู้บริโภคมีความต้องการที่จะได้ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพและมีการบริการที่ดีเนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต้องมีการซ่อมบำรุงอยู่เสมอ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายจึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วน เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจที่มากขึ้น และเกิดความภักดีต่อตราสินค้าในที่สุด ด้วยนโยบายสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าในการบริการหลังการขาย ซึ่งทางศูนย์บริการรถยนต์มิตซูบิชิได้จัดทำดัชนีชี้วัดที่มีลูกค้าที่เข้ารับบริการในปี 2557 ที่ผ่านมามีจำนวน 11,766 ราย (www.mitsubauto city.com) ศูนย์บริการคาดว่าจะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างสูงสุด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษางานวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครเพื่อเป็นประโยชน์กับศูนย์บริการหลังการขาย ที่จะนำข้อมูลไปปรับปรุงหรือพัฒนาให้เกิดผลดีต่อยอดการเข้าใช้บริการและเกิดการเข้าใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค ตลอดจนนำไปปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพ

การทำงานและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันให้มากขึ้น รวมทั้งสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่าน ศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อปรับปรุงการให้บริการ ผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่าน ศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะมีฐานข้อมูลบันทึกไว้ ณ ศูนย์บริการหลังการขาย ซึ่งยังไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS มีขั้นตอน

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218คนและเพศหญิง จำนวน 182คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปีมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทและมีสถานภาพเป็นเจ้าของรถ

ตารางที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขายของศูนย์

3. เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ของประเภทการเข้ารับบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่าน ศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

4. เพื่อพัฒนาการให้บริการ ผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

ดังนี้ 1) นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ 2) วิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลส่วนบุคคลโดยใช้ความถี่และร้อยละ 3) วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย โดยใช้ค่า เฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ จะใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (องอาจ นัยวัฒน์, 2548 :88) และค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสองกลุ่มใช้ t-test ในการหาค่าความแตกต่างตัวแปรระหว่าง 2 กลุ่มค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) หาค่าความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่ม

บริการรถยนต์ ในย่าน ศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D	t	df	Sig

ศูนย์บริการ รถหลังการ ขาย						
ด้าน ผลิตภัณฑ์	ชาย	4.2	0.5	1.78	39	0.07
และ บริการ	หญิง	4.1	0.5		8	6
		1	7			

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
 ความแตกต่าง ในเรื่องระดับความพึงพอใจของ
 ผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการ
 รถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้าน
 ผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามเพศโดยใช้สถิติ t-test
 พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ
 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง
 (H_1) หมายความว่า ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์
 ด้านเพศ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ
 ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของ
 ศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
 กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แตกต่าง
 กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับ
 การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการเป็น
 เจ้าของรถที่

แตกต่างกันมีผลระดับระดับความพึงพอใจ
 ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของ
 ศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
 กรุงเทพฯ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่
 แตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติ
 Anovaเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความ พึง พอใจ	แหล่ง ความ	D f	SS	MS	F- Rat io	Sig
---------------------	---------------	--------	----	----	-----------------	-----

ของ ผู้ใช้บริ การ ศูนย์บริ การ หลัง การขาย	แปรปร วน					
อายุ	ระหว่าง กลุ่ม	4	1.301	0.3		
	ภายใน	39	123.1	25	1.0	0.3
	กลุ่ม	5	25	0.3	44	84
	รวม	39	124.4	12		
		9	27			
ระดับ การศึก ษา	ระหว่าง กลุ่ม	3	1.645	0.5		
	ภายใน	39	122.7	48	1.7	0.1
	กลุ่ม	6	82	0.3	68	53
	รวม	39	124.4	10		
		9	27			
อาชีพ	ระหว่าง กลุ่ม	4	0.496	0.1		
	ภายใน	39	123.9	24	0.3	0.8
	กลุ่ม	5	31	0.3	95	12
	รวม	39	124.4	14		
		9	27			
สถานภ าพการ เป็น เจ้าของ รถ	ระหว่าง กลุ่ม	3	2.080	0.6		
	ภายใน	39	122.3	93	2.2	0.0
	กลุ่ม	6	47	0.3	44	83
	รวม	39	124.4	09		
		6	27			

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
 ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ใน
 ย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และ

บริการ จำแนกตามกลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ตามลำดับ โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.384, 0.153, 0.812 และ 0.083 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ากลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 3 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ Welch	1.436	4	118.393	0.226

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่น

คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านราคาที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D	t	df	Sig
ด้านราคา	ชาย	4.0	0.5	2.29	39	0.022
	หญิง	3.8	0.6			
		7	6			*

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย	แหล่งแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.053	0.513	1.297	0.271
	ภายในกลุ่ม	39	156.329	0.396		
	รวม	43	158.382			
	ระหว่างกลุ่ม	3	3.690	1.230		
	ภายในกลุ่ม	39	154.692	0.391		
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3	3.690	1.230	3.149	0.025*
	ภายในกลุ่ม	39	154.692	0.391		
	รวม	42	158.382			
	ระหว่างกลุ่ม	4	3.670	0.918		
	ภายในกลุ่ม	39	154.712	0.392		
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.670	0.918	2.343	0.054
	ภายในกลุ่ม	39	154.712	0.392		
	รวม	43	158.382			
	ระหว่างกลุ่ม	5	158.382			
	ภายในกลุ่ม	39				

กรุงเทพมหานคร ด้านราคาจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.022 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา แตกต่างกันได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Anova เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามกลุ่มอายุ และอาชีพ โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.271 และ 0.054 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มอายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ตามกลุ่มระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการ

รถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคาแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 6 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านราคาแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	Statistic	df1	df2	Sig.
รายได้ต่อเดือน	5.260	4	116.848	0.001**
สถานภาพการเป็นเจ้าของรถ	0.050	3	56.388	0.985

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์

กรุงเทพมหานคร ด้านราคาจำแนกตามกลุ่มสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.985 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคาแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

	t-test for Equality of Means
--	------------------------------

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	เพศ	\bar{X}	S.D	t	df	Sig
ด้านสถานที่	ชาย	4.1	0.6	3.82	39	0.000*
	หญิง	6	2			
	รวม	3.9	0.6			

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จำแนกตามเพศ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย	แหล่งแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.32	0.582	1.493	0.204
	ภายในกลุ่ม	39	8	0.390		
	ภายในกลุ่ม	5	153.	982		
	รวม	39	156.	310		
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	4	2.32	0.582	1.493	0.204
	ภายในกลุ่ม	39	8	0.390		
	ภายในกลุ่ม	5	153.	982		
	รวม	39	156.	310		
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.59	0.650	1.670	0.156
	ภายในกลุ่ม	39	9	0.389		
	ภายในกลุ่ม	5	153.	711		
	รวม	39	156.	310		
สถานภาพการเป็นเจ้าของรถ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.36	0.455	1.164	0.323
	ภายในกลุ่ม	39	6	0.391		
	ภายในกลุ่ม	6	154.	944		
	รวม	39	156.	310		

ตารางที่ 8 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึง

พอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย
ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่แตกต่างกัน สถิติ
ที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Anova เพื่อ
ทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ใน
ย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่
จำแนกตามกลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและ
สถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ตามลำดับ โดยใช้สถิติ
ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.204, 0.204, 0.156 และ
0.323 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก
(H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ากลุ่ม
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและสถานภาพการเป็น
เจ้าของรถ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของ
ศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 9 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้
ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึง
พอใจของผู้ใช้

บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของ
ศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
กรุงเทพมหานครด้านสถานที่แตกต่างกัน
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test
เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการ หลังการขาย	Statistic	df1	df2	Sig.
รายได้ต่อเดือน	8.159	4	115.122	0.000**

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ
ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ใน
ย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านสถานที่จำแนก
ตามรายได้ต่อเดือนโดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า
Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1)
หมายความว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้
ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลัง
การขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
กรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 10 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะ
ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ
ระดับความพึง

พอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย
ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์
กรุงเทพฯ ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t
(independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึง พอใจของ ผู้บริกา ร ศูนย์บริกา	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D	t	df	Sig

รหลังการ ขาย						
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ชาย	3.7	0.6	1.31	39	0.18
	หญิง	8	8	6	8	9
	ง	3.6	0.7			
		9	0			

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.189 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 11 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึง พอใจของ ผู้ให้บริการ ศูนย์บริการ	Statistic	df1	df2	Sig.
---	-----------	-----	-----	------

หลังการ ขาย				
อายุ	0.996	4	40.311	0.421
ระดับ การศึกษา	0.755	3	98.533	0.552
รายได้ต่อ เดือน	1.112	4	113.518	0.355
สถานภาพ การเป็น เจ้าของรถ	1.519	3	54.709	0.220

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่าง ในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ตามลำดับโดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 12 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ อาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig
อาชีพ	ระหว่างกลุ่มภายในกลุ่มรวม	4 395 399	6.472 185.768 192.240	1.61 8 0.47	3.44 1	0.009**

ตารางที่ 13 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 5 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลิกภาพแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Anova เพื่อทดสอบสมมติฐาน จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ Anova พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D	t	df	Sig
ด้านบุคลิกภาพ	ชาย	4.1	0.5	1.91	39	0.05
	หญิง	7	7			
	ง	4.0	0.5	8	8	6
		6	9			

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ t-Test ด้านบุคลิกภาพ จำแนกตามเพศ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.056ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	แหล่งแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.193	0.79	2.	0.05
	ภายในกลุ่ม	395	134.096	8	35	
	ภายในกลุ่ม	399	137.290	0.33	9	
	รวม	399		0.33	2	
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.039	0.51	1.	0.20
	ภายในกลุ่ม	395	135.250	0	48	
	ภายในกลุ่ม	399	137.290	0.34	9	
	รวม	399		0.34	2	
รายได้ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	4	4.522	1.13	3.	0.01
	ภายในกลุ่ม	395	132.768	0	36	
	ภายในกลุ่ม	399	137.290	0.33	3	
	รวม	399		0.33	6	
สถานภาพการเป็นเจ้าของรถ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.145	0.71	2.	0.10
	ภายในกลุ่ม	396	135.145	5	09	
	ภายในกลุ่ม	399	137.290	0.34	5	
	รวม	399		0.34	1	

กันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 14 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน

อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Anova เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถโดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.054, 0.205 และ 0.100 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ากลุ่มอายุ อาชีพและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคาตามรายได้ต่อเดือนโดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของ

ศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 15 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับ

การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	Statistic	df1	df2	Sig.
ระดับการศึกษา	3.665	3	100.652	0.015*

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรจำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 16 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 6 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	ชาย	4.1	0.6	2.57	39	0.010*
	หญิง	5	0			
	ง	4.0	0.6	4	8	*
	0	2				

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ t-Test ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ จำแนกตามเพศ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.303	0.826	2.176	0.071
	ภายในกลุ่ม	395	149.915	0.380		
	รวม	399				
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	4	2.433	0.608	1.594	0.175
	ภายในกลุ่ม	395	150.784	0.382		
	รวม	399	153.218			
สถานภาพการเป็นเจ้าของรถ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.699	0.566	1.480	0.219
	ภายในกลุ่ม	396	151.519	0.383		
	รวม	399	153.218			

ตารางที่ 17 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุ อาชีพ และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Anova เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ จำแนกตามกลุ่มอายุ อาชีพ และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถโดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.071, 0.175 และ 0.219 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ากลุ่มอายุ อาชีพและสถานภาพการเป็นเจ้าของรถที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านราคา ตามรายได้ต่อเดือนโดยใช้สถิติ ANOVA พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กลุ่มรายได้

ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 18 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	Statistic	df1	df2	Sig.
ระดับการศึกษา	1.082	3	100.004	0.360
รายได้ต่อเดือน	3.448	4	117.073	0.011*

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.360 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้าน

ลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 19 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 7 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	t-test for Equality of Means					
	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig

ด้าน	ชาย	4.0	0.6	2.14	39	0.033*
กระบวนการ	หญิง	2	3	1	8	*
าร	ง	3.8	0.6			
ให้บริการ		7	8			

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างในเรื่องระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ t-Test ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามเพศ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 20 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือสถิติ Welch test เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย	Statistic	df1	df2	Sig.
อายุ	1.672	4	40.106	0.175

ระดับการศึกษา	2.240	3	100.583	0.088
อาชีพ	4.478	4	34.643	0.005**
รายได้ต่อเดือน	1.915	4	111.351	0.113

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนตามลำดับ โดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.175, 0.088, 0.113 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอาชีพโดยใช้สถิติ Welch test พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 21 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันสถิติที่ใช้ใน

การวิเคราะห์ คือสถิติ Anova เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามสถานภาพการเป็นเจ้าของรถ โดยใช้สถิติ Anova พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.644 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพการเป็นเจ้าของที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ ด้านกระบวนการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ศูนย์บริการหลังการขาย	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F-Ratio	Sig
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.732	0.244	0.556	0.644
	ภายในกลุ่ม	396	173.752	0.439		
	รวม	399	174.484			

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์กรุงเทพฯ โดยรวม 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจเป็นเพราะผลมาจากลักษณะความพึงพอใจในทางเดียวกัน ตรงกับแนวคิดของซีคอร์ดและแบคแมน (Secord and Backman, 1964. อ้างถึงใน กมลชวนวัน 2552:10) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเกิดจากความต้องการ และความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ บุคคลในองค์กรอาจเกิดความ

พึงพอใจที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผลของความสำเร็จของงานที่แตกต่างกัน บางคนอาจเกิดความพึงพอใจเพราะลักษณะของงาน หรืออาจเพราะเพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปรจิราธิอาภรณ์รัตน์ (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดนครพิงค์เวอร์คช็อปไฮเวย์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Services Marketing Mix) ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านบุคลากรปัจจัยด้านสถานที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร จำแนกได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องศูนย์บริการเป็นมาตรฐานมาตรฐาน เช่น อุปกรณ์เครื่องมือช่าง รองลงมาคือความเหมาะสมด้านสินค้าและบริการ เช่น อะไหล่แท้ และลำดับสุดท้ายคือความเหมาะสมการรับประกันคุณภาพสินค้า/บริการ 6 เดือน 10,000 กม.อยู่ในระดับมาก ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ศูนย์บริการหลังการขายมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องจึงทำให้ผู้บริโภคมีความชื่นชอบ และพึงพอใจที่จะเข้าใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภูวนาทเทียมตะขบ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมาก

2. ด้านราคา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความเป็นมาตรฐานของค่าบริการเทียบกับศูนย์บริการอื่น ๆ รองลงมาด้านราคาเหมาะสมกับประสิทธิภาพงานซ่อมที่ได้รับและลำดับความเหมาะสมด้านค่าบริการอาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการสามารถทราบ

ราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ ได้อย่างชัดเจนจึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการรับบริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภูวนาทเทียมตะขบ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมาก

3. ด้านสถานที่ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความสะอาดของสถานที่ให้บริการ รองลงมาคือความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์บอกจุดบริการมีความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกและมีจุด/ช่อง การให้บริการมีความเหมาะสมและเข้าถึงได้สะดวกทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการด้านสถานที่ทั้งเรื่องความสะอาด ความชัดเจนของป้ายสัญลักษณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่บริการ จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญากาญจน์ เอกรัตนธัญ, (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขา สาทร.” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการของศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร โดยพิจารณารายด้าน พบว่า ด้าน พนักงานให้บริการลูกค้าของศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร มีระดับความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่ และด้านข้อมูลข่าวสารตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวม

อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องมีบริการส่งเสริมการขายที่หลากหลายของสินค้าและบริการรองลงมา คือรายการ โปร โมชั่น เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆและลำดับสุดท้าย การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการอย่างเป็นประจำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีที่กิจการหรือธุรกิจมีการจัดการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรวรรณ คงปรีชา, (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการร้านถ่ายภาพ(สตูดิโอ)ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีบทบาทต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ

5. ด้านบุคลากร พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ในย่าน ศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพรองลงมาพนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีการให้บริการเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ และลำดับสุดท้ายความเหมาะสมในการแต่งกายของผู้ให้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้ศูนย์บริการหลังการขายให้บริการด้วยความความเต็มใจ ซื่อสัตย์สุจริต และมีความรู้

ความสามารถในงาน รวมถึงการบริการอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญากาญจน์ เอกรัตน ณัฐ, (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการของศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร ให้ความสำคัญด้าน พนักงาน ให้บริการลูกค้าของศูนย์ซ่อมรถโตโยต้า สาขาสาทร มีระดับความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก

6. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่าน ศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องห้องรับรองมีอุณหภูมิที่เหมาะสม ปราศจากเสียง กลิ่น คิว้น ฝุ่น รบกวนรองลงมาห้องรับรองมีสัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตอย่างมีคุณภาพ และลำดับสุดท้ายมีความเหมาะสมด้านความปลอดภัย เช่น ระบบ ปรก. ฯลฯ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพแล้ว ก็ยังต้องการบรรยากาศ ความสะอาดสบาย และการรักษาความปลอดภัยที่ดีสำหรับที่พักผ่อนระหว่างรอรับการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกวนาถิยมาตยะขบ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้งศูนย์บริการ การให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้ากระบวนการรับแจ้งซ่อมการให้คำปรึกษาด้านปัญหาเทคนิคเครื่องยนต์เบื้องต้นของพนักงานกระบวนการประเมินราคาซ่อมห้องรับรองลูกค้าการปฏิบัติงานของฝ่ายช่าง

กระบวนการรับชำระเงินและกระบวนการส่งมอบรถยนต์หลังซ่อมอยู่ในระดับมาก

7. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังการขาย ของศูนย์บริการรถยนต์ ในย่านศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากในเรื่องความรวดเร็ว ครอบคลุม และถูกต้องด้านเอกสาร รองลงมาความรวดเร็วในการต้อนรับจุดแจ้งซ่อม ความรวดเร็วแม่นยำในการวิเคราะห์อาการแจ้งซ่อม และลำดับสุดท้ายความรวดเร็วในขั้นตอนการซ่อมบำรุง อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามต่างต้องการได้รับ

เอกสารอ้างอิง

[1] บุญญฤทธิ์ เรื่องสมบูรณณ์และสมศักดิ์มีเสถียร.ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์บ็อกซ์เซอร์วิสมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2557.

[2] ปรีชาสุวรรณ.ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการศูนย์บริการ : กรณีศึกษาศูนย์บริการบริษัทอิชูซุหาดใหญ่จำกัด (สำนักงานใหญ่).มหาวิทยาลัยรามคำแหงจังหวัดสงขลา, 2554.

[3] ภูวนาล เทียมตะขบ. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี. ประเภทผลงาน IS , ตีพิมพ์,2553.

[4] ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.การบริหารงานตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2546.

..... ศัพท์การบริหาร.กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา, 2536

.....พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ พัฒนาศึกษา, 2541.

กระบวนการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ครอบคลุม และถูกต้องแม่นยำในการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภูวนาลเทียมตะขบ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขายของรถยนต์ฮอนด้าในเขตจังหวัดปทุมธานี” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้งศูนย์บริการ การให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้ากระบวนการรับแจ้งซ่อมการให้คำปรึกษาด้านปัญหาเทคนิคเครื่องยนต์เบื้องต้นของพนักงานกระบวนการประเมินราคาซ่อมห้องรับรถลูกค้าการปฏิบัติงานของฝ่ายช่างกระบวนการรับชำระเงินและกระบวนการส่งมอบรถยนต์หลังซ่อมอยู่ในระดับมาก

[5] สุมณา อยู่โพธิ์.ตลาดบริการ.โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กรุงเทพฯ, 2544

[6] เสรี วงษ์มณฑา. หลักการโฆษณา. บริษัทธรรมสาร จำกัดกรุงเทพฯ,2546.

[7] อารีย์ เขาจารย์และสุพัชรจิต จิตประไพ.การบริหารประสิทธิภาพลูกค้าของศูนย์บริการรถยนต์กรณีศึกษาศูนย์บริการรถยนต์อิชู

[8] ชู. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชานวัตกรรม การบริการวิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.

[9] อรชันทัน พรวิทวารวัฒน์และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ.ความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อศูนย์บริการรถยนต์ฟอร์ด ในเขตกรุงเทพมหานคร.ตีพิมพ์ในวารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรังสิต ปีที่3 ฉบับที่2 เมษายน-มิถุนายน 2556.

[10] งามอาจ นัยพัฒน์. วิธีวิทยาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.

กรุงเทพฯ : สามลดา, 2548.

[11] Chaplin. *Dictionary of Psychology*. New York : Dell., 1968.

[12] Fitzgerald, R. M., & Durant, F. (1980). Handbook on Formative and Summative Evaluation of

[13] Student Learning. New York: W. B. Saunders.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยสาขา

เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี

User Satisfaction on Microfinance Institution of the Mall Ngamwongwan Branch, Nonthaburi Province

ทิพมาศ ใจสะอาด¹ ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา² ดร.ศศิธร วัฒนพันธ์³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี และ เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 345 ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย มีความพึงพอใจในการใช้บริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย ที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ

Abstract

This research study aims to determine the level of consumer's satisfaction of the financial institutions in The Mall, Nonthaburi. By collecting data from surveys of consumer were 345 samples used in the study was questionnaire. The study found that consumer had satisfaction of the service at a high level. The consumer was different gender, age, marital status, education, occupation and monthly income influenced the level of satisfaction of the service at .05 significantly.

Keyword: satisfaction

บทนำ

ในโลกธุรกิจทุกวันนี้เป็นโลกเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงผันผวนอยู่ตลอดเวลาทำให้ธุรกิจไม่สามารถหยุดนิ่งได้ ปัจจุบันธุรกิจการให้บริการสินเชื่อมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยและสถาบันการเงินจากต่างประเทศที่เข้ามาดำเนินธุรกิจภายในประเทศไทยได้อย่างเสรีภาพมากขึ้น อันเนื่องจากข้อตกลง BIBF (Bangkok International Business Fund) เช่นเดียวกับสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกัน ธุรกิจต้องปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยจะต้องมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจภายในประเทศ ยิ่งในความเป็นจริงผู้ใช้บริการมีทางเลือกใช้บริการสถาบันการเงินได้อย่างหลากหลาย ธุรกิจสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยก็มีการเปลี่ยนแปลงปรับภาพลักษณ์และกระบวนการทัศน์ในการทำงานและการให้บริการรวมถึงการสื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงการบริการในรูปแบบใหม่ๆ เพราะนอกจากความเคลื่อนไหวของกลุ่มแข่งในตลาดแล้วความคาดหวังของผู้ใช้บริการก็ได้มีการพัฒนาการที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้นสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยจึงจำเป็นต้องหาวิธีการต่างๆ ในการที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการที่สถาบันการเงินนั้นๆ ต่อไปและทำให้สถาบัน

การเงินสามารถที่จะครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด อันนำมาซึ่งกำไรซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการประกอบธุรกิจ ทุกธุรกิจมีเป้าหมายโดยมุ่งไปที่ลูกค้าทั้งสิ้นคือการยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางของการตัดสินใจดำเนินการต่างๆ ของกิจการการให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Customer satisfaction) จะทำให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและถือเป็นสิ่งสำคัญต่อความอยู่รอดและเติบโตขององค์กร โดยการวางกลยุทธ์และกำหนดวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้ผู้ใช้บริการซื้อสินค้าและบริการซ้ำๆ จนเป็นลูกค้าประจำเพื่อให้ลูกค้าจะไม่ไปซื้อสินค้าหรือบริการจากคู่แข่งจนการสร้างความพึงพอใจที่สูงกว่าคู่แข่งจึงเป็นภารกิจที่สำคัญของผู้บริหารของทุกองค์กรสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี จัดทะเบียนก่อตั้งเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2535 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนที่เรียกชำระแล้วทั้งสิ้น 250 ล้านบาทได้เริ่มก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยญี่ปุ่น โดยประกอบธุรกิจให้บริการสินเชื่อรายย่อย (Retail Finance) แก่ลูกค้าในหลากหลายรูปแบบทั้งสินเชื่อและบริการบัตรเครดิตคิดสินเชื่อ บริการสินเชื่อเช่าซื้อ บริการสินเชื่อส่วนบุคคลและอื่นๆ และได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2544

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและเพศหญิงที่ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้กำหนดขนาดของตัวอย่างด้วยการใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของสูตรของ W.G. Cochran (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวิฑู เอกะกุล, 2543) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% จากจำนวนประชากรทั้งหมดได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 345 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ จำนวน 345 คน เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อ

เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน (คิดเป็นร้อยละ 67.5) อายุระหว่าง 20 – 35 ปี จำนวน 139 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.3) สถานภาพสมรสจำนวน 134 คน (คิดเป็นร้อยละ 38.8) การศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 167 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.4) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 169 คน (คิดเป็นร้อยละ 49.0) รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทจำนวน 101 คน (คิดเป็นร้อยละ 29.3)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยเพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขา เดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	3.553	.724	-.502	64.096	.618
	หญิง	3.611	.395			

จากตารางที่ 1 พบว่ามีค่า t เท่ากับ -.502 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.618 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่

แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
สถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน
จังหวัดนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบัน
การเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน
จังหวัดนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
Welch สถานภาพ	3.238	2	47.633	.000**
Welch อาชีพ	28.856	2	113.930	.000*
Welch รายได้ ต่อเดือน	10.777	4	28.785	.000*

จากตารางที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มี
อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่
รายย่อยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 **ตารางที่ 3** ความพึงพอใจของ
ผู้ให้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะ
มอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผลิตภัณฑ์

ความ พึง พอใจ ของ ผู้บริ การ	แหล่ง ความ แปรปรว น	SS	df	MS	F	Sig.
Anova อายุ	ระหว่าง กลุ่ม	2.553	2	1.27 7	4.519	.013 *
	ภายใน กลุ่ม	32.771	116	.283		

	รวม	35.324	118			
Anova การศึ ษา	ระหว่าง กลุ่ม	5.880	2	2.94 0	1.942	.000 *
	ภายใน กลุ่ม	29.444	116	.254		
	รวม	35.324	118			

จากตารางที่ 3 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุ
และการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึง
พอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย
สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้าน
ผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบัน
การเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน
จังหวัดนนทบุรี ด้านราคา

ความพึง พอใจของ ผู้บริ การ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านราคา	ชาย	4.276	.597	-2953	77.03	.004**
	หญิง	4.555	.432		5	

จากตารางที่ 4 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้าน
เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการ
ปฏิบัติงาน ด้านราคา ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบัน
การเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน
จังหวัดนนทบุรี ด้านการได้รับการยกย่องนับถือ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
Welch อายุ	3.654	2	76.375	.031*
Welch การศึกษา	2.697	2	76.352	.074
Welch อาชีพ	4.413	2	119.310	.014*
Welch รายได้ต่อเดือน	2.369	4	113.665	.057

จากตารางที่ 5 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุและอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยด้านราคาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านราคาจำแนกตามการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อยด้านราคาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 ข้อมูลประชากรศาสตร์อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อด้านสถานที่ ด้านสถานที่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบัน		Statistic	df1	df2	Sig
					F	Sig.				
Anova สถานที่ภาพ	ระหว่างกลุ่ม	7.120	2	3.560	16.669	.000*	2.624	2	200.109	.075
	ภายในกลุ่ม	24.775	116	.214	Welch					
	รวม	31.895	118		สถานภาพ					
					Welch		10.539	2	175.002	.000*
					การศึกษา					

จากตารางที่ 6 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านลักษณะของงาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านสถานที่	ชาย	3.978	.616	.063	117	.950
	หญิง	3.972	.502			

จากตารางที่ 7 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ข้อมูลประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านสถานที่

Welch รายได้ต่อเดือน	3.901	4	108.826	.005*
----------------------	-------	---	---------	-------

จากตารางที่ 8 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพ การศึกษาและ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงิน สิ้นเชื่อรายย่อยด้านสถานที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อยด้านสถานที่จำแนกตามอายุ ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อยด้าน สถานที่ไม่แตกต่าง

ตารางที่ 9 ข้อมูลประชากรศาสตร์อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงิน สิ้นเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัด นนทบุรี ด้านลักษณะของงาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริกา ร	แหล่ง ความ แปรปรว น	SS	df	MS	F	Sig.
Anova อาชีพ	ระหว่าง กลุ่ม	1.61	1	.806	2.66	.07
	ภายใน กลุ่ม	102.183	338	.302	5	1
	รวม	103.795	340			

จากตารางที่ 9 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย ด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งาม วงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านการ ส่งเสริมทาง การตลาด	ชาย	4.617	.419	-3.183	81.2	.002**
	หญิง	4.847	.326		92	

จากตารางที่ 10 ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่ แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งาม วงศ์วาน จังหวัดนนทบุรีด้านการส่งเสริมทางการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านการ ส่งเสริมทางการตลาด

ความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ	Statisti c	df 1	df2	Sig
Welch อายุ	3.667	4	216.503	.027*
Welch สถานภาพ	2.720	2	226.748	.068

Welch อาชีพ	8.657	2	117.130	.000*
Welch รายได้ต่อเดือน	5.937	4	109.431	.000*

สถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผู้ให้บริการ

จากตารางที่ 11 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อยด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ข้อมูลประชากรศาสตร์การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยสาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
Anova การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	19.238	2	9.641	20.796
	ภายในกลุ่ม	158.557	342	.464	
	รวม	177.839	344		

จากตารางที่ 12 ประชากรศาสตร์ด้านการศึกษา ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อย ด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านผู้ให้บริการ	ชาย	4.021	.546	3.850	117	.000**
	หญิง	3.666	.451			

จากตารางที่ 13 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้าน เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
Welch สถานภาพ	9.240	2	222.873	.000**
Welch อาชีพ	.637	2	129.899	.530
Welch รายได้ต่อเดือน	9.534	4	114.947	.000**

จากตารางที่ 14 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน

ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อยด้านผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุและการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเคอะมอลล้งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Anova อายุ	ระหว่างกลุ่ม	1.900	2	.950	2.590	.077
	ภายในกลุ่ม	125.429	342	.367		
	รวม	127.329	344			
Anova การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	8.252	2	4.126	20.796	.000**
	ภายในกลุ่ม	119.076	342	.384		
	รวม	127.329	344			

จากตารางที่ 15 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุและการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อย ด้านผู้ให้บริการแตกต่างกัน

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย

สาขาเคอะมอลล้งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผู้ให้บริการจำแนกตามการศึกษาโดยใช้สถิติ Anova พบว่าด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 หมายถึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อรายย่อยด้านผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการศึกษาสมมติฐานข้อที่ 6 ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเคอะมอลล้งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการแตกต่างกันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการทดสอบค่า t (independent t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ	ชาย	3.89	.65	3.18	11	.002*
	หญิง	3.55	.50			
	รวม	5	0			

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเคอะมอลล้งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้าน

สภาพแวดล้อมของการให้บริการจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่ามีค่า t เท่ากับ 3.184 และมีค่า Sig. ต่ำกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านผู้ให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุและรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
Welch อายุ	9.534	4	114.947	.002**
Welch รายได้ต่อเดือน	13.699	4	122.782	.000**

จากตารางที่ 17 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุและรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะ

มอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	แหล่งแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Anova สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	9.031	2	4.515	13.103	.000**
	ภายในกลุ่ม	117.855	342	.345		
	รวม	126.380	344			
Anova การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	11.278	2	5.639	16.682	.000**
	ภายในกลุ่ม	115.607	342	.338		
	รวม	126.885	344			
Anova อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	1.966	2	.983	2.688	.069
	ภายในกลุ่ม	123.600	338	.366		
	รวม	125.566	340			

จากตารางที่ 18 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพการศึกษาและอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ข้อมูลประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยเพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สถาบันการเงินสินเชื่อย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านกระบวนการให้บริการ	ชาย	3.617	.657	1.143	117	.225
	หญิง	3.500	.459			

จากตารางที่ 19 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านกระบวนการให้บริการไม่แตกต่าง

ตารางที่ 20 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	Statistic	df1	df2	Sig
Welch สถานภาพ	74.540	2	219.637	.000**

จากตารางที่ 20 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อย่อยด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ข้อมูลประชากรศาสตร์ตามอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ด้านกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Anova อายุ	ระหว่างกลุ่ม	20.471	2	10.235	21.620	.000*
	ภายในกลุ่ม	161.909	342	.473		*
	รวม	182.380	344			
Anova การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	40.242	2	20.121	48.413	.000*
	ภายในกลุ่ม	142.138	342	.416		*
	รวม	182.380	344			
Anova อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	22.422	2	11.221	23.796	.000*
	ภายในกลุ่ม	159.386	338	.472		*
	รวม	181.828	340			
Anova รายได้ต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	45.078	4	11.270	27.907	.000*
	ภายในกลุ่ม	137.302	340	.404		*
	รวม	182.380	344			

จากตารางที่ 21 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ตามอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อย่อย ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการให้บริการถือเป็นภารกิจหลักที่ส่งผลให้สถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และการให้บริการที่มีคุณภาพถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการให้บริการเพื่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผู้ให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับนิวคัมเมอร์ Newcumer (1995 หน้า 2) กล่าวว่า ความพึงพอใจเกิดจากการตอบสนองความต้องการผู้วิจัยขอแนะนำเสนอการอภิปรายเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรีด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก อันเนื่องจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการ รวมถึงความเอาใจใส่และความจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ พาราสุรามาน (Parasuraman, et al. 1990 ; Parasuraman and Grewal, 2000) ได้กล่าวไว้ว่าการเข้าใจ

และรู้จักผู้รับบริการ (Empathy) คือผู้ให้บริการที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ ศึกษาความต้องการของผู้รับบริการแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่องใช้เป็นแนวทางในการบริการให้ผู้รับบริการแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

2. ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดอันเนื่องมาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรีเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบการบริการเทียบกับราคาค่าบริการที่ต้องจ่ายออกไปโดยผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ และรวมทั้งมีฟรีอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี จึงเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรธณี ชูทัยเจนจิต (2550 หน้า 14) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกในทางบวกความรู้สึกที่ดีที่ประทับใจต่อสิ่งเร้าต่างๆ ไม่ว่าจะสินค้าและบริการ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

3. ด้านสถานที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากอันเนื่องมาจากผู้ให้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรีจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกมีสถานที่กว้างขวางเพียงพอมีความสะอาดปลอดภัยและยังคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย ในทุกด้านสอดคล้องกับ

งานวิจัยของปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ(2553) ศึกษา งานวิจัยเรื่องความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้านแพ้ว จังหวัด สมุทรสาคร ปัจจัยด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้ง ความมั่นคง ของธุรกิจบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มี ต่อคุณภาพการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาบ้าน แพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุดอันเนื่องจากผู้ใช้บริการสถาบัน การเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี จะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการทั้งในด้านคุณภาพการ บริการและภาพลักษณ์ของการบริการผ่านทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วย ประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป รวมทั้งการจัดทำ Promotion แจกของชำร่วย และแจกเป็นคู่มือแลกซื้อ แแทนเงินสด จึงเป็นสาเหตุของความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย เป็นอันมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงชัยสันติวงษ์ (2540 หน้า 45) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาผู้บริโภคซึ่งต่างต้องจัดหาสิ่งจำเป็นสำหรับ ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันคือสินค้าและบริการจาก ระบบเศรษฐกิจมาตอบสนองความต้องการของคนใน เวลาเดียวกันกิจกรรมทางการตลาด (Marketing) ก็ เป็นส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความ ต้องการของมนุษย์ในสังคม

5. ด้านผู้ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากอัน เนื่องจากผู้ใช้บริการสถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัดนนทบุรี ได้ได้มีการคัดเลือกและจัดอบรมสำหรับผู้ที่มาให้บริการ ซึ่ง

จะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ทักษะความสามารถดี รวมทั้งมีเครื่องมือเครื่องใช้ทันสมัยและมีคุณภาพจะ ส่งผลให้บริการนั้นมีคุณภาพดีซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผล ให้คุณภาพของการบริการสูงตามไปด้วยหมายถึงการ ส่งมอบบริการที่ดีเหมาะสมทั้งเวลาสถานที่รูปแบบ ลักษณะทางจิตวิทยาโดยใช้ทักษะผู้ให้บริการเพื่อ สนองตอบความต้องการและความคาดหวังของ ผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด จากการใช้บริการมีความประทับใจด้านบวกและอยาก กลับมาใช้บริการอีกครั้งรวมทั้งอยากบอกต่อไปถึงผู้อื่น ในทางที่ดีซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของ บริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ คอรัลและ เบเวอร์ตัน (Corral & Brewerton 1999 : 16) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่าหมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมที่เหมาะสมและ สอดคล้องกับข้อกำหนดหรือความคาดหวังหรือความ ต้องการของผู้ใช้บริการอันจะนำมาซึ่งความรู้สึกพึง พอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ

6. ด้านสภาพแวดล้อมของการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากอันเนื่องจากผู้ใช้บริการ สถาบันการเงินสินเชื่อรายย่อย สาขาเดอะมอลล์งาม วงศ์วาน จังหวัดนนทบุรีดำเนินการสร้างและตกแต่ง สถานที่บริการให้เกิดความสวยงามการแบ่งพื้นที่ใช้ สอยที่เหมาะสมลงตัวอากาศถ่ายเทได้ดี มีบรรยากาศ แบบผ่อนคลายทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการและสื่อ ภาพลักษณ์นี้ออกไปสู่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิรสิทธิ์คำนำณศิริ (2541 หน้า 17)กล่าวถึงคุณภาพการบริการที่เกี่ยวข้องกับ สิ่งแวดล้อมหรือสถานที่ให้บริการที่เรียกว่า “5ส” คือ แสงสีเสียงสะอาดและสะดวกซึ่งหมายความว่าสถานที่

ให้บริการจะต้องมีแสงสว่างที่เพียงพอหรือเหมาะสม
สถานที่ให้บริการจะต้องมีสิ่งที่เป็นที่สอดคล้องกับชนิด
ของบริการ

7. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบ
แบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ใน
ระดับมากอันเนื่องจากผู้ให้บริการสถาบันการเงิน
สินเชื่อย่อย สาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัด
นนทบุรีมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการ
จัดระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและ
ความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของ
ลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพโดยการนำบุคลากร
เทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน
การบริการและประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้ใช้บริการ
สินเชื่อย่อยสาขาเดอะมอลล์งามวงศ์วาน จังหวัด
นนทบุรีซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ พาราสุรามาน
(Parasuraman, et al. 1990 ; Parasuraman and Grewal.
2000) ได้กล่าวไว้ว่าความเป็นรูปธรรมของบริการ
(Tangibles) คือสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่งาน
บริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้อง
ได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นเช่นสถานที่
เครื่องมือวัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

ควรนำข้อมูลไปใช้ประกอบการปรับปรุง
แผนพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความ
พึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยแทรกซ้อนที่อาจมีผลต่อ
ความพึงพอใจ

เอกสารอ้างอิง

ธงชัย สันติวงษ์. องค์การและการบริหารการศึกษาการ
จัดการแผนใหม่ = **Organization and
management.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช,
2530.

ปริญญา เพชรรุ่งฟ้า และคณะ. ความพึงพอใจและ
พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารออมสิน
สาขาบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. สาร
นิพนธ์การบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553.

พรรณี ชูทัยเจนจิต. จิตวิทยาการเรียนรู้การสอน.
นนทบุรี: เกรท เอ็ดดูเคชั่น, 2550.

พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์. การวิจัยปฏิบัติการ : เครื่องมือ
นักพัฒนาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2 ขอนแก่น.
ภาควิชาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2541.

Newcumer, Mabel. **The Big Business Executive**
New York : Columbia University, 1995.

Parasuraman, et.al. **Delivering Service Quality :
Planning Customer Perceptions And
expectations.** New York : Free Press, 1990.

ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการ

ของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ

Guardian's Satisfaction Toward Education Administration of

Mae Moh Technology and Management College.

พรรณวิไล จิตอารีย์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังเรียนในวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ จำนวน 100 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบมีระบบ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบแบบ Likert Scale ด้วยโปรแกรม SPSS เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือออกแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจด้านหลักสูตรและบุคลากร โดยรวมในระดับปานกลาง ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียน โดยรวมในระดับมาก ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม โดยรวมในระดับมาก และด้านการส่งเสริมสนับสนุน โดยรวมในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของผู้ปกครอง, วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ หลักสูตรและบุคลากร, ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียน, สถานที่และสภาพแวดล้อม, การส่งเสริมสนับสนุน

ABSTRACT:

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Email: ewe_2530@hotmail.com

The purpose of this research was to examine satisfaction of the parents toward education management of Mae Moh EGAT college of Technology and Management, Mae Moh district, Lamphang. A sample was selected from 100 cases of parent who their students are studying at Mae Moh EGAT college of Technology and Management by using Systematic Random Sampling method. Statistical methods are percentage, mean and using Likert Scale test through SPSS program. The data collection instruments are questionnaire and interviewing.

The finding indicated that the parents were satisfied with course and personnel are in average level. Enrollment fees are in high level. Places and environment are also in high level. Promotion and Support are in average level.

KEYWORDS : Satisfaction of the parents, Mae Moh EGAT college of Technology and Management, Enrollment fees, Places and environment, Promotion and support.

1. หลักเกณฑ์และเหตุผล

วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง เป็นสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ดำเนินการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) เพื่อให้ ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในวิชาชีพนำไป ประกอบอาชีพได้อย่างแท้จริง เมื่อสำเร็จ การศึกษาตาม หลักสูตร และวิทยาลัย ดำเนินงานตามนโยบายกระทรวงศึกษาธิการ เก่ง ดี มีสุข มีการจัดกิจกรรมและสวัสดิการ ต่างๆ ให้แก่ผู้เรียนตามความเหมาะสมรวมถึง

การติดต่อสื่อสารระหว่างวิทยาลัยกับ ผู้ปกครองนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อ ผู้ปกครองจะได้รับข้อมูลข่าวสารการจัดการ บริหารของวิทยาลัย

สุวิทย์ มูลคำ (2543, หน้า 17-18) กล่าวว่า สถานศึกษาควรจัดให้ผู้เรียนเรียน อย่างมีคุณภาพและได้มาตรฐาน ตามหลักการ จัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่คำนึงถึงผู้เรียนเป็น สำคัญ โดยจัดกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ ทุกเวลาสถานที่ มีการประสานร่วมมือกับบิดา มารดา ผู้ปกครองและบุคคลในชุมชนทุกฝ่าย เพื่อร่วมกันพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า โรงเรียนและชุมชนต่างก็มี บทบาทและความสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนา

ซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับศุภนิคัย วัฒน
ธาดา (2520, หน้า 72) กล่าวว่า ระบบ
ครอบครัวก็เป็นระบบทางสังคมระบบหนึ่งที่มี
ความสำคัญต่อการบริหารการศึกษาของ
โรงเรียน โดยการศึกษาถึงพื้นฐานและความคิด
เห็นของบิดามารดาหรือผู้ปกครองนักเรียน
จะทำให้ทราบถึงความมุ่งหมายของผู้ปกครองที่มี
ผลต่อการศึกษาของการบริหารงานของโรงเรียน
และการพัฒนาบุตรหลานในอนาคต การ
จัดการศึกษาจำเป็นต้องตอบสนองแก่นักเรียน
ให้มากที่สุด และสอดคล้องกับศักยภาพ
ของผู้เรียน
ให้ผู้เรียน สามารถนำความรู้ไปใช้ใน
ชีวิตประจำวันและสามารถนำไปประกอบ
อาชีพในอนาคตได้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าเมื่อการดำเนินงาน
วิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์
วิทยาลัยได้รับความพึงพอใจในการบริหาร
จัดการของวิทยาลัยจากผู้ปกครองนักเรียนเป็น
อย่างดี ซึ่งข้อมูลและผลจากการวิจัยจะเป็น
ประโยชน์ต่อวิทยาลัยเทคโนโลยีและการ
จัดการ กฟผ. แม่เมาะ ในการบริหารจัดการให้
ดียิ่งขึ้น

2. คำถามหลักในการวิจัย (Research

Question)

ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจใน
การบริหารจัดการศึกษาของวิทยาลัย
เทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ มาก
น้อยเพียงใด

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครอง
นักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการศึกษาของ
วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่
เมาะ อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มากน้อย
เพียงใด

4. ขอบเขตของการวิจัย (Scopes)

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาความพึงพอใจของผู้ปกครอง
นักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการของวิทยาลัย
เทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ ทั้ง 4
ด้าน คือ ด้านหลักสูตรและการบุคลากร ด้าน
ค่าใช้จ่ายในการเรียน ด้านสถานที่และ
สภาพแวดล้อม และด้านการส่งเสริมสนับสนุน
ขอบเขตประชากร

ผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้น ปวช. และ
ปวส. ของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ
กฟผ. แม่เมาะ จำนวน 1,024 คน (มีการศึกษา
งานทะเบียนของวิทยาลัย กฟผ.แม่เมาะ)

5. ระเบียบการวิจัย

5.1 แผนงานวิจัย(Research Grants):

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามด้วยตัวเองในการรวบรวมข้อมูล

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(Population & Sample):

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในอำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มีจำนวน 1,024 คน ในปีการศึกษา 2558 โดยการหากลุ่มตัวอย่าง 1% ของจำนวนผู้ปกครอง คิดเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน (Darwin Hendel, April, 1977 อ้างถึงในจินตนา สุนทรธรรม วิจัยธุรกิจ 2558)

5.3 วิธีสุ่มตัวอย่าง (Sampling):

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยแบ่งผู้ปกครองนักเรียนตามอาชีพ คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ อาชีพนักธุรกิจ/ประชาชนทั่วไป ในการตอบแบบสอบถาม

5.4 สมมติฐานการวิจัย(Hypothesis):

H_0 คือความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะไม่แตกต่างกันตามอาชีพ

H_1 คือความพึงพอใจของผู้ปกครอง

นักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะแตกต่างกันตามอาชีพ

5.5 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ได้แก่ อาชีพของผู้ปกครองนักเรียน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ

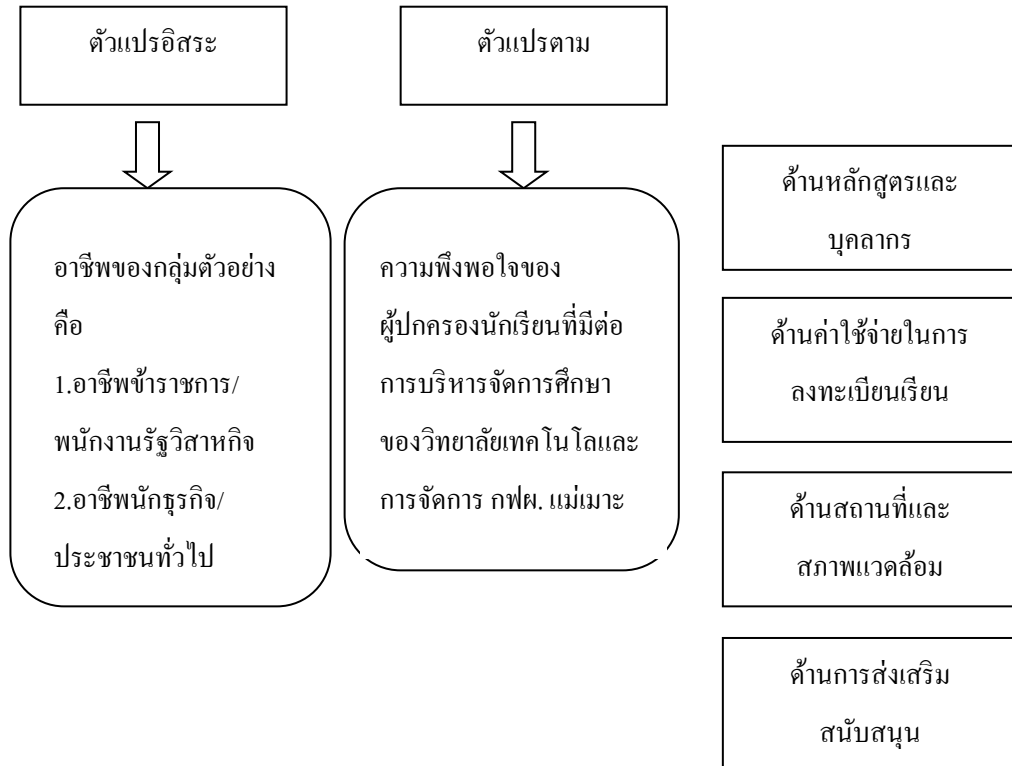
วิสาหกิจ

2. อาชีพนักธุรกิจ/ประชาชนทั่วไป

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ ในด้านหลักสูตรและบุคลากร ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านการส่งเสริมสนับสนุน

กรอบแนวความคิด (Conceptual Framework) :



ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียน	รายละเอียด	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1. ด้านหลักสูตรการสอนและบุคลากร	- หลักสูตรการเรียนการสอนทุกสาขาวิชาทั้งระดับ ปวช. และ ปวส. ได้รับการรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ - หลักสูตรการเรียนการสอนทุกสาขาวิชาตรงตามความต้องการของผู้เรียนและสถานประกอบการ - ครูผู้สอนเป็นผู้มีคุณวุฒิสูง	- ผู้ปกครองนักเรียนและสถานประกอบการให้ความเชื่อถือในการจัดการเรียนการสอนเพิ่มมากขึ้น - ผู้ปกครองนักเรียนและสถานประกอบการสนใจและต้องการที่จะให้บุตรหลานเข้าเรียนที่วิทยาลัยเพิ่มมากขึ้น

ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียน	รายละเอียด	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
<p>2. ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน</p> <p>3. ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการผ่อนชำระค่าสมัครเข้าเรียน - มีการยกเว้นค่าสมัครเข้าเรียน - มีสวัสดิการตามนโยบายเรียนฟรี 15 ปี ให้นักเรียนระดับ ปวช.ทุกคน - มีจำนวนห้องเรียนเพียงพอกับจำนวนนักเรียน - ห้องสมุดมีหนังสือหลากหลาย - ห้องเรียนมีสื่อการสอนครบถ้วน - ระบบอินเตอร์เน็ตของวิทยาลัยมีอย่างเพียงพอ - สภาพแวดล้อมภายในวิทยาลัยเหมาะสม 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ปกครองนักเรียนได้รับความสะดวกและสามารถชำระเงินค่าลงทะเบียนได้ในเวลาที่มีความพร้อม - การยกเว้นค่าสมัครเข้าเรียนช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายได้ - สวัสดิการนโยบายเรียนฟรี 15 ปี ให้นักเรียนมีโอกาสอย่างเท่าเทียมกันทุกคน - นักเรียนเข้าห้องเรียนได้ตรงเวลาเรียนตามตารางสอน - นักเรียนมีแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ - นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างเข้าใจมากขึ้นจากการใช้สื่อการสอนของครูผู้สอน - นักเรียนมีพื้นที่และที่นั่งพักผ่อนภายในบริเวณวิทยาลัยอย่างเหมาะสม และร่วมกัน ให้นักเรียนมีความสุขที่จะอยู่ในวิทยาลัยมากกว่าออกไปนอกวิทยาลัย

ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียน	รายละเอียด	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
4. ด้านการส่งเสริมสนับสนุน	<ul style="list-style-type: none"> - การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารของวิทยาลัยกับผู้ปกครองและชุมชน - การตรวจสอบสุขภาพและการประกันอุบัติเหตุประจำปีให้แก่ นักเรียนทุกคน - มีกองทุนเงินกู้เพื่อการศึกษาให้แก่ นักเรียนทุกคน - โครงการเยี่ยมบ้านนักเรียนเป็นประจำทุกภาคเรียน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ปกครองและชุมชนได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างวิทยาลัยกับผู้ปกครองและชุมชน - นักเรียนได้รับสวัสดิการด้านสุขภาพและการประกันอุบัติเหตุในขณะที่เรียนอยู่ที่วิทยาลัย - ผู้ปกครองและครูที่ปรึกษาได้ช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ทำให้ลดภาวะการออกกลางคันของนักเรียนได้เป็นอย่างดี

6. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

ข้อมูล คือ แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบ สอบถามปลายปิด (Closed-ended question) เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา สถานะภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความ

พึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ ในด้านหลักสูตรและบุคลากร ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านการส่งเสริมสนับสนุน การพิจารณา ระดับความพึงพอใจจะทำโดยหาค่าร้อยละของคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุด คือ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม คือ นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปสอบถามต่อไป

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ :

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำแนกเป็นดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ เป็นการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 เป็นระดับความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียน เป็นคำถามปลายปิดประกอบด้วยความพึงพอใจด้านหลักสูตรและบุคลากร ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม และด้านการส่งเสริมสนับสนุน สถิติที่ใช้เป็นค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

7. สรุปผลการวิจัย (Result&Conclusion)

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 59 คน (59.00%) และเพศชายจำนวน 41 คน (41.00%) ,ส่วนใหญ่มีอายุ 45-54 ปี จำนวน 45 คน (45.00%) รองลงมาคืออายุ 55-64 ปี จำนวน 35 คน (35.00%) และอายุ 35-44 ปี จำนวน 20 คน (20.00%) , มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 60 คน (60.00%) รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน (30.00%) และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน (10.00%) , มีสถานะภาพสมรส จำนวน 40 คน (40.00%) รองลงมาคือสถานะภาพโสด จำนวน 32 คน (32.00%) และสถานะภาพหย่า จำนวน 28 คน (28.00%) , ประกอบอาชีพนักธุรกิจ/ประชาชนทั่วไป จำนวน 54 คน (54.00%) รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 46 คน (46.00%) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 44 คน (44.00%) รองลงมาคือรายได้มากกว่า 20,001 บาท จำนวน 27 คน (27.00%) รายได้ 7,001-10,000 บาท จำนวน 19 คน (19.00%) และรายได้ไม่เกิน 7,000 บาท จำนวน 10 คน (10.00%)

ส่วนความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อด้านการบริหารจัดการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม้จะเหมาะสม กลุ่มตัวอย่างผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจด้านหลักสูตรและบุคลากร โดยรวม

ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .552 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ หลักสูตรการสอนตรงกับความต้องการของผู้เรียน (มีค่าเฉลี่ย 3.99)

ส่วนด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .629 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของการให้สวัสดิการเรียนฟรี 15 ปี (มีค่าเฉลี่ย 3.96)

ซึ่งด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .614 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ สื่อการสอนในห้องเรียนเพียงพอต่อการเรียนการสอน (มีค่าเฉลี่ย 4.18)

และด้านการส่งเสริมสนับสนุน โดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .576 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ กองทุนเงินกู้เพื่อการศึกษาของวิทยาลัย (3.90)

8. อภิปรายผล (Discussion)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังนี้

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครองนักเรียนที่ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ปกครองนักเรียน พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 45-54 ปี มีระดับวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีสถานะภาพสมรส ประกอบอาชีพนักธุรกิจ/ประชาชนทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สอดคล้องกับ อัญชิสา เอี่ยมลออ (2552) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารโรงเรียนเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสิงห์บุรี ได้สรุปว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่สำเร็จอนุปริญญา, ผู้ปกครองที่เป็นมารดา มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการมากกว่าบิดา และผู้ที่มีรายได้เกินกว่า 40,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการบริหารงานวิชาการสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารจัดการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ โดยรวมพบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจด้านหลักสูตรและ

บุคลากร ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็น เพราะหลักสูตรและบุคลากร มีลักษณะ เหมือนกับสถานศึกษาแห่งอื่นๆ สอดคล้องกับ จุฬามาศ แซ่เตีย (2552) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้าน ผลักดันที่ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอน อาจารย์มี ความเชี่ยวชาญ จำนวน ชั่วโมงเรียนต่อ หลักสูตร ใบประกาศนียบัตรรับรองโดย กระทรวงศึกษาธิการ และอาจารย์ผู้สอนมาจาก สถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้าน หลักสูตรและบุคลากรแล้ว พบว่าผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เกี่ยวกับ หลักสูตรการสอนตรงกับความต้องการของ ผู้เรียน

ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียนใน ระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะค่าใช้จ่ายในการ ลงทะเบียนเรียน ถูกกว่าที่อื่น สามารถผ่อน ชำระได้ ผู้ปกครองเบิกค่าเล่าเรียนได้ และมี กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา สอดคล้องกับ จุฬามาศ แซ่เตีย (2552) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้าน ราคา ได้แก่ ราคาค่าเล่าเรียนต่อหลักสูตรต่ำกว่า ที่อื่นๆ ค่าเล่าเรียนหลักสูตรใกล้เคียงกับที่อื่นๆ และการผ่อนผันค่าเรียน

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้าน ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจใน ระดับมากที่สุด

เกี่ยวกับคุณภาพของการให้สวัสดิการเรียนฟรี 15 ปี เป็นสำคัญ

ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดด้าน สถานที่และสภาพแวดล้อมแล้ว พบว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือสื่อการสอนในห้องเรียนเพียงพอต่อการ เรียนการสอน สอดคล้องกับ แสงดาว เชื้อนันทน์ (2557) ที่กล่าวว่า ผู้ปกครองมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดด้านงานอาคารสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านงานกิจการนักเรียน ยุพดี สันติคุณ (2546) ที่กล่าวว่าปัจจัยด้าน สถานที่ให้ความสำคัญเรื่องสถานที่เรียน สะดวกต่อการคมนาคม

ด้านการส่งเสริมสนับสนุน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด แล้วพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมีความพึงพอใจ ในระดับมากที่สุด คือกองทุนเงินกู้เพื่อ การศึกษาของวิทยาลัย สอดคล้องกับ พรนิภา เย็นสูงเนิน (2549) ที่กล่าวว่า การกู้ยืมเงินจาก กองทุนเพื่อการศึกษา ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ ของผู้ปกครองที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท จะกู้ยืมเงิน จากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อ การศึกษา

9. ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

- ควรวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอนของนักเรียนระดับชั้น ปวช. และ ปวส.
- ควรวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการของวิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ. แม่เมาะ

10. กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์รศ. จินตนา สุนทรธรรม อาจารย์รศ.อุเทน ปัญญา, อาจารย์ ดร.ชติยา กั้นทวงค์ และคณาจารย์ผู้ร่วมสอน วิชาวิจัยธุรกิจ และการศึกษาอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ที่กรุณาให้ความรู้ และคำแนะนำในการจัดทำบทความวิจัยเพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้องในทางวิชาการยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้วิจัยมีข้อมูลในการวิจัยและสามารถสรุปเป็นบทความวิจัยฉบับนี้ได้ตามวัตถุประสงค์ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง ผู้ให้ความช่วยเหลือในการจัดทำบทความวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จด้วยดีทุกประการ

11. เอกสารอ้างอิง

คอตเลอร์,ฟิลิป. (2546 : 2). ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix).

www.niceresearch.com <http://Spssthesis.blogspot.com>

คอตเลอร์, ฟิลิป. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียร์เฮ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2545

จินตนา สุนทรธรรม.(2558). วิจัยธุรกิจ. ลำปาง

หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

ดร.นิตยาพร เสมอใจ. (2549:23-25).

การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด มหาชน

ดร.วรัท วิณีจ(2557:155-157). การส่งเสริมทาง

การตลาด หนังสือวิชาหลักการจัดการภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง**
**Customer's Satisfaction Toward Electricity Bill Payment Channel
of Provincial Electricity Authority Khoka, Lampang**

อรรถชัย เอมสะอาด , ดร.พงศรัณย์ พลศรีเลิศ

คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง, Email: newuttachai@gmail.com

บทคัดย่อ:

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้กระแสไฟฟ้า ที่อยู่ในเขตอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จำนวน 216 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบมีระบบ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการทดสอบแบบไคสแควร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและออกภาคสนามสัมภาษณ์

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านที่อยู่อาศัย และประเภทธุรกิจ มีความพึงพอใจที่ชำระค่าไฟฟ้าผ่านสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค มากกว่าศูนย์การค้าชั้นนำ (PEA Shop)

คำสำคัญ: ช่องทางการชำระค่าไฟฟ้า ,การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ,ความพึงพอใจ ,ลูกค้า

ABSTRACT:

This research aims to study Customers' Satisfaction Toward Electricity Bill Payment Channel of Provincial Electricity Authority Khoka, Lampang. Population samples used in this study was 216people using electricity in Khoka district, Lampang Province. Sampling method is systematic random sampling. Percentage, average, chi-square test and program. The instruments used to collect the data are questionnaires and field interviews.

The research found that customers who use electricity as residential user and business user. Are satisfied with payment of electricity bills through the Office of the Provincial Electricity Authority much more than shopping malls (PEA Shop).

KEYWORDS: Electronic Payment Channels ,Provincial Electricity Authority ,Satisfaction ,Customer

1. บทนำ

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา เป็นสำนักงานการไฟฟ้าชั้น 3 ตั้งอยู่ที่ 408 หมู่ 4 ถนนเกาะคา-เสริมงาม ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง รับผิดชอบการจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้กับประชาชน หน่วยงาน ธุรกิจ โรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าที่อยู่ในความรับผิดชอบโดยตรง ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา มีผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งสิ้นประมาณ 21,629 ราย ปัจจุบันการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา มีทั้งหมด 6 แผนก ประกอบไปด้วย

1. แผนกบริหารงานทั่วไป
2. แผนกบัญชีและประมวลผล
3. บริหารงานบริการลูกค้า
4. แผนกปฏิบัติการและบำรุงรักษา
5. แผนกมิเตอร์
6. แผนกก่อสร้าง

กิจกรรมการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่ดำเนินการในปัจจุบันสามารถ กล่าวแยกได้ดังนี้

1. การบริการรับคำร้องขอของลูกค้า หรือผู้ใช้ไฟฟ้าที่ต้องการจะขอใช้ไฟใหม่ หรือ ผู้ใช้ไฟฟ้าเดิม ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ไฟหรือต้องการให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค แก้ไขข้อขัดข้องในการใช้ไฟ การบริการนี้มีหน่วยงานรับผิดชอบ ดำเนินการที่สำนักงาน

2. บริการตรวจสอบ สํารวจ ออกแบบระบบตามคำร้องขอเพื่อตรวจสอบถึง ความพร้อมของผู้ใช้ไฟฟ้า แนะนำการแก้ไข และออกแบบระบบให้ หากลูกค้าหรือผู้ใช้ไฟฟ้ายังดำเนินการติดตั้งระบบไม่เรียบร้อย

3. บริการติดตั้งระบบไฟหรืออุปกรณ์ จะให้ดำเนินการเมื่อผู้ขอใช้ไฟฟ้า หรือลูกค้าได้ชำระเงินค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้ครบถ้วนแล้ว หรือดำเนินการให้ เป็นไปตามเงื่อนไขแล้วเท่านั้น ในการบริการส่วนนี้

เป็นการบริการปักเสา พาดสายไฟฟ้า ติดตั้งหม้อแปลงไฟฟ้า และมิเตอร์ หรือเครื่องวัดไฟฟ้าให้กับผู้ใช้ไฟฟ้าตามกรณี

4. บริการรับชำระเงิน เงินที่ลูกค้าจะต้องชำระให้กับการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคได้แก่ ค่าติดตั้งระบบ หรืออุปกรณ์ ค่าธรรมเนียมการใช้ไฟ และค่ากระแสไฟฟ้า ซึ่งจะมีการบริการรับชำระทั้งนอกสถานที่ และที่สำนักงาน

5. บริการแก้ไขข้อขัดข้องในการใช้ไฟฟ้า ข้อขัดข้องที่เกิดขึ้นได้แก่ ไฟฟ้าดับ แรงดันไฟฟ้ามีปัญหาไม่เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งข้อขัดข้องต่างๆ อาจเกิดขึ้น เนื่องจากระบบการจ่ายไฟของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเองมีปัญหา อาจจะมีสาเหตุจากทั้งภายในระบบ และภายนอกที่มากระทบหรือบางครั้งปัญหาจากระบบของผู้ใช้ไฟฟ้าเอง การบริการส่วนนี้จะมีหน่วยงานรับแจ้งกระแสไฟฟ้าขัดข้อง เป็นผู้ให้บริการ เป็นการบริการตลอด 24 ชั่วโมง

6. การบริการให้คำปรึกษา และแนะนำเกี่ยวกับการใช้ไฟฟ้า เป็นการบริการในทางวิชาการ เพื่อให้คำปรึกษา และแนะนำการใช้ไฟฟ้าอย่างถูกวิธี เพื่อให้เกิดความประหยัดคุ้มค่า และปลอดภัย หรือให้คำปรึกษาแนะนำวิทยาการต่างๆ ในระบบไฟฟ้าที่สำคัญตามการร้องขอ หรือจัดเป็นวาระ การให้การบริการนี้จะมีการดำเนินการ 2 วิธี คือ ผู้ใช้ไฟฟ้ามารับคำแนะนำ และปรึกษาด้วยตนเอง หรือทางโทรศัพท์ และอีกวิธีคือ ให้พนักงานที่เกี่ยวข้องไปบริการถึงสถานที่ใช้ไฟฟ้า หรือสำนักงานลูกค้า

ในปัจจุบัน การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา อำนวยความสะดวกให้ลูกค้าเลือกชำระค่าไฟฟ้า ได้ อยู่ 7 ช่องทาง ดังนี้

1. ศูนย์บริการ PEA Front Office
 - 1.1 สำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
 - 1.2 บริเวณศูนย์การค้าชั้นนำ (PEA Shop)

- 1.3 รถ Mobile Front Office
2. ผ่านตัวแทนเก็บเงินที่ได้รับแต่งตั้งจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
3. ผ่านตัวแทนจุดบริการที่มีสัญลักษณ์
 - 3.1 บริษัท เคนเตอร์เซอร์วิส จำกัด
 - 3.2 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - 3.3 บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
 - 3.4 บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด
 - 3.5 บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
 - 3.6 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 - 3.7 บริษัท ทู มั่นนี้ จำกัด
 - 3.8 บริษัท เพย์สบาย จำกัด
 - 3.9 บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม
 - 3.10 บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด
4. หักบัญชีเงินฝากธนาคาร (ค่าบริการตามอัตราที่ธนาคารกำหนด)
5. หักบัญชีบัตรเครดิต
 - 5.1 บริษัท กรุงศรีอยุธยา จำกัด
 - 5.2 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - 5.3 ธนาคารซีทีแบงก์ เอ็น.เอ.
 - 5.4 บริษัท เจเนอรัล คาร์ด เซอร์วิสเชส จำกัด
 - 5.5 บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
 - 5.6 บริษัท ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
6. ผ่าน Internet (ค่าบริการตามอัตราที่ธนาคารกำหนด)

ปัจจุบันมีธนาคารเข้าร่วม โครงการ 5 แห่ง คือ

 - 6.1 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
 - 6.2 ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
 - 6.3 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
 - 6.4 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
 - 6.5 ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
7. ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาเห็นว่าช่องทางในการชำระค่าไฟฟ้ามีความสำคัญ ต่อความพึงพอใจของลูกค้า และแต่ละองค์กรเริ่มมีการพัฒนาและปรับปรุงทั้งด้านบุคคล ด้าน

สภาพแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในหน่วยงานเพื่อให้มีความทันสมัยและรวดเร็วในการทำงานและบริการมากขึ้น และที่สำคัญมากที่สุดสำหรับหน่วยงานที่ต้องให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการ ให้เกิดความประทับใจ สะดวก รวดเร็ว กับผู้มาใช้บริการทุกคน และด้วยสาเหตุนี้เองที่ทำให้ผู้วิจัยนำประเด็นนี้มาทำการศึกษาวิจัยในหน่วยงานของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา ซึ่งอยู่ในขอบเขตความรับผิดชอบของผู้วิจัยเอง ทำให้สามารถหากลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาทำการวิจัย และนำผลการศึกษาที่ได้รับในครั้งนี้ ไปใช้ในการปรับปรุงระบบการให้บริการชำระค่าไฟฟ้า ให้เกิดประโยชน์สูงสุดตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ขอบข่ายความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยทั่วไปแล้วในการศึกษาเกี่ยวกับความ พึงพอใจมักนิยมศึกษากันในสองมิติคือ มิติแรกเป็นความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ มิติหลัง ซึ่งมีผู้กล่าวถึงแนวคิดไว้จำนวนมากในลักษณะใกล้เคียง และสัมพันธ์กันกับเรื่องทัศนคติ ทั่วไป ตัวอย่างเช่น

Vroom (1964) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทน กันได้ เพราะที่สุดค่านี จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้าน บวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นความไม่พึง พอใจนั่นเอง

McCormic (1965) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด ผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

Dalton (1968) กล่าวว่า ทักษะคติ หมายถึง ความรู้สึกของคนใดคนหนึ่งว่าชอบหรือไม่ ชอบในบุคคล สิ่งของ หรือสภาพแวดล้อมที่เขาเข้าไปเกี่ยวข้อง

Shelly (1975) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่าง จากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิด ความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่ สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่าง สลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดย ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ ทรัพยากร (Resources) หรือ สิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็น สิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจ และความสุขแก่มนุษย์ ความพอใจจะเกิดได้มากที่สุดเมื่อมี ทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

จากที่กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่าง ๆ กันไป แต่

พอสรุปได้ร่วมกันว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการ ประเมินค่า ซึ่ง จะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกัน ไม่ออก (พิทักษ์ ทรุษทิพย์, 2538 : 24-25)

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคตินั้นค่อนข้างจะมีผู้ศึกษากันอย่างกว้างขวางใน องค์ประกอบด้านต่าง ๆ (Allport 1935) ดังนี้

1 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะทางความรู้สึก หรือ อารมณ์ของบุคคล องค์ประกอบทางความรู้สึกนี้มี 2 ลักษณะคือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และ ความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ

2. องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive Component) เป็นการที่สมองของบุคคลรับรู้ และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับ เกิดเป็นความรู้ ความคิดเกี่ยวกับวัตถุ บุคคลหรือสภาพการณ์ขึ้น องค์ประกอบทางความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาว่าถูก หรือ ผิด ดี หรือ ไม่ดี ได้รับ จากสถานพยาบาลความหลากหลายของการบริการอัยาศัย ความสนใจของเจ้าหน้าที่ใน สถานพยาบาลการให้ ข้อมูลเกี่ยวกับความเจ็บป่วยจากเจ้าหน้าที่การยอมรับคุณภาพของการบริการ ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการ ประกันตนและมีสมมติฐาน เช่น

2.1 ผู้ประกันตนเพศหญิงมีความพึงพอใจ ในการขอรับบริการทางแพทย์มากกว่า ผู้ประกันตนเพศชาย

2.2 ผู้ประกันตนที่มีอายุมากมีความพึงพอใจ ในการขอรับบริการทางแพทย์มากกว่า ผู้ประกันตนที่มีอายุน้อย

2.3 ผู้ประกันตนที่มีระดับการศึกษาต่ำ มีความพึงพอใจในการขอรับบริการทาง การแพทย์ มากกว่า ผู้ประกันตนที่มีระดับการศึกษาสูง เป็นต้น

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ประกันตนอยู่ในระดับปานกลาง ส่วน เพศ อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจ แทนที่จะได้ข้อสรุปว่า ประชาชนส่วนใหญ่พอใจหรือไม่พอใจ บริการทางการแพทย์และที่ พอลใจหรือไม่พอใจนั้นเนื่องจากสาเหตุอะไร ซึ่งอาจมาจากเรื่องความสะดวกของการบริการ ความ หลากหลายของการบริการ ฯลฯ ผลจากการมีปัญหาด้านกรอบแนวคิดนี้ทำให้งานวิจัยนี้ลดคุณค่า อย่างน่าเสียดาย

2.4 ข้อจำกัดในการนำผลการวิจัยไปใช้

แม้ว่างานศึกษาวิจัยจำนวนมากจะอธิบายถึงสาเหตุของความพึงพอใจ ในการให้บริการ ว่ามาจากข้อบกพร่องในระบบกระบวนการและตัวผู้ให้บริการอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามระบบ ราชการก็มักมีข้อ โต้แย้ง หรือข้ออ้างในการนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขได้เสมอ โดยอาศัยข้อจำกัดที่ ใช้อ้างกันเป็นปกติวิสัยของระบบราชการ คือ ความขาดแคลนทรัพยากร บุคลากรไม่พอ งบประมาณน้อย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการบริการขาดแคลน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็น อุปสรรคสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการเปิดใจกว้างที่จะค้นหาข้อสรุปการ ศึกษาวิจัยอย่างจริงจัง ยอมรับ และ หาวิธีการนำไปปรับปรุงแก้ไขสาเหตุดังกล่าวนี้เองจึงทำให้ผลงานวิจัยด้านนี้ไม่ได้นำไปพยายาม แก้ไขการบริหารจัดการให้เกิดบริการที่ดีขึ้นอย่างน่าเสียดาย ซึ่งต่างจากการ ศึกษาวิจัยในภาคธุรกิจ เอกชนที่นำผลไปใช้อย่างจริงจัง

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำ หรือพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่มาของทัศนคติ

ดังนั้นความพึงพอใจ จึงเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกรวมของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้อง แสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ กล่าวโดยสรุปแล้ว ความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้าน ความรู้สึก (Reactionary Feeling) ต่อ สิ่งเร้า หรือ สิ่ง กระตุ้น (Stimulant) ที่แสดงผลออกมา (Yield) ในลักษณะของ

ผลลัพธ์สุดท้าย (Final Outcome) ของกระบวนการ ประเมิน (Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลการประเมิน (Direction of Evaluative Process) โดยบ่งบอกถึงทิศทาง ของผลการประเมิน (Direction of Evaluative Result) ว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก (Positive Direction) หรือ ทิศ ทาง ลบ (Negative Direction) หรือไม่มีปฏิกิริยา คือ เฉย ๆ (Nonreaction) ต่อสิ่ง เร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได

ทฤษฎีความคาดหวัง อธิบายความพอใจในแง่ที่ว่า ลูกค้าย่อมเกิดความพอใจได้ต่อเมื่อประเมินแล้วว่า การบริการนั้นๆ จะนำผลตอบแทนมาให้ โดยลูกค้าได้มีการตัดสินใจล่วงหน้าแล้วว่าคุณค่าของการบริการ จากสิ่งที่ลูกค้าได้รับ (ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความ กระตือรือร้นในการบริการการให้คำปรึกษาแนะนำที่ดี ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เครื่องมือบริการ ทันสมัย ความมีชื่อเสียงของสถาบันที่ให้บริการ) เป็นเช่นไร ลูกค้าจึงเลือกเอาการบริการที่นำเอาผลลัพธ์ เหล่านี้มาให้ และในขั้นสุดท้ายเมื่อมีการประเมินการ เปรียบเทียบผลลัพธ์ต่างๆ ลูกค้าจะมีความพอใจที่จะ เกิดขึ้น (McCormic, 1980: 396) ซึ่งทัศนคติของแนวคิดนี้ มาจากบุคคลหลายบุคคล เช่น แคมเบล บันแนท ลอเรียร์ วิคและ วรูม โดยแนวคิดทฤษฎีนี้อยู่ที่ผล (Outcomes) ความปรารถนาที่รุนแรง (Violence) และความคาดหวัง (Expectancy) ทฤษฎีความคาดหวังจะ คาดคะเนว่าโดยทั่วๆ ไป ลูกค้าแต่ละคนจะแสดง พฤติกรรมก็ต่อเมื่อ เขามองเห็น โอกาสความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) ก่อนข้างเด่นชัด หากความพึงพอใจของเขาเกิดจากการให้บริการที่มีคุณภาพ เขาก็จะ ใช้บริการนั้นตลอดไปเพราะเป็นผลลัพธ์ (Outcomes) ที่ เขาปรารถนา ซึ่งหมายความว่า ความหมายนี้ เกิดก่อน การบริการจึงสามารถเป็นเหตุนำไปสู่เหตุของการมาใช้ บริการพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดันซึ่งส่วน หนึ่งเกิดจากความต้องการ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจาก ความคาดหวังที่จะ ได้รับจากสิ่งที่มุ่งใจ ผลตอบแทน

หรือผลลัพธ์ที่ได้จากการบริการที่มีคุณภาพ จะมีความสำคัญและจะเป็นตัวทำให้เกิดพฤติกรรมได้ขึ้นอยู่กับความพอใจต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยประเภท การวิจัยประยุกต์ (Applied research) ชนิด การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามด้วยตัวเองในการรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจ กำหนดขนาดตัวอย่างร้อยละ 1 ของ ผู้ใช้กระแสไฟฟ้า ประเภทที่ 1. บ้านที่อยู่อาศัย ,2. ธุรกิจ ที่อยู่ในเขต อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จำนวน 216 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบ มีระบบ (Systematic random sampling) มีประเภทผู้ใช้ไฟฟ้าเป็นตัวแปรอิสระ และช่องทางการชำระค่าไฟฟ้า 7 ช่องทาง เป็นตัวแปรตาม เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ และช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติความถี่อัตราร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา ใช้สถิติอัตราร้อยละ (Percentage) และค่า สถานที่ทำวิจัยวิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง (Lampang Inter - Tech Collage : LIT) ระยะเวลา ดำเนินการวิจัย 22 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึง 5 เมษายน พ.ศ. 2558

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประเภทผู้ใช้ไฟฟ้า

จากการศึกษาพบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิงร้อยละ 54.60 เพศชายร้อยละ 27.00 มีช่วงอายุ 25 - 40 ปี ร้อยละ 59.70 สถานะโสดมากกว่าสถานะสมรส สถานะโสดร้อยละ 52.30 สถานะสมสร้อยละ 47.70 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 67.60 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 52.80 มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท/เดือน ร้อยละ 55.10 เป็นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านที่อยู่อาศัย และผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทธุรกิจ มีค่าร้อยละ 50.00 เท่ากัน

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง 7 ช่องทาง

ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่านศูนย์บริการ PEA Front Office

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่านศูนย์บริการ PEA Front Office ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภทพบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่านศูนย์บริการ PEA Front Office ได้แก่ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พอใจร้อยละ 99.1 ไม่พอใจร้อยละ 0.9 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านบริเวณศูนย์การค้าชั้นนำ (PEA Shop) พอใจร้อยละ 30.6 ไม่พอใจร้อยละ 69.4 ตามลำดับ

และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่านตัวแทนเก็บเงิน จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภทพบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่านตัวแทนเก็บเงิน ได้แก่

ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้า ผ่านตัวแทนเก็บเงิน ที่ได้รับแต่งตั้งจากการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พอใจร้อยละ 10.6 ไม่พอใจร้อยละ 89.4

และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่านตัวแทนจุดบริการที่มีสัญลักษณ์ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภท พบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่านตัวแทนจุดบริการที่มีสัญลักษณ์ ได้แก่ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท เคนเตอร์เซอร์วิส จำกัด พอใจร้อยละ 15.3 ไม่พอใจร้อยละ 84.7 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด พอใจร้อยละ 3.7 ไม่พอใจร้อยละ 96.3 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พอใจร้อยละ 3.2 ไม่พอใจร้อยละ 96.8 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พอใจร้อยละ 0.9 ไม่พอใจร้อยละ 99.1 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พอใจร้อยละ 0.9 ไม่พอใจร้อยละ 99.1 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท ทู มั่นนี่ ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท เพย์สบาย จำกัด และความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม พอใจร้อยละ 0 ไม่พอใจร้อยละ 100 เท่ากัน

และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝากธนาคาร จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภท พบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝากธนาคาร

ได้แก่ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารกรุงเทพ พอใจร้อยละ 9.7 ไม่พอใจร้อยละ 90.3 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารกรุงไทย พอใจร้อยละ 7.9 ไม่พอใจร้อยละ 92.1 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ พอใจร้อยละ 5.1 ไม่พอใจร้อยละ 94.9 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารกสิกรไทย พอใจร้อยละ 4.6 ไม่พอใจร้อยละ 95.4 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารออมสิน พอใจร้อยละ 2.8 ไม่พอใจร้อยละ 97.2 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ พอใจร้อยละ 2.3 ไม่พอใจร้อยละ 97.7 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารทหารไทย พอใจร้อยละ 1.4 ไม่พอใจร้อยละ 98.6 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา พอใจร้อยละ 1.4 ไม่พอใจร้อยละ 98.6 รองลงมาความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารยูโอบี ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารชนชาติ ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารแห่งโตเกียว-มิตซูบิชิ ยูเอฟเจ จำกัด ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด ไทย ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารซุมิโตโม มิตซูชิ แบงก์กิ้ง คอร์ปอเรชั่น ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ,ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก บมจ.ทีสโก้ , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก

บมจ. แลนด์แอนด์เฮาส์เพื่อรายย่อย , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอปอเรชั่น และ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝาก ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พอใจร้อยละ 0 ไม่พอใจร้อยละ 100 เท่ากัน

และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีบัตรเครดิต จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภท พบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีบัตรเครดิต ได้แก่ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน หักบัญชีบัตรเครดิตบริษัท กรุงศรีอยุธยา จำกัด , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน หักบัญชีบัตรเครดิตบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน หักบัญชีบัตรเครดิตธนาคารซีทีแบงก์ เอ็น.เอ. , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน หักบัญชีบัตรเครดิตบริษัท เจเนอรัล คาร์ดี เซอร์วิสเซส จำกัด , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน หักบัญชีบัตรเครดิตบริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน หักบัญชีบัตรเครดิตบริษัท ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) พอใจร้อยละ 0 ไม่พอใจร้อยละ 100 เท่ากัน

ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่าน Internet จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภท พบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่าน Internet ได้แก่ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน Internet ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน Internet ของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน Internet ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) , ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน

Internet ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) และ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน Internet ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) พอใจร้อยละ 0 ไม่พอใจร้อยละ 100 เท่ากัน

และความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้ไฟฟ้าทั้ง 2 ประเภท พบว่าผู้ที่มาชำระค่าไฟฟ้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของระบบ AIS และ ความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของระบบ True พอใจร้อยละ 0 ไม่พอใจร้อยละ 100 เท่ากัน

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเขตอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 216 คน ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 40 ปี สถานะโสด สถานะสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท/เดือน เป็นผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทบ้านที่อยู่อาศัย และผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทธุรกิจเท่ากัน

สอดคล้องกับ ประยูทธ แก้วพิทักษ์ (2552) ลูกค้าจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ที่มี เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพะเยา และอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดพะเยา แตกต่างกัน

ความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางชำระค่าไฟฟ้า 7 ช่องทาง ผลการวิจัยโดยรวม พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางชำระค่าไฟฟ้าผ่านศูนย์บริการ PEA Front Office โดยชำระค่าไฟฟ้าผ่านสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

สอดคล้องกับ ศุภเนตร พิเชฐพงษ์ศรี (2552) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการชำระค่าไฟฟ้าที่สำนักงาน การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้ใช้ไฟฟ้าที่มาชำระค่าไฟฟ้ามีความพึงพอใจ ต่อการชำระค่าไฟฟ้าที่สำนักงาน การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านสถานที่ และด้านบุคลากรเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางชำระค่าไฟฟ้าผ่านหักบัญชีเงินฝากธนาคาร พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจต่อช่องทางนี้

สอดคล้องกับ พูลศิริ ธรรมสโรช (2537) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการชำระค่าไฟฟ้า โดยวิธีหักบัญชีเงินฝากธนาคารในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง พบว่าผู้ใช้ไฟฟ้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ที่ชำระค่าไฟฟ้ากับพนักงานที่มาเก็บเงินค่าไฟฟ้าตามบ้าน และที่ชำระค่าไฟฟ้าด้วยตนเองที่สำนักงานการไฟฟ้า มีทัศนคติต่อการชำระค่าไฟฟ้าโดยวิธีการโอนหักบัญชีเงินฝากธนาคารไม่แตกต่างกัน สำหรับสาเหตุที่ผู้ใช้ไฟฟ้าไม่เลือกชำระค่าไฟฟ้าโดยวิธีการโอนหักบัญชีเงินฝากธนาคารพบว่า สาเหตุที่พบมากที่สุดได้แก่ ไม่เข้าใจวิธีการชำระค่าไฟฟ้าโดยวิธีการโอนหักบัญชีเงินฝากธนาคาร รองลงมาได้แก่ กรณีที่หักเงินค่าไฟฟ้าผิดพลาดส่วนใหญ่กลัวว่าจะมี

ปัญหาในการขอรับเงินคืน และไม่สามารถตรวจสอบค่าไฟฟ้าก่อนการชำระเงินได้ ตามลำดับ

สอดคล้องกับ พนม คอนรัมย์ (2548) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาเชียงใหม่ พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภคหักผ่านธนาคาร ประสบปัญหาเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์น้อย และการสื่อสารกับลูกค้ายังไม่ชัดเจน

ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางชำระค่าไฟฟ้าผ่านตัวแทนจุดบริการที่มีสัญลักษณ์ ในด้านความพอใจที่จะชำระค่าไฟฟ้าผ่านบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจเพียงร้อยละ 3.2 ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำมาก

ไม่สอดคล้องกับ พรศิริ ลิ้มปนาสิทธิ (2546) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระค่าผ่านทางไปรษณีย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมการตลาดของการบริการชำระค่าผ่านทางไปรษณีย์ ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านประเภทบริการมีความหลากหลาย สามารถใช้บริการได้หลายประเภทในสถานที่เดียว และด้านที่ทำการไปรษณีย์มีการรับชำระบริการต่างๆ ตรงความต้องการ

- ข้อเสนอแนะ**
1. ควรมีการสำรวจความต้องการ การพัฒนาตนเองของเจ้าหน้าที่ เพื่อการส่งเสริมสนับสนุนให้สอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งส่งผลถึงการปฏิบัติงานที่ดี
 2. ควรมีการศึกษาถึงแบบแผนในการให้บริการประชาชนที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

- [1] การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. 2543. คู่มือขั้นตอน และวิธีปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ : การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค.
- [2] การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. 2546.คู่มือแนวทางปฏิบัติงานเพื่อบริการประชาชน . กรุงเทพฯ : สำนักผู้ว่าการฝ่ายวางแผนระบบไฟฟ้า ฝ่ายแผนวิสาหกิจ กองสอบสวนและพัฒนาระเบียบ.
- [3] การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. 2558. ประวัติความเป็นมา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.pea.co.th/SitePages/home.aspx> (7 กุมภาพันธ์ 2558).
- [4] พนม คอนรัมย์. 2548. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ การเกษตรสาขาเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [5] ประยุทธ์ แก้วพิทักษ์. 2552. ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อช่องทางการชำระค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จั ง ห วั ด ฉะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- [6] พรศิริ ลิ้มปพนาสีทธิ. 2546. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางไปรษณีย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [7] พูลศิริ ธรรมสโรช. 2537. ทศนคติของผู้ใช้ไฟฟ้าที่มีต่อการชำระค่าไฟฟ้า โดยวิธีการหักบัญชีเงินฝากธนาคาร ใน อ่า เก อ เมื อ ง จั ง ห วั ด ลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [8] ศุภเนตร พิเชฐพงศ์ธร. 2552. ความพึงพอใจของผู้ใช้ไฟฟ้าต่อการชำระค่าไฟฟ้าที่สำนักงาน การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อ่า เก อ บางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสนามบินสุวรรณภูมิ

The satisfaction of the service restaurants , fast food (FASTFOOD) or " fast food" of Thai Customer in Suvarnabhumi Airport

ปฎิภา โทพิลา¹ สุนทรี ตรีพาทย์²

^{1,2}อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

**Corresponding author, E-mail: pranarung@hotmail.com*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทย ในสนามบินสุวรรณภูมิโดยผู้วิจัยทำสุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)และสถิติเชิงอนุมาน คือ ไคส์ แสควร์ (Chi-Square Test)สถานภาพและปัจจัยส่วนผสมทาง การตลาดด้วยค่าสถิติF-test ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ ใช้ บริการ โดยรวมส่วนใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ

Abstract

This research aims To the satisfaction of the service restaurants, fast food (FASTFOOD) or "fast food" of users in Thailand. In Suvarnabhumi Airport were doing random population sample of 400 people by questionnaire to collect data. The statistics used for data analysis included descriptive statistics include percentage (Percentage) Average (Mean), standard deviation (Standard Deviation) and inferential statistics is Christchurch's Square (Chi-Square Test). The research found that consumers who have different personal factors were Satisfied with the service overall majority is no different.

Keyword : satisfaction

บทนำ

อาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือที่บางคนเรียกว่า “อาหารจานด่วน” นั้น เป็นคำที่อเมริกันคนลาวบอยคิดขึ้นมาไว้สำหรับเรียกอาหารหรือขนมทั้งประเภทกินอิมหรือกินเล่นเป็นของว่าง โดยมีกรรมเตรียมและปรุงไว้จนสำเร็จรูปหรือเกือบสำเร็จรูปแล้วสามารถรับประทานได้ทันที หรือใช้เวลาสำหรับกรรมวิธีขั้นสุดทำก่อนรับประทานเพียงแค่มิถุนาที ผู้บริโภคสามารถที่จะนั่งกินในร้านหรือนำออกไปกินนอกร้านก็ได้พุงง่าย ๆ สไตลอเมริกัน ฟาสต์ฟู้ดก็คืออาหารหรือขนมที่สั่งเร็ว ได้เร็ว กินเร็ว และราคาไม่แพงจนเกินไป ฟาสต์ฟู้ดมี 2 ประเภท พวกแรกคืออาหารประเภทกินอิม หรือ FULL MEAL FASTFOOD ฟาสต์ฟู้ดพวกแรกนี้จะมีส่วนประกอบจำพวกแป้ง เนื้อสัตว์ และผัก โดยในหนึ่งชุดอาจประกอบไปด้วยอาหารประเภทแป้ง เช่น ขนมปัง มันฝรั่งทอด หรือมันฝรั่งนึ่งอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนเนื้อสัตว์ก็แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารหลายชนิด เช่น ไส้กรอก แฮม เบคอน ไก่ย่าง ไก่ทอด และประดับด้วยเตงคอง ผักกาดหอม และมะเขือเทศ อาหารชุดเหล่านี้จะมีทั้งชุดเล็กและชุดใหญ่ตามความต้องการของผู้บริโภค

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะ ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสนามบินสุวรรณภูมิ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการในการพัฒนากิจการให้ดีขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตามเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of Research)

1. ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

คุณลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Independent Variable)

ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ

ประชากรที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่มาใช้บริการชาวไทยภายในร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ในสนามบินสุวรรณภูมิ โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ชุด การสุ่มเลือกตัวอย่างจากใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการในร้านอาหารดังกล่าวในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน – พฤศจิกายน 2558

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลในสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิจัยสามารถคำนวณค่าและแปรความหมายของข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแสดงผลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ โดยจำแนกเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ใช้ข้อมูลการสร้างสเกลแบบ Likert Scale โดยแสดงลำดับความสำคัญมาก – น้อย (Scales Question) คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (5) มาก (4)

ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) โดยแสดงผลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ในสนามบินสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทยในสนามบินสุวรรณภูมิ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นโดยรวมดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ดังนี้ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายภายในร้านค่าระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 รสชาติของอาหารระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย

4.34 ชื่อเสียงยี่ห้อและความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านราคาอยู่ในระดับมาก ดังนี้ มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจนระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ราคามีความเหมาะสมกับสถานที่และบริการระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ดังนี้ บรรยากาศภายในร้านดูสะอาดเป็นระเบียบระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ที่ตั้งของร้านหาได้ง่ายระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 มีที่นั่งเพียงพอ การจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ และอุปกรณ์เป็นระเบียบระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ดังนี้ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 มีการจัดกิจกรรมการตลาดหรือได้รับส่วนลดคอยอย่างต่อเนื่องระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.37

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านบุคลากรหรือพนักงานอยู่ในระดับมาก ดังนี้ พนักงานมีความเชี่ยวชาญ สามารถให้คำแนะนำได้ ระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ดังนี้ มารยาทและความสุภาพของพนักงานระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17

มีความรวดเร็วในการให้บริการระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15

ด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ดังนี้ จัดอาหารและเครื่องดื่มส่งมอบได้อย่างถูกต้องครบถ้วนระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงานระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

อภิปรายผล

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของผู้ใช้บริการชาวไทย ในสนามบินสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว จากผลวิจัยพบว่า

5.3.1 จากผลการศึกษาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามในความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทย ในสนามบินสุวรรณภูมิ มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก

5.3.2 จากผลการศึกษาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่องเพศและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้วยค่าสถิติ t-test พบว่าให้ค่านัยความสำคัญทางสถิติครั้งนี้ ผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3.3 จากผลการศึกษาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่องอายุและปัจจัยส่วนผสมทาง

การตลาดด้วยค่าสถิติF-test พบว่าให้ค่านัยความสำคัญทางสถิติตั้งนี้ผู้บริโภค โภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ0.05

5.3.4 จากผลการศึกษาคงทดสอบความสมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่องสถานภาพและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้วยค่าสถิติF-test พบว่าให้ค่านัยความสำคัญทางสถิติตั้งนี้ผู้บริโภคที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมส่วนใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าในด้านบุคคล หือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.3.5 จากผลการศึกษาคงทดสอบความสมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่องระดับการศึกษาและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้วยค่าสถิติF-test พบว่าให้ค่านัยความสำคัญทางสถิติตั้งนี้ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมส่วนใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.3.6 จากผลการศึกษาคงทดสอบความสมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่องอาชีพและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้วยค่าสถิติF-test พบว่าให้ค่านัยความสำคัญทางสถิติตั้งนี้ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมส่วนใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความ

พอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.3.7 จากผลการศึกษาคงทดสอบความสมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้วยค่าสถิติF-test พบว่าให้ค่านัยความสำคัญทางสถิติตั้งนี้ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ โดยรวมส่วนใหญ่ที่ไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig มากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยมีการสอดคล้องกับงานวิจัยของ(รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)วิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการของร้านอาหารชาบูชินุฟเฟต์ ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ สาขาท่าพระเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และสถิติไคสแควร์(Chi-square) ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ กลุ่มเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 35 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีรายได้มากกว่า 25,001 บาทระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารชาบูชินุฟเฟต์ ที่ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ สาขาท่าพระ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

สำหรับการทดสอบสมมติฐานผู้ให้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านอาหารชาบูชินุฟเฟต์ ที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาท่าพระ แตกต่างพบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อ

การใช้บริการร้านอาหารชาวจีนฟูเฟ็ด ที่
ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ สาขาท่าพระไม่แตกต่างกัน
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจ
ในการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD)
หรือ “อาหารจานด่วน” ของ ผู้ใช้บริการชาวไทยใน
สนามบินสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้รวบรวมมีข้อเสนอแนะ
จากผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นแนวทางในการ
ปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจร้านอาหารความพึงพอใจใน
การใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ
“อาหารจานด่วน” ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดย
สรุปได้ดังนี้

1. พัฒนาการส่งเสริมทางการตลาดให้
ประชาชนสนใจ
 2. การพัฒนาด้านรสชาติและความหลากหลาย
ในการเลือกรับประทานอาหารให้มากขึ้น
 3. ควบคุมด้านราคาให้มีระดับที่มาตรฐานให้
สามารถควบคุมได้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค
- ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆเพิ่มเติม เช่น
ทัศนคติปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทางการเมืองอื่นๆอีก
มากมาย ที่จะ เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม
บริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD) หรือ “อาหาร
จานด่วน” เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยออกมาชัดเจน
มากขึ้น
2. ควรศึกษาด้านความจงรักภักดีและความ
คาดหวัง ของลูกค้าเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง
พัฒนารักฐานลูกค้าเดิมไว้ให้ได้มากที่สุดและสร้าง
ฐานลูกค้าใหม่ไปด้วย
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมกรใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด

(FASTFOOD) หรือ “อาหารจานด่วน” แต่ละภาคของ
ประเทศไทยที่มีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด (FASTFOOD)
หรือ “อาหารจานด่วน” จำหน่าย เพื่อให้ทราบว่า
ภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมกรบริโภคที่
แตกต่างกันหรือไม่

4. ควรเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาให้มากขึ้น
เพื่อที่จะสามารถขยายกลุ่มตัวอย่างให้มากกว่านี้ซึ่งจะ
ทำให้เราทราบข้อสรุปหรือผลการวิจัยที่ใกล้เคียงกับ
ความจริงมากขึ้นกว่านี้

บรรณานุกรม

- [1] พริษฐ์ อนุคุณธนากร. (2546). ความพึง
พอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด
ททชน (บายทีอ็อปส์) ในสถานีบริการน้ำมันเจ็ท.
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระ. จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). ความพึงพอใจ. ใน
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (หน้า
775). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.
- [2] Wolman, B. B. (1973). Dictionary of
behavioral science (1st ed.). New York: Van
Norstrand.
- [3] Hornby, A. F. (2000). Advance learner's
dictionary (6th ed.). London, England: Oxford
University.
- [4] Quirk, R. (1987). Longman dictionary of
contemporary English (2nd ed.). London, England:
Richard Clay Ltd.
- [5] Vroom, V. H. (1990). Manage people not
personnel: Motivation and performance appraisal.
Boston: Harvard Business School Press.
- [6] Good, c. V. (Ed.). (1973). Dictionary of education
(3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

ความพึงพอใจและความต้องการของชุมชนที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี
ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ
จังหวัดลำพูน

**Satisfaction and Community Needs for Accounting, Faculty of Accountancy
Academic Center Service Thonburi University
Northern Mubankru Technological College Lamphun**

รุจิรัตน์ ปาลีพัฒนสกุล¹ พุกษา พึ่งจิตต์ประไพ²

¹คณะบัญชี, ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรีวิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

²คณะบัญชี, ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรีวิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

บทคัดย่อ:

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของชุมชน ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน

การศึกษาคั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และรวบรวมข้อมูลโดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง มีแหล่งมาจากที่ต่างๆ ทั้งเอกสารและการค้นคว้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างคือบุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณหรืออยู่ในเขตการให้บริการของ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) และค่าทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยหมู่บ้านอุโมงค์ มีกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่น้อยกว่า 25 ปี และอาชีพของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีอาชีพรับจ้างมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จัก สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะบัญชีฯ ทั้งนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี

ความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรื่องที่ชุมชนมีความต้องการมากที่สุด คือให้คณะบัญชีออกให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการบัญชีแก่ชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง ความคาดหวังและความต้องการของชุมชนเพิ่มเติม คือให้นักศึกษามีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านบัญชี รองลงมาคือเรื่องมีแหล่งความรู้ใช้ศึกษาค้นคว้าอย่างเพียงพอ สุดท้ายคือเรื่องปรับปรุงมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นให้มากกว่านี้

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ ความต้องการ ชุมชน สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

ABSTRACT:

This study aims to explore the satisfaction and needs of the community in accounting of Faculty of Accountancy Academic Center Service Thonburi University Northern Mubankru Technological College Lamphun.

This study was conducted in the quantitative research by using questionnaires as tools to collect data. The data collection was run by studying concept, theory and research from various sources in both documents and internet that related to this study.

The sample groups were people who resided around the corner of Academic Center Service Thonburi University Northern Mubankru Technological College Lamphun. Data were analyzed by using SPSS (Statistical Package for Social Science) and the statistical analysis such as Frequency, Percentage, and Mean.

The study found that most of respondents were females and mostly form Umomg Village. They were under 25 years old of ages with an occupation of employees. Most of them knew an accounting of Faculty of Accountancy Academic Center Service Thonburi University Northern Mubankru Technological College Lamphun.

The results found that most of people in the sample group were satisfied in a high level. The most satisfaction was the participation of the community to manage the education of Faculty of Accountancy. It also found that most of the demand was overall in a high level. The community needs most was to be educated about accounting by the Faculty of Accountancy continuously.

The additional expectations and needs of the community were to get knowledge by the students who were skills and expertise in the accounting, to have enough sources of studying, and finally to improve the educational standards to conform to the needs of the community.

KEYWORDS : Satisfaction of Community, Accounting, Thonburi University

ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

การบริการทางวิชาการแก่สังคมเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษา สถาบัน พึ่งให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชน สังคม และประเทศชาติในรูปแบบต่างๆ ตามความถนัด และในด้านที่สถาบันมีความเชี่ยวชาญ การให้บริการทางวิชาการอาจให้เปล่าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย หรืออาจคิดค่าใช้จ่ายตามความเหมาะสม โดยให้บริการทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน หน่วยงานอิสระ หน่วยงานสาธารณะ ชุมชน และสังคมโดยกว้าง รูปแบบการให้บริการทางวิชาการมีความหลากหลาย เช่น การอนุญาตให้ใช้ประโยชน์ทรัพยากรของสถาบัน เป็นแหล่งอ้างอิง ทางวิชาการ ให้คำปรึกษา ให้การอบรม จัดประชุมหรือสัมมนาวิชาการ ทำงานวิจัยเพื่อ ตอบคำถามต่างๆ หรือเพื่อชี้แนะสังคม การให้บริการทางวิชาการนอกจากเป็นการทำประโยชน์ ให้สังคมแล้ว สถาบันยังได้รับประโยชน์ในด้านต่างๆ คือ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ ของอาจารย์อันจะนำมาสู่การพัฒนาหลักสูตร มีการบูรณาการเพื่อใช้ประโยชน์ทางด้านการจัดการเรียนการสอนและการวิจัย พัฒนาคำแนะนำทางวิชาการของอาจารย์สร้างเครือข่าย กับหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเป็นแหล่งงานของนักศึกษาและเป็นการสร้างรายได้ของสถาบันจากการ ให้บริการทางวิชาการด้วย [1]

หลักสำคัญในการบริหารงานและการจัดการเพื่อความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนขององค์กรไม่ว่าองค์กรขนาดไหนก็ตาม วัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การทำให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการขององค์กร รวมทั้งจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบแก่ผู้ที่มีได้เป็นลูกค้าขององค์กรด้วย ดังนั้นการศึกษาถึงความพึงพอใจ ความต้องการ รวมถึงความคาดหวังของลูกค้า

หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการขององค์กรจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

มหาวิทยาลัยธนบุรีศูนย์วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน เปิดดำเนินการจัดการเรียนการสอนตั้งแต่ปีการศึกษา 2552 โดยทุกหลักสูตรที่เปิดดำเนินการเป็นไปตามเกณฑ์ และวิธีการที่กำหนดของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยเปิดทำการสอนในระดับปริญญาตรี 3 หลักสูตร คือหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการ และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.) สาขาวิชาการบัญชี ซึ่งคณะบัญชี มีปรัชญา เพื่อผลิตบัณฑิตในสาขาการบัญชีให้มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญทั้งทฤษฎีและปฏิบัติในวิชาชีพบัญชีอย่างเพียงพอที่จะประกอบอาชีพในฐานะนักวิชาชีพบัญชี ทั้งเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณของวิชาชีพบัญชีโดยรู้จักนำวิธีและหลักวิชาที่ได้รับไปใช้ให้เป็นประโยชน์ทั้งแก่ตนเองครอบครัวและสังคม

ผู้ทำการวิจัย ได้เห็นความสำคัญของชุมชนโดยรอบ ของสถานศึกษา ซึ่งตำบลอุโมงค์ เป็นตำบลหนึ่งที่อยู่ใกล้กับ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาชุมชนตำบลอุโมงค์ ในการสำรวจ ความพึงพอใจและความต้องการของชุมชน ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของชุมชนที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบความพึงพอใจและความต้องการของชุมชน ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน

แนวคิดและทฤษฎี

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ ที่มนุษย์เราได้รับ อาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ ทั้งทางบวกและทางลบ แต่เมื่อใดสิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ [2]

โคร์แมน (Korman) [3] ได้จำแนกทฤษฎีความพึงพอใจในงานออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ทฤษฎีการสนองความต้องการ กลุ่มนี้ถือว่าความพึงพอใจ ในงานเกิดจากความต้องการส่วน บุคคลที่มี

ความสัมพันธ์ต่อผลที่ได้รับจากงานกับการประสบความ สำเร็จตามเป้าหมายส่วนบุคคล

2. ทฤษฎีการอ้างอิงกลุ่ม ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับคุณลักษณะของงานตามความปรารถนาของกลุ่ม ซึ่งสมาชิกให้กลุ่มเป็นแนวทางในการประเมินผลการทำงาน

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

ความต้องการ (Needs) [4] เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงขับ และแรงจูงใจขึ้นภายในตัวบุคคล กล่าวคือ เมื่อใดบุคคลมีความต้องการเกิดขึ้นเนื่องมาจากร่างกายอยู่ในสภาวะของการแสวงหาบางสิ่งบางอย่างที่ขาดหาย หรือสูญเสียไปจนทำให้เกิดแรงกระตุ้นร่างกายทำให้เกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา เพื่อตอบสนองสภาวะของร่างกายที่ขาดความสมดุลนั้นให้กลับสู่สภาวะปกติ โดยทั่วไปแล้วความต้องการของมนุษย์แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการทางจิตใจ (Psychological Needs)

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้นออกเป็น 5 ขั้น คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Need)
2. ความต้องการความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิต (Safety and Security Need)
3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs)
4. ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs)
5. ความต้องการการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self Actualization Needs)

ระเบียบวิธีการวิจัย

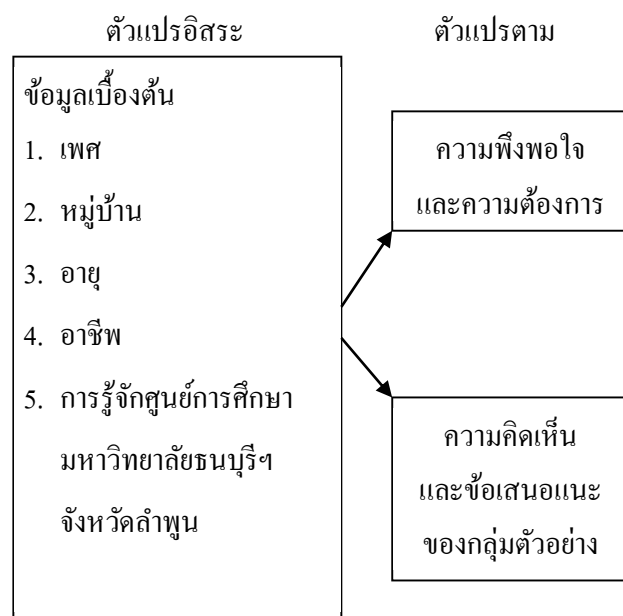
ประชากร

บุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณ หรืออยู่ในเขตบริการที่ใกล้เคียง ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

พื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

หมู่บ้านในเทศบาลตำบลอุโมงค์ จังหวัดลำพูน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



วิธีดำเนินงานวิจัย

กลุ่มเป้าหมายคือบุคคลที่อาศัยอยู่บริเวณ หรืออยู่ในเขตการให้บริการของศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

วิจัยฉบับนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ หมู่บ้าน อายุ อาชีพ การรู้จักศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 2 สสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของชุมชน ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง มีแหล่งมาจากที่ต่างๆ ทั้งเอกสารและการค้นคว้าผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใน ส่วนของ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ หมู่บ้าน อายุ อาชีพ การรู้จักศูนย์

การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้าน
ครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ส่วนที่ 2 การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจ และความต้องการของชุมชน ข้อมูลที่แสดงความเห็นใช้วัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) มีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามระดับความเห็นแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความเห็น
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ในส่วนของ การวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) นั้น ได้วัดระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจไว้ 5 ระดับ โดยใช้วิธีถ่วงน้ำหนักแล้วหาค่าเฉลี่ยของแต่ละรายการ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เท่ากับ 5 เห็นด้วยมาก เท่ากับ 4 เห็นด้วยปานกลาง เท่ากับ 3 เห็นด้วยน้อย เท่ากับ 2 และเห็นด้วยน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ในส่วนความคาดหวัง และความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 596 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเป็นเพศชาย 518 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 หมู่บ้านที่เก็บข้อมูลมีทั้งหมด 11 หมู่บ้าน พบว่าหมู่บ้านอุโมงค์ มีกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด 150 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงคือ หมู่บ้านกอม่วง 145 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 หมู่บ้านสันทับตอง 138 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 หมู่บ้านฮ่องกอก 125 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 หมู่บ้านป่าเหว 119 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 หมู่บ้านป่าลาน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 หมู่บ้านเซตวัน (หนองหุม) 97 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 หมู่บ้านไร่ 72 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 หมู่บ้านป่าเส้า 63 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 หมู่บ้านชัยสถาน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ส่วนหมู่บ้านแม่ร่องน้อย มีกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด 50 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี 270 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 25–30 ปี 250 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 อายุระหว่าง 31-40 ปี 210 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 อายุระหว่าง 41-50 ปี 200 คน คิดเป็นร้อยละ 18 อายุระหว่าง 51-60 ปี 100 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด 84 คน มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนอาชีพของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีอาชีพรับจ้างมากที่สุด 290 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 180 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 อาชีพเกษตรกร 150 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 137 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 เป็นนิสิต/นักศึกษา 240 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

และว่างาน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนคำถามที่ว่า ท่านรู้จัก สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน มากน้อยเพียงใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จัก 824 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รู้จักดีมาก 253 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และไม่รู้จักเลย 37 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในการให้บริการวิชาการของ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจมากที่สุด คือให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะบัญชีฯ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ชุมชนมีความพึงพอใจในเรื่องที่คณะบัญชีฯ ส่งเสริมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เรื่องจัดให้มีการศึกษาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความต้องการของท้องถิ่น กับเรื่องการส่งเสริม ให้ความร่วมมือในกิจกรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.81 เรื่องจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง กับเรื่องเป็นศูนย์กลางแห่งแหล่งการเรียนรู้ของชุมชนมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.80 เรื่องให้ความร่วมมือกับชุมชน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานวิชาชีพในการให้บริการทางวิชาการ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.74 เรื่องมีการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์ธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.71 เรื่องนำภูมิปัญญาของท้องถิ่นเข้าเผยแพร่เพื่อให้ความรู้แก่นักศึกษาในคณะบัญชีฯ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 เรื่องมีการส่งเสริมการบริการทางวิชาการแก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง คณะบัญชีฯ ชุมชนมีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.49 เรื่องมีการส่งเสริมให้ความรู้การจัดการทำบัญชีแก่ชุมชน เช่น การทำบัญชีครัวเรือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และเรื่องให้ชุมชนได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากส่วนต่างๆ ภายในคณะบัญชีฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือจัดให้มีกิจกรรม ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการทำบัญชีแก่ชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่องคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ความต้องการของชุมชน ที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความต้องการมากที่สุด คือให้คณะบัญชีฯ ออกให้ความรู้เกี่ยวกับการบัญชีแก่ชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ชุมชนมีความต้องการในเรื่องการส่งเสริมให้ความรู้การจัดการทำบัญชีแก่ชุมชน เช่น การทำบัญชีครัวเรือน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เรื่องเป็นศูนย์กลางแห่งแหล่งการเรียนรู้ของชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เรื่องส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์ธุรกิจ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เรื่องจัดการศึกษาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความต้องการของท้องถิ่น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เรื่องจัดการศึกษาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความต้องการของท้องถิ่น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เรื่องออกให้ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 เรื่องให้ชุมชนเข้ามา

มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะฯ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และเรื่องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากส่วนต่างๆ ภายในคณะฯ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ส่งเสริม และความร่วมมือการจัดการกิจกรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ส่วนที่ 3 ความคาดหวัง และความต้องการของชุมชนที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน พบว่าเรื่องที่ชุมชนต้องการให้คณะบัญชีฯ พัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ เรื่องให้นักศึกษามีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านบัญชีมากขึ้น เพื่อนำความรู้มาถ่ายทอดแก่ชุมชน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 16.16 รองลงมาชุมชนเห็นว่าควรมีแหล่งความรู้ใช้ศึกษาค้นคว้าอย่างเพียงพอ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 และเห็นว่ามีการจัดกิจกรรมที่เพิ่มประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตในสังคมให้แก่นักศึกษาเพิ่มมากขึ้น จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 8.98 สุดท้ายเรื่อง ปรับปรุงมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นให้มากกว่านี้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.08 และผู้ไม่แสดงความเห็นจำนวน 667 คน คิดเป็นร้อยละ 59.87

อภิปรายผล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของชุมชนที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวม

ข้อมูล โดยได้ทำการสอบถามข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณในเขตเทศบาลตำบลอุโมงค์ จังหวัดลำพูน จำนวน 1,114 ราย ทำให้ทราบว่าชุมชนมีความพึงพอใจในการให้บริการวิชาการของคณะบัญชีฯ ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจมากที่สุดคือให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะบัญชีฯ และมีความต้องการให้คณะบัญชีฯ มีการอบรมถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเรื่องการทำบัญชีให้แก่ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนที่มีความสนใจอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความคาดหวังที่อยากจะให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยมีทักษะและความเชี่ยวชาญในด้านบัญชีมากขึ้น

สรุปผลการศึกษา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.5 หมู่บ้านที่เก็บข้อมูลมีทั้งหมด 11 หมู่บ้าน พบว่าหมู่บ้านอุโมงค์ มีกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงคือ หมู่บ้านกอม่วง คิดเป็นร้อยละ 13.0 ส่วนหมู่บ้านแม่ร่องน้อย มีกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.5 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.2 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25 ปี – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.4 และผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนอาชีพของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ามีอาชีพรับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมา คือมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 16.2 และกลุ่มอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 13.5 ส่วนคำถามที่ว่าท่านรู้จักสาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัด

ลำพูน มากน้อยเพียงใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จัก คิด เป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาตอบว่า รู้จักดีมาก 22.7 และไม่รู้จักเลย คิดเป็นร้อยละ 3.3

ผลการวิเคราะห์ ความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อการให้บริการวิชาการของ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจมากที่สุดคือให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะบัญชีฯ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือจัดให้มีกิจกรรม ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการบัญชีแก่ชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่องคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

ผลการวิเคราะห์ ความต้องการของชุมชนที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความต้องการมากที่สุด คือให้คณะบัญชีฯ ออกให้ความรู้เกี่ยวกับการบัญชีแก่ชุมชนที่สนใจอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ส่วนเรื่องที่ชุมชนมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ส่งเสริม และความร่วมมือการจัดกิจกรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

เรื่องความคาดหวัง และความต้องการของชุมชนที่มีต่อ สาขาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือจังหวัดลำพูน พบว่าเรื่องที่ชุมชนต้องการให้นักศึกษามีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านบัญชีมากขึ้น เพื่อนำความรู้มาถ่ายทอดแก่ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 16.16

รองลงมาชุมชนเห็นว่าควรมีแหล่งความรู้ใช้ศึกษาค้นคว้าอย่างเพียงพอ และต้องการให้ปรับปรุงมาตรฐานการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนในท้องถิ่นให้มากกว่านี้ เป็นร้อยละ 1.08 ส่วนร้อยละ 59.87 ไม่แสดงความเห็น

เอกสารอ้างอิง

- [1] คณะกรรมการประกันคุณภาพภายในระดับอุดมศึกษา คณะอนุกรรมการพัฒนาการประกันคุณภาพ การศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา. (2558). คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2557. พิมพ์ครั้งที่ 1. หน้า 115. สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. นนทบุรี:ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- [2] กชกร เป้าสุวรรณ. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อ การมาศึกษาต่อที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์พิษณุโลก. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- [3] ประไพรัตน์ ไวยกุล และคณะ. (2554). การรับรู้และ ความคาดหวังในการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงาน สภามหาวิทยาลัยนเรศวรในมุมมองของประชาคม มหาวิทยาลัยนเรศวร. หน้า 13. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร
- [4] พรพิมล คงจิน. (2554). การศึกษาความพึงพอใจและ ความต้องการของลูกค้าที่ได้รับบริการจาก บริษัท เอ็ม.เอช.อี-ดีแมก (ที) จำกัด. หน้า 17. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ความรู้ ความเข้าใจ และปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ของ ผู้ทำบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม

The Understanding and Problems of Accountants in Bangkok Samutsakorn and Nakhon Prathom
Province on Corporate Income Tax Laws

นางธนวรรณ แฉ่งขำโถม

คณะบัญชี,มหาวิทยาลัยธนบุรี,mamablue_th@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นศึกษาถึงระดับความรู้ ความเข้าใจ และปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีใน เขต กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม เกี่ยวกับกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการประเมินถึงความสามารถในการปฏิบัติงานด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชี และแนวทางในการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชี ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากประชากรคือ ผู้ทำบัญชี ที่ขึ้นทะเบียนในเขต กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึง ปี พ.ศ.2557 ซึ่งมีจำนวนประชากร 57,024 คน และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติอ้างอิง คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t -test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีสถานภาพโสด มีสถานะเป็นผู้ทำบัญชีแบบอิสระ เป็นผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชี และ เป็นผู้ทำบัญชีในองค์กรธุรกิจ มีรายได้ต่อเดือน 20,000-50,000 บาท มีจำนวนรายธุรกิจที่รับทำบัญชี 1-20 ราย ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1)ด้านการคำนวณกำไรสุทธิตามเกณฑ์สิทธิและเกณฑ์อื่น 2)ด้านหลักเกณฑ์การคำนวณกำไรสุทธิทางภาษีตามมาตรา 65 ทวิ 3)ด้านหลักเกณฑ์รายจ่ายที่ไม่ให้ถือเป็นรายจ่ายตามมาตรา 65 ทรี 4)ด้านเงินได้ที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และ 5) การยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษี โดยในภาพรวมผู้ทำบัญชีมีความรู้ ความเข้าใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 70.07 ส่วนในด้านปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อกฎหมาย การให้บริการของหน่วยงานรัฐ และด้านผู้ประกอบการ มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.45) ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยนี้ เพื่อที่องค์กรธุรกิจจะได้นำไปเป็นข้อพิจารณาในการเตรียมบุคลากรในการทำงานและการพัฒนาความรู้ด้านกฎหมายภาษีนิติบุคคลต่อไป

คำสำคัญ ความรู้ความเข้าใจ, ภาษีเงินได้นิติบุคคล, ผู้ทำบัญชี

Abstract

This research mainly emphasized the study of the understanding and problems of corporate income tax. Questionnaires were used to collect data from 397 accountants in Bangkok Samutsakorn and Nakhon Prathom Province. The collected data were evaluated and analyzed using descriptive and inference statistics that composed of percentage, means, standard deviation Analysis of Variance: Independent-Sample T-Test and one-way ANOVA. The results of this study showed that the majority of the respondents were female aged between twenty-five and thirty-five years old, had a bachelor's degree They were freelance bookkeeper work in the the accounting firms and business's bookkeeper in business organization. Most of the accountants' activities involved dealing with expenditures prohibited by the Revenue Code. The corporate income tax laws covered in this study included net profit calculation in accrual basis, and another basis, the calculation of net profit and net loss under Section 65 Bis, the calculation of expenditure under Section 65 Ter, and exempt incomes tax filing and payments. It appears that the majority of the accountants in Bangkok Samutsakorn and Nakhon Prathom Province have a mediam overall understanding of corporate income tax laws, a medium level of understanding with net profit calculation in accrual basis and the calculation of expenditure under Section 65 Ter, and the lowest level of understanding was related to the calculation of net profit and net loss under Section 65 Bis and exempt income

Keywords The understanding , Corporate Income Tax , The Accountant

บทนำ

ในระบบการพัฒนาประเทศของทุกประเทศทั่วโลก จำเป็นต้องมีระบบภาษีอากรที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกซึ่งจะเป็นงบประมาณในการพัฒนาประเทศ สำหรับประเทศไทยที่กำลังพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วในด้านเศรษฐกิจ มีระบบการเก็บภาษีอากรที่จะนำมาใช้จ่ายในการพัฒนาประเทศ เพื่อให้ประชาชนชาวไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีความเจริญก้าวหน้าในทุกๆด้านเพื่อความเท่าเทียมในอารยประเทศ การจัดเก็บภาษีอากรเป็นหน้าที่ของกรมสรรพากร ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการจัดเก็บรายได้ภาษีอากร โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 นี้รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายในการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพากรไว้ที่ประมาณ 2,720 ล้านล้านบาท ซึ่งภาษีเงินได้นิติบุคคล จะเป็นภาษีที่มีการจัดเก็บใน

จำนวนเงินที่ค่อนข้างสูง และการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลที่จัดเก็บจากฐาน “กำไรสุทธิ” ก็มีจำนวนสูงที่สุดในบรรดาฐานภาษีอื่น การจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลจากฐานกำไรสุทธิ เป็นการจัดเก็บจากองค์กรธุรกิจเอกชนที่ต้องจัดทำบัญชี โดยจะนำเอากำไรสุทธิทางบัญชีมาปรับปรุงให้เป็นกำไรทางภาษี ดังนั้นการจัดเก็บภาษีจากฐานนี้จึงมีความเชื่อมโยงกับการจัดทำบัญชีของ “ผู้ทำบัญชี” ขององค์กรธุรกิจเป็นอย่างมาก หน้าที่ในการจัดทำบัญชี และการคำนวณกำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิทางบัญชีจึงเป็นหน้าที่สำคัญของ “ผู้ทำบัญชี” ซึ่งเป็นวิชาชีพทางบัญชีแขนงหนึ่งที่ได้รับใบอนุญาต หรือการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีจาก สภาวิชาชีพบัญชี และอยู่ภายใต้การควบคุมของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยหน้าที่ของผู้ทำบัญชีจะต้อง

เป็นผู้จัดทำบัญชีของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล จึงต้องมีความรู้ทั้งทางด้านกรบัญชีและกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล เนื่องจากการจัดทำงบการเงินเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี และหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปแล้ว โดยส่วนใหญ่ผู้ทำบัญชีก็จะทำหน้าอย่างต่อเนื่องโดยการนำกำไรสุทธิทางบัญชีมาปรับปรุงให้เป็นกำไรสุทธิทางภาษีอากรตามหลักเกณฑ์ในประมวลรัษฎากรและกฎหมายภาษีอากรที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ทำบัญชีในการปรับปรุงกำไรสุทธิทางบัญชีให้เป็นกำไรสุทธิทางภาษีอากร คำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต้องชำระ การกรอกแบบแสดงรายการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล (ภ.ง.ด. 50 และ ภ.ง.ด. 51) ให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ พร้อมทั้งยื่นแบบชำระภาษีตามระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้จึงจะถือว่าเสร็จสิ้นกระบวนการในการรับทำบัญชี ของผู้ทำบัญชี โดยทั่วไป ดังนั้นความรู้และความเข้าใจในความแตกต่างของการคำนวณกำไรสุทธิทางบัญชีและทางภาษีจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ทำบัญชีต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักเกณฑ์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากปัญหาที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผู้ทำบัญชี มีความรู้ ความเข้าใจในความแตกต่างดังกล่าวไม่เพียงพอ ทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ เสียภาษีให้ธุรกิจอย่างไม่ถูกต้องครบถ้วน ต้องถูกประเมินภาษีเพิ่มเป็นเหตุให้ต้องเสีย เบี้ยปรับและเงินเพิ่มภาษีซึ่งจะสร้างความเสียหายแก่ธุรกิจ การศึกษาในเรื่องความรู้ความเข้าใจในเกณฑ์การเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชี จึงเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษา และเชื่อมโยงไปสู่การศึกษาปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชี โดยเลือกศึกษาจากผู้ทำบัญชีที่ขึ้นทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ความสำคัญของเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม เนื่องจากเป็น

พื้นที่เมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางธุรกิจของประเทศ ไทย และเป็นเขตจังหวัดปริมณฑลของกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ติดต่อกัน มีธุรกิจการค้าอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การประมง สำหรับจังหวัดสมุทรสาครเป็นพื้นที่ที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสูงเป็นอันดับ 6 ของประเทศในปีพ.ศ. 2554 และเป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางของประเทศ ปัจจุบันมีโรงงานอุตสาหกรรมกว่า 6,168 โรงงาน (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร,2559) นับได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมากที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศ สำหรับจังหวัดนครปฐมมีสภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครปฐม ในปี 2555 พบว่า ประชาชนมีรายได้เฉลี่ย ต่อหัว 221,285 บาทต่อปี โดยทั้งจังหวัดมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด 217,142 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาการผลิตอุตสาหกรรมมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 123,785 ล้านบาท หรือร้อยละ 57.0 รองลงมาเป็นสาขาการขนส่ง การขายปลีก(บรรยายสรุปจังหวัดนครปฐม,2558)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับความรู้ ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม เกี่ยวกับกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล
2. เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการประเมินถึงความสามารถในการปฏิบัติงานด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชี และแนวทางในการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานด้านภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชี
3. เพื่อศึกษาถึงปัญหาในทางปฏิบัติ เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในเขต

กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัด
นครปฐมที่มีอยู่ในปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่
สำนักงานบัญชี ได้เตรียมการในการพัฒนาบุคลากร
คือผู้ทำบัญชี เพื่อลดปัญหาในการปฏิบัติงานด้าน
ภาษีเงินได้นิติบุคคล

2. เพื่อประโยชน์ในเชิงนโยบาย โดยรัฐ
จะต้องเป็นผู้กำหนดนโยบายเพื่อประโยชน์ส่วนรวม
ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้จากงานวิจัย
นี้ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายในการ
กำกับดูแลการปฏิบัติงาน และจรรยาบรรณวิชาชีพ
ของผู้ทำบัญชี และการกำหนดนโยบายการเก็บภาษี
ได้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรม
ค้นหาความรู้ ความจริงเพื่อทำการ วิเคราะห์
สังเคราะห์เพื่อหาคำตอบของงานวิจัย โดยได้ศึกษา
จาก แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนา
เป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย โดยมี แนวคิด ทฤษฎี
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ความรู้ความเข้าใจ หมายถึงความสามารถ
ในการจำและเข้าใจรายละเอียดของข้อมูลต่างๆ ที่
บุคคลได้สะสมไว้ และถ่ายทอดต่อกันมา
ตลอดจนสามารถที่จะสื่อความหมาย แปลความ
ตีความ ขยายความ หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
เรื่องต่างๆหลังจากที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ
แล้ว

2. กฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล ที่กำหนด ในประมวลรัษฎากร

การจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลตาม
ประมวลรัษฎากรจากฐานกำไรสุทธิ มีหลักการ

จัดเก็บจากกำไรสุทธิที่ได้จากการประกอบกิจการ
หรือเนื่องจากการประกอบกิจการของนิติบุคคลทุก
ประเภทที่ถูกกำหนดให้ต้องเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษี
เงินได้นิติบุคคลตามประมวลรัษฎากรมาตรา 39 ใน
แต่ละรอบระยะเวลาบัญชี ส่วนวิธีการคำนวณกำไร
สุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามฐานกำไรสุทธิ
นี้จะต้องคำนวณตามกฎหมายที่กำหนดตามกฎหมาย
ซึ่งมีความแตกต่างกันระหว่าง กำไรสุทธิหรือขาดทุน
สุทธิทางบัญชี (Accounting Profit and Loss) ที่
คำนวณตามหลักการ วิธีการทางบัญชีที่รับรองทั่วไป
ในแต่ละรอบระยะเวลาบัญชี และ กำไรสุทธิหรือ
ขาดทุนสุทธิทางภาษี (Taxable Profit or Tax Loss)
ซึ่งเป็นการคำนวณจากรายได้หักด้วยรายจ่ายของ
กิจการเช่นเดียวกับวิธีการคำนวณกำไรสุทธิหรือ
ขาดทุนสุทธิทางบัญชีแต่ก็มีข้อแตกต่างตามที่กำหนด
ตามกฎหมาย ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขและเหตุผลทาง
กฎหมาย และอาจเนื่องมาจากความแตกต่างที่เกิด
จากการกำหนดของมาตรฐานการบัญชี มาตรฐาน
การรายงานทางการเงิน ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดข้อแตกต่าง
ระหว่างกำไรสุทธิทางบัญชีและทางภาษีด้วยเช่นกัน
(ไพจิตร โรจนวานิช และคณะ, 2546) การจัดเก็บ
ภาษีเงินได้นิติบุคคลจากฐานกำไรสุทธิ มีความ
จำเป็นต้องนำเอากำไรสุทธิหรือขาดทุนสุทธิทาง
บัญชีมาเป็นองค์ประกอบสำคัญ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจมี
ความสำคัญและเชื่อมโยงกับความรู้ด้านกฎหมาย
ภาษีเงินได้นิติบุคคล เพราะผู้ที่นำกฎหมายมาปฏิบัติ
ต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการสื่อความหมาย แปล
ความ ตีความ ขยายความ ในตัวบทกฎหมายได้อย่าง
ถูกต้องตามเจตนารมณ์ที่แท้จริงของกฎหมาย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ชนกานต์ จุลาสัย (2554) ศึกษาเรื่อง ความรู้
ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่ใน
กฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล พบว่า ผู้ทำบัญชีใน

จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย โดยมีความรู้ความเข้าใจด้านการคำนวณกำไรสุทธิตามเกณฑ์สิทธิและเกณฑ์อื่น และด้านหลักเกณฑ์การคำนวณกำไรสุทธิทางภาษีตามมาตรา 65 ทวิ ในระดับปานกลาง หลักเกณฑ์ รายจ่ายที่ไม่ถือเป็นรายจ่ายตามมาตรา 65 ตรี และด้านเงินได้ที่ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในระดับน้อยที่สุด

นันทพร เกตุคร้าม(2552) ศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจในหลักเกณฑ์การคำนวณกำไรสุทธิทางภาษีอากรของผู้ทำบัญชีในจังหวัดพิษณุโลก พบว่าผู้ทำบัญชีในจังหวัดพิษณุโลกส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีความรู้ความเข้าใจด้านการหักขาดทุนปีก่อนไม่เกิน 5 รอบระยะเวลาบัญชีอยู่ในระดับปานกลาง มีความรู้ความเข้าใจด้านรายได้ตามประมวลรัษฎากร และด้านรายการหักรายจ่ายการกุศล สาธารณะประโยชน์ การศึกษาและกีฬาอยู่ในระดับน้อย มีความรู้ความเข้าใจด้านรายจ่ายต้องห้ามตามประมวลรัษฎากร ด้านรายได้ที่ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้ นิติบุคคล และด้านรายจ่ายที่มีสิทธิหักเพิ่มในทางภาษีเงินได้นิติบุคคลอยู่ในระดับน้อยที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความรู้ ความเข้าใจ และปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของ ผู้ทำบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม มีขอบเขตศึกษาในด้านประชากร โดย เก็บข้อมูลเฉพาะประชากร ซึ่งเป็นผู้ทำบัญชีที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีกับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และ สภาวิชาชีพบัญชีใน พระบรมราชูปถัมภ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2544 ถึง 2556

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ทำบัญชีที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ตั้งแต่ปี 2544-2557 จำนวน 57,024 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า,2558) กลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากสูตรของ ทาโร่ ยามานะ ได้ขนาดตัวอย่าง 397 ราย ซึ่งสุ่มตัวอย่างโดยวิธี Random sampling การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร่ ยามานะ (Yamane,1973) ดังนี้

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = การคลาดเคลื่อนของการสุ่ม

ตัวอย่างที่ยอมรับได้

จากประชากรจำนวน 57,024 คน กำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง = 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแทนค่าได้ดังนี้
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$= \frac{57,024}{1 + (57,024) (0.05)(0.05)}$$

$$= 397.21 \text{ หรือ } 397 \text{ คน}$$

3. เครื่องมือการทำวิจัย คือแบบสอบถาม ที่

ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ราย และมีการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ก่อนใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีของ Cronbach จากผู้ทำบัญชีที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 ราย ก่อนจะนำไปเก็บข้อมูลจริง ได้ค่า alpha conbrach เท่ากับ 0.924

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน
ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ
แบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้และความเข้าใจ
เกี่ยวกับ ภาษีเงินได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีในเขต
กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัด
นครปฐม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในทางปฏิบัติ
เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีในเขต
กรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัด
นครปฐม

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบ
แบบสอบถาม

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 397 คน
พบว่าเป็นผู้หญิงมากที่สุดถึงร้อยละ 85.6 และมีอายุ
อยู่ระหว่าง 25-35 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 32.0
รองลงมา มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ถึงร้อยละ 24.9 มี
สถานภาพ โสดถึงร้อยละ 54.6 และรองลงมาสมรส
แล้ว ร้อยละ 36.0 และมีวุฒิปริญญาตรีสูงสุดถึงร้อย
ละ 75.6 สถานะการเป็นผู้ทำบัญชีอิสระร้อยละ 33.3
เป็นผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชีร้อยละ 33.3 และ
เป็นผู้ทำบัญชีในองค์กรธุรกิจร้อยละ 33.3 มีอายุการ
ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีน้อยกว่า 10 ปี ร้อยละ 49.3
และมีอายุการขึ้นทะเบียน เป็นผู้ทำบัญชีมากกว่า 10
ปี ร้อยละ 50.7 โดยมีรายได้ต่อเดือน 20,000-50,000
บาท ถึงร้อยละ 41.2 มีจำนวนรายธุรกิจที่รับทำบัญชี
1-20 รายมากที่สุดร้อยละ 49.3

ตอนที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้
นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 397 คน
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลดังนี้คือ

ตารางที่ 1 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงิน
ได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล	ระดับความรู้ความเข้าใจ	
	มี (ร้อยละ)	ไม่มี (ร้อยละ)
1. ด้านการคำนวณรายได้ตามเกณฑ์สิทธิและการ ยกเว้นเกณฑ์สิทธิ	67.65	32.35
2. หลักเกณฑ์การคำนวณกำไรสุทธิตามมาตรา 65 ตรี	70.48	29.52
3. ด้านหลักเกณฑ์รายจ่ายที่ไม่ให้ถือเป็นรายจ่าย ตามมาตรา 65 ตรี	71.28	28.72
4. เงินได้ที่ได้รับการยกเว้นไม่ต้องนำมารวม คำนวณกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษี	67.92	32.08
5. การยื่นแบบแสดงรายการและการชำระภาษี	73.02	26.98

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ทำบัญชีในมีความรู้
ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลในระดับ
ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เป็นร้อยละ 70.07
โดยมีความรู้ความเข้าใจในด้านการยื่นแบบแสดง
รายการและการชำระภาษีสูงสุด เป็นจำนวนร้อยละ
73.02 และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติ
บุคคลในด้านการคำนวณรายได้ตามเกณฑ์สิทธิและ
การยกเว้นเกณฑ์สิทธิ ต่ำสุดเป็นจำนวนร้อยละ 67.65

ในประเด็นที่ผู้ทำบัญชีมีความรู้ความเข้าใจ
น้อยที่สุด คือประเด็นการคำนวณค่าเสื่อมราคาซึ่ง
ผู้ทำบัญชีส่วนใหญ่เข้าใจว่าให้คำนวณตามอัตราที่
ประมวลรัษฎากรกำหนดเท่านั้น ซึ่งมีความรู้ความ
เข้าใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 55.42 และมิ
มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในประเด็นการคำนวณค่า
เสื่อมราคาของรถยนต์นั่ง หรือรถยนต์โดยสารที่มีที่
นั่งไม่เกิน 10 ที่นั่งให้คำนวณจากราคาทุนที่ไม่เกิน
1,000,000 บาท ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก
ที่สุดคิดเป็นร้อยละ 81.77

ตารางที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงิน
 ได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
 จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน
 โดยแยกตามอายุการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชี

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ภาษีเงินได้นิติบุคคล	อายุการขึ้น ทะเบียนเป็น ผู้ทำบัญชี	ความรู้ความเข้าใจ				
		N	Mean	t-value	Sig (2 tailed)	ผลการวิเคราะห์
1. ด้านการคำนวณรายได้ ตามเกณฑ์สิทธิและการ ยกเว้นเกณฑ์สิทธิ	น้อยกว่า 10 ปี	208	3.46	2.497	0.013	แตกต่าง
	มากกว่า 10 ปี	189	3.92			
2. หลักเกณฑ์การคำนวณ กำไรสุทธิตามมาตรา 65ตรี	น้อยกว่า 10 ปี	208	5.4	2.289	0.023	แตกต่าง
	มากกว่า 10 ปี	189	6.02			
3. ด้านหลักเกณฑ์รายจ่ายที่ ไม่ถือเป็นรายจ่ายตาม มาตรา 65 ตรี	น้อยกว่า 10 ปี	208	5.16	2.095	0.037	แตกต่าง
	มากกว่า 10 ปี	189	5.76			
4. เงินได้ที่ได้รับการยกเว้น ไม่ต้องนำมารวมคำนวณ กำไรสุทธิเพื่อเสียภาษี	น้อยกว่า 10 ปี	208	4.15	1.864	0.063	ไม่แตกต่าง
	มากกว่า 10 ปี	189	4.58			
5. การยื่นแบบแสดงรายการ และการชำระภาษี	น้อยกว่า 10 ปี	208	4.96	2.072	0.039	แตกต่าง
	มากกว่า 10 ปี	189	5.51			

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความรู้
 ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำ
 บัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร
 และจังหวัดนครปฐม 5 ด้าน โดยแยกตามอายุการขึ้น
 ทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชี เป็น 2 กลุ่ม คือ น้อยกว่า 10 ปี
 และ มากกว่า 10 ปี จากค่า t-value และค่า Sig ที่
 ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีความแตกต่างกันในทุก
 ด้าน ยกเว้นความรู้ความเข้าใจในด้านเงินได้ที่ได้รับ
 การยกเว้นไม่ต้องนำมารวมคำนวณ ความรู้ความ
 เข้าใจในด้านนี้ไม่มีความแตกต่าง โดยผู้ทำบัญชีที่มี
 อายุการขึ้นทะเบียนมากกว่า 10 ปี มีความรู้ความ
 เข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลมากกว่าเป็นส่วน
 ใหญ่

ตารางที่ 3 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงิน
 ได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร
 จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน
 โดยแยกตามสถานะการเป็นผู้ทำบัญชี

ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับภาษีเงินได้	สถานะของ ผู้ทำบัญชี	ความรู้ความเข้าใจ				
		N	Mean	F-value	Sig (2 tailed)	ผลการ วิเคราะห์
1. ด้านการคำนวณ รายได้ตามเกณฑ์สิทธิ และการยกเว้นเกณฑ์ สิทธิ	ผู้ทำบัญชีอิสระ	125	4.21	9.154	0	แตกต่าง
	ผู้ทำบัญชีใน สำนักงานบัญชี	128	3.28			
	ผู้ทำบัญชีใน องค์กรธุรกิจ	144	3.6			
2. หลักเกณฑ์การ คำนวณกำไรสุทธิตาม มาตรา 65ตรี	ผู้ทำบัญชีอิสระ	125	6.32	6.51	0.001	แตกต่าง
	ผู้ทำบัญชีใน สำนักงานบัญชี	128	5.15			
	ผู้ทำบัญชีใน องค์กรธุรกิจ	144	5.67			
3. ด้านหลักเกณฑ์ รายจ่ายที่ไม่ถือเป็น รายจ่ายตามมาตรา 65 ตรี	ผู้ทำบัญชีอิสระ	125	6.04	5.15	0	แตกต่าง
	ผู้ทำบัญชีใน สำนักงานบัญชี	128	4.92			
	ผู้ทำบัญชีใน องค์กรธุรกิจ	144	5.43			
4. เงินได้ที่ได้รับการ ยกเว้นไม่ต้องนำมารวม คำนวณกำไรสุทธิเพื่อ เสียภาษี	ผู้ทำบัญชีอิสระ	125	4.72	3.045	0.005	แตกต่าง
	สถานบัญชี	128	4.02			
	สำนักงานบัญชี ผู้ทำบัญชีใน องค์กรธุรกิจ	144	4.36			
5. การยื่นแบบแสดง รายการและการชำระ ภาษี	ผู้ทำบัญชีอิสระ	125	5.88	6.663	0.546	ไม่แตกต่าง
	ผู้ทำบัญชีใน สำนักงานบัญชี	128	4.73			
	ผู้ทำบัญชีใน องค์กรธุรกิจ	144	5.1			

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความรู้
 ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำ
 บัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร
 และจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน โดยแยกตาม
 สถานะการเป็นผู้ทำบัญชีพบว่าผู้ทำบัญชีอิสระ ผู้ทำ
 บัญชีในสำนักงานบัญชี และผู้ทำบัญชีที่เป็น
 พนักงานในองค์กรธุรกิจมีความรู้ ความเข้าใจ
 เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล แตกต่างทุกด้าน ยกเว้น
 ด้าน การยื่นแบบแสดงรายการและการชำระภาษี ไม่
 มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ระดับปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงิน
 ได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร
 จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม

ระดับปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล	Mean	SD	ระดับ
1. ปัญหาด้านความแตกต่างของข้อกำหนดตามประมวลรัษฎากร กับพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543และมาตรฐานการบัญชี เกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล			
1.1กำหนดกรณียื่นแบบแสดงรายการบทบัญญัติมาตรา 68 และ 69 แห่งประมวล	3.54	0.682	มาก
1.2 ปัญหาเกี่ยวกับความหมายของรายได้และรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิ	3.32	0.822	ปานกลาง
1.3ปัญหาการรับรู้รายได้และรายจ่ายตามมาตรา 65 วรรคสองและวรรคสาม	3.3	0.797	ปานกลาง
1.4ปัญหาเกี่ยวกับเงื่อนไขในการคำนวณกำไรสุทธิตามมาตรา 65 ทวิ	3.4	0.735	ปานกลาง
1.5บทบัญญัติมาตรา 65 ทรี (5) เกี่ยวกับรายจ่ายอันมีลักษณะเป็นการลงทุน	3.36	0.843	ปานกลาง
1.6ปัญหาการคิดค่าเสื่อมราคาที่กิจการใช้วิธีเส้นตรงเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้ตรงกับประมวลรัษฎากร	3.45	0.868	ปานกลาง
1.7 การรับรู้รายได้ของกิจการซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจ	3.44	0.849	ปานกลาง
1.8 การจำหน่ายหนี้สูญตามหลักเกณฑ์ของประมวลรัษฎากรซึ่งมีเงื่อนไขเคร่งครัด	3.52	0.878	มาก
1.9 การนำผลขาดทุนสะสมทางภาษีไม่เกิน 5รอบระยะเวลาบัญชีมาถือเป็นรายจ่ายในการคำนวณกำไรสุทธิทาง	3.33	0.822	ปานกลาง
1.10 รายจ่ายต้องห้ามตามมาตรา 65 ทรี	3.49	0.738	ปานกลาง
1.11 การใช้สิทธิประโยชน์รายจ่ายที่หักได้เพิ่ม	3.44	0.817	ปานกลาง
1.12 การประมาณการและการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลครึ่งปี	3.48	0.773	ปานกลาง

ตารางที่ 4 ระดับปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงิน
 ได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร
 จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

ระดับปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล	Mean	SD	ระดับ
2. ปัญหาด้านการให้บริการของหน่วยงานราชการ			
2.1 การเผยแพร่กฎหมายที่ออกใหม่ให้ผู้ทำบัญชีทราบ	3.49	0.759	ปานกลาง
2.2 จำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของกรมสรรพากร	3.42	0.769	ปานกลาง
2.3 ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน	3.48	0.832	ปานกลาง
2.4 ทัศนคติที่ดีต่อผู้ประกอบการ	3.44	0.827	ปานกลาง
2.5 ความเต็มใจในการให้บริการ และการช่วยเหลือ	3.42	0.838	ปานกลาง
2.6 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการอำนวยความสะดวกแก่ภาษี ได้แก่ระบบ e-revenue	3.47	0.812	ปานกลาง
3. ปัญหาด้านผู้ประกอบการผู้เสียภาษี			
3.1 ความรู้ความเข้าใจในประมวลรัษฎากร ของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี	3.56	0.767	มาก
3.2 ความรู้ความเข้าใจในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และมาตรฐานการบัญชีของ	3.5	0.76	มาก
3.3 ความรู้ความเข้าใจในความแตกต่างของประมวลรัษฎากรพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543	3.43	0.803	ปานกลาง
3.4 การให้ความสำคัญในการจัดทำเอกสารทางบัญชีและภาษีให้ถูกต้อง	3.51	0.816	มาก
3.5 ความตั้งใจและเจตตนาในการหลบเลี่ยงภาษีของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี	3.45	0.799	ปานกลาง
3.6 ธรรมชาติในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี	3.51	0.813	มาก
3.7 การให้ความร่วมมือเมื่อมีการตรวจสอบทางภาษี การเข้าพบเจ้าหน้าที่ตามกำหนด การชี้แจง และ	3.31	0.83	ปานกลาง
3.8 การให้ความเชื่อมั่นขอคำปรึกษาต่อการวางแผนภาษีในการดำเนินธุรกิจ	3.4	0.878	ปานกลาง
รวม	3.45	0.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 4การวิเคราะห์ระดับปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ทำบัญชี มีปัญหาในระดับมากในประเด็นดังต่อไปนี้คือ

1. ในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีกำหนดเวลาแตกต่างจากการที่ให้อื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล (แบบ ภ.ง.ด. 50) ภายใน 150 วัน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ซึ่งแตกต่างจากการกำหนดส่งงบการเงินซึ่งกำหนดภายใน 5 เดือน นับแต่วันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี

2. การจำหน่ายหนี้สูญตามหลักเกณฑ์ของประมวลรัษฎากรซึ่งมีเงื่อนไขเคร่งครัด

3. ความรู้ความเข้าใจในประมวลรัษฎากรของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี

4. ความรู้ความเข้าใจใน พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และมาตรฐานการบัญชีของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี

5. การให้ความสำคัญในการจัดทำเอกสารทางบัญชีและภาษีให้ถูกต้องของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี

6. ธรรมชาติในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการผู้เสียภาษี

นอกจากนี้ปัญหาของผู้ทำบัญชีที่ประสบอยู่ซึ่งเป็นปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลจะอยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากผลของการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐมพบว่า ผู้ทำบัญชีเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลในระดับปานกลาง โดยกลุ่มของผู้ทำบัญชีที่มีอายุการขึ้นทะเบียนมากกว่า 10 ปีขึ้นไปจะเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลในระดับสูงกว่า ซึ่งมีความแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ทำบัญชีน้อยกว่า 10 ปี และเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในระหว่างกลุ่มของผู้ทำบัญชีที่รับงานแบบอิสระ ผู้ทำบัญชีในสำนักงานบัญชี และผู้ทำบัญชีที่เป็นพนักงานใน

องค์กรธุรกิจก็มีความแตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นความรู้ความเข้าใจในเรื่องการยื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษีสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร เกตุคร้าม(2552) และ ชนกานต์ จูลาศัย (2554) ซึ่งผู้ทำบัญชีในเขตจังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดเชียงใหม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลในระดับน้อย ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีใน เขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐม สำนักงานสรรพากรเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ ควรจัดให้มีการอบรมให้แก่ผู้ทำบัญชีในเรื่องความแตกต่างของหลักเกณฑ์ตามมาตรฐานบัญชีกับหลักเกณฑ์ทางภาษีอากร และควรอบรมเกี่ยวกับกฎหมายภาษีอากรที่มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง เพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ ผู้ทำบัญชีควรศึกษาและทบทวนกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นประจำ เจ้าของกิจการควรให้ความสนใจเกี่ยวกับกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล จัดหาพนักงานบัญชีที่มีความรู้ ความชำนาญในกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล และให้การสนับสนุนแก่พนักงานในการอบรมพัฒนาความรู้

สำหรับการวิเคราะห์ถึงปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคล ของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดนครปฐมก็ได้พบว่าปัญหาที่เกิดจากข้อกำหนดของกฎหมายมีเพียงสอง เรื่อง คือกำหนดการยื่นแบบเพื่อชำระภาษีที่ไม่ตรงกันกับหน่วยงานทางด้านบัญชี และการจำหน่ายหนี้สูญตามหลักเกณฑ์ของประมวลรัษฎากรซึ่งมีเงื่อนไขเคร่งครัด ในส่วนของการให้บริการของหน่วยงานราชการมีปัญหายุ่งในระดับปานกลาง เนื่องจากการปรับการทำงาน ของหน่วยงานภาครัฐคือกรมสรรพากรมีการปรับการทำงานที่ดีขึ้น มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในงานบริการด้านการยื่นแบบแสดงรายการที่ทันสมัยอำนวยความสะดวกมากขึ้น แต่ในส่วนของปัญหา

ด้านผู้ประกอบการผู้เสียภาษี ผู้ทำบัญชียังคงมีปัญหา
 ในทางปฏิบัติเนื่องจากผู้ประกอบการยังขาดความรู้
 ความเข้าใจในประมวลรัษฎากร ซึ่งเป็นกฎหมายภาษี
 อากร เพราะกฎหมายมีความซับซ้อน ผู้ประกอบการ
 มุ่งแต่การดำเนินธุรกิจ ไม่ได้ศึกษาข้อกำหนดของ
 กฎหมาย โดยมุ่งหวังให้ผู้ทำบัญชีเป็นผู้ดูแล
 รับผิดชอบให้ และหากข้อกฎหมายมีความขัดแย้งกับ
 การดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการก็จะยังไม่เต็มใจรับรู้
 นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจใน
 พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 และมาตรฐาน
 การบัญชีซึ่งมีความแตกต่างกับประมวลรัษฎากร ซึ่ง
 ทำให้ผู้ประกอบการมีความสับสนในแนวทางปฏิบัติ
 ที่แตกต่างกันนี้ ในด้านการให้ความสำคัญในการ
 จัดทำเอกสารทางบัญชีและภาษีให้ถูกต้องของ
 ผู้ประกอบการผู้เสียภาษียังมีปัญหาอยู่ในระดับมาก
 ซึ่งกรมสรรพากรได้ตระหนักถึงปัญหานี้โดยมี
 แผนนโยบายที่จะเผยแพร่ให้ความรู้แก่
 ผู้ประกอบการในการจัดทำเอกสารทางบัญชี และ
 เอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องในการเสียภาษี ทั้งนี้เพื่อ
 ผู้ประกอบการจะได้ปฏิบัติได้ถูกต้อง ไม่ต้องเสีย
 สิทธิในการใช้เอกสารที่ไม่ถูกต้อง และในประการ
 สุดท้ายในเรื่องธรรมาภิบาลในการดำเนินธุรกิจของ
 ผู้ประกอบการผู้เสียภาษี ซึ่งหมายถึงการเต็มใจไม่
 หลบเลี่ยงภาษี กรมสรรพากรได้ออกมาตรการบัญชี
 เล่มเดียว(กรมสรรพากร,2559) ทั้งนี้เพื่อให้
 ผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดเล็กเข้าสู่ระบบ
 ภาษีที่ถูกต้อง โดยมีมาตรการจูงใจ และให้สิทธิ
 ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการซึ่ง
 เป็นการสร้างระบบธรรมาภิบาลที่ดีให้เกิดขึ้นใน
 องค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กเพื่อเป็น
 รากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชาติต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและข้อค้นพบมีข้อเสนอแนะ
 ดังนี้คือ

1. กรมสรรพากรควรจัดให้มีการอบรม
 ความรู้ด้านกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่ผู้ทำ
 บัญชี และเจ้าของกิจการให้มีความรู้ ความเข้าใจอย่าง
 เพียงพอ เพื่อให้การยื่นเสียภาษีเป็นไปโดยถูกต้อง
 และมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ทำบัญชีควรได้มีการติดตามการออก
 กฎหมายใหม่ และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในด้าน
 กฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล เพื่อให้มีความรู้ที่เป็น
 ปัจจุบัน

3. เจ้าของกิจการควรให้ความสนใจเกี่ยวกับ
 กฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล และควรมีการติดตาม
 การเปลี่ยนแปลงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกิจการของ
 ตน อีกทั้งจัดหาพนักงานบัญชีที่มีความรู้ความ
 ชำนาญในกฎหมายภาษีเงินได้นิติบุคคล และให้การ
 สนับสนุนแก่พนักงานในการอบรมพัฒนาความรู้

เอกสารอ้างอิง

[1]กลุ่มนักวิชาการการภาษีอากร. (2558). *การภาษี
 อากรตามประมวลรัษฎากร 2558*. กรุงเทพฯ:
 โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์
 [2] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). *สถิติผู้ทำบัญชี
 ที่ขึ้นทะเบียน*. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวง
 พาณิชย์
 [3]กรมสรรพากร. (2559). *มาตรการบัญชีชุดเดียว
 และการยกเว้นและลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล
 สำหรับ SMEs*. สืบค้นจาก
www.rd.go.th/publish/fileadmin/download/sme/1std_040159edit.pdf
 [4]สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรสาคร.
 (2559). *ข้อมูลโรงงาน*. สืบค้นจาก :
<http://userdb.diw.go.th/results1.asp?pageno=1&provname>
 [5] บรรยายสรุปจังหวัดนครปฐม. (2558). *ข้อมูลค้น
 เศรษฐกิจจังหวัดนครปฐม*. สืบค้นจาก

<http://www.nakhonpathom.go.th/npt/phocadownload/Document/Recapitulate/Recapitulate2558.pdf>

[6] ไพจิตร โรจนวานิช, ชุมพร เสนไชย และสาโรช ทองประก่า. (2546). *คำอธิบายประมวลรัษฎากร*.

กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์

[7] ชีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี:

สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี

[8] ชนกานต์ จูลาสัย. (2554). *ความรู้ความเข้าใจของผู้ทำบัญชีในจังหวัดเชียงใหม่ในกฎหมายภาษีเงินได้*

นิติบุคคล. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญา

บัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[9] นันทพร เกตุคราม. (2552). *ความรู้ความเข้าใจ*

ในหลักเกณฑ์การคำนวณกำไรสุทธิทางภาษีอากร

ของผู้ทำบัญชีในจังหวัดพิษณุโลก. การศึกษาค้นคว้า

แบบอิสระ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี)

Knowledge Understanding of the income tax in Bangkok the Revenue Office 21

วิภาวดี คุ้มวงศ์¹ พันัสกร อินทา²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, wi_662@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้เสียภาษีที่มีความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ข้อมูลที่ใช้ประกอบในการศึกษาครั้งนี้ คือ สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี) โดยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยคำถามที่กำหนดขึ้นนั้นมีทั้งแบบปลายเปิด (open end) และปลายปิด (close end) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นไปให้ผู้มีหน้าที่ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 และมีเงินได้ในเขตท้องที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี) ตอบเป็นจำนวน 400 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในภาษีกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับความระดับปานกลาง เพศ อายุ อาชีพ ประสบการณ์คำนวณภาษี ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน ค่าลดหย่อนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านพฤติกรรม และส่วนของการแสดงรายได้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านความรู้สึก แต่เมื่อ พิจารณาในภาพรวมความเข้าใจในกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กับทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

คำสำคัญ : ความรู้, ความเข้าใจ, ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

บทนำ

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นภาษีทางตรงที่มีความสำคัญ เนื่องจากจัดเก็บจากบุคคลธรรมดาซึ่งมีเงินได้ตามมาตรา 39 แห่งประมวลรัษฎากร เป็นการจัดเก็บ

ภาษีในอัตราก้าวหน้า ผู้มีรายได้มากก็จะมีภาระภาษีมากไปด้วย โดยฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่าเงินได้สุทธิ คำนวณจากการนำเงินได้พึงประเมินตลอด

ทั้งปีภาษี หัก ค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนต่าง ๆ เป็นเงิน
ได้สุทธิจากนั้นจึงนำไปคำนวณภาษีตามอัตราที่กำหนด
และวิธีการที่กฎหมายกำหนด ซึ่งผู้มีเงินได้มีหน้าที่ยื่น
แบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประเมิน
ตนเอง (แบบ ภ.ง.ด.90 และแบบ ภ.ง.ด.91) ณ
สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา หรือสถานที่อื่นตามที่
กฎหมายกำหนด ภายในวันที่ 31 มีนาคม ของปีถัดไป
จากปีที่มีเงินได้ ถึงแม้กรมสรรพากรจะมีนโยบาย
ประชาสัมพันธ์ รมรงค์ให้ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคล
ธรรมดา มีความรู้ ความเข้าใจในการยื่นแบบแสดง
รายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น การนำคู่มือ
แนะนำการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคล
ธรรมดาให้กับผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การ
แนะนำการเสียภาษีเงินได้บุคคลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
และเว็บไซต์ของกรมสรรพากร เพื่ออำนวยความสะดวก
สะดวกแก่ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแล้ว การจัด
สัมมนาภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับผู้เสียภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดา การเปิดบริการแนะนำภาษีเงินได้บุคคล
ธรรมดาผ่านทางโทรศัพท์ เป็นต้น แต่ก็ยังมีผู้เสียภาษี
อากรจำนวนมากยื่นแบบแสดงรายการไม่ถูกต้อง ซึ่ง
อาจเกิดจากกฎหมายมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขใน
แต่ละปี และทัศนคติของผู้เสียภาษีอากร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของผู้
เสียภาษีที่มีความรู้ ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดา สำนักงานสรรพากรพื้นที่
กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้
ความเข้าใจ ของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีน
บุรี)

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ
สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและ
ประสบการณ์คำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีผล
ต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีน
บุรี)
2. ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการเสียภาษี
เงินได้บุคคลธรรมดา สำนักงานสรรพากรพื้นที่
กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ, อายุ,
สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, อาชีพ,
ประสบการณ์การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา
ความรู้ความเข้าใจ ในกฎหมายภาษีเงินได้บุคคล
ธรรมดาการแสดงรายได้ การแสดงค่าใช้จ่าย, การแสดง
ค่าลดหย่อน, การแสดงการคำนวณภาษี

ตัวแปรตาม ทัศนคติที่มีต่อการเสียภาษีเงินได้
บุคคลธรรมดา ทัศนคติด้านความคิด, ทัศนคติด้าน
ความรู้สึกรู้สึก, ทัศนคติด้านพฤติกรรม

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ ความเข้าใจ

Bloom et al. (1956 อ้างถึงใน อักษร สวัสดิ์
, 2542, หน้า 26-28) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
เกี่ยวกับการรับรู้ตามระดับต่ำไปสู่ระดับที่สูงขึ้นไปของ
บุคคลรวม 6 ระดับ คือ 1. ความรู้ (Knowledge) 2.
ความเข้าใจ (Comprehension) 3. การนำไปใช้

(Application) 4. การวิเคราะห์ (Analysis) 5. การสังเคราะห์ (Synthesis) 6. การประเมินผล (Evaluation)

หลักการทั่วไปเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามประมวลรัษฎากร

ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไป หรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดย ปกติจัดเก็บเป็นรายปีรายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงมีนาคมของปีถัดไป สำหรับผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายยังกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปีสำหรับรายได้ ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรกเพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีที่ต้องชำระและเงินได้บางกรณีกฎหมายกำหนดให้ผู้จ่ายทำหน้าที่หักภาษี ณ ที่จ่ายจากเงินได้ที่จ่ายบางส่วน เพื่อให้มีการทยอยชำระภาษีขณะที่มีเงินได้เกิดขึ้นอีกด้วย (กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร, 2557)

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ได้แก่ ผู้ที่มีเงินได้เกิดขึ้นระหว่างปีที่ผ่านมาโดยมีสถานะอย่างหนึ่งอย่างใด (1) บุคคลธรรมดา (2) ห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล (3) ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษี (4) กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่ง (5) วิสาหกิจชุมชน ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล

ประเภทของเงินได้พึงประเมินแต่ละกรณีจะคำนวณหักค่าใช้จ่ายได้

1. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 1 และ 2 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามกฎหมายให้หัก ค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ได้ตามเงื่อนไขที่กำหนด ดังนี้

1.1 ผู้มีเงินได้สามารถหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาได้ร้อยละ 40 ของเงิน ได้แต่รวมกันแล้วต้อง ไม่เกิน 60,000 บาท

1.2 ในกรณีสามีภริยา ต่างฝ่ายต่างมีเงินได้ และเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี ให้ต่างฝ่ายต่างหักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 40 แต่ไม่เกินฝ่ายละ 60,000 บาท

2. เงินที่นายจ้างจ่ายให้ครั้งเดียวเพราะเหตุออกจากงาน ตามหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขที่อธิบดีกำหนด ในประกาศอธิบดีฯ (ฉบับที่ 45) ให้คำนวณภาษีตามเกณฑ์ในมาตรา 48(5) แห่งประมวลรัษฎากร เป็น เงินภาษีทั้งสิ้นเท่าใด ให้หักภาษี ณ ที่จ่ายไว้เท่านั้น การคำนวณตามเกณฑ์ในมาตรา 48(5) แห่งประมวลรัษฎากร มีหลักเกณฑ์ดังนี้

3. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 3 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามกฎหมายยอมให้หักค่า ใช้จ่ายได้เฉพาะเงินได้ที่เป็นค่าแห่งลิขสิทธิ์ โดยให้หักเป็นการเหมาได้ร้อยละ 40 ของค่าแห่งลิขสิทธิ์แต่ไม่เกิน 60,000 บาท สำหรับค่าแห่งผู้ดิวิลด์ หรือสิทธิอื่นเช่น เงินปี หรือเงินได้ที่มีลักษณะเป็นเงินรายป้อนได้มาจาก พินัยกรรม นิติกรรมอย่างอื่น หรือคำพิพากษาของศาล ไม่ยอมให้หักค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้นในกรณีสามีและภริยาต่างฝ่ายต่างมีเงินได้ประเภทนี้ และเป็นสามีภริยาได้มีอยู่ตลอดปีภาษี ให้ต่างฝ่ายต่างหักค่าใช้จ่ายได้ตามเกณฑ์เดียวกัน

4. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 4 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายไม่ยอมให้หัก ค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

5. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 5 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายให้หักค่าใช้จ่ายได้ ดังนี้ คือ (1) การให้เช่าทรัพย์สิน ผู้มีเงินได้มีสิทธิเลือกหักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้

- ก. หักตามความจำเป็นและสมควรหรือ
- ข. หักเป็นการเหมาในอัตราที่กำหนด

กรณีผู้ให้เช่าทรัพย์สิน เรียกเก็บเงินกินเปล่า เงินแป๊ะเจี๊ยะ เงินค่าปลูกสร้าง หรือเงินค่าซ่อมแซม อีกส่วนหนึ่งนอกเหนือจากค่าเช่า หรือได้รับประโยชน์อื่น เช่น ได้กรรมสิทธิ์ในอาคารหรือโรงเรียนที่ผู้เช่าทำการก่อสร้างลงบนที่ดินของผู้ให้เช่าแล้วยกให้ เงินหรือกรรมสิทธิ์ในอาคารหรือโรงเรียนเป็นเงินได้พึงประเมินเนื่องจากการให้เช่าทรัพย์สินของผู้ให้เช่า

กรณีที่เจ้าของที่ดินทำสัญญาให้ผู้อื่นทำการปลูกสร้างอาคารหรือโรงเรียนที่ดินของตน โดย ผู้ปลูกสร้างยกกรรมสิทธิ์ในอาคารหรือโรงเรียนที่ปลูกสร้างนั้นให้แก่เจ้าของที่ดินเมื่อสร้างเสร็จ และเจ้าของที่ดินตกลงให้ผู้ปลูกสร้างเช่าหรือให้เช่าช่วงอาคารหรือโรงเรียน หรือตกลงให้ผู้สร้างจัดหาผู้เช่าอาคารหรือโรงเรียนนั้น โดยตรงจากเจ้าของที่ดินเป็นการตอบแทนภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้คำนวณค่าเช่าอาคารหรือโรงเรียนนั้น เป็นเงินได้พึงประเมินของเจ้าของที่ดินตาม จำนวนปีแห่งอายุการเช่าใน อัตราร้อยละของมูลค่าอาคาร หรือ โรงเรียนในวันที่ได้รับกรรมสิทธิ์ (2) การคิดสัญญาเช่าซื้อทรัพย์สิน กฎหมายยอมให้ผู้มีเงินได้หักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมา ได้ร้อยละ 20 วิธีเดียว(3) การคิดสัญญาซื้อขายเงินผ่อน ซึ่งผู้ขายได้รับคืน

ทรัพย์สินที่ซื้อขายนั้น โดยไม่ต้องคืนเงินหรือประโยชน์ที่ได้รับไว้แล้ว กฎหมายยอมให้หักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาได้ร้อยละ 20 วิธีเดียว

6. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 6 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้เลือกหักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่งดังนี้

- ให้หักตามความจำเป็นและสมควรหรือ
- ให้หักเป็นการเหมาดังต่อไปนี้
- เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระ การประกอบโรคศิลป์ ให้หักค่าใช้จ่ายร้อยละ 60

- เงินได้จากการประกอบวิชาชีพอิสระนอกจาก

1) หักค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 30

7. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 7 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้หักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่ง ดังนี้

- หักตามความจำเป็นและสมควร หรือ
- หักเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70

8. เงินได้พึงประเมินประเภทที่ 8 ในการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กฎหมายยอมให้เลือกหักค่าใช้จ่ายวิธีใดวิธีหนึ่ง ดังนี้

- หักตามความจำเป็นและสมควร หรือ
- หักเป็นการเหมาในอัตราร้อยละตามที่กฎหมายกำหนด

(กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร,2557 : หน้า36-43)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐธิดา นาคาดทอง (2557) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดเก็บภาษีรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสองคอน อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดเก็บภาษีรายได้ องค์การบริหารส่วนตำบล ท่าสอง

คอน ผลการศึกษาปรากฏดังนี้ 1. ประชาชนที่เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษีให้กับองค์กร บริหารส่วนตำบลท่าสองคอน มีความคิดเห็นต่อการจัดเก็บภาษีรายได้ขององค์กร บริหารส่วนตำบลท่า สองคอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย พบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความประหยัด และด้านความ สะดวก และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้าน ความแน่นอน และด้านความเป็นธรรมตามลำดับ 2. ประชาชนที่เป็นเพศชาย มีความคิดเห็นต่อการ จัดเก็บ ภาษีรายได้ขององค์กรบริหารส่วนตำบลท่าสองคอน โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นธรรม ด้านความแน่นอน ด้านความ สะดวก และด้านความ ประหยัด 3. ประชาชนที่มี อายุต่างกัน มีความคิดเห็น ต่อการ จัดเก็บภาษีรายได้ขององค์กรบริหารส่วนตำบล ท่าสองคอน โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้าน ความเป็นธรรม ด้านความแน่นอน ด้านความ สะดวก และ ด้านความประหยัดแตกต่างกันประชาชนที่มีอาชีพ ต่างกัน

พิชชากร ธรรมโชติวร (2558) ศึกษา ความรู้เกี่ยวกับภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษี ใน ตำบลวังน้ำเย็น อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้คือผู้มีเงิน ได้ที่จะต้องเสีย ภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดา ผลการวิจัยพบว่า ระดับ ความรู้เกี่ยวกับภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาของผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับภาษีเงิน ได้ บุคคลธรรมดา อยู่ในระดับปานกลาง โดยคะแนนเต็ม 30 แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับภาษีเงิน ได้ บุคคลธรรมดา ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 72.52 รองลงมาระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 18.83 และต่ำสุด ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.65คะแนน โดยแบ่งเป็น หัวข้อดังนี้ ระดับความรู้เกี่ยวกับภาษีเงิน ได้บุคคล ธรรมดาตามด้านความรู้เงิน ได้พึงประเมิน การหัก

ค่าใช้จ่าย การหักลดหย่อน การยื่นแบบแสดงรายการ และการชำระภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงิน ได้ บุคคลธรรมดาหัก ณ ที่จ่าย อยู่ในระดับปานกลาง

สมฤทัย มานิตย์ (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตจังหวัดสิงห์บุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหัวหน้างานจัดเก็บรายได้ และพนักงานจัดเก็บรายได้ ส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 45-50 ปี จบ การศึกษาระดับปริญญาตรี จบสาขาวิชาการบัญชี และ มีประสบการณ์การทำงานด้านการจัดเก็บภาษีบำรุง ท้องถิ่นมากกว่า 3-5 ปี ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การ จัดเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่องค์การบริหาร ส่วนตำบลในเขตจังหวัดสิงห์บุรี ภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ส่งผลกระทบต่ออยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็น รายข้อพบว่า มีผลกระทบเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าเฉลี่ย มากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านความรู้ เกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ภาษีส่วนท้องถิ่นของผู้เสียภาษี รองลงมาคือ ปัจจัยด้าน เอกสารการยื่นแบบภาษีบำรุงท้องถิ่น ปัจจัยด้านการ จัดเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่น ปัจจัยด้านการบริการและ ประชาชนสัมพันธ์ และปัจจัยด้านความรู้ เกี่ยวกับกฎ ระเบียบภาษีส่วนท้องถิ่น ของเจ้าหน้าที่พนักงาน ตามลำดับ

สร้อยเพชร ลิสนิ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีของสำนักงาน สรรพากรภาค 6 รวมทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ โดย ศึกษา ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่ จัดเก็บภาษีอากร ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้มี หน้าที่เสียภาษีอากร และปัจจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

อื่น โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ 1. เจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่จัดเก็บภาษีอากรทุก สำนักงานฯ ละ 1 คน รวม 64 คน และ 2. ผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากรจาก ประชากร 197,824 คน ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 1. เจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร ผลจากการ ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ของ คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่จัดเก็บภาษีอากร และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการ จัดเก็บภาษี มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดย พบว่า คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่จัดเก็บภาษี อากร และสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรง ต่อ ประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอากรของสำนักงาน สรรพากรภาค 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านนโยบาย การจัดเก็บภาษีอากร กลุ่มตัวอย่าง 2. ผู้มีหน้าที่เสียภาษีอากร ผลจากการทดสอบ สมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ มีหน้าที่เสียภาษีอากร และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพการ จัดเก็บภาษี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 โดยพบว่า คุณลักษณะของผู้มีหน้าที่เสีย ภาษีอากร และสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อ ประสิทธิภาพการ จัดเก็บภาษีอากรของสำนักงาน สรรพากรภาค 6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านวิธีการจัดเก็บภาษีอากร

กลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มี หน้าที่ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด. 91 และมีเงินได้ในเขตท้องที่ความ รับผิดชอบของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี) ซึ่งจำนวนรวม ทั้งหมดประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ จำนวน

6,545,351 คน (รายงานการรับแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91, สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21, 2557) ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อ ประมาณค่าเฉลี่ยของประชากรของ Yamane

กลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างและได้ใช้ สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวน ประชากร โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาด เคลื่อนที่ $\pm 5\%$ ดังสูตรของ Yamane (1967)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็น การวิจัยโดยการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดย คำถามที่กำหนดขึ้นนั้นมีทั้งแบบปลายเปิด (open end) และปลายปิด (close end) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้ จัดทำขึ้นไปให้ผู้มีหน้าที่ยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาตามแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 และมีเงินได้ ในเขตท้องที่ความรับผิดชอบของสำนักงานสรรพากร พื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี) ตอบเป็นจำนวน 400 ชุด

ความรู้ ความเข้าใจใน กฎหมายภาษีและทัศนคติ การเสียภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	(n = 400)		ระดับ
	\bar{x}	SD	
1.ความรู้ ความเข้าใจ ใน กฎหมายภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดา	13.25	5.14	ปาน กลาง
2.ทัศนคติการเสียภาษีเงินได้			

บุคลิกธรรมดา	4.15	0.67	ดี
ด้านความคิด			
ด้านความรู้สึก	3.65	0.71	ปานกลาง
ด้านพฤติกรรม	3.81	0.73	ดี
รวมเฉลี่ย (ทัศนคติ)	3.87	0.58	ดี

ด้านความรู้สึ	0.121	0.041	0.052	-0.002	0.065
ก					
	(0.015)	(0.041)	(0.296)	(0.974)	(0.197)
)	6))))
ด้านพฤติกรรม	0.068	0.071	0.146	0.060	0.102
	(0.177)	(0.157)	(0.003)	(0.232)	(0.042)
)))))
รวมเฉลี่ย	0.079	0.074	0.122	0.039	0.093
	(0.112)	(0.140)	(0.014)	(0.442)	(0.063)
)))))

ทัศนคติการเสียภาษีเงินได้	ชาย (n=153)		หญิง (n=247)			
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	t	p
ด้านความคิด	4.1	0.6	4.1	0.67	.55	.58
	3	6	7			2
ด้านความรู้สึก	3.5	0.6	3.7	0.72	2.0	.03
	6	8	1		9	8
ด้านพฤติกรรม	3.6	0.6	3.9	0.75	4.0	.00
	3	5	2		5	0
รวมเฉลี่ย	3.7	0.5	3.9	0.61	2.8	.00
	7	0	3		7	0

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, อาชีพ, ประสิทธิภาพการคำนวณภาษีเงินได้บุคลิกธรรมดา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อการเสียภาษีเงินได้บุคลิกธรรมดา ทัศนคติด้านความคิด, ทัศนคติด้านความรู้สึก, ทัศนคติด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 คำถาม ข้อเสนอแนะ อื่น ๆ

ทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคลิกธรรมดา	ความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายภาษีเงินได้บุคลิกธรรมดา				
	การแสดงรายได้	การแสดงรายจ่าย	การแสดงค่าลดหย่อน	การคำนวณภาษี	รวมเฉลี่ย
ด้านความคิด	0.002	0.071	0.101	0.036	0.062
	(0.961)	(0.158)	(0.043)	(0.470)	(0.217)
)))))

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, อาชีพ, ประสิทธิภาพการคำนวณภาษีเงินได้บุคลิกธรรมดา

แบบสอบถามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, อาชีพ, ประสบการณ์การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 เพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 อายุ 25-30 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 อายุ 41 ปี ขึ้นไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ,สถานภาพส่วนใหญ่เป็นคนโสด จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 สถานภาพสมรส จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 , การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 การศึกษากว่าปริญญาตรี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ,กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 พนักงานราชการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 ,รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ได้รายต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ได้รายต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ,กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยคำนวณภาษีด้วยตนเองจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามทัศนคติที่มีต่อการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ทัศนคติด้านความคิด, ทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึก, ทัศนคติด้านพฤติกรรม

1. การวัดระดับความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จากการศึกษา พบว่าโดยรวมเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับปานกลาง ผู้

มีระดับความรู้มากที่สุดจำนวน 80 คน และมีระดับความรู้น้อยที่สุดจำนวน 20 คน

2. เพศ อายุ อาชีพ ประสบการณ์คำนวณภาษีที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับความระดับปานกลาง

2. เพศ อายุ อาชีพ ประสบการณ์คำนวณภาษีที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแตกต่างกัน

3. ค่าลดหย่อนมีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติด้านความคิด และทัศนคติด้านพฤติกรรม และส่วนของการแสดงรายได้มีความสัมพันธ์กันกับทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึก แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมความเข้าใจในกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กับทัศนคติการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. กรมสรรพากรควรสร้างความชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขในการหักค่าใช้จ่าย การหักค่าลดหย่อนการคำนวณภาษี ซึ่งจากการวัดความรู้ ความเข้าใจในกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในท้องที่ความรับผิดชอบสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21 (เขตมีนบุรี)

2. กรมสรรพากรก็ยังคงต้องสร้างทัศนคติที่ดีในการเสียภาษี โดยการให้บริการและอำนวยความสะดวก

สะดวกในการชำระภาษี การสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เสียภาษี การเปิดโอกาสรับฟังปัญหาจากผู้เสียภาษีและให้ผู้เสียภาษีมมีส่วนร่วมในการหาแนวทางในการเสียภาษีอย่างถูกต้องรวมถึงการให้ความรู้ ความเข้าใจภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามากขึ้น เป็นต้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจ้ดเก็บภาษีต่อไป

3. กรมสรรพากรควรจัดให้สำนักงานสรรพากรพื้นที่จัดการฝึกอบรมภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับผู้เสียภาษี โดยผู้เสียภาษีไม่มีค่าใช้จ่ายทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

บรรณานุกรม

[1] กลุ่มวิชาการภาษีอากร. (2557) ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2553. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์

[2] ณัฐธิดา นาคาดทอง(2557) ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดเก็บภาษีรายได้ขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าสองคอน อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม:วิทยาลัยการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

[3] พิษชากร ชรรณโชติวร(2558) ความรู้เกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในตำบลวังน้ำเย็น อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

[4] สมฤทัย มานิตย์ (2554) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่นของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตจังหวัดสิงห์บุรี:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

[5] สร้อยเพชร ลิสนิ(2557) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี:กรณีศึกษาสำนักงานสรรพากรภาค6:คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

[6] สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 21(2557) รายงานการรับแบบ ภ.ง.ด.90 และ ภ.ง.ด.91 . กรุงเทพฯ:สำนักงานสรรพากรพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร 21.รายงาน

[7] Nunnally,J. (1978).*Psychometric Theory*. (2nd ed). New York : McGraw Hill.

[8] Yamane,T. (1967).*Elementary Sampling Theory*. USA : Prentice Hill.

ความสัมพันธ์ของการเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาด กับพฤติกรรมการป้องกัน โรคมะเร็งเต้านมของสตรีในกรุงเทพมหานคร

The relationship of exposure and perception for marketing communication and behaviors on the breast cancer preventive of women in Bangkok

พจนนา ทองสอาด¹, ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ²

¹นิสิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, gartomnam@hotmail.com

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, sasanantv@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 2) การเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาด โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรีในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สตรีที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเองแตกต่างกัน สตรีที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการป้องกันด้วยวิธีการตรวจเต้านมโดยแพทย์แตกต่างกัน และสตรีที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ จำนวนบุตร และประวัติการป่วยด้วยโรคมะเร็งเต้านมของบุคคลในครอบครัวต่างกันมีพฤติกรรมการป้องกันด้วยวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านมแตกต่างกัน 2) ลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อทางการตลาดและมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมแตกต่างกัน 3) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเอง วิธีการตรวจเต้านมโดยแพทย์ และวิธีการตรวจเต้านมโดยการถ่ายภาพรังสีเต้านม การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเอง วิธีการตรวจเต้านมโดยแพทย์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านม

คำสำคัญ : การป้องกันมะเร็งเต้านม การสื่อสารการตลาด

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the classification of breast cancer preventive behaviors by personal factors of women in Bangkok, 2) to study exposure to and perception of marketing communications classified by personal factors, and 3) to study the relationship between exposure to and perception of marketing communications and their breast cancer preventive behaviors. The sample of this study consisted of 400 women, Age 20-70 years old in Bangkok. The questionnaire was used to collect data. Data were analyzed through percentage, mean, standard deviation. Hypothesis testing were done through One-way ANOVA and Pearson's correlation.

The findings showed that: 1) the sample with different age, education, monthly income, and marital status had different breast cancer preventive behaviors in terms of breast self-examining. The sample with different education and monthly income had different preventive behaviors in terms of breast physician-examining. The sample with different age, education, monthly income, marital status, medical history of family's breast cancer had different preventive behaviors in terms of breast mammography. 2) Overall the sample had different exposure to breast cancer information through marketing communications. Their exposure to individual aspects of breast cancer information was different. 3) Exposure to breast cancer information through marketing communications was related to breast cancer preventive behaviors through breast self-examining, physician-examining, and mammography. Moreover, exposure to individual aspects of breast cancer information was related to breast cancer preventive behaviors through breast self-examining and physician-examining, but not related to breast mammography.

Key word : Breast cancer preventive, marketing communication, exposure and perception

1. บทนำ

โรคมะเร็งเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญของประเทศไทยในปัจจุบัน ถ้าหากผู้ป่วยมะเร็งไม่มีการรักษาอย่างถูกวิธี จะทำให้เกิดการลุกลามออกไปสู่อวัยวะอื่นๆได้ ส่งผลกระทบต่อต่างๆ มากมาย เช่น การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของสตรี การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยทั่วโลกได้เล็งเห็นปัญหาเกี่ยวกับมะเร็ง โดยมีการรณรงค์ป้องกันโรคมะเร็ง จัดตั้งให้วันมะเร็งโลกเพื่อสร้างกระแสการตื่นตัว เพื่อป้องกันปัญหาเกี่ยวกับโรคมะเร็งมากขึ้น ซึ่งกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเปิดเผยว่า มะเร็งเต้านมเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 1 ของสตรีไทย ในปี 2553 พบผู้ป่วยมะเร็งเต้านมรายใหม่ 13,184 ราย และเสียชีวิตประมาณ 4,665 ราย หรือทุก 2 ชั่วโมงจะพบว่าสตรีไทยเสียชีวิตด้วยมะเร็งเต้านม 1 คน และมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง^[1] แต่ทั้งนี้ หากในอนาคตไม่มีการดำเนินการรณรงค์อย่าง

ต่อเนื่องในเรื่องของการให้ความรู้ ซึ่งให้เห็นถึงความสำคัญของการตรวจโรคมะเร็งเต้านมอย่างมีประสิทธิภาพ และมีช่องทางการให้ความรู้ที่สามารถส่งผ่านข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงยังกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว สตรีก็จะไม่ทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างชัดเจน แนวโน้มอาจจะทำให้ผู้ป่วยด้วยโรคมะเร็งเต้านมจะเพิ่มมากยิ่งขึ้น ผลกระทบมิได้จำกัดเฉพาะตัวผู้ป่วยเอง ยังมีผลต่อลูก สามี พ่อ แม่ และญาติพี่น้อง ทั้งเรื่องค่าใช้จ่ายดูแลรักษา คนที่จะดูแล และยังมีผลทางด้านจิตใจอีก

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาด กับพฤติกรรมป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรีในกรุงเทพมหานคร” จะเป็นงานวิจัยที่ช่วยให้รู้ถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมของสตรี ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะมีประโยชน์กับผู้ที่ทำงานด้านการป้องกันการเกิด

โรคมะเร็งเต้านมในสตรีต่อไป อีกทั้งยังสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาด้านการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้เกิดการพัฒนาในการติดต่อสื่อสารกับสตรี เพื่อสร้างความเข้าใจโดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองแผนการตลาด ส่งเสริมให้มีการมาตรวจรักษาโรคมะเร็งเต้านม ทำให้สตรีเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับองค์กรอีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมโดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของสตรีในกรุงเทพมหานคร
- (2) เพื่อศึกษาการเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาดโดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของสตรีในกรุงเทพมหานคร
- (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาด กับพฤติกรรมในการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม

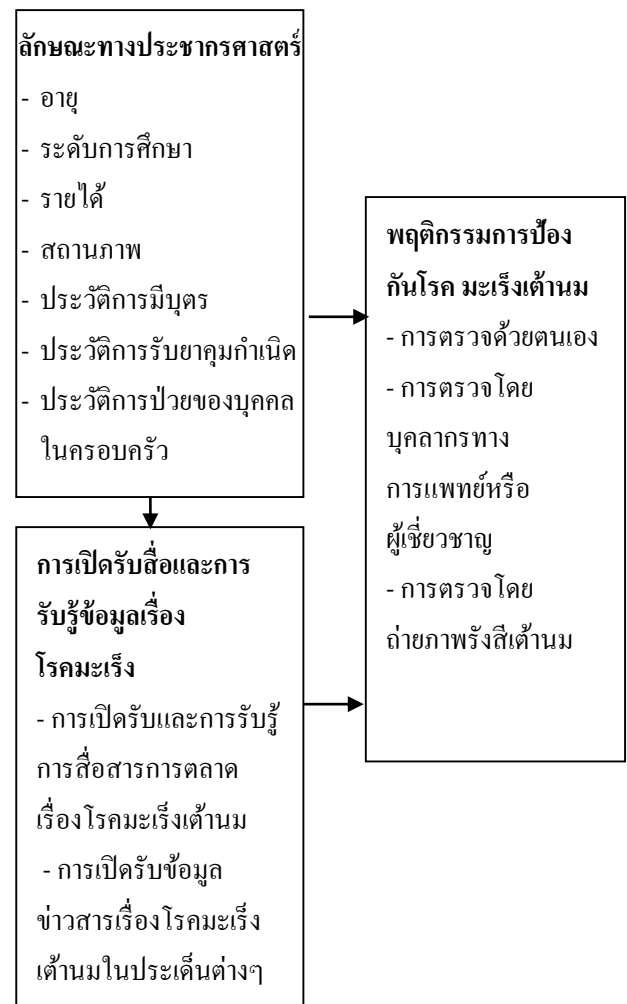
3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) ทำให้ทราบว่าสตรีมีการเปิดรับการสื่อสารทางการตลาดประเภทใดบ้างที่มีผลต่อการรับรู้ของสตรี และสามารถนำผลวิจัยมาส่งเสริมและสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป
- (2) เป็นประโยชน์ต่อนักสื่อสารการตลาดและนักประชาสัมพันธ์ของธุรกิจ และหน่วยงานสามารถนำข้อมูลการรับรู้ของสตรีไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และกลยุทธ์สื่อสารการตลาด

ให้สามารถตอบสนองความต้องการของสตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- (3) ผลการศึกษาเพื่อนักวิชาการ นักศึกษาและผู้สนใจสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการศึกษาเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการ หรือวิจัยและพัฒนาการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การป้องกันโรคมะเร็งเต้านม ในมุมมองอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อไป

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



5. ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง 20 ถึง 70 ปี การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนในการเป็นตัวแทนประชากรที่ 0.05 โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ประชากร^[2] ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Random Sampling) มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดวิธีเลือกเขตแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยพิจารณาจากจำนวนเขตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต แบ่งออกเป็นเขตฝั่งธนบุรี มีทั้งหมด 15 เขต และเขตฝั่งพระนคร มีทั้งหมด 35 เขต

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากขึ้นมาได้รายชื่อเขตในฝั่งธนบุรีออกมา 3 เขต และได้รายชื่อเขตในฝั่งพระนครออกมา 7 เขต

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยคำนวณสัดส่วนจากจำนวนประชากรตามขนาดของประชากรในแต่ละเขตการปกครองทั้ง 10 เขต ได้จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 4 กำหนดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่างกัน โดยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 70 ปี จนครบ 400 คน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสังเคราะห์มาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือ แบ่งเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่าเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม ลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่าเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่างๆ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้คำนวณหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์แบบสอบถามทั้งหมด 5 ตอน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์หาความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) ในการหาความสัมพันธ์การเปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม

ของสตรีในกรุงเทพมหานคร ในการวิเคราะห์
แบบสอบถามในตอนท่ 1 ตอนท่ 2 และตอนท่ 4

6. ผลการวิจัย

ตอนท่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่าง
พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 20-30 ปีมากที่สุด
ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่จบในระดับปริญญา
ตรีหรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็น 10,000-
14,999 บาท มีสถานโสด และสมรสจํานวนใกล้เคียง
กัน และส่วนใหญ่ยังไม่มียุติกร อีกทั้งไม่เคยมีประวัติ
การได้รับยาคุมกำเนิดและไม่มีประวัติการป่วยด้วย
โรคมะเร็งเต้านมของบุคคลในครอบครัว

ตอนท่ 2 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับมากที่สุดคือ
สื่อโทรทัศน์ ซึ่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้มาก
ที่สุดคือเรื่องการรณรงค์การตรวจหาเชื้อมะเร็งเต้านม
ในระยะแรก

ตอนท่ 3 อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้ในเรื่องการ
ป้องกันโรคมะเร็งเต้านมว่า โรคมะเร็งเต้านมเป็นโรค
ที่พบบ่อยในสตรีและการเป็นโรคมะเร็งเต้านมระยะ
สุดท้ายจะไม่สามารถรักษาให้หายเป็นปกติได้

ตอนท่ 4 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการป้องกัน
โรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเอง
ต่างกัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมที่มีการปฏิบัติมากที่สุด
คือ กลุ่มตัวอย่างไม่ตรวจเต้านมด้วยตนเอง เพราะ
กลัวเป็นการกระตุ้นให้เกิดโรค ส่วนพฤติกรรมที่มี
การปฏิบัติน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างตรวจเต้านมด้วย
ตนเองเพราะญาติหรือเพื่อนแนะนำ กลุ่มตัวอย่างมี
พฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการ
ตรวจเต้านมโดยบุคลากรทางการแพทย์ หรือ
ผู้เชี่ยวชาญ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมที่มีการปฏิบัติ

มากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างไม่ตรวจเต้านมโดยบุคลากร
ทางการแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญเพราะสามี ญาติหรือ
คนใกล้ชิดไม่ให้ตรวจ ส่วนพฤติกรรมที่มีการปฏิบัติ
น้อยที่สุดคือ ไม่ตรวจเต้านมโดยบุคลากรทาง
การแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญเพราะรู้สึกอาย และกลุ่ม
ตัวอย่างมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วย
วิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านม โดยรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พฤติกรรมที่
มีการปฏิบัติมากที่สุดคือ เมื่อ 5 ปีที่ผ่านมาท่านไม่
ตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านมเพราะกลัวเป็นมะเร็งเต้านม
จากรังสีที่ได้รับ ส่วนพฤติกรรมที่มีการปฏิบัติน้อย
ที่สุดคือ อายุไม่ถึงกำหนดที่จะตรวจได้ พบว่ากลุ่ม
ตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ
ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม
ด้วยการตรวจเต้านมด้วยตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัย
สถิติที่ 0.05 แล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ
การศึกษาและรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการ
ป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจเต้านมโดย
บุคลากรทางการแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสถิติที่ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับ
การศึกษา รายได้ สถานภาพ จํานวนบุตร และประวัติ
การป่วยด้วยโรคมะเร็งเต้านมของบุคคลในครอบครัว
ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม
ด้วยวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านมแตกต่างกันอย่าง
มีนัยสถิติที่ 0.05

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากจะมีการเปิดรับข้อมูล
ข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
หนังสือหรือคู่มือมะเร็งเต้านม นิตยสาร เพื่อนหรือ
ญาติพี่น้อง และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่อง
โรคมะเร็งเต้านมน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย
กว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีการ
เปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมผ่านสื่อ

โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร แพทย์ พยาบาล
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เอกสารเผยแพร่ของ
สถานพยาบาล และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่อง
โรคมะเร็งเต้านมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับ
การศึกษาต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงกว่าจะมี
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมผ่าน
สื่อโทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต หนังสือ
หรือคู่มือมะเร็งเต้านม นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว
โปสเตอร์ เอกสารเผยแพร่ของสถานพยาบาล แพทย์
พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เพื่อนหรือญาติพี่น้อง
และจะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม
มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า กลุ่ม
ตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและสมรส จะมีการเปิดรับ
ข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมผ่านสื่อ
อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ครู อาจารย์ และมีการ
เปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมมากกว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่า หม้าย หรือแยกกันอยู่
กลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่มีบุตร หรือมีบุตรจำนวน 1-2 คน
จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม
ผ่านสื่อ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต หนังสือหรือคู่มือ
มะเร็งเต้านม นิตยสาร ครู อาจารย์ และมีการเปิดรับ
ข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านมมากกว่ากลุ่ม
ตัวอย่างที่มีบุตร 3 คนขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างที่มีประวัติ
การได้รับยาคุมกำเนิดจะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
เรื่องโรคมะเร็งเต้านมผ่านสื่อวิทยุ ครู แพทย์ พยาบาล
มากกว่ากลุ่มที่ไม่มีประวัติการได้รับยาคุมกำเนิด
ส่วนการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสถิติที่ 0.05 กลุ่มตัวอย่างที่มี
ประวัติบุคคลในครอบครัวป่วยด้วยโรคมะเร็งเต้านม
จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม
ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ หนังสือหรือคู่มือมะเร็งเต้านม
และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม

มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีประวัติการป่วยด้วย
โรคมะเร็งเต้านมของบุคคลในครอบครัว
พบว่าผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการ
เปิดรับและการรับรู้การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ
และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม
กับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรี
ในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วย
ตนเอง พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอยู่
ในระดับปานกลาง และผลการวิเคราะห์
ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและการรับรู้การ
สื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ และการเปิดรับข้อมูล
ข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม กับพฤติกรรมการ
ป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรีใน
กรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการตรวจเต้านมโดย
บุคลากรทางการแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามี
ความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับต่ำ
และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ
และการรับรู้การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อต่างๆ กับ
พฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมของสตรีใน
กรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการถ่ายภาพรังสีเต้านม
พบว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอยู่ใน
ระดับต่ำ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูล
ข่าวสารเรื่องโรคมะเร็งเต้านม
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างคือ อยากให้มี
หน่วยบริการแพทย์เคลื่อนที่ มาบรรยายให้ความรู้
เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม แล้วอยากให้มีการณรงค์
ตรวจเต้านมฟรีทุกสถานพยาบาลทั้งโรงพยาบาลรัฐ
และโรงพยาบาลเอกชน

7. อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การเปิดรับและการรับรู้การสื่อสาร
การตลาด กับพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม

ของสตรีในกรุงเทพมหานคร สามารถตอบ
วัตถุประสงค์ของการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย
โดยนำผลการวิจัยมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรด้าน
อายุที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็ง
เต้านมด้วยวิธีการตรวจด้วยตนเองแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ
รพีพรรณ สุรงค์วีรกุล^[3] อาจเนื่องมาจากพฤติกรรม
ในการเปิดรับสื่อของผู้ที่มีช่วงอายุต่างกัน จึงส่งผลให้
มีการรับรู้เรื่องพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม
ด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเองแตกต่างกัน
และยังมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมในการ
ป้องกันโรคมะเร็งด้วยการตรวจด้วยตนเอง เนื่องจาก
รับรู้สาเหตุและปัจจัยเสี่ยงในการเกิดโรคมะเร็งเต้านม
เป็นส่วนสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในตัวบุคคล
ให้กระตุ้นหรือตัดสินใจทำการตรวจเต้านมด้วย
ตนเอง

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ
โรคมะเร็งเต้านมจากสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต
มากที่สุด ชัดแย้งกับงานวิจัยของจารุณี โกมลสิงห์^[4] ที่
พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็ง
เต้านมจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด อาจเนื่องมาจาก
พฤติกรรมการบริโภคสื่อของผู้คนในปัจจุบัน มี
ความนิยมรับข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์และ
อินเทอร์เน็ตมากกว่าในช่วงปี พ.ศ. 2550 ดังเห็นได้
จากสถิติการใช้สื่อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
แต่ผลการวิจัยกลับสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉิมา
เหลือดิลก^[5] ซึ่งทำการศึกษาในจังหวัดตรัง พบว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็ง
เต้านมจากสื่อโทรทัศน์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อ
โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงมีทั้งภาพและเสียง
ทำให้น่าสนใจ น่าติดตาม และยังสามารถเข้าถึงได้

ง่าย ใช้ความพยายามในการเข้าถึงน้อยที่สุด ทำให้เกิด
ความเข้าใจได้ง่ายอีกด้วย

3. กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ
โรคมะเร็งเต้านมในประเด็นเรื่องการรณรงค์การ
ตรวจหาเชื้อมะเร็งเต้านมมากที่สุด และประเด็นเรื่อง
การรักษาโรคมะเร็งเต้านมอยู่ในระดับปานกลาง
เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่าน
สื่อทางการตลาดในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการ
รณรงค์การตรวจหาเชื้อมะเร็งเต้านม ว่าการตรวจหา
เชื้อมะเร็งเต้านมนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ส่งผลให้
กลุ่มตัวอย่างเกิดการรับรู้เรื่องการรักษาโรคมะเร็งเต้านม
ในลำดับต่อมา ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของคาริน
โตะกานี และคณะ^[6] ที่พบว่าเมื่อสตรีรู้ว่าอาการกระทำ
ใดที่เป็นการดูแลสุขภาพและเป็นการป้องกันไม่ให้เกิด
โรคมะเร็งเต้านมในระยะรุนแรงหรือระยะลุกลาม
ได้ จะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในตัวสตรี
นั้นๆ ให้กระตุ้นหรือตัดสินใจต่อการกระทำในการ
ป้องกันและการให้ความร่วมมือในการรักษา

4. กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการป้องกัน
โรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเอง
อย่างสม่ำเสมออยู่ในระดับต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัย
ของวรรณิ ศักดิ์ศิริ^[7] เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจ
ในวิธีการตรวจเต้านมด้วยตนเองอย่างถูกต้อง กล่าวว่
การตรวจเต้านมด้วยตนเองนั้นเป็นการกระตุ้นให้เกิด
โรค และกลัวว่าจะคลำพบก้อนมะเร็ง แต่ผลการวิจัย
นี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของมาลินี ไพบุญย์ และคณะ^[8] ที่
พบว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างผ่านการอบรมวิธีการตรวจเต้านม
ด้วยตนเอง ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทักษะการตรวจ
เต้านมด้วยตนเองอย่างถูกวิธี และมีพฤติกรรมการ
ตรวจเต้านมด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพิ่มขึ้น
เนื่องจากการให้ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งเต้านม
การเฝ้าระวังโรคมะเร็งเต้านม อีกทั้งมีการเฝ้าติดตาม

การตรวจเต้านมด้วยตนเองของกลุ่มตัวอย่างต่อเนื่องอีก 6 เดือน จึงเป็นการกระตุ้นเตือนให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเฝ้าระวังโรคมะเร็งเต้านมให้สามารถค้นหาโรคมะเร็งเต้านมในระยะแรกๆ ได้

5. กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างกลัวเป็นมะเร็งจากรังสีที่ได้รับ ยังไม่มั่นใจในวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านม และกลุ่มตัวอย่างไม่ตรวจภาพถ่ายรังสีเต้านมเพราะอายุยังไม่ถึงกำหนดที่จะตรวจได้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของเจนจิรา เจริญการไกร⁹⁾ นั่นอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นพยาบาลวิชาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับการตรวจคัดกรองด้วยวิธีการถ่ายภาพรังสีเต้านม ทำให้เข้าใจในข้อดีและความสำคัญของวิธีการตรวจเต้านมด้วยวิธีการถ่ายภาพรังสีเต้านมมากกว่ากลุ่มสตรีที่เป็นบุคคลทั่วไป

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อผู้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ มีดังนี้

1. การจัดทำสื่อสารการตลาดของหน่วยงานหรือธุรกิจ ควรจะพิจารณาถึงความเหมาะสมรวมถึงข้อดีและข้อเสียอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใช้สื่อต่างๆ สร้างกิจกรรมทางการตลาดให้สตรีมีพฤติกรรมการป้องกันโรคมะเร็งเต้านมด้วยวิธีการต่างๆ มุ่งเน้นภาพลักษณ์ในการสร้างความสนใจโดยคำนึงถึงกลุ่มอายุของสตรีในช่วงอายุต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงจนทำให้ตระหนักถึงประโยชน์ของการตรวจเต้านมด้วยวิธีการต่างๆ มากยิ่งขึ้น และหันมาใช้บริการการตรวจ

เต้านมโดยบุคลากรทางการแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญสร้างรายได้ให้กับธุรกิจโรงพยาบาล ซึ่งวิธีการนี้จะดีกว่าการตรวจเต้านมด้วยตนเอง เนื่องจากแพทย์มีประสบการณ์และทักษะในการตรวจพบก้อนเนื้อได้ดีกว่าบุคคลทั่วไป หรือตรวจเต้านมด้วยวิธีการถ่ายภาพรังสีเต้านม วิธีการนี้สามารถค้นหาหามะเร็งที่มีขนาดเล็กกว่า 1 เซนติเมตร และภาพถ่ายเต้านมจะสามารถระบุได้ว่าสิ่งที่ตรวจพบมีขนาดเท่าใด เป็นก้อนเนื้อหรือเป็นมะเร็ง และสามารถระบุขอบเขตของการแพร่กระจายของโรคได้ด้วย

2. หน่วยงานหรือธุรกิจสามารถวางแผนการสื่อสารเพื่อสร้างรายได้ผ่านสื่อทางการตลาดโดยผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าสื่อที่สตรีเปิดรับมากที่สุดคือโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ข้อดีของสื่อโทรทัศน์คือ มีทั้งภาพและเสียงทำให้น่าสนใจ สามารถกระจายได้ทั่วประเทศพร้อมๆ กัน สร้างการจดจำชื่อและสินค้าได้รวดเร็ว ส่วนข้อดีของอินเทอร์เน็ตคือ เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เครือข่ายหนึ่ง ติดต่อเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายใหญ่และสามารถส่งข้อมูลข่าวสารถึงกันได้อย่างกว้างขวาง หน่วยงานหรือธุรกิจควรมีเว็บไซต์เป็นของตนเองเพื่อบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการป้องกันโรคมะเร็งเต้านม และออกแบบสินค้าเกี่ยวกับการให้บริการการตรวจเต้านมด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้น และการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน แต่หน่วยงานหรือธุรกิจควรคำนึงถึงผู้รับสื่อ เพราะความสนใจของผู้รับสื่อจะขึ้นอยู่กับเรื่องและผู้รับมีความสนใจ และเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อผู้รับ ทำให้หน่วยงานและธุรกิจจะต้องคำนึงก่อนที่จะทำการลงทุนสื่อทางการตลาดให้รอบคอบเสียก่อน

3. หน่วยงานหรือธุรกิจสามารถออกแบบสินค้าหรือให้บริการคำแนะนำการป้องกันโรคมาเร็งได้ร่วมกับพฤติกรรมกรรมการตรวจเต้านมออกแบบผลิตภัณฑ์เชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายมาใช้บริการตรวจเต้านมด้วยวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านม โดยเลือกสื่อทางการตลาดให้เหมาะสมเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างเฉพาะเจาะจง ให้กลุ่มเป้าหมายเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ในการตรวจเต้านมด้วยวิธีการถ่ายภาพรังสีเต้านม เมื่อกลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญในการตรวจเต้านมด้วยวิธีการตรวจถ่ายภาพรังสีเต้านมผ่านสื่อทางการตลาด ก็จะทำให้สนใจมาใช้บริการของหน่วยงานหรือธุรกิจในระดับต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: www.anamai.moph.go.th (4 ธันวาคม 2555)
- [2] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: บิสนิเตอร์แอนดี้ดี.
- [3] รพีพรรณ สุรศักดิ์วรกุล. (2551). ใช้ชีวิตอย่างไรให้ปลอดภัยและหายจากการเป็นมะเร็งเต้านม. กรุงเทพฯ: เอ็ม มีเดีย.
- [4] จารุณี โกมลสิงห์. (2550). การเปิดรับข่าวสารสุขภาพกับความรู้และความวิตกกังวลต่อโรคมะเร็งของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาวิทยาลัย สาขาการ

บริหารการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยสยาม.

- [5] อัจจิมา เหลืองดิลก. (2551). ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพของผู้บริโภค จังหวัดตรัง. 15(1), 2551: หน้า 39-47.
- [6] คาริน โต้ะกานี และคณะ. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรีที่มารับบริการในคลินิกวิทยทองของโรงพยาบาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. Princess of Naradhiwas University Journal. ปีที่ 1, ฉบับปฐมฤกษ์.
- [7] วรณี สักดิ์ศิริ. (2557). ความรู้ เจตคติเกี่ยวกับการตรวจเต้านมด้วยตนเองของสตรีอายุ 30 ปีขึ้นไปในเขตรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านดอนคา. นครราชสีมา: โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านดอนคา.
- [8] มาสินี ไพบูลย์ และคณะ. (2553). การส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการตรวจเต้านมด้วยตนเองของบุคลากรสตรีแผนกการพยาบาลผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศรีนครินทร์. ศรีนครินทร์เวชสาร. 2556, 115-119
- [9] เจริญการ ไกร. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจตรวจคัดกรองมะเร็งเต้านมด้วยแมมโมแกรมของพยาบาลวิชาชีพ จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา
อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่

**Relationship between Leadership of school Administrator and
Community Participation in General Administration of
Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai
Province**

นายศราวุธ ปัญญา¹, ดร. พัชรวิพรรณ กิจมี²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น,

²อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยฟาร์อีส
เทอร์น

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ มี
วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียน การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหาร
ทั่วไปของโรงเรียน และความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของโรงเรียน ในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัด
เชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ครู จำนวน 59 คน และชุมชน ในโรงเรียนสังกัด
กลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 318 คน รวมทั้งหมดจำนวน 377 คน
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ
วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการ
บริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์โดยใช้วิธีหาค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product-moment Correlation) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนของกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมและรายด้านผู้บริหารมีระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้บริหารมีระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนและแบบเปลี่ยนสภาพตามลำดับ สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของโรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมชุมชนมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านอาคารสถานที่ รองลงมาคือ ด้านธุรการ ด้านบุคคล ด้านเทคโนโลยีและด้านนโยบายและแผน ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ($r = 0.45$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำของผู้บริหาร การมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มสหมิตรวิทยา

Abstract

The research titled “Relationship between Leadership of School Administrator and Community Participation in General Administration of Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province” aimed to investigate the relationship between the leadership of school administrator and the community participation in General Administration, The leadership of school administrator and Community Participation in General Administration of Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province. The samples used in this study were 59 teachers and 318 people in the community participation in Administrator and Community Participation in Administration of Sahamitwittaya school cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province. There were totally 377 people. The tools used in this research were 5-rating-scale questionnaires. The data were analyzed through frequency, percentage, mean and standard deviation. The relationship between the leadership of school administrator and the community participation in general administration of Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province was analyzed through Pearson product-moment correlation coefficient. The findings were summarized as follows:

According to the relationship between leadership of school administrator and the community participation in general Administration and Community Participation in Administration of Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province as the whole picture and as each aspect, administrator’s leadership behavior was at high level ranking from the most to the least mean, namely the administrator’s leadership behavior was transactional and transformational respectively. Regarding the overall community participation in general administration of Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province, the community participation was as

moderate level. When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest mean was buildings and places. The followings were general service, personnel, technology and policies and plans. Related to the leadership of school administrator and the community participation in general Administration of Sahamitwittaya school Cluster in Mae Ai District, Chiang Mai Province, it revealed that the overall relationship was positively at moderate level ($r = 0.45$) and statistically significant at the level of .01

Keywords : Leadership of School Administrator, Community Participation, Sahamitwittaya school cluster

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นโยบายปฏิรูปการศึกษาของ
รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2540 และ
พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542
ที่ยึดหลักการกระจายอำนาจและการให้
ประชาชนและสังคมมีส่วนร่วมในการจัด
การศึกษา เพื่อมุ่งให้การจัดการศึกษาอย่างมี
คุณภาพสนองต่อความต้องการของผู้เรียน
ผู้ปกครอง และชุมชนมากที่สุด (รุ่ง แก้วแดง,
2545, หน้า 3) ดังนั้น การที่โรงเรียนจะจัด
การศึกษาให้มีคุณภาพจึงต้องอาศัยการมีส่วน
ร่วมของผู้ปกครอง และชุมชน ซึ่งผู้ที่มีบทบาท
สำคัญที่สุดในโรงเรียนที่จะกำหนดแนวทางให้
โรงเรียนสร้างสัมพันธ์กับชุมชนก็คือผู้บริหาร
ที่มีอำนาจในการตัดสินใจการกำหนดนโยบาย
วางแผนพัฒนาต่าง ๆ ดังนั้น ผู้บริหารจึง
ต้องเป็นผู้นำในการสร้างความสัมพันธ์กับ
ชุมชน เพื่อจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ ดังที่
บัณฑิต กุมารสิทธิ์ (2554, หน้า 1) ได้กล่าวไว้
ว่า งานสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนเป็น
ภารกิจหนึ่งที่มีความสำคัญและเป็นตัวบ่งชี้ถึง

ประสิทธิภาพในการบริหารงานของโรงเรียน
การที่โรงเรียนจะสามารถจัดการบริหารจัดการ
งานด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพได้นั้น จะ
อาศัยแค่ทรัพยากรต่าง ๆ ที่โรงเรียนมีนั้น
เป็นไปได้ยาก เพราะบางโรงเรียนอาจจะมิ
ทรัพยากรที่จำกัด หรืออาจจะมิปัญหาด้าน
อื่น ๆ ที่โรงเรียนไม่สามารถจัดการปัญหาได้
ชุมชนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถเข้ามา
ช่วยให้โรงเรียนสามารถดำเนินงานได้ ซึ่งการ
ที่โรงเรียนจะสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนนั้น
อาจเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง
โรงเรียนกับบ้านหรือผู้ปกครอง แล้วจึงขยาย
ความร่วมมือไปสู่หน่วยงานและสถาบันอื่น ๆ
ในชุมชน

กลุ่มสหมิตรวิทยา เป็นกลุ่มของ
โรงเรียนที่อยู่ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาเชียงใหม่เขต 3 (ศูนย์สหมิตรวิทยา,
2555, หน้า 9) มีโรงเรียนทั้งหมด 7 โรงเรียน เป็น
โรงเรียนขนาดเล็ก 1 โรงเรียนและเป็น
โรงเรียนขนาดกลางอีก 6 โรงเรียน แต่ละ
โรงเรียนนั้นการมีส่วนร่วมระหว่างโรงเรียน

กับชุมชนนั้นแตกต่างกัน จากการสัมภาษณ์
นายพิบูลย์ กระแสสุข ผู้อำนวยการ โรงเรียน
บ้านแม่สาว (2558) กล่าวว่า ผู้บริหารถือเป็น
ผู้นำหลักของ โรงเรียนในยุคปฏิรูปการศึกษา
ที่จะส่งผลให้การบริหารงานในด้านต่าง ๆ
ของโรงเรียนประสบผลสำเร็จ โดยการดึง
ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนผู้เข้ามามีส่วนร่วมใน
การปฏิบัติงาน นอกจากนี้ผู้บริหารต้องมีความ
เป็นผู้นำ กล่าวคือ ต้องมีวิสัยทัศน์
(Vision) จะต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ใ้มน้ำ
ให้ทุกคนในองค์กรยอมรับวิสัยทัศน์ หรือ
ภาพความสำเร็จขององค์กรในอนาคต

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความ
สนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ
ของผู้บริหาร โรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของ
กลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เมาะ จังหวัด
เชียงใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยไปส่งเสริมภาวะ
ผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนกับการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในกลุ่มสหมิตรวิทยา ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหาร
โรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เมาะ
จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของโรงเรียน

ในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เมาะ จังหวัด
เชียงใหม่

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง
ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนกับการมี
ส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไป
ของโรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา
อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่
สมมติฐานการวิจัย

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียน
กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการ
บริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา มี
ความสัมพันธ์เชิงบวก

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2548,
หน้า 368-370) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของ เบส
(Bass) ว่า ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพ
โดยอาศัยพื้นฐานแนวความคิดของเบอร์น
(Berns)ซึ่งแบ่งผู้นำ ออกเป็น 2 แบบ โดย
Bass ให้ทัศนะว่า ผู้นำแบบแลกเปลี่ยนใช้การ
ให้รางวัลเพื่อแลกเปลี่ยนกับการยินยอม
ปฏิบัติตาม ส่วนผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพนั้น
ผู้ตามให้ความไว้วางใจ มีความรู้สึกที่ชื่นชม
ให้ความจงรักภักดี และความเคารพนับถือ
ต่อผู้นำ จนสามารถให้เกิดผลต่อแรงจูงใจ
ทำงานได้ผลมากกว่าความคาดหวังเดิมที่
กำหนดไว้ โดย Bass อธิบายว่า ผู้นำ
เปลี่ยนแปลงและจูงใจผู้ตามด้วยวิธีการดังนี้

1. ทำให้ผู้ตามเกิดตระหนักรู้ถึงความสำคัญของผลงานที่เกิดขึ้น

2. โน้มน้าวจิตใจของผู้ตามให้เปลี่ยนจากการยึดในผลประโยชน์ของตนเองมาเป็นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมขององค์กรและหมู่คณะแทน

3. กระตุ้นให้ผู้ตามยกระดับความต้องการที่สูงขึ้นกว่าเดิม แม้ว่ากระบวนการอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพจะส่งเสริมแรงจูงใจและผลงานของผู้ตามได้มากกว่าภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน

ฉลาด จันทรสมบัติ (2553, หน้า 176) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามาร่วมดำเนินกิจกรรมตั้งแต่การศึกษา ปัญหา การวางแผนดำเนินการ การตัดสินใจ การแก้ไขปัญหาและการประเมินร่วมกัน เพื่อขับเคลื่อนให้กิจกรรมนั้นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม คือ หลักร่วม คิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ และร่วมรับผิดชอบ

ส่วน นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546, หน้า 4) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วม ว่าการมีส่วนร่วม คือ การที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ หรือเข้าร่วมการตัดสินใจ หรือเคยมาเข้าร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้นและ

เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เสมอภาคมิใช่มีส่วนร่วมอย่างผิวเผิน แต่เข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงยิ่งขึ้น และการเข้าร่วมนั้นต้องเริ่มตั้งแต่นั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้ายของโครงการ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ (2552, หน้า 103) กล่าวว่า งานด้านการบริหารทั่วไป เป็นภารกิจหนึ่งของโรงเรียนในการสนับสนุนส่งเสริมการปฏิบัติงานของโรงเรียนให้บรรลุตามนโยบาย และมาตรฐานการศึกษาที่โรงเรียนกำหนดให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น การดำเนินงานธุรการงานเลขานุการคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน งานพัฒนาระบบและเครือข่ายข้อมูลสารสนเทศ การประสานและพัฒนาเครือข่ายการศึกษา การจัดระบบการบริหาร และพัฒนาองค์รงานเทคโนโลยีสารสนเทศ การส่งเสริมสนับสนุนด้านวิชาการงบประมาณ บุคลากร และบริหารทั่วไป การดูแลอาคารสถานที่ และสภาพแวดล้อมการจัดทำสำมะโนผู้เรียน การรับนักเรียน การส่งเสริม และประสานงานการศึกษาในระบบนอกระบบ และตามอัธยาศัย การระดมทรัพยากรเพื่อการศึกษา งานส่งเสริม งานกิจการนักเรียน การประชาสัมพันธ์งาน การศึกษา การส่งเสริมสนับสนุน และสถาบันสังคมอื่นที่จัดการศึกษา งานประสานราชการกับเขต

พื้นที่การศึกษา และหน่วยงานอื่น การ
จัดระบบการควบคุมในหน่วยงานงานบริการ
สาธารณะ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

สามารถนำผลการวิจัยไปส่งเสริม
ภาวะผู้นำของผู้บริหารและการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไป ของ
โรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย
จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ
ครู และชุมชน ในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอ
แม่เอย จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2558
จำนวน 1,627 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ครู
จำนวน 59 คน และชุมชน ของโรงเรียนใน
สังกัดกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย
จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 318 คน รวมจำนวน
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 377 คน โดยใช้ตาราง
กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ
Krejcie&Morgan (อ้างในบุญชม ศรีสะอาด,
2545, หน้า 43-44) จากนั้นนำไปเทียบ
บัญญัติไตรยางศ์ และใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
อย่างง่าย โดยวิธีจับฉลาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็น
แบบสอบถามความสัมพันธระหว่างภาวะ
ผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนกับการมีส่วนร่วม

ของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของ
โรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย
จังหวัดเชียงใหม่ โดยดูความสอดคล้อง
ระหว่างข้อความแต่ละข้อ จากค่าดัชนีความ
สอดคล้อง (IOC) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.67 และ
นำไปทดลองใช้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
(Reliability) แล้วนำไปวิเคราะห์หาความ
เชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา
ของครอนบาค (Cronbach Alpha
Coefficient)

ผลการวิจัย

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โรงเรียนของ
กลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เอย จังหวัด
เชียงใหม่ พบว่า โดยรวมและรายด้าน
ผู้บริหารมีระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำใน
ระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านภาวะผู้นำแบบ
แลกเปลี่ยนของผู้บริหาร โรงเรียนของ
กลุ่มสหมิตรวิทยา พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดคือ กระตุ้นให้ผู้ร่วมงานทำงานเพื่อ
ประโยชน์ส่วนรวม ส่วนด้านภาวะผู้นำแบบ
เปลี่ยนสภาพของผู้บริหาร โรงเรียนของ
กลุ่มสหมิตรวิทยา พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ย
สูงสุดคือ สร้างบรรยากาศการทำงานเป็นทีม
ให้กับผู้ร่วมงาน

ในส่วนของการมีส่วนร่วมของ
ชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปใน

กลุ่มสหมิตรวิทยา พบว่า โดยรวมชุมชนมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านอาคารสถานที่ รองลงมาคือ ด้านธุรการ ด้านบุคคล ด้านเทคโนโลยีและด้านนโยบายและแผน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ด้านธุรการพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร่วมรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับทรัพย์สินของทางโรงเรียน ด้านงานบุคคล พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร่วมให้กำลังใจและช่วยเหลือบุคลากรในสถาน ศึกษาอย่างสม่ำเสมอ ด้านนโยบายและแผน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร่วมจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีและกรอบแนวทางของสถานศึกษาตามงบประมาณที่ได้รับจัดสรร ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร่วมบำรุงดูแล และพัฒนาอาคารสถานที่ และสิ่งแวดล้อมของสถาน ศึกษา และด้านเทคโนโลยี พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร่วมสนับสนุนให้สถาน ศึกษาติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางสื่อออนไลน์

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ($r = 0.45$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา ในทางด้านพบว่า คู่ที่มีความ สัมพันธ์กันในอันดับสูง คือ ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารทั่วไปด้านเทคโนโลยี

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนของกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่สาย จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า โดยรวมและรายด้าน ผู้บริหารมีระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก โรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา เป็นกลุ่มโรงเรียนที่มีขนาดเล็ก มีจำนวนบุคลากรน้อย ดังนั้นการที่ผู้บริหารจะเสริมสร้างคุณภาพด้านการศึกษาของโรงเรียน จะต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยต้องแสดงความมุ่งมั่น ความตั้งใจและเป็นผู้นำในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน รวมถึงให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการทำภารกิจร่วมกัน ทำให้บุคลากรในโรงเรียนมองเห็นถึงภาวะผู้นำของผู้บริหารส่งผลให้เกิดการยอมรับ ศรัทธา เชื่อถือ เชื่อมมั่น และเกิดความไว้วางใจในตัวผู้บริหาร พร้อมทั้งจะร่วมมือในการสร้างสรรค์และพัฒนา

การศึกษาของโรงเรียนไปกับผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) (2550) ที่มีนโยบายส่งเสริมและพัฒนาผู้บริหารการศึกษาและผู้บริหารสถานศึกษา ให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อรองรับการกระจายอำนาจ ด้วยกระบวนการที่หลากหลาย ยึดหยุ่นตามสถานการณ์ โดยเน้นให้ผู้บริหารสามารถบริหารจัดการคุณภาพการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกิจสุพัฒน์ ศรีกกระโทก (2549) ได้ศึกษาภาวะผู้นำของผู้บริหารศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 1 ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 1 อยู่ในระดับมาก

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปในกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโดยรวมชุมชนมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การประสานความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและชุมชน โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการร่วมกันจัดงานประเพณีในวันสำคัญทางพุทธศาสนา และการร่วมเป็นกำลังในการพัฒนาอาคารสถานที่ให้มีความสวยงามและปลอดภัยต่อนักเรียนในโรงเรียน ในส่วนของการจัดสรร

งบประมาณ การทำแผนปฏิบัติการต่าง ๆ ชุมชนไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนมากนัก แต่จะร่วมสนับสนุนและส่งเสริมนักเรียนให้ปฏิบัติตามแผนที่โรงเรียนได้วางไว้ ซึ่งถือว่าชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารและจัดการศึกษา ดังที่กมล สุดประเสริฐ (2554, หน้า 50) ได้กล่าวไว้ว่าการมีส่วนร่วมในการบริหารและจัดการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม 3 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ซึ่งจากการศึกษาวิจัยนี้พบว่าชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติ แต่ยังคงขาดการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ และการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับประพันธ์ สร้อยเพชร (2547) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ศูนย์โรงเรียนตำบล แซ่ซ้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าคณะกรรมการสถานศึกษาไม่ได้มีส่วนร่วมแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีของโรงเรียน และการกำหนดนโยบายของโรงเรียน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหาร วิทยุโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปของกลุ่มสหมิตรวิทยา อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่

โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า คู่ที่มีความสัมพันธ์กันในอันดับสูง คือ ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพกับ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารทั่วไปด้านเทคโนโลยี มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.73 แสดงให้เห็นว่า ถ้าผู้บริหารมีภาวะผู้นำสูง กล่าวคือกล้าทำ กล้าตัดสินใจ เพื่อนำองค์กรก้าวเดินไปในทางที่ดี จะส่งผลให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการจัดระบบบริหารและพัฒนาองค์กรให้ทันสมัยมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และให้ความร่วมมือประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ พรศษญ์ คำรอด (2549) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพการบริหารงานตามบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานตามบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษา โดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ กาญจนา สิริวงศาพรรณ (2550) ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำของผู้บริหารที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

สมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน มีความสัมพันธ์กันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุป

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีระดับพฤติกรรมภาวะผู้นำในระดับมาก แต่ชุมชนมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และความสัมพัทธ์ระหว่างภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารทั่วไปมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย
 - 1.1 สถานศึกษาควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนบริหารงบประมาณประจำปีของสถานศึกษา กำหนดนโยบายและแนวทางการจัดการศึกษาของสถานศึกษา ร่วมวางแผนอัตรากำลังและตำแหน่งของบุคลากร วางแผนการสร้างอาคารสถานที่ในสถานศึกษา รวมถึงการติดตาม ตรวจสอบการจัดการศึกษาของสถานศึกษาให้มากขึ้น

1.2 สถานศึกษาควรมีการ

รายงานผลการประเมินของโรงเรียนให้
ชุมชนได้รับทราบอย่างสม่ำเสมอในแต่ละปี
และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการ
ประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานศึกษา
เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วน
ร่วมในการจัดการศึกษา

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยถึงความต้องการของ
ชุมชนในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัด
การศึกษาด้านต่าง ๆ ของกลุ่มสหมิตรวิทยา
อำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่

เอกสารอ้างอิง

กมล สดประเสริฐ. (2554). รูปแบบการบริหาร
และการจัดการศึกษาแบบกระจาย
อำนาจ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
วัฒนาพานิช.
กาญจนา สิริวงศาพรรณ. (2550). ภาวะผู้นำ
ของผู้บริหารที่สัมพันธ์กับการมีส่วน
ร่วมของคณะกรรมการสถานศึกษา
ขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
กิจสุพัฒน์ ศรีภักดิ์. (2549). ภาวะผู้นำ
ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

สระแก้ว เขต 1. วิทยานิพนธ์ ศึกษา
ศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
บูรพา.

ฉลาด จันทสมบัติ. (2553). การมีส่วนร่วม
ของชุมชนในการจัดการศึกษาเพื่อ
พัฒนาท้องถิ่น. วารสารการบริหาร
และพัฒนา. ปีที่ 3(2), 10-15.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). การมีส่วน
ร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและ
กรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: 598 Print.

บัณฑิต กุมารสิทธิ์. (2554). การปฏิบัติงาน
ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับ
ชุมชน ของ โรงเรียนประถมศึกษา
ในตำบลกองก้อย อำเภอสบเมย
จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้า
แบบอิสระ ศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น.
(พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยา
สาส์น

ประพันธ์ สร้อยเพชร. (2547). การมีส่วนร่วมใน
การจัดการศึกษาของคณะกรรมการ
สถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ศูนย์โรงเรียน
ตำบลแช่ช้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัด
เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรศิษฏ์ ค้ำรอด. (2549). ความสัมพันธ์
ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
กับประสิทธิภาพการบริหารงาน
ตามบทบาทของผู้บริหาร
สถานศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็น
ฐาน. วิทยานิพนธ์ การศึกษา
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศูนย์สหมิตรวิทยา. (2555). เอกสารข้อมูล
โรงเรียนในกลุ่มสหมิตรวิทยา.
เชียงใหม่: กลุ่มสหมิตรวิทยา.

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. (2548). ภาวะผู้นำทฤษฎี
และปฏิบัติ : ศาสตร์และศิลป์สู่การ
เป็นผู้นำที่สมบูรณ์. (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กรุงเทพฯ: วิรัตน์เอดีดูเคชั่น จำกัด.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้น
พื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ
แนวทางการกระจายอำนาจบริหาร
และการจัดการศึกษาให้
คณะกรรมการ สำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาและสถานศึกษา ตามกฎ
กระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์และ
วิธีการกระจายอำนาจการบริหาร
และการจัดการศึกษา พ.ศ.2550.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์
การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
(2552). แนวทางการบริหารจัดการ
หลักสูตร. กรุงเทพมหานคร: โรง

พิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่ง
ประเทศไทย.

รุ่ง แก้วแดง. (2545). ปฏิวัติการศึกษาไทย.
กรุงเทพมหานคร : มติชน.

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพัน ต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทasha ครีเอชั่น จำกัด

The Relationship Between the Work Motivation and Work Engagement of Employees at Natasha Creations Company Limited

โชติกา เพ็งไข¹, ไพโรจน์ เกิดสมุทร²

¹บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, bowcho@hotmail.ac.th

²บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, graduate_school@hotmail.ac.th

บทคัดย่อ :

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท นาทasha ครีเอชั่น จำกัด กลุ่มตัวอย่างได้แก่ พนักงานบริษัท นาทasha ครีเอชั่น จำกัดจำนวน 196 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.66-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.89 และมีค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามความผูกพันต่อองค์กร ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทasha ครีเอชั่น จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติด้านความรับผิดชอบด้านการได้รับการยอมรับนับถือและด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ส่วนความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทasha ครีเอชั่น จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร รองลงมาคือ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร และด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรและผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทasha ครีเอชั่น จำกัดในทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทasha ครีเอชั่น จำกัด ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมมากที่สุด ส่วนด้านความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมน้อยที่สุด

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, ความผูกพันต่อองค์กร, ความสัมพันธ์

ABSTRACT:

The objectives of this study were to study and find out the relationship between the work motivation and the work engagement of employees at Natasha creations company limited., consisted of 196 employees. The instrument used in this study was a questionnaire, It valued the index of item-objective congruence (IOC) between 0.66-1.00, The reliability of work motivation and work engagement items as equal to 0.89, 0.92 respectively. The statistics used in this data analysis were mean, standard deviation and hypothesis testing by Pearson product-moment correlation coefficient.

The study results showed that the work motivation of employees at Natasha creations company limited., was a high level in overall. The highest mean was the working achievement; the subordinate factors were the characteristics, responsibility and career advancement, respectively. In addition, work engagement of employees at Natasha creations company limited., was a high level in overall. It showed that the highest mean factor was a high confidence of the organizational goals and organizational values, the secondary factors were the willingness to be fully in the effort to work for the organizational benefits, and the extreme desire to maintain the organizational membership. According to the hypothesis testing, the results found that all aspects of work motivation of the employees at Natasha creations company limited., were positively related to work engagement which was the statistical significance level of 0.05. In addition, the working achievement was related to work engagement of the most in overall, the responsibility was related to work engagement at least in the overall

KEYWORDS: Work motivation, work engagement, relationship

1. บทนำ

การชำระรักษาบุคลากร มีความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมาก เพราะการที่พนักงานมีความพอใจอยากจะทำงานกับองค์กร ย่อมเป็นผลดีต่อองค์กรมากกว่า การมีพนักงานเข้าๆ ออกๆ อยู่ตลอดเวลา [1] ดังนั้นการจูงใจเพื่อให้เกิดความพยายามในการปฏิบัติงานจึงควรเป็นหลักการบริหารที่ดีอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องแสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแรงผลักดันต่างๆที่จะเป็นปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการปฏิบัติงานของบุคลากรทั้งนี้เพื่อความสำเร็จในเป้าหมายขององค์กร ผู้บริหารควรปฏิบัติต่อผู้ปฏิบัติงาน ในฐานะสิ่งที่มีชีวิตจิตใจ ดูแลเรื่องสวัสดิการ เพิ่มสิ่งจูงใจ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมใน

การทำงาน ตลอดจนส่งเสริมขวัญและกำลังใจให้ดี [2] สำหรับบริษัทนาทาศา ศรีเอชเอ็น จำกัด เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่ประสบปัญหาในการจูงใจบุคลากร โดยพบปัญหาของการลาออกและการโยกย้ายขององค์กรของบุคลากรอย่างต่อเนื่องตามสถิติการลาออกจากงาน [3] จากสถิติลาออกจากงานของ บริษัท นาทาศา ศรีเอชเอ็น จำกัด พบว่าใน ปี 2554-2557 มีพนักงานลาออกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีงานวิจัยประยูทธ อิศกุลย์ [8] ได้ทำการศึกษาระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอเชียน สแตนเลส อินเดียน ชันแนล จำกัด โดยมีจุดประสงค์เพื่อ ศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันขององค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างความผูกพันต่อองค์กรเพื่อลดอัตราการออกจากงาน จึงได้ทำการวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการลดและป้องกันการเกิดปัญหาดังกล่าว รวมถึงการสร้างความยั่งยืนในอาชีพให้สูงขึ้นภายในหน่วยงาน เพราะหากสามารถส่งเสริมปัจจัยต่างๆ ที่สร้างความผูกพันต่อองค์กรให้เกิดขึ้นได้ย่อมจะสามารถบรรลุเป้าหมายหลักของหน่วยงานและองค์กร แสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิผลของการดำเนินงาน และความมีประสิทธิภาพของหน่วยงาน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด
2. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด

3. สมมติฐานของการวิจัย

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

4. กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ผู้วิจัยได้นำแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรและทฤษฎีแรงจูงใจ ซึ่งประกอบด้วยแนวคิด

ความผูกพันต่อองค์กรของ Steer [4] ประกอบด้วยความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร, ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร, ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร ทฤษฎีแรงจูงใจของ Frederick Herzberg [5] โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยจูงใจกับปัจจัยค้ำจุนแต่การวิจัยครั้งนี้ได้นำปัจจัยจูงใจเพียงปัจจัยเดียวมาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ พนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด จำนวน 400 คน [3]

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด จำนวน 196 คนซึ่งได้จากการกำหนดขนาดตัวอย่างตามตารางของ Krejcie and Morgan ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโดยการใส่สุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) เพราะ พนักงานของบริษัทแต่ละแผนกมีจำนวนไม่เท่ากัน [6]

5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานใน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความสำเร็จในการทำงาน 2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ 3) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ 4) ด้านความรับผิดชอบ 5) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานใน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2) ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรและ 3) ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากที่สุด แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมาก แรงจูงใจในการปฏิบัติงานปานกลาง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานน้อย แรงจูงใจในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาทาซา ศรีเอชเอ็น จำกัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ ความผูกพันต่อองค์กรมากที่สุด ความผูกพันต่อองค์กรมาก ความผูกพันต่อองค์กรปานกลาง ความผูกพันต่อองค์กรน้อย ความผูกพันต่อองค์กรน้อยที่สุด

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้แล้วนำไปวิเคราะห์ความเชื่อมั่นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมเท่ากับ 0.89 และค่าความเชื่อมั่นความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท นาทาทาซา ศรีเอชเอ็น จำกัดในภาพรวมเท่ากับ 0.92

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมดจำนวน 196 ชุด พร้อมชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนตนเอง จำนวน 196 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ด้วยตนเอง

8. การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ดังนี้ [6]

4.50-5.00 หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาทาซา ศรีเอชเอ็น จำกัด ดังนี้ [6]

4.50-5.00 หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง ความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท นาทาทาซา ศรีเอชเอ็น จำกัด โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

9. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ดังตารางที่ 1–3 ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวมและรายด้าน

แรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน	\bar{X}	s	ระดับ
1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน	3.95	0.54	มาก
2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	3.27	0.63	ปานกลาง
3. ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	3.66	0.63	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	3.55	0.58	มาก
5. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	3.05	0.75	ปานกลาง
รวม	3.50	0.48	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท นาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน รองลงมาคือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวมและรายด้าน

ความผูกพันต่อองค์กร	\bar{X}	s	ระดับ
1. ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร	3.93	0.60	มาก
2. ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร	3.86	0.58	มาก
3. ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร	3.70	0.62	มาก
รวม	3.83	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร รองลงมาคือ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร และด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ของพนักงาน บริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวม

ตัวแปร	ความผูกพันต่อองค์กร		
	n	r	p
แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	196	0.67	0.000*
1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน	196	0.63	0.000*
2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	196	0.44	0.000*
3. ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ	196	0.58	0.000*
4. ด้านความรับผิดชอบ	196	0.44	0.000*
5. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน	196	0.50	0.000*

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวมและรายได้ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวม ($r = 0.67$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000* ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด ในทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชาศรีเอชเอ็น จำกัด ในภาพรวม

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านความสำเร็จในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมมากที่สุด ส่วนด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม น้อยที่สุด

10. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาทา ครีเอชั่น จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาทา ครีเอชั่น จำกัด ในทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท นาทาทาครี เอชั่น จำกัด ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000*

11. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทนาทาทา ครีเอชั่น จำกัด ดังนี้

1. ด้านความสำเร็จในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาทา ครีเอชั่น จำกัด มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริษัท นาทาทา ครีเอชั่น จำกัด มีการกระตุ้นให้พนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นปฏิบัติงานให้สำเร็จอยู่เสมอ สอดคล้องกับทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg [5] ด้านความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งเป็นความพึงพอใจจากความสำเร็จที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน หรือการมีความต้องการที่จะทำงานให้สำเร็จ สิ่งที่สำคัญก็คือ งานนั้นควรเป็นงานที่มีความท้าทายความสามารถ [7] และ สอดคล้องกับงานวิจัย [8] ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความสำเร็จในงาน มีแรงจูงใจในการทำงานของ

พนักงานบริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาทา ครีเอชั่น จำกัด มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัท นาทาทา ครีเอชั่น จำกัด ยังไม่ให้ความสำคัญไว้วางใจในการปฏิบัติหน้าที่สำคัญแทนผู้บังคับบัญชาแก่พนักงาน โดยส่วนหนึ่งอาจมาจากพนักงานยังไม่มีความสามารถจนได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา สอดคล้องกับทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Herzberg [5] ด้านการยอมรับนับถือว่า การได้รับการยอมรับนับถือ เป็นผลมาจากความสำเร็จ ซึ่งเป็นการให้การเสริมแรงที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจต่อเนื่องกันไป [7] และ สอดคล้องกับงานวิจัย [8] ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการได้รับการยอมรับนับถือ มีแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เอเชียน สแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาทา ครีเอชั่น จำกัด มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานของบริษัท นาทาทา ครีเอชั่น จำกัด ได้มีโอกาสในการใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ งานที่ปฏิบัติตรงกับความรู้ และมีความท้าทายสอดคล้องกับ [9] ที่กล่าวถึงทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ด้านลักษณะของงานว่า ลักษณะของงานที่จูงใจให้เกิดความพึงพอใจและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องมัลักษณะที่ท้าทายความสามารถหรืออาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นงานที่มีลักษณะพิเศษต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวในการทำงาน และ สอดคล้องกับงานวิจัย [10] ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ มีแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานกลุ่มงาน Service Desk ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

4. ด้านความรับผิดชอบ ผลการศึกษาพบว่าพนักงานบริษัท นาทาชา ครีเอชั่น จำกัด มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานของบริษัท นาทาชา ครีเอชั่น จำกัด มีการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ และสำเร็จตามกำหนดเวลาของงานเสมอ และมีอิสระในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย สอดคล้องกับ [7] ที่กล่าวถึง ทฤษฎีสองปัจจัยด้านความรับผิดชอบว่า เป็นความพึงพอใจที่เกิดจากการได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานใหม่ๆ มีอำนาจรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ โดยไม่มีการตรวจสอบ

หรือควบคุมอย่างใกล้ชิดมีอิสระในการตัดสินใจเกี่ยวกับงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [10] ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบ มีแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานกลุ่มงาน Service Desk ของธนาคารแห่งหนึ่ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาชา ครีเอชั่น จำกัด มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพิจารณาเรื่องความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานของพนักงาน ทั้งในส่วนของเงินเดือน ผลงาน การฝึกอบรมพัฒนาความรู้ในการปฏิบัติงานของบริษัท ยังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร ทำให้ระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ [9] ที่กล่าวถึงทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ด้านความก้าวหน้าว่า เป็นความพึงพอใจที่เกิดจากการตอบสนองในเรื่องของการได้รับเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือได้รับการฝึกอบรม เมื่อสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [8] ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน มีแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานบริษัท เอเชียียนสแตนเลย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทนาทาชา ครีเอชั่น จำกัด ดังนี้

1. ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาชา ครีเอชั่น จำกัด มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานมีความยินดีที่จะปฏิบัติตามนโยบายต่างๆ ที่บริษัทกำหนดด้วยความเต็มใจ และมีความผูกพันเหมือนเป็นครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [11] ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ที่กล่าวว่า เมื่อบุคคลพิจารณาเป้าหมายขององค์กรแล้วเห็นว่าเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ บุคคลก็จะแสดงตนว่าเห็นด้วยกับเป้าหมายนั้น และตั้งใจจะยอมรับจุดหมายนั้น มีความรู้สึกต่อองค์กรในทางที่ดี ยินดีและภาคภูมิใจกับการเป็นสมาชิกขององค์กร เชื่อว่าองค์กรจะนำเขาไปสู่ความสำเร็จได้ และมองเห็นแนวทางที่จะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [2] ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานแผนกทรัพยากรบุคคล ศูนย์บริการธุรกิจกรุงเทพ บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในด้านความเชื่อถือและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาชา ครีเอชั่น จำกัด มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริษัทเปิดโอกาสให้พนักงานได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานให้กับบริษัท สอดคล้องกับแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ [4] ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร ที่หมายถึง การใช้ความสามารถ ความพยายามของตนอย่างเต็มที่ เพื่อให้

งานขององค์กรประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [8] ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เอเชียสแตนเลส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานบริษัท บริษัท เอเชียสแตนเลส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ด้านความเต็มใจทุ่มเทให้องค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กรผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัท นาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานของบริษัทเห็นความสำคัญของความอยู่รอดของบริษัท คิดว่าบริษัทนี้เป็นบริษัทที่ดีที่สุด และต้องการที่จะปฏิบัติงานที่บริษัทแห่งนี้ตลอดไป สอดคล้องกับแนวคิดความผูกพันต่อองค์กรของ steer อ่างใน [4] ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร ที่หมายถึง ความต้องการของพนักงานที่มีความสมัครใจที่จะอยู่ปฏิบัติงาน ในองค์กรแม้ว่าจะได้รับข้อเสนอที่ดีกว่าจากองค์กรอื่น หรือถึงแม้ว่าองค์กรจะเกิดสภาวะวิกฤตก็จะไม่คิดหรือมีความต้องการที่จะลาออกจากองค์กร และแนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของ [11] ที่ว่าความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะยังคงความเป็นสมาชิกขององค์กรเป็นความตั้งใจ และความปรารถนาอย่างแน่วแน่ที่จะคงความเป็นสมาชิกต่อไป เพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [13] ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ด้านความปรารถนาที่จะคงอยู่หรือเป็น สมาชิกขององค์กรต่อไป มีความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอยู่ในระดับมาก

12. ข้อเสนอแนะ

12.1 ข้อเสนอแนะผลที่ได้จากการศึกษา

1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

1) ด้านความสำเร็จในการทำงานบริษัทควรสนับสนุนให้พนักงานใช้ความสามารถของตนเองในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน โดยการให้อิสระในการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหา และการให้ความรู้ที่เหมาะสม

2) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ บริษัทหรือผู้บังคับบัญชาของพนักงาน ควรมีการมอบหมายงานให้พนักงานได้ปฏิบัติแทน โดยเฉพาะงานที่มีความสำคัญ ทั้งนี้ อาจพิจารณาตามความเหมาะสมจากความรู้ความสามารถ และผลงานของพนักงาน ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้พนักงานและสร้างการยอมรับต่อเพื่อนได้

3) ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ บริษัทควรมีการมอบหมายงานที่มีความหลากหลายและท้าทายให้พนักงานได้ปฏิบัติ หรือการเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน การปฏิบัติงานที่สำคัญของบริษัท

4) ด้านความรับผิดชอบ บริษัทควรมอบความไว้วางใจในการปฏิบัติงาน และให้อำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงานที่พนักงานได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ โดยบริษัทหรือผู้บังคับบัญชากำหนดเป้าหมายและคอยให้คำปรึกษา

5) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน บริษัทควรมีการส่งเสริมให้พนักงานเข้ารับการศึกษในหลักสูตรที่มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานในบริษัท รวมถึงการพัฒนาความรู้ในรูปแบบอื่นๆ เช่น การส่งเข้ารับการศึกษในหลักสูตรระยะสั้น การอบรมพัฒนาความรู้กับหน่วยงานภายนอก เป็นต้น

2. ความผูกพันต่อองค์กร

1.ด้านความเชื่อมั่นอย่างสูงในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร บริษัทควรให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานมากขึ้น รวมถึงการกำหนดกฎเกณฑ์ เป้าหมายในการทำงาน เพื่อให้พนักงานเกิดการยอมรับ รวมถึงมีการชมเชย ให้รางวัลเมื่อพนักงานปฏิบัติงานสำเร็จ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจและทำให้มี

การพูดถึงองค์กรในทางที่ดี เกิดความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

2.ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างเต็มที่ในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร บริษัทควรมีการมอบหมายงานที่มีคุณค่าและมีความสำคัญให้กับพนักงาน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้พนักงานมีความต้องการที่จะปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้ประสบความสำเร็จ มีความทุ่มเทแม้จะต้องทำงานเกินเวลาหรือล่วงเวลา ทั้งนี้บริษัทอาจกำหนดมาตรการตอบแทนที่เหมาะสมบางอย่างให้พนักงานอย่างเหมาะสม ซึ่งจะทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นมากขึ้น เช่น รางวัลพิเศษปลายปี การประกาศชื่นชม รางวัลพนักงานดีเด่น เป็นต้น

3.ด้านความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะดำรงความเป็นสมาชิกภาพในองค์กร บริษัทควรมีแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความอยู่รอดขององค์กรกับผลที่พนักงานจะได้รับ เช่น การกำหนดผลตอบแทนตามผลประกอบการ หรือผลการทำงาน เป็นต้น เพื่อให้พนักงานเห็นความสำคัญของการเสียดสละเพื่อองค์กรในผลประโยชน์บางประการ เช่น การทำงานล่วงเวลาโดยไม่คิดค่าตอบแทน การทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อผลงานที่มีประสิทธิภาพ การให้คำแนะนำหรือชักชวนคนที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร เป็นต้น

12.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาค้างนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ซึ่งข้อค้นพบในครั้งนี้พบว่ามีความสัมพันธ์กัน อย่างไรก็ตามในการศึกษาค้างนี้พิจารณาจากการดำเนินการขององค์กรในการสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในปัจจุบัน ดังนั้นในการศึกษาค้างต่อไปจึงควรมีการศึกษาแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและรักษาความผูกพันต่อองค์กร

ของพนักงานและควรมีผลของการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่พนักงานและองค์กรได้นับจากการดำเนินงานตามแนวทางดังกล่าว

13. เอกสารอ้างอิง

- [1] วัลยา ชูประดิษฐ์. (2551). เอกสารประกอบการสอนวิชาองค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- [2] สมยศ นาวิการ. (2533). การบริหารเพื่อความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บรรณกิจ.
- [3] บริษัท นาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด. (2557). รายงานประจำปี.กรุงเทพฯ : บริษัท นาทาชา ศรีเอชเอ็น จำกัด.
- [4] พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ,จินดาอักษรณ์ วัฒนสินธุ์ และไชยนันท์ ปัญญาศิริ. (2552). ความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร.กรุงเทพฯ : เสมารธรรม.
- [5] Herzberg, F., Mausner,B., and Snyderman, B. (1959). The motivation to work. New York : McGraw – Hill Book. 113-115.
- [6] พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2558). วิธีการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 10.กรุงเทพฯ : มินเชอร์วิส ทรัพย์พลาย.
- [7] ณัฐชา ไพรสงบ. (2646). “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร และพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงงานผลิตอาหารว่างแห่งหนึ่ง.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [8] ประยูทธ อิศดุศลย์. (2552). “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กร

กรของพนักงาน บริษัท เอเชีย สแตนเลย์
อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด.”วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ
ทรัพยากรมนุษย์ บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนคร.

- [9] ขงยุทธ เกษสาคร. (2547). ภาวะผู้นำและการ
ทำงานเป็นทีม. พิมพ์ครั้งที่ 6. นนทบุรี :
ปิ่นนริชด.
- [10] วันชัย ศกุนตนาถ. (2555). “แรงจูงใจในการ
ปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูก
พันของพนักงานกลุ่มงาน Service Desk
ของธนาคารแห่งหนึ่ง.” สารนิพนธ์บริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ.
- [11] Porter, Lyman W., Richard M. Steers., Richard
T. Mowday, and Paul V Boulian. (1974).
Organizational Commitment, job
satisfaction, and turnover among
psychiatric technician. *Journal of Applied
Psychology*, 59 : 603-609
- [12] สุภาภรณ์ อินทรประสาท. (2553). “ความ
“ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน
กับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา
พนักงานแผนกทรัพยากรบุคคล ศูนย์บริการ
ธุรกิจกรุงเทพ บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง”. การ
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา
การประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [13] ศิริพร พรหมไชย. 2556. “ความสัมพันธ์ระหว่าง
แรงจูงใจกับความผูกพันต่อองค์กรของ
พนักงานบริษัท A.” การค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

คำเรียกที่ปรากฏในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

Athlete aliases appeared on Thai online newspaper

นายปิยะพันธุ์ วัชรนุกูล¹

¹ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, piyapan.vach@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาคำเรียกนักกีฬาที่ปรากฏในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย และ เพื่อศึกษาความหมายของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย มีคำเรียกนักกีฬาที่อยู่ในเกณฑ์การศึกษาได้กำหนดเอาไว้จำนวน 120 คำ สามารถแบ่งประเภทของคำเหล่านั้นตามวิธีการสร้างคำได้ 4 ประเภท คำมูล คำประสม คำซ้อน และ คำผสม

ด้านความหมายของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยพบว่าคำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายแฝงมากกว่าคำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายตรงไม่มากนัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข่าวกีฬาส่วนใหญ่ผู้อ่านจะต้องเป็นคนที่มีความสนใจในด้านกีฬา คอยติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆอย่างต่อเนื่อง ทำให้คำเรียกนักกีฬาที่สื่อออกมานั้นบางคำจะต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้อ่านในการตีความเพื่อให้คำเรียกนักกีฬานั้นสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ : คำเรียก, โครงสร้างคำ, ความหมาย, ข่าวกีฬา

Abstract

The research in the athlete aliases appeared on Thai online newspaper is to study the structure of the athlete aliases appeared on Thai online newspaper and to study their meanings. In this study, 100 athlete aliases are selected. It is found that their structures can be divided into 4 groups: morpheme, compound word, stacking word, and merging word.

For the meanings of the athlete aliases appeared on Thai online newspaper, there are slightly more connoting meanings than direct meanings. This may happen because the readers must be interested in the sports and follow the sport news continuously so that some athlete aliases needs the readers to use their experience to interpret the meanings explicitly.

Key words : aliases word, structure, meaning, sports news

1. บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบันการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของคนในสังคมอย่างรวดเร็วทำให้สื่อออนไลน์เข้ามามีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพิ่มมากขึ้นโดยสังเกตได้จากยอดขายโทรศัพท์ประเภทสมาร์ตโฟนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยอดสมัครเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊ก ไลน์ ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น จึงสะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารเข้ามามีบทบาททั้งทางตรงและทางอ้อมต่อชีวิตมนุษย์

การอ่านข่าวของประชาชนในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเพราะเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทไม่ว่าประชาชนจะอยู่ที่ใดเช่น ในร้านอาหารระหว่างรอรับประทานอาหาร บนรถไฟฟ้า บนรถแท็กซี่ เป็นต้นก็สามารถหยิบโทรศัพท์ประเภทสมาร์ตโฟนขึ้นมาและเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ตสามารถเช็คอีเมล เล่นเกม สนทนากับเพื่อนๆ และรวมไปถึงการอ่านข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม อาชญากรรม บันเทิง กีฬา เป็นต้น แต่ละข่าวที่นำเสนอออกมาสู่ประชาชนได้ จะต้องผ่านการคัดกรองจากกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ได้ความถูกต้องสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวกีฬา เพราะข่าวกีฬาถือว่าเป็นข่าวประเภทหนึ่งที่มีการใช้ภาษาอย่างหลากหลายเพื่อให้การนำเสนอข่าวที่ออกมามีความหือหาว กระแทกกระทั้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านตั้งแต่วินาทีแรกที่ได้อ่าน

ข่าวกีฬาได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนที่สนใจเรื่องกีฬา จึงทำให้ข่าวกีฬามีการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆอย่างกว้างขวาง กล่าวคือ ปัจจุบันข่าวกีฬาได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้อ่านจนทำให้สื่อหนังสือพิมพ์รวมถึงสื่อออนไลน์ แยกข่าวกีฬาออกมาเป็นส่วนเฉพาะ เพื่อนำเสนอความเคลื่อนไหวต่างๆของวงการกีฬาในทุกประเภทกีฬา เช่น ฟุตบอล กอล์ฟ มวย บาสเก็ตบอล กรีฑา เทนนิส เป็นต้น

การนำเสนอข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีลักษณะการใช้ภาษาที่มีแตกต่างไปจากภาษาไทยมาตรฐานที่ใช้ในหนังสือประเภทวิชาการ ความพิเศษของภาษาหนังสือพิมพ์อยู่ที่ข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่และเงื่อนไขของเวลาที่ต้องการความรวดเร็ว สด ใหม่ และต้องการสร้างความสนใจของผู้อ่าน ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ต้องมีการใช้ภาษาที่สื่อความหมายอย่าง น่าสนใจ และเร้าอารมณ์ให้ผู้อ่านที่มีอยู่ทุกระดับทั่วประเทศให้มากที่สุด (วันดี ทองงอก 2534 : 4) เช่น

ผอ.เทคนิคเซลซีเผยแข้งมูเพราะชดนักเตะ

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้ภาษาในการนำเสนอข่าวจะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากภาษาไทยมาตรฐาน เพราะจะมีลักษณะของการใช้คำที่แปลก ด้วยเหตุผลของพื้นที่ในการนำเสนอข่าวสาร เช่นคำว่า “ผอ.” เป็นการใช้คำย่อ ที่ย่อมาจากคำว่า ผู้อำนวยการ คำว่า “มู” เป็นการใช้คำย่อจากชื่อคน ที่ย่อมาจากคำว่า โจเซ่ มูรินโญ่ คำว่า “ชด” เป็นการตัดคำ ที่ตัดคำมาจากคำว่า ชดแย้ง และคำว่า “นักเตะ” เป็นคำเรียกนักกีฬาที่เจาะลงหมายถึง นักกีฬาฟุตบอล เป็นต้น

ลักษณะการใช้ภาษาที่พบมากและอาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของภาษาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คือการใช้คำเรียก ซึ่งเป็นชื่อที่หนังสือพิมพ์ตั้งให้แก่บุคคล หรือประเภทกีฬาต่างๆที่เป็นข่าว อันแสดงให้เห็นถึงศิลปะการใช้ภาษาที่ถ่ายทอดไปยังผู้อ่าน เพื่อให้ผู้อ่านข่าวกีฬารู้สึกสนุกสนาน และเพิ่มความเร้าใจให้กับผู้อ่านที่สนใจข่าวกีฬามากขึ้น เช่น

ลูกยางสนามแตกแห่กรี๊ดชูปตาร์กีฬาแห่งชาติ

จากตัวอย่างข้างต้นคำว่า “ลูกยาง” เป็นคำเรียกของชนิดกีฬาวอลเลย์บอล ที่มาจากอุปกรณ์กีฬาคือลูกวอลเลย์ที่ทำมาจากยางอย่างดี จึงทำให้นักเขียนข่าวนำจุดเด่นของการเล่นกีฬาประเภทนี้มาตั้งเป็นคำเรียกของนักกีฬา วอลเลย์บอล เป็นต้น

คำเรียกได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายท่าน เช่น

ม.ร.ว.กัลยา ดิงศรัทธี และ อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2531) ได้ให้นิยาม คำเรียก คือ “คำหรือวลีที่ผู้พูดใช้เรียกผู้ฟังก่อนที่ตนจะพูดเรื่องต่างๆ ด้วย เป็นคำที่แสดงระดับทางสังคมของผู้ฟังตามที่คุณมองเมื่อเปรียบเทียบกับตนเองและมีรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏ นับตั้งแต่คำนำหน้า เช่นคุณและจบลงที่คำลงท้ายเช่นครับ ดังตัวอย่างคุณณมลครับนับเป็น คำเรียกขานคำหนึ่ง หรืออาจมีรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏระหว่างคำนำหน้ากับคำลงท้ายก็ได้ เช่น ณมล”

เจนนิเฟอร์ โคทส์ (Coates,1992:23-24) กล่าวถึง คำเรียก ว่าคือ คำที่ผู้พูดใช้เรียกผู้ฟัง เช่น คำสรรพนาม ชื่อ รวมถึงคำที่แสดงสถานภาพและความสนิทสนมระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง

จากนิยามที่นักวิชาการได้นิยามไว้ข้างต้น พอสรุปได้ว่า คำเรียก หมายถึง คำที่ใช้เรียกแทนบุคคลหรือสิ่งต่างๆที่ได้ความหมายแทนสิ่งๆนั้นทั้งหมด

ดังนั้นการศึกษาคำเรียกนักกีฬาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบเกี่ยวกับโครงสร้างและความหมาย ของคำเรียกนักกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอันจะเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจในการอ่านและรับสารด้านข่าวกีฬาต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างของคำเรียกที่ปรากฏในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย
2. เพื่อศึกษาความหมายของคำเรียกที่ปรากฏในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

สมมติฐานของการวิจัย

1. โครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย มีลักษณะที่เหมือนกับ

โครงสร้างคำไทยทั่วไป คือ มีคำมูล คำประสม คำซ้อน โดยคาดว่าจะพบคำเรียกนักกีฬาที่เป็นคำประสมมากที่สุด

2. การใช้คำในการสื่อความหมายจะพบลักษณะของการสื่อความหมายแฝงมากกว่าการสื่อความหมายตรง

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาคำเรียกนักกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 3 เว็บไซต์ คือ

1. www.siamsport.co.th สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกเว็บไซต์สยามกีฬาออนไลน์ เพราะหนังสือพิมพ์สยามกีฬาถือเป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์ประเภทเฉพาะเจาะจง(กีฬา) ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สนใจโดยเฉพาะอีกด้วย

2. www.thairath.co.th สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์ เพราะหนังสือพิมพ์ไทยรัฐถือเป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์ประเภทเชิงปริมาณ อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากประชาชนมาทุกสมัย

3. www.matichon.co.th สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกเว็บไซต์มติชนออนไลน์ เพราะหนังสือพิมพ์มติชนถือเป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์ประเภทเชิงคุณภาพ

โดยศึกษาระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2558 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2558 รวมระยะเวลา 1 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

คำเรียกประเภทกีฬา หมายถึง คำที่สื่อความหมายแทนชนิดกีฬาในแต่ละประเภท ที่ใช้เรียกกีฬาประเภทนั้นๆ

คำเรียกนักกีฬา หมายถึง คำที่สื่อความหมายแทนนักกีฬาทั้งหมด ทั้งประเภทบุคคลและประเภททีม

โครงสร้างคำ หมายถึง ส่วนประกอบต่างๆทางภาษาที่ก่อให้เกิดเป็นความหมาย

หน่วยคำอิสระ หมายถึง หน่วยคำที่สามารถปรากฏเพียงลำพังได้

หน่วยคำไม่อิสระ หมายถึง หน่วยคำที่ปรากฏตามลำพังไม่ได้ และต้องปรากฏร่วมกับหน่วยคำอื่นเสมอ

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หมายถึง สิ่งที่น่าสนใจข่าวสารต่างๆให้กับประชาชนรับทราบผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยเรื่อง คำเรียกในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างของคำเรียกในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย อันเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน
2. ทำให้ทราบถึงการสื่อความหมายของคำเรียกในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย อันเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน
3. ผลที่ได้รับจากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับอ้างอิงในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคตได้

ผลการศึกษา

1. การศึกษาโครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

การศึกษาโครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์คำเรียกนักกีฬาจากกีฬาทั้งหมด 20 ประเภท พบว่าคำเรียกนักกีฬาที่ได้จำนวน 120 คำ สามารถแบ่งประเภทของคำเหล่านั้นตามวิธีการสร้างคำได้ 4 ประเภท คำมูล คำประสม คำซ้อน และ คำพยาน ดังต่อไปนี้

1.1 การใช้คำมูลเป็นคำเรียก

คำมูล หมายถึง คำดั้งเดิมในภาษาที่มาจากภาษาไทยหรือภาษาอื่นก็ได้ อาจเป็นคำพยางค์เดี่ยว หรือหลายพยางค์ก็ได้ (วาสนา บุญสม, 2544: 79) จากการศึกษา

ผู้เขียนข่าวได้ใช้คำมูลเพื่อเป็นคำเรียกนักกีฬาหลายประเภท ดังนี้

1.1.1 คำมูลพยางค์เดียว

คำมูลพยางค์เดียว คือ คำมูลที่เปล่งเสียงออกมาเพียงครั้งเดียว

จากการศึกษาพบว่าคำมูลพยางค์เดียวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ คำมูลพยางค์เดียวที่เป็นคำนาม กับ คำมูลพยางค์เดียวที่เป็นคำกริยา เช่น

1.1.1.1 คำมูลพยางค์เดียวที่เป็นคำนาม

คำว่า	“ไกล”	ประเภทกีฬา	ฟุตบอล
คำว่า	“แข่ง”	ประเภทกีฬา	ฟุตบอล
คำว่า	“โปร”	ประเภทกีฬา	กอล์ฟ
คำว่า	“เบด”	ประเภทกีฬา	แบดมินตัน
คำว่า	“หมัด”	ประเภทกีฬา	มวย

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า คำมูลที่เป็นคำนามนั้นมีทั้งเป็นคำย่อของคำบอกประเภทกีฬา คือ โปร ย่อมาจาก โพรเฟสชันแนล (Professional) และนอกจากนี้ ยังมีคำนามที่บอกถึงอวัยวะหรือส่วนของร่างกายในการเล่นกีฬา เช่น แข็ง ที่เป็นส่วนของร่างกายที่ใช้ในการเล่นฟุตบอล รวมไปถึงคำที่บอกตำแหน่งในการเล่นกีฬา คือ ไกล เป็นคำบอกตำแหน่งของผู้รักษาประตูในกีฬาฟุตบอล

1.1.1.2 คำมูลพยางค์เดียวที่เป็นคำกริยา

คำว่า	“ป่วน”	ประเภทกีฬา	จักรยาน
คำว่า	“หวด”	ประเภทกีฬา	เทนนิส

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าคำมูลที่เป็นคำกริยาจะบ่งบอกถึงอาการเคลื่อนไหวต่างๆหรือวิธีการเล่นของกีฬาประเภทนั้น เช่น คำว่า ป่วน เป็นคำแสดงวิธีการเล่นกีฬาจักรยานที่ต้องใช้ขาและน่องในการปั่นจักรยานไปข้างหน้า และ “หวด” เป็นอาการในการเล่นเทนนิสที่ต้องเหวี่ยงมือไปสุดแขนเพื่อหวดลูกเทนนิสกลับไปยังฝ่ายตรงข้าม เป็นต้น

1.1.2 คำมูลหลายพยางค์

คำมูลหลายพยางค์ หมายถึง คำมูลที่ออกเสียงตั้งแต่ 2 พยางค์ขึ้นไป อาจเป็นคำไทยแท้หรือคำที่มีรูปศัพท์มาจากภาษาอื่น เช่น

1.1.2.1 คำมูลหลายพยางค์ที่เป็นคำนาม

คำว่า “มิดฟิลด์” ประเภทกีฬา ฟุตบอล

คำว่า “กำปั้น” ประเภทกีฬา มวย

จากตัวอย่างข้างต้น คำว่า มิดฟิลด์ เป็นคำนามที่บอกตำแหน่งในการเล่นกีฬาฟุตบอลในตำแหน่งกองกลาง และคำว่า กำปั้น เป็นคำนามบอกส่วนของร่างกายที่ใช้ในการเล่นกีฬามวย เป็นต้น

1.2 การใช้คำประสมเป็นคำเรียก

คำประสมเกิดจากการสร้างคำขึ้นใหม่ที่นำมาใช้ในภาษาไทยอีกวิธีหนึ่ง โดยนำคำนาม คำกริยา เป็นต้น หรือหน่วยคำอิสระ 2 หน่วยขึ้นไปมาประสมกันและเกิดเป็นคำใหม่ที่มีความหมายใหม่ 1 หน่วยความหมาย จากการศึกษาสามารถพบคำประสมใหม่ ทั้งหมด 4 ประเภท ดังนี้

1.2.1 คำประสมที่เกิดจากการนำคำนามมา

ประสมกับคำนาม เช่น

คำนาม	คำนาม	คำประสม	ประเภท
ปอด	เหล็ก	ปอดเหล็ก	กรีธา
ลูก	หวาย	ลูกหวาย	ตะกร้อ
กัปตัน	ทีม	กัปตันทีม	ฟุตบอล
นาย	ทวาร	นายทวาร	ฟุตบอล
จอม	พลั่ง	จอมพลั่ง	ยกน้ำหนัก

ในการสร้างคำเรียกนักกีฬาด้วยการประสมคำระหว่างคำนามกับคำนามนั้น จะมีทั้งการประสมคำโดยการสร้างคำขึ้นใหม่ รวมไปถึงการประสมคำด้วยการนำคำศัพท์ที่ใช้ในวงการกีฬามาประกอบกัน เพื่อก่อให้เกิดความแปลกใหม่และดึงดูดสายตาของผู้อ่าน

1.2.2 คำประสมที่เกิดจากการนำคำนามมา

ประสมกับคำกริยา เช่น

คำนาม	คำกริยา	คำประสม	ประเภท
ดาว	เตะ	ดาวเตะ	ฟุตบอล
จอม	ทุ่ม	จอมทุ่ม	ยูโด

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าในการสร้างคำ

เรียกนักกีฬาด้วยการประสมคำระหว่างคำนามกับคำกริยานั้น คำกริยาที่นำมาประสมจะเป็นคำที่บอกกริยาอาการในการเล่นกีฬาแต่ละประเภทเป็นหลัก เช่น เตะในกีฬาฟุตบอลนักกีฬาต้องใช้อวัยวะส่วนขาถึงเท้าในการเล่นและเตะให้โดนลูกฟุตบอล ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการจะสื่อความหมายถึงกีฬาประเภทนั้นๆ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2.3 คำประสมที่เกิดจากการนำคำนามมา

ประสมกับคำวิเศษณ์ เช่น

คำนาม	คำวิเศษณ์	คำประสม	ประเภท
กอง	หน้า	กองหน้า	ฟุตบอล

จากตัวอย่างข้างต้นในเรื่องของการเติมคำวิเศษณ์ต่อท้ายคำนามเพื่อเป็นเรียกนักกีฬานั้นพบว่า คำวิเศษณ์ที่นำมาเติมนั้นมีทั้งคำที่มีความหมายแฝง เพื่อให้ผู้อ่านต้องตีความหมายของกีฬาประเภทนั้น

1.2.4 คำประสมที่เกิดจากการนำคำกริยามา

ประสมกับคำนาม เช่น

คำกริยา	คำนาม	คำประสม	ประเภท
ยก	เหล็ก	ยกเหล็ก	ยกน้ำหนัก
ทอย	แก่น	ทอยแก่น	โบว์ลิ่ง

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าในการสร้างคำ

เรียกนักกีฬาด้วยการประสมคำระหว่างคำกริยากับคำนามนั้น คำกริยาที่นำมาประสมมักจะเป็นคำที่บอกกริยาอาการในการเล่นกีฬาแต่ละประเภทเป็นหลัก ส่วนคำนามที่นำมาขยายจะเป็นคำที่บ่งบอกถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการเล่นกีฬาประเภทนั้นๆ เพื่อเป็นการชี้ชัดในกีฬาแต่ละประเภท

1.3 การใช้คำซ้อนเป็นคำเรียก

คำซ้อน คือ คำที่มีพยางค์เดียว 2 คำที่มีความหมายหรือเสียงที่ใกล้เคียงกัน หรือเป็นไปในทำนองเดียวกัน ซ้อนเข้าคู่กัน เมื่อซ้อนแล้วจะมีความหมายใหม่

เกิดขึ้น แม้ว่าบางคำความหมายจะไม่แปลกไปกว่าความหมายเดิมมากนัก แต่ก็ต้องมีความหมายและที่ใช้ต่างออกไปบ้าง (บรรจบ พันธุมธรา, 2518 : 81)

จากการศึกษาคำซ้อนในคำเรียกนักกีฬาจะมีจำนวนน้อย โดยที่เห็นได้ชัดเจนจะมีวิธีการสร้างคำ 1 ประเภท ดังนี้

1.3.1 คำซ้อนที่เกิดจากการนำคำกริยามาซ้อนกับคำกริยา เช่น

คำนาม	คำนาม	คำซ้อน	ประเภท
ห้อย	โหน	ห้อยโหน	ยิมนาสติก

จากตัวอย่างข้างต้นคำว่า “ห้อยโหน” นิยมใช้เรียกนักกีฬายิมนาสติก ที่ต้องใช้อุปกรณ์ในการทำการแข่งขัน ผู้เล่นจะต้องห้อยโหนร่างกายบนอุปกรณ์ต่างๆ เช่น คานทรงตัว ม้าหุ เป็นต้น เมื่อพิจารณาคำข้างต้น จะพบว่าการใช้คำซ้อนประเภทคำกริยาซ้อนคำกริยา จะสื่อความหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสื่อความหมายถึงนักกีฬานั้นๆ ได้อย่างเหมาะสมที่สุด

1.4 การใช้คำพยานเป็นคำเรียก

คำพยาน คือ คำที่ประกอบด้วยหน่วยคำ 2 หน่วยคำหรือมากกว่า 2 หน่วยคำขึ้นไป และหน่วยคำดังกล่าวนั้นจะต้องมีหน่วยใดหน่วยหนึ่งหรือทุกหน่วยเป็นหน่วยคำอิสระ (เสาวรัตน์ ดาราวงษ์, 2517 : 30)

จากการศึกษาคำเรียกนักกีฬาด้วยวิธีการพยาน คำ พบว่า คำพยานที่ผู้เขียนข่าวใช้ในการสร้างคำเรียกนักกีฬาเป็นคำพยานเทียมเพียงอย่างเดียว โดยคำพยานเทียม คือ คำพยานที่เกิดจากการนำหน่วยคำไม่อิสระประกอบเข้ากับหน่วยคำอิสระ เฉพาะหน่วยคำไม่อิสระที่นำมาประกอบเป็นคำพยานนั้น มีทั้งที่เป็นหน่วยคำหน้าศัพท์ หน่วยกลางศัพท์ และหน่วยท้ายศัพท์ ซึ่งในแต่ละส่วนของคำเรียกนักกีฬานี้จะพบการประกอบหน่วยคำไม่อิสระเป็นหน่วยหน้าศัพท์เท่านั้น

1.4.1 หน่วยคำไม่อิสระ + หน่วยคำอิสระชนิดคำนาม เช่น

หน่วยคำไม่อิสระ	คำนาม	คำพยาน	ประเภท
นัก	กอล์ฟ	นักกอล์ฟ	กอล์ฟ
นัก	มวย	นักมวย	มวย
นัก	ดาบ	นักดาบ	ฟันดาบ
นัก	ปิงปอง	นักปิงปอง	ปิงปอง

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าหน่วยคำอิสระชนิดคำนามที่ผู้เขียนข่าวนิยมนำมาประกอบกับหน่วยคำไม่อิสระคำว่า “นัก” มักเป็นคำบอกประเภทกีฬา หรืออุปกรณ์ในการเล่นกีฬาประเภทนั้นๆ เป็นหลัก จึงทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายว่า คำเรียกนักกีฬาที่ผู้เขียนข่าวนำเสนอในข่าวกีฬานั้น หมายถึงนักกีฬาประเภทใด

1.4.2 หน่วยคำไม่อิสระ + หน่วยคำอิสระชนิดคำกริยา เช่น

หน่วยคำไม่อิสระ	คำกริยา	คำพยาน	ประเภท
นัก	หวด	นักหวด	เทนนิส
นัก	วิ่ง	นักวิ่ง	กรีฑา
นัก	ชก	นักชก	มวย
นัก	ปั่น	นักปั่น	จักรยาน
นัก	เตะ	นักเตะ	ฟุตบอล
นัก	สอย	นักสอย	สนุกเกอร์

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่า ผู้เขียนข่าวนิยมใช้หน่วยคำไม่อิสระ คือ คำว่า “นัก” มาประกอบกับหน่วยคำอิสระที่เป็นคำกริยาแสดงอาการเฉพาะในการเล่นกีฬาแต่ละประเภท เช่น หวด ชก ปั่น เตะ วิ่ง เป็นต้น เพื่อสร้างคำเรียกนักกีฬา และใช้ในการเขียนข่าวกีฬาจนเป็นที่คุ้นเคยหรือนิยมของผู้อ่าน

1.4.3 หน่วยคำไม่อิสระ + หน่วยคำอิสระชนิดคำกริยา + หน่วยคำอิสระชนิดคำนาม เช่น

หน่วยคำไม่อิสระ	คำกริยา	คำนาม	คำพยาน	ประเภท
นัก	ทอย	แก่น	นักทอยแก่น	โบว์ลิ่ง
นัก	ฟัน	ดาบ	นักฟันดาบ	ฟันดาบ
นัก	ตบ	ลูกเต๋	นักตบลูกเต๋	ปิงปอง
นัก	ยิง	ปืน	นักยิงปืน	ยิงปืน

นัก เล่น โบ นักเล่นโบ เรือโบ

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้เขียนขานว นิยมใช้หน่วยคำไม่อิสระ คือ คำว่า “นัก” มาประกอบกับ หน่วยคำอิสระที่เป็นคำกริยาที่แสดงอาการเฉพาะในการเล่นกีฬาในแต่ละประเภท อีกทั้งยังมีคำนามที่ทำหน้าที่เป็นกรรมรองรับคำกริยาข้างหน้าอีกด้วย จึงทำให้ผู้อ่านเข้าใจ และเห็นภาพของการเล่นกีฬาประเภทนั้นๆ ได้อย่างชัดเจน

การศึกษาโครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาใน ขาวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยจะพบคำ เรียกนักกีฬาที่เป็นคำพยานมากที่สุด รองลงมาคือ คำ ประสม และคำที่พบน้อยที่สุดคือคำซ้อน เพราะการใช้ ลักษณะของคำซ้อนจะต้องมีความหมายหรือเสียงไปใน ทิศทางเดียวกันหรือใกล้เคียงกันจึงทำให้การสร้างคำและ สื่อความหมายทำได้ยาก

2. การศึกษาความหมายของคำเรียกในขาว กีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

คำเรียกเป็นการสื่อความหมายที่จะต้องใช้ ศิลปะทางภาษาที่แยบยลเพื่อให้เกิดการสื่อความหมายที่ หมายถึงสิ่งที่ผู้ส่งสารกำลังจะนำเสนอ ถ้าผู้ส่งสารไม่ สามารถสื่อความหมายกับผู้รับสารได้ก็ทำให้คำเรียกนั้นจะ ไม่มีความสมบูรณ์ เพราะฉะนั้นในบทความวิจัยนี้จะยึด ทฤษฎีการสื่อความหมายของ ลีช (Leech) ด้านความหมาย ตรง และความหมายแฝง คือ Conceptual meaning (ความ หมายตรง) และ Connotation meaning (ความหมายแฝง) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 คำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายตรง (The Epithets Conceptual meaning)

คำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายตรง หมายถึง คำเรียกที่มีสื่อความหมายออกมาที่เป็นการระบุชี้ชัดเจาะ ลงไปโดยมีชื่อของบุคคล ชื่อชนิดกีฬา หรือการตัดคำของ ประเภทกีฬาออก แต่สามารถสื่อความหมายถึงนักกีฬา ประเภทนั้นได้ มาประกอบ เพื่อให้เกิดความหมายอย่าง ตรงไปตรงมา เช่น

คำเรียกย่อ	คำเรียกเต็ม	ความหมาย
นักบาส	นักบาสเก็ตบอล	นักกีฬาบาสเก็ตบอล
นักแบด	นักแบดมินตัน	นักกีฬาแบดมินตัน

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้เขียนขานวจะ ตัดพยางค์หลังของคำออก แต่สามารถสื่อความหมายของ คำทั้งหมดได้เหมือนเดิม คำเรียกนักกีฬาในลักษณะนี้ เกิด จากการที่ผู้เขียนขานวต้องการคำที่สั้น ง่าย กระชับ และใน พื้นที่ข่าวที่จำกัด จึงทำให้เกิดการตัดคำพยางค์ให้สั้นลงแต่ สามารถสื่อความหมายของนักกีฬาในแต่ละประเภทได้ เหมือนเดิมชัดเจนและไม่ได้ทำให้ความหมายของคำ เปลี่ยนแปลงไปแต่อย่างใด

การใช้ชื่อเล่นของนักกีฬาเพียงอย่างเดียว เช่น

ชื่อเล่น	ความหมาย	ประเภท
ลีซอ	ธีรเทพ วิโนทัย	ฟุตบอล
แทมมี่	แทมมารีน ธนสุกาญจน์	เทนนิส
โต้	คริสเตียน โรนัลโด	ฟุตบอล
เจ้ามู้ย	ธีรศิลป์ แดงดา	ฟุตบอล
น้องเมย์	รัชนก อินทนนท์	แบดมินตัน

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าการใช้ชื่อเล่น เพียงอย่างเดียวมาเป็นคำเรียกนักกีฬานั้น นักกีฬาคนนั้นจะ ต้องมีชื่อเสียงเป็นอย่างมาก เพื่อจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่าผู้ เขียนขานวหมายถึงนักกีฬาคนใดและเล่นกีฬาประเภทใด เป็นต้น

2.2 คำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายแฝง (The Epithets Connotation meaning)

คำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายแฝง หมายถึง คำ เรียกที่มีสื่อความหมายออกมาแล้วทำให้ผู้รับสารอาจจะต้อง ตีความว่าหมายถึงสิ่งใด โดยอาศัยประสบการณ์ของผู้รับสาร ในการตีความคำเรียก เช่น

คำว่า “นัก”	คำกริยา	คำเรียก	ความหมาย
นัก	บิด	นักบิด	นักกีฬาจักรยานยนต์
นัก	เตะ	นักเตะ	นักกีฬาฟุตบอล
นัก	ทุ่ม	นักทุ่ม	นักกีฬาโยโด

นัก ชก นักชก นักกีฬามวย
จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า คำกริยาต่างๆ ที่นำมาประกอบเป็นคำเรียก จะต้องอาศัยการตีความหรือบริบทแวดล้อมเพื่อก่อให้เกิดความหมาย เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าคำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายแฝงจะพบมากกว่าความหมายตรง แต่ไม่แตกต่างกันมาก อาจเป็นเพราะ นักการสื่อสารมวลชนพยายามที่จะสื่อความหมายออกมาเพื่อให้ ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ทันที โดยไม่อาศัยการตีความมาก คำเรียกที่สื่อความหมายแฝงจะต้องอาศัย ประสบการณ์ของผู้รับสารในการตีความหมายของคำเรียกนั้น

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยคำเรียกนักกีฬาที่ปรากฏในข่าวกีฬาในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย และ เพื่อศึกษาความหมายของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย สามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยได้รวบรวมและวิเคราะห์คำเรียกนักกีฬาจากกีฬาทั้งหมด 20 ประเภท พบว่ามีคำเรียกนักกีฬาที่อยู่ในเกณฑ์การศึกษาได้กำหนดเอาไว้จำนวน 120 คำ สามารถแบ่งประเภทของคำเหล่านั้นตามวิธีการสร้างคำได้ 4 ประเภท คำมูล คำประสม คำซ้อน และ คำพยาน ดังต่อไปนี้

คำมูล ผู้เขียนข่าวได้ใช้คำมูลเป็นคำเรียกนักกีฬาทั้งคำมูลพยางค์เดียวและคำมูลหลายพยางค์โดยมีทั้งที่เป็นคำนามและคำกริยา แต่ทั้งนี้ ผู้เขียนข่าวยังคงใช้คำมูลทั้งสองลักษณะเพื่อสื่อความหมายเป็นคำนาม ซึ่งหมายถึงนักกีฬาในแต่ละประเภท

คำประสม การใช้คำประสมเป็นคำเรียกนักกีฬานั้นเกิดจากการประสมคำทั้ง 4 ประเภท คำประสมที่เกิดจากการนำคำนามมาประสมกับคำนาม คำประสมที่

เกิดจากการนำคำนามมาประสมกับคำกริยา คำประสมที่เกิดจากการนำคำนามมาประสมกับคำวิเศษณ์ คำประสมที่เกิดจากการนำคำกริยามาประสมกับคำนาม

คำซ้อน การใช้คำซ้อนเป็นคำเรียกนักกีฬาเกิดจาก คำซ้อนที่เกิดจากการนำคำกริยามาซ้อนกับคำกริยา คำซ้อนจะพบน้อยที่สุด เพราะลักษณะของคำซ้อนจะต้องมีความหมายหรือเสียงไปในทิศทางเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน จึงทำให้ยากต่อการสร้างคำและสื่อความหมาย

คำพยาน การใช้คำพยานเป็นคำเรียกนักกีฬามี 3 ประเภท คือ หน่วยคำไม่อิสระ + หน่วยคำอิสระชนิดคำนาม หน่วยคำไม่อิสระ + หน่วยคำอิสระชนิดคำกริยา หน่วยคำไม่อิสระ + หน่วยคำอิสระชนิดคำกริยา + หน่วยคำอิสระชนิดคำนาม และเป็นที่น่าสนใจว่าหน่วยคำไม่อิสระที่ผู้เขียนข่าวใช้นั้นมีเพียงคำเดียวคือ “นัก” ส่วนหน่วยคำอิสระชนิดคำกริยาล้วนเป็นคำกริยาแสดงอาการในการเล่นกีฬาแต่ละประเภททั้งสิ้น และหน่วยคำอิสระชนิดคำนามมีทั้งคำนามที่เป็นคำบอกประเภทกีฬาและคำนามที่ทำหน้าที่เป็นกรรมด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาเรื่องโครงสร้างคำเรียกนักกีฬาไม่สอดคล้องไปกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้นว่าจะพบคำประสมมากที่สุด แต่เมื่อผู้วิจัยทำการศึกษาปรากฏว่าพบคำพยานมากที่สุด เนื่องคำที่นำมาใช้เป็นคำเรียกนักกีฬาส่วนมากจะเป็นหน่วยคำไม่อิสระที่ต้องปรากฏร่วมกับคำอื่นเพื่อให้ได้คำและความหมายที่สมบูรณ์

2. ความหมายของคำเรียกนักกีฬาในข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยพบว่าคำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายแฝงมากกว่าคำเรียกนักกีฬาที่สื่อความหมายตรงไม่มากนัก ซึ่งตรงตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข่าวกีฬาส่วนใหญ่ผู้อ่านจะต้องเป็นคนที่มีความสนใจในด้านกีฬา คอยติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้คำเรียกนักกีฬาที่สื่อออกมานั้นบางคำจะต้องใช้อาศัยประสบการณ์ของผู้อ่านในการตีความเพื่อให้คำเรียกนักกีฬานั้นสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

จากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยพบข้อสังเกตบางประการ กล่าวคือ สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทเชิงปริมาณ หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทเชิงคุณภาพ และ สยามกีฬารายออนไลน์ เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทเฉพาะ ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเพื่อดูว่าเมื่อหนังสือพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน จะทำให้เกิดการใช้คำเรียกที่แตกต่างกันหรือไม่ โดยสามารถแยกแยะได้ดังนี้

1. คำเรียกนักกีฬาส่วนใหญ่มีเหมือนกันครบทั้ง 3 ประเภท เช่น คำว่า เจ้าตั๋งค์ นักบิด นักยกลูกเหล็ก นักชก เป็นต้น ข้อสังเกตคือ ทั้ง 3 ประเภทใช้คำเรียกนักกีฬาเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่า คำเรียกนี้อาจเป็นที่รู้จักในวงกว้างของสังคม จึงทำให้การสื่อความหมายออกมาเหมือนกันทั้ง 3 ประเภท

2. คำเรียกนักกีฬาที่เหมือนกันแต่เขียนไม่เหมือนกัน เช่น คำว่า เจ้ามู๋ กับ เทพมู๋ ที่หมายถึง นายธีรศิลป์ แดงดา นักกีฬาฟุตบอลจากสโมสร เอสซีจี เมืองทอง ยูไนเต็ด คำว่าเจ้ามู๋ จะปรากฏในหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์ และ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ ส่วนเทพมู๋ จะปรากฏในหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายออนไลน์ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายออนไลน์จะนำเสนอแต่ข่าวกีฬาอย่างเดียวจึงจำเป็นต้องอาศัยลักษณะคำที่ดึงดูดและสร้างความสนใจผู้อ่านให้ได้ จึงทำให้ภาษาที่ปรากฏออกมานั้นดูน่าสนใจกว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ และ หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์

คำเรียกนักกีฬานั้นเป็นศิลปะการใช้ภาษาที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้รับสารนั้นสื่อความหมายได้ในทันทีที่ได้อ่านข่าว เพราะฉะนั้นผู้สร้างคำเรียกนักกีฬาจะต้องพยายามคิดลักษณะต่างๆของผู้ที่จะเขียนข่าว เพื่อให้การสื่อความหมายมานั้นตรงตามวัตถุประสงค์ของการสร้างคำเรียกนักกีฬาอย่างชัดเจนที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- [1] กำชัย ทองหล่อ. (2552) .หลักภาษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท รวมสาส์น (1977) จำกัด.
- [2] เนตรทราย มณีโชติ. (2544) .“สมณานามในข่าวและรายการกีฬาทางสื่อมวลชน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] บรรจบ พันธเมธา. (2518). ลักษณะภาษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [4] ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554.
- [5] ราตรี แจ่มนิยม.(2549). ภาษาศาสตร์ภาษาไทย. กาญจนบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
- [6] ยงยุทธ พุพะเนียด. (2532) “ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการบรรยายข่าวกีฬาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์และนิตยสารกีฬาภาษาไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [7] วิชาติ บุรณะประเสริฐสุข. (2545)“ลักษณะภาษาสแลงของผู้ต้องขัง และความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและ สติปัญญาของผู้ต้องขังกับพฤติกรรมทางภาษา: ศึกษากรณีเรือนจำ กลางคลองเปรม.”วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [8] วันดี ทองงอก. “สมณานามในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ช่วงเวลา พ.ศ.2523-2531.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- [9] เสาวรัตน์ คาราวงษ์. (2517) . คำพยานและที่มาของหน่วยพยานในภาษาไทย. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ จังหวัดระยอง Quality of life of elderly people in RAYONG province

สำราญ ทองเล็ก¹

¹คณะบริหารธุรกิจ, สาขา.การจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, samran.th@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้ 1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง อำเภอ บ้านฉาง จังหวัดระยอง 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง อำเภอ บ้านฉาง จังหวัดระยอง 3. เพื่อศึกษารูปแบบสัมพันธภาพระหว่างผู้สูงอายุกับสมาชิกภายในครอบครัว

จากผลการวิจัยพบว่า

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 60 – 70 ปีสูงที่สุด มีสถานภาพสมรสมากที่สุด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญา

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยรวมอยู่ในระดับมาก

- เพศ มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเพราะเพศหญิงและเพศชายมีกิจวัตรประจำวันหรือกิจกรรมที่ทำเป็นประจำในแต่ละวันและในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกันไป เช่น เพศหญิงมักจะเป็นผู้ที่ทำงานบ้าน แม้จะมีอายุสูงขึ้นแต่ก็อาจจะยังมีกิจกรรมเช่นนี้บ้าง ทำให้มีสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตที่ดีกว่าเนื่องจากมีกิจกรรมทำมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการออกกำลังกายทำให้มีสมองปลอดโปร่งแจ่มใสกว่าเพศชาย ทำให้มีเจตคติหรือระดับความคิดเห็นต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่ดีกว่าเพศชาย

-อายุ มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจกล่าวได้ว่า แม้จะอยู่เป็นผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน แต่ความแตกต่างของระดับอายุหรือช่วงอายุที่แตกต่างกันย่อมส่งผลต่อสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตแตกต่างกันด้วย เช่น ผู้สูงอายุในช่วงต้น ๆ อายุระหว่าง 60-70 ปี อาจจะยังมีภารกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เคยปฏิบัติเป็นประจำ มีเพื่อนฝูง ลูกน้อง หัวหน้า หรือเพื่อนร่วมงานที่ยังมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอยู่ ทำให้สุขภาพจิต สุขภาพกายดีกว่าผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วงอายุที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะยังมีกิจกรรมที่ปฏิบัติน้อยลง มีเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงานเก่า ๆ ที่เคยติดต่อคบหากันน้อยลง ทำให้มีสุขภาพจิตและสุขภาพกายที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

-สถานภาพ มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวม ทั้งนี้ เนื่องจากสถานภาพเป็นเครื่องบ่งบอกถึงการมีคู่ชีวิต การมีคู่ครอง เป็นเพื่อนที่รู้ใจ เพื่อนคู่คิด ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิต ความสุข ความทุกข์ ตลอดจนความรู้สึกรู้สึกนึกคิดในเรื่องต่าง ๆ เนื่องจากการมีคู่ชีวิต เป็นเพื่อนรู้ใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุ ย่อมทำให้มีความรู้สึกที่ว่าตนไม่ได้อยู่อย่างอ้างว้าง โดดเดี่ยว แต่มีคู่ชีวิตที่เป็นเพื่อนที่ปรึกษา ปลอดภัย ให้ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ผู้สูงอายุที่มีคู่ครอง หรือมีสถานภาพสมรส อาจจะมีสุขภาพกายหรือสุขภาพจิตที่ดีกว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด หรือหย่าร้าง/แยกกันอยู่

-ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่ เนื่องจากระดับการศึกษา เป็นสิ่งที่แสดงถึงการเรียนรู้ ฝึกฝน และอบรม ตลอดจนการบำเพ็ญประโยชน์ ในหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งการได้ติดต่อกับปฏิสัมพันธ์ กับคนในหลายๆ สังคม ที่มาจากพื้นฐานทางครอบครัวที่แตกต่างกัน ซึ่งย่อมหล่อหลอมให้เกิดพฤติกรรมและการเรียนรู้ที่ดีขึ้นกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า และทำให้เมื่อมีอายุมากขึ้นหรือเป็นผู้สูงอายุ จะทำให้มีพฤติกรรมและทัศนคติในการปรับตัว หรือเรียนรู้ ตลอดจนการเข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ไม่เท่ากัน และส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมในที่สุด

-ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกันกับระดับความคิดเห็นด้านสภาพชีวิตความเป็นอยู่ นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ ที่ส่งผลกระทบต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุแล้ว ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือทิศทางเดียวกันกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ เพราะความสัมพันธ์ในครอบครัว ส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพจิต สุขภาพกาย กล่าวคือ ในครอบครัวที่ความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นไปด้วยดี มีความสนิทสนมรักใคร่กลมเกลียวกัน มีความเห็นอกเห็นใจ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ห่วงใยดูแลในสุขภาพกายและสุขภาพจิตของกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้สูงอายุ ซึ่งอยู่ในวัยที่ต้องการผู้ดูแลมากขึ้น การได้อยู่ในครอบครัวที่มีระดับความสัมพันธ์ที่ดีหรืออยู่ในเกณฑ์ที่ดี ย่อมทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่อยู่ในครอบครัวนั้นเป็น ไปอย่างราบรื่นมีความสุขตามอัตภาพ ตรงกันข้ามกับครอบครัวที่มีความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่ดี ไม่มีความรักใคร่เอื้ออาทรให้กัน ย่อมส่งผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของผู้สูงอายุในทางที่ไม่ดีนั่นเอง

คำสำคัญ : คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ, ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของผู้สูงอายุ

Abstract

Research on Quality of life of elderly people in the municipality in banchang Rayong the objectives of the study the following 1. to study the quality of life of elderly city municipality banchang in Rayong banchang District 2. to study the factors affecting the quality of the elderly. banchang city municipality in Rayong banchang District 3. to study the relationship between patterns within the elderly family member.

Based on the research found.

Privacy of the elderly respondents. Found that the majority of male Aged between 60 to 70 years of marriage status is highest. Education, most graduate degrees lower.

Comments about a relationship in the family sample of the elderly respondents. Comments on family relationships in the overall level.

- Sexual relationship with or affect the level of living conditions, comments with statistical significance may be because the male and female are routine or habitual activity in each day and each time different. For example, different women who work are often home Despite higher age, but may also have activities like this? Resulted in a healthy body. Better mental health because of activities do more than Especially a brain exercise resulted in a fine bright than males. Resulted in a level attitude or comments on the conditions of life than males.

- Age has a relationship or affect the level of living conditions, comments with statistical significance. May say that Although the elderly are the same. However, differences of class, age or age range varies. Would affect physical health. Mental health as different from other elderly people in the age between 60-70 years may also be a mission or activities that used to perform regularly with friends or colleagues jackal head to the contact interaction with each other. Make mental health Better physical health than the elderly in different age ranges. This activity may be less compliance with old friends, colleagues ever contact ก็ น less companionable. Resulted in a mental health and physical health changes.

- The relationship or status affecting a comment by living conditions and because the status of a pointer to a couple of friends a couple of trusted friends, a confidant of paramount importance to life. happiness and suffering and feeling different because in a couple A trusted friend. Especially for the elderly. Would make sense that they are not isolated in a desert but a couple friends that are consultants to placate various comments made on an elderly couple. Or marital status. May have physical health or mental health than the elderly with single status. Or divorce / separate?

- Education. A relationship or affect the level of living conditions comments. Because education. That is what learning and training and practice incubated experience in many fields, including a contact interaction with many people in society came from the family of different Which would instruct the behavior and learn better than those with less education. When age and make more or the elderly. Will result in behavior and attitudes in the learning or adjustment as well as with social change is not equal. And affect the level of feedback to the living conditions in the overall best.

- Factors the family relationship or a relationship of positive comments on the same level of living. Aside from personal factors including gender, age, education level and status that affect living conditions of aging. Factors in family relationships is another factor that has a positive relationship in the same direction or living conditions. Because of family relationships. Direct impact on physical health, mental health is a family relationship with a family. Intimately united with love. With sympathy Reciprocal generosity. Concerned about health care in each other's physical and mental health, especially with the elderly. In age to the administrator. Being in a family that has a good relationship or in the criteria. Would make living of the elderly in the family is happy to smooth properly. In contrast to families with poor family relationships. Who does not love to do a favor. Would affect physical health and mental health of elderly people in a way that is not good.

Keywords : Quality of life of elderly people , the factors affecting the quality of the elderly people.

บทนำ

ระบบครอบครัวไทยในสังคมยุคปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยว (nucleus family) ลักษณะเป็นครอบครัวที่มีสมาชิกสองชั่วอายุคนและมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดที่สุดคือ สามี ภรรยา บุตร ส่วนคนอื่น เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย หลาน คนอาศัย คนใช้ ไม่จัดอยู่ในครอบครัวเดี่ยว ซึ่งต่างจากสังคมในอดีตที่ครอบครัวไทยมีลักษณะเป็นครอบครัวขยาย (extended family) คือเป็นครอบครัวที่มีครอบครัวเดี่ยวหลาย ๆ ครอบครัวอยู่ด้วยกันหรือมีสมาชิกตั้งแต่ 3 ชั่วอายุคนขึ้นไป เช่น สามี ภรรยา บุตร ปู่ ย่า ตา ยาย ลุง ป้า น้า อา ญาติพี่น้องอื่น ๆ อาศัยอยู่บ้านเดียวกันหรือเขตบริเวณบ้านใกล้เคียงกัน สมาชิกอาวุโสที่สุดจะเป็นหัวหน้าครอบครัว ดูแลทุกข์สุข เศรษฐกิจ การศึกษา และเรื่องอื่นๆ ของสมาชิกภายในครอบครัว สมาชิกของครอบครัวขยายจะขาดความเป็นอิสระ จากการเปลี่ยนแปลงของลักษณะครอบครัวไทยจากสังคมเกษตรสู่ยุคปัจจุบันส่งผลต่อความเป็นอยู่ของสมาชิกภายในครอบครัวโดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ถูกกล่เลาะจากบุคคลในครอบครัวมากขึ้น อีกทั้งจากควาเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในเขตพื้นที่ของภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ที่มีลักษณะเป็นสังคมอุตสาหกรรม ส่งผลต่อภาวะการดำรงชีพของประชาชนในเขตภูมิภาคนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่ได้รับผลทั้งทางด้านการใช้ชีวิตภายในครอบครัวภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่มีค่าครองชีพสูง บุคคลในครอบครัวต้องดิ้นรนหารายได้มาใช้ในการดำรงชีพ ทำให้ขาดการเอาใจใส่ต่อผู้สูงอายุ และในวัยของผู้สูงอายุก็จัดอยู่ในช่วงการพัฒนาร่างกายของชีวิต

ที่เป็นแบบเสื่อมถอยซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ชีวิตช่วงนี้ต้องประสบกับปัญหาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ของทั้งด้านร่างกายและจิตใจที่เกิดมาจากทั้งปัจจัยทั้งภายในและภายนอกตัวของผู้สูงอายุเอง คือ การเกษียณอายุ ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุต้องพ้นจากตำแหน่งหน้าที่และภารกิจที่ตนเองเคยกระทำ ผู้สูงอายุจะมีความรู้ดีกว่าบุคคลบทบาทลง ความเคารพนับถือและอำนาจต่าง ๆ ที่เคยได้รับจากบุคคลในสังคมและบุคคลในครอบครัวก็ลดลงเช่นกัน สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้สูงอายุต้องประสบกับปัญหาการอยู่อย่างไร้บทบาททั้งในสังคมและในครอบครัว จากที่เคยเป็นผู้รับผิดชอบต่อครอบครัวก็กลายเป็นสมาชิกธรรมดาที่ไม่มีศักยภาพใด ๆ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่กล่าวมา เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุต้องเผชิญและมีผลกระทบทั้งทางร่างกายและสภาพจิตใจ ทำให้การดำรงชีพในสังคมเป็นไปอย่างไม่มีความสุข

ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง เป็นส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากข้อมูลงานทะเบียนราษฎร เทศบาลเมืองบ้านฉาง จำนวนผู้สูงอายุในเขตพื้นที่มีจำนวนทั้งสิ้น 2,500 คน (ข้อมูลทะเบียนราษฎรเทศบาลเมืองบ้านฉาง ณ วันที่ 1 พฤษภาคม 2552) ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาว่าจากภาวะทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว นั้น มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัญหา และส่งผลกระทบโดยตรงต่อการดำรงชีพของผู้สูงอายุ ตลอดจนสัมพันธ์สภาพของผู้สูงอายุกับสมาชิกภายในครอบครัวในภาวะสังคมยุคปัจจุบันเป็นเช่นไร ทั้งนี้เพื่อสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในวัยนี้ได้

ถูกต้อง และสามารถสร้างประโยชน์ต่อสังคมได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษารูปแบบสัมพันธภาพระหว่างผู้สูงอายุกับสมาชิกภายในครอบครัว

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อคุณภาพชีวิตที่แตกต่างกัน
2. ความสัมพันธ์ในครอบครัว ความต้องการพื้นฐานของร่างกาย ความต้องการด้านความปลอดภัย ความต้องการด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีพของ

ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง และความสัมพันธ์ในครอบครัวของผู้สูงอายุ

จากจำนวนประชากร 2,500 คน ในช่วงเดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์ 2559

วิธีการดำเนินการวิจัย

ศึกษาผู้สูงอายุภายในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง โดยมีวิธีวิจัย และรวบรวมข้อมูลรายละเอียดตามลำดับดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุ จำนวน 19 ชุมชน ภายในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง มีจำนวนทั้งสิ้น 2,500 คน(ข้อมูลทะเบียนราษฎรเทศบาลเมืองบ้านฉาง เดือนกุมภาพันธ์ 2559)

ขนาดตัวอย่าง

การคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากร 2,500 คน โดยใช้หลักการคำนวณของ Taro Yamane โดยมีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05 ตามทฤษฎีและสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ YAMANE (Yamane,1973 อ้างอิงใน ศ.บุญธรรม,2543 : 164)

การเลือกจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจัดเป็น 19 ชุมชน จากจำนวน 2,500 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ทั้งนี้เพื่อความถูกต้องในการเป็นตัวแทนของประชากร ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ เพศ อายุ สถานภาพและระดับ

การศึกษา แบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับเป็นมาตรวัดลักษณะของข้อคำถาม ซึ่งมีจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับเป็นมาตรวัดลักษณะของข้อคำถาม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการพื้นฐานร่างกาย ด้านความต้องการความปลอดภัย และด้านความต้องการทางสังคม จำนวนทั้งสิ้น 33 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ โดยจะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ จำนวน 400 คน โดยแจกแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

2. คัดเลือกแบบสอบถามเฉพาะฉบับที่ตอบสมบูรณ์มาทำการให้คะแนนและนำไปวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์สถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย โดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในครอบครัวและคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการดำรงชีพ
3. ค่า t-test ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ
4. ค่า F-test (One Way ANOVA) ใช้ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรซึ่งจำแนกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา
5. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โพรดักโมเมนต์ (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อใช้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยความสัมพันธ์ในครอบครัวกับปัจจัยคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว
3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ ซึ่งได้แก่ ความ

ต้องการพื้นฐานร่างกาย ความต้องการความ
ปลอดภัย และความต้องการทางสังคม

4. ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อ
เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ
คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ จำแนกตามปัจจัยส่วน
บุคคล

5. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง
ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสัมพันธ์ใน
ครอบครัวและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ
ชีวิตความเป็นอยู่ในภาพรวมและเป็นรายด้านได้แก่
ด้านความต้องการพื้นฐานร่างกาย ด้านความต้องการ
ความปลอดภัย และด้านความต้องการทางสังคม

สรุป อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต
ความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุเขตเทศบาลเมืองบ้าน
ฉาง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การเสนอผลการวิจัยเพื่อทดสอบสมมติฐาน
ในตอนนี้เป็น การทดสอบสมมติ โดย การ
วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัว
แปรซึ่งจำแนกเป็นสองกลุ่ม โดยใช้ค่า t – test
และวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ
ตัวแปรซึ่งจำแนกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้ค่า
One – way ANOVA (F-Test)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พิจารณา
ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีผลต่อระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของ
ผู้สูงอายุเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง จังหวัดระยอง

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัย
ด้านเพศของผู้สูงอายุเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง จ.
ระยอง มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิต
ความเป็นอยู่โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 และมีผลกระทบหรืออิทธิพลต่อระดับ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ใน
ด้านความต้องการด้านความปลอดภัยและด้าน
ความต้องการด้านสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
แต่ไม่มีผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นด้าน
ความต้องการด้านร่างกาย

สมมติฐานที่ 2 อายุมีผลต่อระดับความ
คิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พิจารณาได้ดังนี้
จากผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ
ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
พบว่า ปัจจัยด้านอายุมีผลต่อระดับความคิดเห็น
ต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลกระทบ
หรือมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ
ชีวิตความเป็นอยู่ในด้านความต้องการพื้นฐาน
ร่างกาย และความต้องการทางสังคม แต่ไม่มี
ผลกระทบหรือไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็น
เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในด้านความ
ต้องการความปลอดภัย

สมมติฐานที่ 3 สถานภาพมีผลต่อระดับ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่
แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พิจารณาได้ ดังนี้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ จากผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพมีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในด้านความต้องการความปลอดภัย และความต้องการทางสังคม แต่ไม่มีผลกระทบ หรือไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในด้านความต้องการพื้นฐานร่างกาย

สมมติฐานที่ 4 ระดับการศึกษามีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พิจารณาได้ ดังนี้ ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตประจำวันตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

จากผลการทดสอบ สมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในตารางที่ 8 พบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษามีผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีผลกระทบหรือมีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็น

เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในด้านความต้องการความปลอดภัย และความต้องการทางสังคม แต่ไม่มีผลกระทบ หรือไม่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในด้านความต้องการพื้นฐานร่างกาย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสัมพันธ์ในครอบครัวและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่

สมมติฐานที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พิจารณาได้ ดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสัมพันธ์ในครอบครัวที่มีต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองบ้านฉาง จังหวัดระยอง

จากผลการวิเคราะห์เพื่อการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกันกับความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) เท่ากับ 0.593 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวยังมีความสัมพันธ์ทางบวกหรือในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการพื้นฐานร่างกาย ด้านความต้องการความปลอดภัย และด้านความต้องการด้านสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.370 , 0.114 และ 0.206 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 213 คน หรือร้อยละ 53.3 มีอายุอยู่ระหว่าง 60 – 70 ปีสูงที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 อันดับสองมีอายุอยู่ระหว่าง 71 – 80 ปี จำนวน 146 คน หรือร้อยละ 36.5 มีสถานภาพสมรสมากที่สุดถึง 267 คนหรือร้อยละ 66.75 อันดับสองมีสถานภาพโสดจำนวน 88 คน หรือร้อยละ 22.0 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นอันดับสอง จำนวน 78 คน หรือร้อยละ 27.0

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัว

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.73 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ในครอบครัวอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคืออยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ และมากที่สุด 2 ข้อ โดยข้อที่ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือความคิดเห็นที่ว่าคนในครอบครัวแสดงความรักและความห่วงใยกันเสมอ และมีการดูแลเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาเป็นความคิดเห็นที่ว่า คนในครอบครัวพูดจาถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อันดับสามได้แก่ข้อคำถาม คนในครอบครัวมักรับประทานอาหารร่วมกันมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.87 ส่วนข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ ผู้ที่สูงวัยจะให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ที่อ่อนวัยกว่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.30 ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุดเป็นอันดับสองมี 2 ข้อ ได้แก่ ความคิดเห็นที่ว่า คนในครอบครัวปรึกษาหารือกันเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น และ ผู้ที่สูงวัยจะให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้ที่อ่อนวัยกว่า มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.470

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในภาพรวมและเป็นรายด้าน จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมและเป็นรายด้าน พบว่า ในภาพรวมของความ

คิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านความต้องการพื้นฐานร่างกาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และด้านความต้องการความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือด้านความต้องการด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผลการวิเคราะห์คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุเป็นรายด้านและรายข้อ

- ความต้องการพื้นฐานด้านความปลอดภัย พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าระดับความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ข้อ และอยู่ในมาก จำนวน 4 ข้อ โดยข้อที่ได้คะแนนสูงสุดที่ 3 อันดับแรก คือ นอนอย่างน้อยวันละ 7 – 8 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และได้รับประทานอาหารครบ 5 หมู่ ในแต่ละวัน ได้รับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ และการใช้สายตา หู ลิ้น ฯลฯ หย่อนสมรรถภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 3 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนข้อที่ได้คะแนนน้อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ได้รับการตรวจสุขภาพประจำปีอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ , ได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านอาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค รวมทั้งเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง

ๆ จากทางเทศบาล และ ได้รับการเยี่ยมเยียนจากลูกหลานและญาติพี่น้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 , 2.78 และ 2.95 ตามลำดับ

- ความต้องการด้านความปลอดภัย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 6 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลางและระดับน้อย 4 ข้อ เท่ากัน โดยข้อที่ได้ระดับคะแนนมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ มีความรู้สึกที่สวัสดิการดูแลสุขภาพทั้งการป้องกันและรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อันดับสองคือความคิดเห็นว่าภายในบริเวณบ้านมีที่ประกอบอาหารและที่เก็บน้ำสะอาดสำหรับบริโภค มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นในข้อนี้เท่ากับ 3.67 อันดับสามได้แก่ ความคิดเห็นว่าต้องการให้มีหลักประกันการดำรงชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเท่ากับ 3.66

- ความต้องการด้านสังคม พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของความต้องการด้านสังคมของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากถึง 9 ข้อ จากทั้งหมด 10 ข้อ โดยมีเพียงข้อเดียวที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ได้คะแนนสูงสุดที่ 3 อันดับแรกคือ ได้รับการรักความอบอุ่นและความมั่นคงทางจิตใจ ได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือความคิดเห็นว่า ได้เข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะของ

หมู่บ้าน/ชุมชน โดยการออกแรงงาน เงิน หรือ วัสดุอุปกรณ์ เช่น สร้าง/ซ่อมแซมถนน ลอกคลอง การกำจัดขยะมูลฝอย และน้ำเสีย แปรรูปผลผลิต เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 อันดับสาม ได้แก่ความคิดเห็นที่ ได้รับการดูแลคุ้มครอง จากครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนข้อที่ได้ คะแนนน้อยที่สุดซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้ได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้มีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

จากผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอ นำเสนอผลการอภิปรายผลจากการทดสอบ สมมติฐาน ที่ได้ดังนี้

-เพศ มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อ ระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเพราะเพศหญิง และเพศชายมีกิจวัตรประจำวันหรือกิจกรรมที่ทำ เป็นประจำในแต่ละวันและในแต่ละช่วงเวลา แตกต่างกันไป เช่น เพศหญิงมักจะเป็นผู้ที่ ทำงานบ้าน ประกอบอาหาร ทำงานบ้าน เช่น กวาดบ้าน ซักผ้า ถูบ้าน แม้จะมีอายุสูงขึ้นแต่ก็ อาจจะยังมีกิจกรรมเช่นนี้บ้าง ทำให้มีสุขภาพ ร่างกาย สุขภาพจิตที่ดีกว่าเนื่องจากมีกิจกรรมทำ มากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการออกกำลังกาย ทำให้มีสมองปลอดโปร่งแจ่มใสกว่าเพศชาย ทำให้มีเจตคติหรือระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพ ชีวิตความเป็นอยู่ดีกว่าเพศชาย

-อายุ มีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อ ระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจกล่าวได้ว่า แม้จะอยู่เป็น ผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน แต่ความแตกต่างของระดับ อายุหรือช่วงอายุที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อ สุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตแตกต่างกันด้วย เช่น ผู้สูงอายุในช่วงต้น ๆ อายุระหว่าง 60-70 ปี อาจจะยังมีภารกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เคยปฏิบัติ เป็นประจำ มีเพื่อนฝูง ลูกน้อง หัวหน้า หรือเพื่อน ร่วมงานที่ยังมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน อยู่ ทำให้สุขภาพจิต สุขภาพกายดีกว่าผู้สูงอายุที่ อยู่ในช่วงอายุที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะมีกิจกรรม ที่ปฏิบัติน้อยลง มีเพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงานเก่า ๆ ที่เคยติดต่อคบหากันน้อยลง ทำให้มีสุขภาพจิต และสุขภาพกายที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

-สถานภาพ มีความสัมพันธ์หรือมี ผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่โดยรวม ทั้งนี้ เนื่องจากสถานภาพ เป็นเครื่องบ่งบอกถึงการมีคู่ชีวิต การมีคู่ครอง เป็นเพื่อนที่รู้ใจ เพื่อนคู่คิด ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่าง ยิ่งต่อวิถีชีวิต ความสุข ความทุกข์ ตลอดจน ความรู้สึกนึกคิดในเรื่องต่าง ๆ เนื่องจากการมี คู่ชีวิต เป็นเพื่อนรู้ใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ ผู้สูงอายุ ย่อมทำให้มีความรู้สึกที่ตนไม่ได้อยู่ อย่างอ้างว้าง โดดเดี่ยว แต่มีคู่ชีวิตที่เป็นเพื่อนที่ ปรึกษา ปลอดภัย ให้ความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ทำให้ผู้สูงอายุที่มีคู่ครอง หรือมีสถานภาพสมรส อาจจะมีความสุขกายหรือสุขภาพจิตที่ดีกว่า

ผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด หรือหย่าร้าง/แยกกัน
อยู่

-ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์หรือมี
ผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นคุณภาพชีวิต
ความเป็นอยู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
เนื่องจากระดับการศึกษา เป็นสิ่งที่แสดงถึงการ
เรียนรู้ ฝึกฝน และอบรม ตลอดจนการบ่มเพาะ
ประสบการณ์ ในหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งการได้
ติดต่อกับปฏิสัมพันธ์ กับคนในหลายๆ สังคม ที่มา
จากพื้นฐานทางครอบครัวที่แตกต่างกัน ซึ่งย่อม
หล่อหลอมให้เกิดพฤติกรรมและการเรียนรู้ที่ดีขึ้น
กว่าผู้ที่มีระดับศึกษาน้อยกว่า และทำให้เมื่อมี
อายุมากขึ้น หรือเป็นผู้สูงอายุ จะทำให้มี
พฤติกรรมและทัศนคติในการปรับตัว หรือเรียนรู้
ตลอดจนการเข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไปได้ไม่
เท่ากัน และส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อ
คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่โดยรวมในที่สุด

-ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวมี
ความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกับระดับ
ความคิดเห็น ด้าน สภาพ ชีวิตความเป็นอยู่
นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ
อายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพ ที่ส่งผล
ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุ
แล้ว ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็น
อีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ทางบวกหรือ
ทิศทางเดียวกับกับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่
เพราะความสัมพันธ์ในครอบครัว ส่งผลโดยตรง
ต่อสุขภาพจิต สุขภาพกาย กล่าวคือ ในครอบครัว
ที่มีความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นไปด้วยดี มีความ

สนิทสนมรักใคร่กลมเกลียวกัน มีความเห็นอก
เห็นใจ เอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ห่วงใยดูแลใน
สุขภาพกายและสุขภาพจิตของกันและกัน
โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้สูงอายุ ซึ่งอยู่ในวัยที่
ต้องการผู้ดูแลมากขึ้น การได้อยู่ในครอบครัวที่มี
ระดับความสัมพันธ์ที่ดีหรืออยู่ในเกณฑ์ที่ดี ย่อม
ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่อยู่ใน
ครอบครัวนั้นเป็นไปอย่างราบรื่นมีความสุขตาม
อัธยาศัย ตรงกันข้ามกับครอบครัวที่มี
ความสัมพันธ์ในครอบครัวไม่ดี ไม่มีความรักใคร่
เอื้ออาทรให้กัน ย่อมส่งผลต่อสุขภาพกายและ
สุขภาพจิตของผู้สูงอายุในทางที่ไม่ดีนั่นเอง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้สูงอายุกลุ่ม
ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามบางส่วนไม่สามารถ
ปฏิบัติตามกิจกรรมประจำวันบางอย่างได้ ต้องมีผู้อื่นหรือ
บุคคลในครอบครัวคอยช่วยเหลือดูแล ดังนั้น บุคคล
ในครอบครัว หรือหน่วยงานภาครัฐ ควรมีการ
ส่งเสริมดูแลเอาใจใส่ให้ผู้สูงอายุมีการทำกิจกรรมที่
เคลื่อนไหวว่องไวและใช้กำลังตามสมควร โดย
คำนึงถึงความสามารถของผู้สูงอายุในแต่ละวัย
เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมเสริมสร้างสมรรถภาพ
ทางร่างกายให้แข็งแรง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่คน
เดียวตามลำพัง แต่ผู้สูงอายุที่อยู่ร่วมกับญาติร่วม
สายโลหิตก็อาจจะมีผู้ดูแลการทำกิจกรรมประจำวันได้

หน่วยงานของรัฐควรส่งเสริมปลูกฝัง
ค่านิยมในการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว
โดยเฉพาะการให้ความสำคัญและดูแลเอาใจใส่
ผู้สูงอายุในครอบครัว ตลอดจนวัฒนธรรมที่ค้ำจุนใน
การให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ ความ

กตัญญูกตเวที การยกย่องให้เกียรติ โดยผ่านกิจกรรม
ชุมชน เสียงหรือวิทยุตามสายในหมู่บ้าน ป้ายโฆษณา
ตลอดจนผ่านหน่วยงานระดับชุมชน เป็นต้น เพื่อให้
สามารถถ่ายทอดไปยังทุกครอบครัวได้อย่างทั่วถึง

ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิต
ของผู้สูงอายุระหว่างเทศบาลต่างๆในเขตจังหวัด
ระยอง

ควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อศึกษา
คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองบ้าน
ฉาง จังหวัดระยอง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่
ได้อ้างอิง ตลอดจนผู้วิจัยและนักวิชาการทุกท่าน ที่
ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของท่านมาอ้างอิงถึงผลงาน การ
วิจัยในการรายงานวิจัยเล่มนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูล
ตลอดจนทราบแนวทางในการศึกษาวิจัย จนวิจัยเล่ม
นี้ได้สำเร็จ และผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารระดับสูง
ของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ให้การสนับสนุน
ทุนวิจัยสำหรับการวิจัยเรื่องนี้

เอกสารอ้างอิง

กัลยา ดิษเจริญ .(2538). คุณภาพชีวิตการทำงานของ
พนักงานระดับกลางในอุตสาหกรรมกลางเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์กรุงเทพมหานคร:
สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

เกษฐาธรรมขันติพงษ์. (2544). คุณภาพชีวิตการ
ทำงานของพนักงานช่างการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
เขต 3 ภาค 3 จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์สังคม
สงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา

พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ, คณะสังคมสงเคราะห์
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัชพล ภูเต็ง. (2540). การศึกษาคุณภาพชีวิตการ
ทำงานของพนักงานโรงเรียนมัธยม การรถไฟ

แห่งประเทศไทย. ภาคนิพนธ์ปรัชญา
พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนา
สังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันพัฒนาบริหาร
ศาสตร์.

นพรัตน์รุจกานต์. (2547). คุณภาพชีวิตการทำงาน
ของพนักงานบริการผู้โดยสารในฝ่ายการโดยสาร
ของบริษัท ไทย แอร์พอร์ต กราวด์ เซอร์วิส เซส
จำกัด. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
นฤดล มีเพียร. (2541). คุณภาพชีวิตการทำงานของ
พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย
จำกัด (มหาชน). กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประไพพร สิงหเดช. (2539). การศึกษาคุณลักษณะ
บุคลากรที่มีต่อคุณภาพในชีวิตการทำงานและ
พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ:ศึกษา
เฉพาะกรณีข้าราชการกรมคุมประพฤติ.
วิทยานิพนธ์ กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปาริชาติ พูลวิวัฒน์ชัยการ. (2544). คุณภาพชีวิตการ
ทำงานของลูกจ้างในโรงงานห้องแถวเขตคลอง
สาน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ร.ส.ม.,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,กรุงเทพฯ.

ภัทรา หิรัญรัตน์พงศ์. (2542). การรับรู้คุณภาพชีวิต
การทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของ
พนักงานบริษัท ไดกิน อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย)

จำ กั ด . วิ ท ย า นี พ น ธ์ วิ ท ย า ศ า ส ต ร
มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, บัณฑิต
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กวน นั ย นั อ ย ว ง ศ์ .(2541). คุณภาพชีวิตการทำงานของ
พนักงานปฏิบัติการในโรงงานอุตสาหกรรม
อิเล็กทรอนิกส์ ศึกษากรณีเฉพาะบริษัท มินิแบไทย
จำ กั ด . วิ ท ย า นี พ น ธ์ วิ ท ย า ศ า ส ต ร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วัลลภ ปรัชญาสันติ. (2542). คุณภาพชีวิตในการ
ทำงานของพนักงานระดับล่างของกรม ทางหลวง :

สมิตา อ้นวงษ์. (2542). คุณภาพชีวิตการทำงานของ
ข้าราชการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

คุณภาพบริการด้านการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด

The Service Quality of Transportation of AAA Co., Ltd.

อมรรัตน์ เข้มมะลัง¹, ไชยยศ ไชยมั่นคง²

¹บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, mayamorn.16@gmail.com

²บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, graduate_school@hotmail.ac.th

บทคัดย่อ :

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการด้านการขนส่งกับบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง จำนวน 123 คน โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการขนส่ง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการสร้างความมั่นใจ รองลงมาคือ ด้านสิ่งสัมผัสได้ ด้านความใส่ใจลูกค้า ด้านการตอบสนอง และด้านความไว้วางใจ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า บุคลากร ที่มีเพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ด้านการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความคิดเห็น, คุณภาพบริการ, ด้านการขนส่งสินค้า

ABSTRACT:

This study aimed to study and compare the opinion on the service quality of transportation of AAA Co., Ltd. The sample group consisted of 123 staff who were the customers that related to the transportation of AAA Co., Ltd., which was determined according to Krejcie and Morgan table. The instrument used in this study was a questionnaire; it valued the index of item-objective congruence (IOC) between 0.67-1.00 and the reliability of 0.94. The statistics used for the data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test and One-way ANOVA (F-test) for testing of variance as well as pair-wise comparison by means of Scheffe's method.

The results found that the opinion on the service quality of transportation of AAA Co., Ltd., in overall, the employees had opinion at a high level. When considering by each aspect showed that the highest mean was assurance; subordinate aspects were tangibles, empathy, responsiveness and reliability. The comparison of the opinions on the service quality of transportation of AAA Co., Ltd., categorized by personal factors, found that the staff who were different gender, age, education, position and working experience, in overall, they had no different opinion on the service quality of transportation of AAA Co., Ltd., at statistical significance level of 0.05.

KEYWORDS: Opinion, Service Quality, Transportation

1. บทนำ

การขนส่งนั้นถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อให้เกิดการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคและการขยายตัวในด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องเนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการได้ทันเวลา ซึ่งจำเป็นที่จะต้องเลือกรูปแบบในการใช้บริการขนส่งเพื่อให้เหมาะสมกับประเภทของตัวสินค้ารวมทั้งให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสม องค์กรโดยทั่วไปมีเกณฑ์และขอบเขตในการพิจารณา ผู้ให้บริการขนส่งเพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยผู้ให้บริการขนส่งจะต้องเข้ามาศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องขององค์กรเพื่อร่วมกันออกแบบปรับปรุงเพื่อให้สามารถใช้ศักยภาพของผู้ให้บริการทั้งทางด้านคุณภาพการให้บริการและต้นทุนรวมทั้งการดำเนินงานเพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรด้วย

ดังนั้นการทำงานร่วมกันจากหลายส่วนงานในองค์กรประการหนึ่งคือการกำหนดตัวชี้วัดการคัดเลือกผู้ให้บริการและเป็นตัววัดคุณภาพการบริการ

ซึ่งจะอาศัยข้อมูลและความคิดเห็นจากบุคคลที่ปฏิบัติงานร่วมกับผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกผู้ให้บริการ ดังนั้นการคัดเลือกผู้ให้บริการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก การเพื่อให้ทั้งฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมุ่งการบริการการปฏิบัติการขนส่งอย่างมีคุณภาพ ทั้งในระยะเวลาในการจัดส่งที่ตรงต่อเวลา สินค้าไม่เสียหาย และจัดส่งสินค้าได้อย่างครบถ้วน ไม่สูญหาย ก็จะทำให้ การบริการลูกค้าที่ดีขึ้น และลูกค้าพึงพอใจในบริการ ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนารธุรกิจที่ดีขึ้นตามไปด้วย หลักการขนส่งนอกจากจะต้องให้บรรลุภาวะขนาดการผลิตที่ประหยัดและระยะทางแล้วยังต้องให้ลูกค้าพึงพอใจด้วย สินค้าอาจมีการเคลื่อนย้ายหลายครั้งจนกว่าจะถึงลูกค้า การเคลื่อนย้ายต้องใช้การขนส่งรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายรูปแบบจึงจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่ง การขนส่งเป็นเครื่องมือในการนำผลิตภัณฑ์จากสถานที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง การขนส่งไม่ว่าจะเป็นระยะทางใกล้หรือไกลต้องสามารถตอบสนองความ

ต้องการของผู้ใช้บริการเพราะการจะบรรลุความสำเร็จ การขายสินค้าได้นั้นต้องบูรณาการกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นกระบวนการเพื่อบรรลุการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพและต้นทุนต่ำด้วยการประสานงานและร่วมมือกันระหว่างฝ่ายต่างๆและกับซัพพลายเออร์ รวมทั้งผู้ให้บริการขนส่ง สินค้าต้นทุนต่ำ คุณภาพดี และมีนวัตกรรมทางกายภาพเป็นปัจจัยความสำเร็จ การแข่งขันความสำเร็จที่ยั่งยืนขึ้นอยู่กับบริการ ลูกค้า บริษัทต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีสินค้าที่ลูกค้าต้องการ ในเวลาที่ลูกค้าต้องการ และ ณ สถานที่ที่มีความต้องการรวมทั้งส่งมอบสินค้า ให้ลูกค้าได้รวดเร็ว สม่ำเสมอ ครบถ้วนตามจำนวนที่ สั่งซื้อ ในสภาพสมบูรณ์และบริการที่หยุดตัว ปัจจัย ความสำเร็จที่กล่าวมาเกี่ยวข้องกับการจัดการขนส่งทั้ง ด้านขาเข้าและขาออก บริษัทจึงต้องสร้างสรรค์ นวัตกรรมโลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชนอย่าง เหมาะสมและต่อเนื่อง [1] แนวความคิดเห็นในการ เลือกใช้บริการขนส่ง และการพัฒนาดังกล่าวเป็น ผู้ใช้บริการด้วยการสำรวจ การวัดคุณภาพการ ให้บริการขนส่งรวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ กับผู้ ให้บริการขนส่งเพื่อร่วมกันปรับปรุงประสิทธิภาพการ ให้บริการที่ยืดหยุ่นซึ่งจะทำให้สามารถขับเคลื่อนไป ได้อย่างรวดเร็ว

เนื่องจากปัจจุบันความต้องการในการรับ บริการการขนส่งสินค้ามีความหลากหลาย ซึ่ง บริษัท เอ เอ จำกัด เป็นบริษัท ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ครบ วงจรเป็นบริษัทผู้ให้บริการด้านพิธีการศุลกากรและ โลจิสติกส์ซึ่งให้บริการครอบคลุมการขนส่งและการ กระจายสินค้าให้กับสาขาทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันธุรกิจ ขนส่งสินค้ามีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขัน สูง ดังนั้น บริษัท เอ เอ จำกัด จึงต้องอาศัยความ คิดเห็นของลูกค้าเพื่อเข้ามาปรับปรุงคุณภาพในการ

ให้บริการที่ดีขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า ที่มีความหลากหลาย เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของ ลูกค้าสูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ เอ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ เอ จำกัด จำแนก ตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. สมมติฐานของการวิจัย

บุคลากรของบริษัทผู้ให้บริการขนส่งกับบริษัท เอ เอ จำกัด ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็น เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการขนส่งของบริษัท เอ เอ จำกัด แตกต่างกัน

4. กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry [2] ใน 5 ด้านประกอบ ด้วย 1) ด้านความไว้วางใจ 2) ด้านการตอบสนอง 3) ด้านการสร้างเชื่อมั่น 4) ด้านความใส่ใจลูกค้า 5) ด้านที่สิ่งสัมผัสได้ นำมาใช้เป็นกรอบแนวความคิด ใน การวิจัยครั้งนี้

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรของบริษัทผู้ให้บริการขนส่ง กับบริษัท เอ เอ จำกัด ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง จำนวน 180 คน [3]

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรของผู้ให้บริการขนส่งกับบริษัท เอ เอ เอ จำกัดที่เกี่ยวข้องกับการบริการขนส่งจำนวน 123 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตาราง Krejcie and Mrogan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) [4]

5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัดประกอบด้วย 1) ด้านความไว้วางใจ 2) ด้านการตอบสนอง 3) ด้านการสร้าง ความมั่นใจ 4) ด้านความใส่ใจลูกค้า 5) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด, เห็นด้วยมาก, เห็นด้วยปานกลาง, เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด โดยมีการทดสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้แล้วนำไปวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง ให้กับบุคลากรผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการบริการขนส่ง จำนวน 123 คน พร้อมชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนตนเอง จำนวน 123 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ด้วยตนเอง

8. การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ [4]

4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่า t และค่า F และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Scheffe's โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรของ ผู้ใช้บริการขนส่งกับบริษัท เอ เอ จำกัด ที่เกี่ยวข้อง กับการบริการขนส่ง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร ของผู้ใช้บริการขนส่งกับบริษัท เอ เอ จำกัด ที่เกี่ยวข้อง กับการบริการขนส่ง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	71
	หญิง	52
	รวม	123
อายุ	20-30 ปี	74
	31-40 ปี	45
	41 ปีขึ้นไป	4
	รวม	123
ระดับการ ศึกษา	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	104
	ปริญญาตรี	17
	สูงกว่าปริญญาตรี	2
รวม	123	
ตำแหน่งงาน	พนักงานตรวจรับสินค้า	103
	หัวหน้าฝ่ายตรวจรับสินค้า	12
	หัวหน้าแผนกขนส่ง	5
	ผู้จัดการฝ่ายขนส่ง	3
	รวม	123
ระยะเวลาใน การปฏิบัติ งาน	ต่ำกว่า 1 ปี	8
	1-3 ปี	61
งาน	4-6 ปี	25
	มากกว่า 6 ปีขึ้นไป	29
	รวม	123

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรของผู้ใช้บริการขนส่งกับ บริษัท เอ เอ จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน ตรวจรับสินค้า (ร้อยละ 83.74) และมีระยะเวลาในการ ปฏิบัติงาน 1-3 ปี

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพ บริการ การขนส่งของ บริษัท เอ เอ จำกัด ในภาพรวม และรายด้าน

คุณภาพการให้บริการขนส่ง	\bar{X}	S	ระดับ
1. ด้านความไว้วางใจ	3.50	0.20	มาก
2. ด้านการตอบสนอง	3.55	0.24	มาก
3. ด้านการสร้างความมั่นใจ	3.63	0.23	มาก
4. ด้านความใส่ใจลูกค้า	3.56	0.20	มาก
5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้	3.56	0.21	มาก
รวม	3.56	0.15	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่งของบริษัท เอ เอ จำกัด ในภาพรวม บุคลากร ของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่งเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่ง ของ บริษัท เอ เอ จำกัด ด้านความมั่นใจ ในภาพรวมบุคลากรของบริษัท ผู้ใช้บริการขนส่งเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$)

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพบริการการขนส่งของบริษัท เอ เอ จำกัด จำแนก ตามเพศ

คุณภาพการให้บริการ การขนส่ง	ปัจจัยส่วนบุคคล	
	เพศ	
	t	p-value
ภาพรวม	0.44	0.61

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า บุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่ง ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้าน การขนส่งของบริษัท เอ เอ จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด จำแนกตามอายุและระดับการศึกษา

คุณภาพการให้บริการขนส่ง	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	อายุ		ระดับการศึกษา	
	F	p-value	F	p-value
ภาพรวม	1.54	0.22	1.22	0.30

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า บุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่งที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด จำแนกตามตำแหน่งงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

คุณภาพการให้บริการขนส่ง	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	ตำแหน่งงาน		ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	
	F	p-value	F	p-value
ภาพรวม	1.73	0.16	0.98	0.41

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า บุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่งที่มีตำแหน่งงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ การขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ในภาพรวม บุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่งเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด พบว่าบุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่งที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการด้านการขนส่งของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด

11. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

- 1.ด้านความไว้วางใจ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่ง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ด้านความไว้วางใจ ในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริษัท เอ เอ เอ จำกัดมีการรับผิดชอบเปลี่ยนรถขนส่งสินค้าตามที่กำหนด ในกรณีที่รถขนส่งมีปัญหา และจัดทำเอกสาร (ใบควบคุมการส่งสินค้า) ถูกต้องตรงกับสินค้าที่จัดส่ง สอดคล้องกับแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Ziehl and Berry [2] กล่าวว่า ด้านความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง เกณฑ์การให้บริการโลจิสติกส์ คือ ใบแจ้งรายการสินค้าถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัย [5] ได้ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัท ไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัท ไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ด้านความไว้วางใจ เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
2. ด้านการตอบสนอง ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่ง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ด้านการตอบสนอง ในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรของบริษัทที่ใช้บริการขนส่ง

ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อขอรับบริการ ในการขนส่ง สอดคล้องกับงานวิจัย [5] ได้ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัทไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัทไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ด้านที่ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ขอรับบริการในด้านการขนส่งด้วยรถบรรทุก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของชุมพร แยม์โอบง (2555 : 1) [6] ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท ปานทอง ทรานสปอร์ต จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีคุณภาพในการให้บริการขนส่ง อยู่ในระดับดี

3. ด้านความมั่นใจ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่ง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ด้านความมั่นใจในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด มีความรู้ทักษะตามข้อกำหนดของการส่งสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Ziethaml and Berry [2] ทฤษฎีได้มีการอธิบายไว้ว่า การสร้างความมั่นใจ : Assurance เกณฑ์การให้บริการโลจิสติกส์คือพนักงานมีทักษะ และสอดคล้องกับงานวิจัย [7] ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการขนส่ง กรณีศึกษา ของบริษัท สยามนิสทรานส์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ระดับคุณภาพให้บริการขนส่งของ บริษัท สยามนิสทรานส์ จำกัด ด้านความมั่นใจได้มีระดับคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับดี

4. ด้านความใส่ใจลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ

คุณภาพบริการ การขนส่ง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ด้านความใส่ใจลูกค้า ในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่งได้รับการช่วยเหลือจากพนักงานของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ในการแก้ปัญหาต่างๆ และพนักงานของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด มีอัสยาชัยไมตรีที่ดี ในการตอบข้อซักถาม สอดคล้องกับแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Ziethaml and Berry [2] ทฤษฎีได้มีการอธิบายไว้ว่า ด้านใส่ใจลูกค้า เกณฑ์การให้บริการโลจิสติกส์ คือ จิตความสามารถให้บริการลูกค้าแต่ละรายการให้การต้อนรับลูกค้า มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และการปฏิบัติกับลูกค้าอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ [5] ได้ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัทไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัท ไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ด้านความใส่ใจลูกค้า เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ การขนส่ง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ในภาพรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรของบริษัทผู้ใช้บริการขนส่งได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับบริษัทเอ เอ เอ จำกัด สอดคล้องกับแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Ziethaml and Berry [2] ทฤษฎีได้มีการอธิบายไว้ว่า ด้านสิ่งสัมผัสได้ เกณฑ์การให้บริการโลจิสติกส์ คือมารยาท ความเหมาะสมสำนักงาน อุปกรณ์ และเครื่องมือที่ใช้ และความสะดวก และสอดคล้องกับงานวิจัย [5] ได้ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัทไทยอกริฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อ

การบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัท ไทยอกริฟูดส์ จำกัด (มหาชน) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

12. ข้อเสนอแนะ

12.1 ข้อเสนอแนะผลที่ได้จากการศึกษา

1. ด้านความไว้วางใจบริษัท เอ เอ เอ จำกัด ควรให้ความสำคัญกับการตรวจเช็คสินค้าที่จัดส่งให้กับบริษัท ผู้ใช้บริการขนส่งให้ครบตามจำนวนที่ตั้ง
2. ด้านการตอบสนอง บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ควรวางแผนงานการให้บริการขนส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าภายในเวลาที่กำหนด
3. ด้านการสร้างความมั่นใจ บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ควรให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาข้อมูลของบริษัท ผู้ใช้บริการขนส่งมากยิ่งขึ้น
4. ด้านความใส่ใจลูกค้า บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ควรเพิ่มระบบและช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ที่บุคคลากรผู้เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า สามารถติดต่อและติดตาม สถานะขนส่งสินค้าได้ตลอดเวลา
5. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ บริษัท เอ เอ เอ จำกัด ควรมีมาตรการที่ใช้ในการดูแลรถขนส่งสินค้าให้มีความสะอาด เรียบร้อย และปลอดภัยเสมอ

12.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าของบริษัท เอ เอ เอ จำกัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดส่งสินค้าให้กับบริษัทผู้ให้บริการขนส่งภายในเวลาที่กำหนด

13. เอกสารอ้างอิง

- [1] ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธุ์ ไชยมั่นคง. (2556). กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อแข่งขันในตลาดโลก. กรุงเทพฯ : ซี.วาย.ซิสเพิ่มพูนตั้ง.
- [2] ไชยยศ ไชยมั่นคง และมยุขพันธุ์ ไชยมั่นคง. (2557). กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อแข่งขันในตลาดโลก. กรุงเทพฯ : ซี.วาย.ซิสเพิ่มพูนตั้ง.
- [3] บริษัท เอ เอ เอ จำกัด. (2558). รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ เอ เอ จำกัด
- [4] พรรณี ลีกิจวัฒน์. (2553). วิธีการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มินเซอร์วิส เซพพลาย.
- [5] เยาวลักษณ์ ปาดมิตร .(2557). ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริการขนส่งด้วยรถบรรทุกของบริษัท ไทยอกริฟูดส์ จำกัด (มหาชน) การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- [6] ชุมพร แยมโษษฐ์ .(2555). คุณภาพการให้บริการขนส่งของบริษัท ปานทอง ทรานสปอร์ต จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.
- [7] สุภาพร แหลมไพศาล .(2556). คุณภาพการให้บริการขนส่งกรณีศึกษาของบริษัทสยามนิสทรานส์ จำกัด.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Marketing Communication Tools of Functional Drinks may Affect Consumer Behaviors in Bangkok

อมรรัตน์ หงษ์ทอง¹, จันทราภรณ์ สีสวย²

¹คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยธนบุรี, took_tru@hotmail.com

²คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยธนบุรี, neptune@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม และการทดสอบสมมติฐาน สถิติเชิงอนุมาน ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานตั้งไว้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้ไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 23 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่รับรู้ในด้านคุณประโยชน์ของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพว่าเป็นเครื่องดื่มที่ทำให้ร่างกายสดชื่น โดยให้ความสำคัญกับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในด้านการจัดกิจกรรมพิเศษมากที่สุด ส่วนใหญ่ดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ โดยบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพคือ ตัวเอง สาเหตุมาจากเพราะต้องการมีผิวพรรณที่สวยงาม สถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพคือ ร้านสะดวกซื้อมากที่สุด และส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในปริมาณ 1 - 4 ขวดต่อครั้ง

คำสำคัญ: เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

The study of Marketing Communication Tools of Functional Drinks may Affect Consumer Behaviors in Bangkok aimed to study the communication tools of functional drinks affected perception and behavior of consumers and to provide guidelines for development of communication tools for functional drinks market. The study employed quantitative research method which distributed questionnaire to 400 research samples.

In order to analyze the data, descriptive statistics was used to find frequency, percentage, mean and standard deviation. Chi-Square was also employed to test research hypothesis.

The research found that most of respondents were female at the age between 23 to 30 years. They were single, bachelor graduate and working in Private companies with monthly salary 10,000 - 20,000 baht. They awarded that freshness when they drank was its benefit. Event Marketing was the most importance tools of marketing communication The study also found that respondents drank Sappe Beauti Drink one to three times a week for health. Moreover, the purchasing behavior was influenced by self-perception of healthy skin. Lastly, convenience stores were places that they mostly bought it. They bought 1 - 4 bottles a time.

Keywords: Marketing Communication Tools, Functional Drinks, Consumers Behavior

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ธุรกิจที่เกี่ยวข้องล้วนมีอัตราการเจริญเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นฟิตเนส ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รวมไปถึงธุรกิจเครื่องดื่มด้วยเช่นกัน จากจุดนี้จึงส่งผลให้เกิดกระแสนิยมของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Drink) ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ มีแนวโน้มการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้มีคู่แข่งเกิดขึ้นในตลาดนี้อย่างต่อเนื่อง โดยบริษัททรพซันด์ เชนเนอรัลฟู้ด จำกัด ผู้บุกเบิกและผู้นำตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Drinks) ในประเทศไทย ที่มุ่งเน้นเรื่องเครื่องดื่มสำหรับความสวยงามแบรนด์ “เซ็ปเป้ บิวตี้ดริงค์” มากกว่า 10 ปี จนประสบความสำเร็จและกลายเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมของผู้บริโภคจำนวนมาก ล่าสุดปี 2558 เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์มีความเคลื่อนไหวครั้งใหญ่ ทั้งปรับสูตรและรูปแบบขวดใหม่ยกเซตภายใต้ต้องการตลาดปีนี้ 100 ล้านบาท นอกจากนี้ยังขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคจากเดิม 25-40 ปี เป็น 18-20 ปี (<http://www.brandbuffet.in.th>,

27 กรกฎาคม 2558) [1]

ซึ่งบริษัท ที. ซี. แนนเซอร์ล ก็ทุ่มงบประมาณ 20 ล้านบาท เผยแพร่หนังสือโฆษณาบริษัทคอลลาเจน ครีจี้ค เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ช่วยบำรุงผิวพรรณ พร้อมจัดกิจกรรมชมชิม เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าอายุ 18 ปีขึ้นไป ให้ทดลองซื้อสินค้า มั่นใจสิ้นปียอดขายโต 30% แนวโน้มของตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีอัตราการเติบโตที่ดี ปี 2558 คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 2.6 พันล้านบาท นอกจากนี้บริษัทยังได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ของเครื่องดื่ม เวคกีรี-ลิฟ เป็นเครื่องดื่มที่ช่วยในการล้างสารพิษ เพื่อรองรับกับแนวโน้มของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น (<http://www.positioningmag.com>, 9 สิงหาคม 2558) [2]

นอกจากนี้ บริษัท เครื่องดื่มกระทิงแดง จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มสำหรับผู้ชาย “แมนซ่ม” เล็งเห็นถึงโอกาสในการทำตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสำหรับผู้ชาย เพราะในตลาดนี้ยังไม่มีบริษัทใดเข้ามาทำตลาดอย่างจริงจัง ขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคผู้ชายไทยเริ่มหันมาใส่ใจดูแล

สุขภาพตัวเองมากขึ้น ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับผู้ขายเติบโตมาก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ เครื่องสำอาง เป็นต้น นอกจากนั้นกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสำหรับผู้หญิงยังมีการแข่งขันกันที่ค่อนข้างสูง และผู้นำตลาดก็เป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่ง จึงทำให้บริษัทต้องฉีกไลน์การทำตลาดออกมา เพื่อลดความเสี่ยงในการแข่งขัน

“บีอิ่ง” เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ สิงห์ คอร์เปอเรชั่น พยายามขับเคลื่อนมาตลอด โดยปี 2557 “บีอิ่ง” มีส่วนแบ่งในตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ อยู่ที่ 13% มียอดขายในปี 2556 อยู่ที่ 500 ล้านบาท แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนแผนการตลาดครั้งใหญ่ให้แก่แบรนด์ จึงได้ตั้งเป้าส่วนแบ่งตลาด 20% หรือคิดเป็นยอดขาย 800 ล้านบาทเมื่อถึงสิ้นปี 2557 นอกจากนี้ บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) เป็นอีกบริษัทหนึ่งที่เห็นศักยภาพของตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ได้รุกตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแบบขวดเล็ก ภายใต้ชื่อ ไอ-เฮลตี้ คิว10 เพื่อจับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการมีสุขภาพและผิวที่ดี โดยมีการทำตลาดอย่างจริงจังด้วยงบประมาณ 70 ล้านบาท นอกจากเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ช่วยเรื่องความงามได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคแล้ว เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ช่วยบำรุงสมองก็ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค บริษัทวิจัย เอ ซี นิลเส็นระบุว่า ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในประเทศไทยที่มีอัตราการเติบโตสูงนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเครื่องดื่มที่มีจุดขายเกี่ยวกับความจำมากขึ้น หลังจากที่เปปทีนของบริษัท ไอสดสภา จำกัด และ “เบรนนิด” ของบริษัทอายิโนะโมะโต๊ะ จำกัด เข้ามาทำตลาดนี้ เริ่มจากบริษัท ไอสดสภาที่เริ่มทำตลาดเปปทีน ซึ่งเป็นเครื่องดื่มโปรตีนจากถั่วเหลือง พร้อมทั้งเตรียมงบประมาณในการทำตลาดไว้ 400 ล้านบาท

ส่วนเบรนนิดก็พัฒนาด้วยการเติมน้ำผลไม้เพื่อให้ดื่มง่ายและดื่มได้เป็นประจำ นอกจากนี้บริษัทอายิโนะโมะโต๊ะ ยังมีเครื่องดื่มที่ช่วยบำรุงผิวได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ชื่อ “สกินฟิต” ที่นำเอากรดอะมิโนถึง 4 ชนิดมาผสมผสานเข้ากับคอลลาเจนให้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพในการช่วยบำรุงและฟื้นฟูสภาพผิวได้อย่างรวดเร็ว

4-5 ปีที่ผ่านมาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยม เห็นได้จากในแต่ละปีจะมีบริษัทค่ายใหญ่ทยอยกันเข้ามาในตลาดนี้เสมอ และมูลค่าตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งแนวโน้มตลาดอาหารสุขภาพทิศทางยังสดใสและเติบโตไปได้อีกไกล (<http://www.marketeer.co.th>, 14 สิงหาคม 2558) [3]

มูลค่าตลาดและส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ



ที่มา : บริษัท เช็ปปี้ จำกัด (มหาชน), 2557

เนื่องจากเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยและมีคู่แข่งหลายราย ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาถึงเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

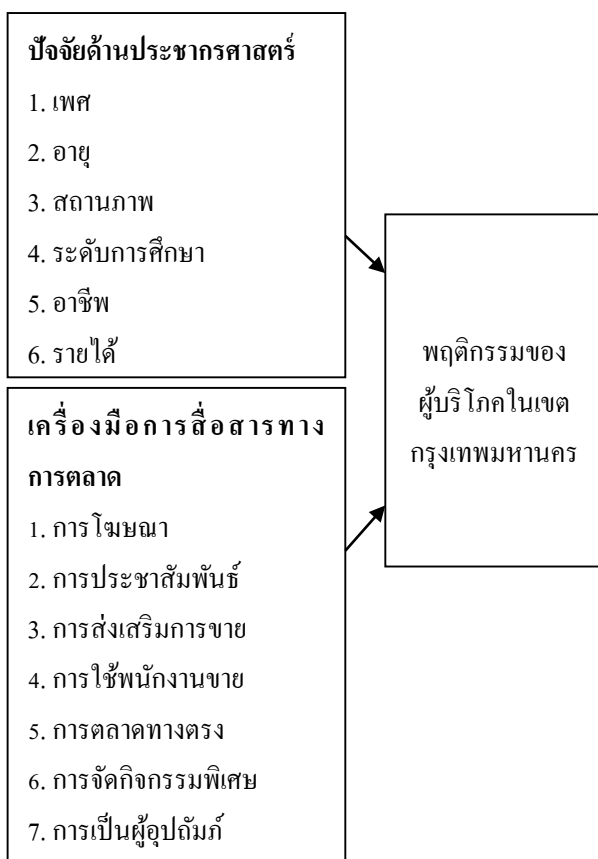
ดังนั้นผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยดังนี้



ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี
2. ตัวแปรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้
 - การศึกษาด้านประชากรศาสตร์ได้กำหนดตัวแปร คือ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้
 - เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง การจัดกิจกรรมพิเศษ และการเป็นผู้อุปถัมภ์
 - พฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

- เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Drink) หมายถึง น้ำดื่มที่ใส่สารสกัดบำรุงร่างกาย เช่น กรดอะมิโนและวิตามิน ซึ่งเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในงานวิจัยนี้ ได้แก่ แมนซัม เซ็ปเป้ บิวติ ครึ่งคี่ อีฟ ฟรุตตามิน เบนฟีต สกินฟีต บริงค์ ไอ-เฮลดี คิว 10 เปปทีน บีอิ่ง และเวคกี รี-ลีฟ
- ผู้บริโภควัยทำงาน หมายถึง ประชากรที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปีโดยเป็นผู้ที่รู้จักและดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
- พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การซื้อและดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพตราห้อย แมนซัม เซ็ปเป้ บิวติ ครึ่งคี่ อีฟ ฟรุตตามิน เบนฟีต สกินฟีต บริงค์ ไอ-เฮลดี คิว 10 เปปทีน บีอิ่ง และเวคกี รี-ลีฟ ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication Tools) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร

ทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไปยังตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร ชักจูงใจ หรือเพื่อเป็นการเตือนความจำของผู้บริโภค รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งเครื่องมือการสื่อสารการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing) และการเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsorship)

- **การโฆษณา (Advertising)** คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการให้ข้อมูลข่าวสารของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ตลอดจนเป็นการชักจูงใจหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ โดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ (Mass Media) เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา เป็นต้น

- **การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)** คือ โปรแกรมกิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกระทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่ผลิตภัณฑ์และบริษัทหรือเป็นการมุ่งหวังในการสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

- **การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)** คือ บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ทำการลดราคา ให้ของแถม ของแถมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ซื้อสินค้าในช่วงเวลาและปริมาณที่บริษัทกำหนด

- **การใช้พนักงานขาย (Personal Selling)** คือ การนำเสนอสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ โดยบริษัทผู้ผลิตใช้พนักงานขายเป็นผู้ทำการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคในห้างสรรพสินค้า เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

- **การตลาดทางตรง (Direct Marketing)** คือ การติดต่อโดยตรงจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในลักษณะที่เป็นการติดต่อส่วนบุคคลโดยสื่ออินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อเป็นการสร้างให้เกิดการตอบสนองโดยตรงและเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

- **การจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Marketing)** คือ การกำหนดโอกาสพิเศษต่าง ๆ ของผู้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพื่อจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสมมนาคุณลูกค้า ใช้ในการจัดเหตุการณ์พิเศษในห้างสรรพสินค้าร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่น ๆ และจัดกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนกวดวิชาเพื่อให้นักเรียนได้มีโอกาสทดลองดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

- **การเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsorship)** คือ บริษัทผู้ผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพให้การสนับสนุนทางการเงินหรือสินค้าสำหรับกิจกรรมหรือองค์กร ทั้งในด้านกีฬา ศิลปะ บันเทิง การส่งเสริมสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงให้ภาพลักษณ์ของบริษัทสะท้อนออกมาในด้านดี รวมถึงการเป็นผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยเลือกเขตพื้นที่ประเภทพาณิชย์กรรมเนื่องจากเป็นบริเวณที่มีคนวัยทำงานหนาแน่นมากกว่าบริเวณอื่นซึ่งช่วยให้การเก็บข้อมูลสามารถทำได้ตรง

กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยเขตพื้นที่บริเวณดังกล่าวมีจำนวน 16 เขต ดังนี้

- | | |
|--------------------------|-----------------|
| 1) เขตสัมพันธวงศ์ | 2) เขตปทุมวัน |
| 3) เขตราชเทวี | 4) เขตบางรัก |
| 5) เขตพญาไท | 6) เขตสาทร |
| 7) เขตจตุจักร | 8) เขตคลองสาน |
| 9) เขตคลองเตย | 10) เขตธนบุรี |
| 11) เขตลาดพร้าว | 12) เขตบางกะปิ |
| 13) เขตบางเขน | 14) เขตห้วยขวาง |
| 15) เขตพระโขนง | |
| 16) เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | |

โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างในการเก็บข้อมูลของแต่ละเขตเป็นจำนวนเท่ากัน คือ เขตละ 25 คน ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายอยู่ในแต่ละเขตเท่า ๆ กัน ทำการเก็บข้อมูลในแหล่งชุมชนที่คาดว่าจะพบประชากรกลุ่มเป้าหมายในแต่ละเขต เช่น ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้สอบถามข้อมูลจากกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครวัยทำงานที่มีอายุ 15-59 ปี ทั้งชายและหญิงที่ดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีการดำเนินการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวความคิดที่เกี่ยวข้องจากทฤษฎีเอกสาร หนังสือ และผลงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับเครื่องมือการสื่อสารการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. กำหนดโครงสร้างของเครื่องมือและขอบเขตเนื้อหาตามกรอบแนวความคิดของวิธีวิจัยที่

ได้ศึกษามา

3. สร้างเครื่องมือในการสอบถาม โดยมีรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบไลเคิร์ต (Likert) โดยแต่ละคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ

สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยกำหนดค่าคะแนนตามลักษณะของคำถาม ดังนี้

- | | |
|-----------------|----------------------|
| สำคัญมากที่สุด | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 5 |
| สำคัญมาก | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 4 |
| สำคัญปานกลาง | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 3 |
| สำคัญน้อย | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 2 |
| สำคัญน้อยที่สุด | ให้ค่าคะแนนเท่ากับ 1 |

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาความถูกต้อง ความเที่ยงตรง แล้วนำเอาข้อวิจารณ์มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม

5. การทดลองเครื่องมือ หลังจากสร้างแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ Pre-test กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยจำนวน 40 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้นจากการสร้างแบบสอบถาม และสามารถนำไป

ปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจน สมบูรณ์ ครบถ้วนมากขึ้น แล้วจึงนำแบบสอบถามนั้นไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างอีกที

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลา 2 เดือน คือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2558 – ธันวาคม 2558 โดยเป็นการแจกแบบสอบถาม ณ สถานที่ที่ได้สุ่มเลือกไว้ เช่น ด้านหน้าร้านสะดวกซื้อ เซเว่น-อีเลฟเว่น เป็นต้น

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลที่มีอยู่ สถิติที่เลือกใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) ตั้งไว้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้ไคสแควร์ (Chi-Square Test)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา “เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งแบ่งเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีรายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการที่ผู้วิจัยทำการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 23 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ต่อเดือน

2. เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในด้านการจัดกิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ กิจกรรมต่าง ๆ เช่น คอนเสิร์ต กีฬา โครงการดื่มเข้มมากที่สุด รองลงมาคือ โฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นผู้สนับสนุนโครงการเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ เป็นผู้สนับสนุนโครงการเกี่ยวกับสื่อวิทยุ โฆษณาทางวิทยุ การแถลงข่าวเปิดตัวสินค้าใหม่ พนักงานขายให้คำแนะนำสินค้า โฆษณาทางนิตยสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ทางนิตยสาร โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาบนรถโดยสาร รถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟฟ้า BTS ป้ายโฆษณา ณ จุดซื้อในห้างสรรพสินค้า ลดราคาสินค้าหรือแจกสินค้าตัวอย่าง ชื่อ 1 แกรม 1 ในร้านค้าที่ร่วมรายการ ข่าวประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Billboard)

ตารางที่ 1 แสดงความสำคัญของเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด

เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การจัดงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ	4.69	0.565	มากที่สุด
2. กิจกรรมต่าง ๆ เช่น กีฬา คอนเสิร์ต โครงการดื่มเข้ม	4.02	0.990	มาก
3. โฆษณาทางโทรทัศน์	3.09	0.886	ปานกลาง

เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด	X	S.D.	แปลผล
4. เป็นผู้สนับสนุนโครงการเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์	2.99	0.931	ปานกลาง
5. เป็นผู้สนับสนุนโครงการเกี่ยวกับสื่อวิทยุ	2.97	0.964	ปานกลาง
6. โฆษณาทางวิทยุ	2.92	0.946	ปานกลาง
7. การแถลงข่าวเปิดตัวสินค้าใหม่	2.91	0.973	ปานกลาง
8. พนักงานขายให้คำแนะนำสินค้า	2.80	0.998	ปานกลาง
9. โฆษณาทางนิตยสาร	2.80	0.866	ปานกลาง
10. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางนิตยสาร	2.76	0.985	ปานกลาง
11. โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.74	0.860	ปานกลาง
12. โฆษณาบนรถโดยสารรถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟฟ้า BTS	2.72	1.000	ปานกลาง
13. ป้ายโฆษณา ณ จุดซื้อในห้างสรรพสินค้า	2.72	0.919	ปานกลาง
14. ลดราคาสินค้าหรือแจกสินค้าตัวอย่าง	2.68	1.040	ปานกลาง
15. ซื่อ 1 แถบ 1 ในร้านค้าที่ร่วมรายการ	2.67	1.165	ปานกลาง
16. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์	2.65	0.997	ปานกลาง
17. โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	2.64	1.022	ปานกลาง
18. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (Billboard)	2.55	0.900	น้อย

3. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องมือเพื่อสุขภาพ

พฤติกรรมในด้านยี่ห้อของเครื่องมือเพื่อสุขภาพที่นิยมมากที่สุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเครื่องมือเพื่อสุขภาพยี่ห้อ เชปเป้ บิวตี้ คริ่งค์ รองลงมา

คือ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ แมนซ่ม เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ บิวตี้ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ เปปทีน เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ ไอ-เฮลดี คิว10 เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ บริงค์ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ เบรนฟิต เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ สกินฟิต เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ อีฟ ฟรุตตามิน และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพยี่ห้อ เวคทีรี-ลีฟตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงยี่ห้อของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่นิยมมากที่สุด

เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชปเป้ บิวตี้ คริ่งค์	94	23.50
แมนซ่ม	80	20.00
บิวตี้	70	17.50
เปปทีน	64	16.00
ไอ-เฮลดี คิว10	24	6.00
บริงค์	22	5.50
เบรนฟิต	17	4.25
สกินฟิต	16	4.00
อีฟ ฟรุตตามิน	7	1.75
เวคทีรี-ลีฟ	6	1.50
รวม	400	100

พฤติกรรมในด้านจำนวนครั้งในการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด รองลงมาคือ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และ 5 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ตามลำดับ

พฤติกรรมในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวเองมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ครอบครัว คนรัก และสามีหรือภรรยาตามลำดับ

พฤติกรรมในด้านสาเหตุที่บริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพราะต้องการมีผิวพรรณสวยงาม มากที่สุด รองลงมาคือต้องการความสดชื่น ต้องการบำรุงสมอง ต้องการมีสุขภาพดี รสชาติอร่อย แก้กระหาย ต้องการช่วยในเรื่องระบบขับถ่าย ต้องการสารอาหารครบถ้วน ต้องการควบคุมน้ำหนัก รู้สึกทันสมัย และได้รับการยอมรับจากเพื่อนตามลำดับ

พฤติกรรมในด้านสถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ร้านสะดวกซื้อมากที่สุด รองลงมาคือห้างสรรพสินค้า และร้านขายของชำตามลำดับ

พฤติกรรมในด้านปริมาณการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพต่อครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในปริมาณ 1 - 4 ขวดมากที่สุด รองลงมาคือซื้อ 5 - 8 ขวดและซื้อ 9 - 12 ขวดตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการที่ผู้วิจัยทำการสำรวจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 23 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาทา พรหมสวัสดิ์ (2555) [4] ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมองและความจำของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดา วรรณ จงเกรียงไกร (2557) [5] ที่ศึกษาเรื่อง

“พฤติกรรมการบริโภคชาผลไม้โอชาตะของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง

2. เครื่องมือสื่อสารทางการตลาด

จากการตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมพิเศษ เนื่องจากการจัดกิจกรรมพิเศษทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณประโยชน์ของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และทำให้ผู้บริโภคได้ทดลองดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพด้วย ซึ่งโฆษณาทางโทรทัศน์ทำให้ผู้บริโภคจำได้เพียงแต่ชื่อของสินค้าเท่านั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา พงษ์ประภาพันธ์ (2550) [6] ที่ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของเครื่องดื่มบีอิ่ง” พบว่าโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่า ทำให้รู้จักเครื่องดื่มบีอิ่งมากที่สุด แต่ไม่สามารถจดจำโฆษณาของบีอิ่งได้ เนื่องมาจากข้อจำกัดทาง อย. ไม่อนุญาตให้การโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างที่สุด กล่าวถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ทำให้มีปัญหาในการสื่อสารให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์โดยกลุ่มตัวอย่างจะรู้ถึงประโยชน์ของบีอิ่งจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และยังสอดคล้องกับรังสรรค์ เลิศใน สัตย์ (2549:112) [7] ที่กล่าวว่า โฆษณาทางโทรทัศน์มีภาพเสียง ดึงดูดความสนใจได้ดี เข้าถึงผู้รับได้กว้างและรวดเร็ว แต่ข้อเสียคือไม่สามารถให้ข่าวสารได้มากนัก เพราะเวลาจำกัด และอาจทำให้กลุ่มผู้รับจดจำชื่อของสินค้าได้เท่านั้น

3. พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

จากการที่ผู้วิจัยทำการสำรวจ พบว่าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างดื่มมากที่สุดคือ ยี่ห่อ เซ็นเบ้

บิวตี้ ดริงค์ จำนวนครั้งที่บริโภค 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคคือ ตัวเอง สาเหตุที่ดื่มเพราะต้องการมีผิวพรรณสวยงาม สถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพคือร้านสะดวกซื้อ และปริมาณการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ 1-4 ขวดต่อครั้ง มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร สุภาวรรณ (2554) [8] ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความงาม (Beauty Drink) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” พบว่า มีความถี่ในการซื้อเครื่องดื่มเพื่อความงามเฉลี่ย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย 2 ขวดต่อครั้ง สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความงามคือร้านสะดวกซื้อ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทนา มังคะลา (2549) [9] ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Drink) ของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยประมาณ 3 ขวด โดยปริมาณการซื้อต่ำสุดจำนวน 1 ขวด และสูงสุด 100 ขวด มีความถี่ในการดื่มต่อสัปดาห์โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ขวด จำนวนครั้งที่บริโภค 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และเลือกซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากร้านค้าสะดวกซื้อมากที่สุดยิ่งไปกว่านั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา พงณา (2550) [10] ที่ศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นคนตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเอง โดยสถานที่ซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจะซื้อจากร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, Family Mart

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” ทำให้ทราบถึงเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จึงสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

จากการแจกแบบสอบถามผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมพิเศษมากที่สุด เนื่องจากการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดคอนเสิร์ต กีฬา โครงการดีวเข้ม และการจัดงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เป็นการสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่มีความเกี่ยวเนื่องต่ำ ซึ่งผู้บริโภคจะไม่พยายามหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้นเท่าใดนัก การตัดสินใจซื้อจะเกิดจากทัศนคติในทางบวก อันเกิดจากประสบการณ์การทดลองใช้สินค้านั้นหรือเคยกินนั้น การจัดกิจกรรมพิเศษ จึงเท่ากับเป็นการสร้างประสบการณ์ที่แทบจะไม่มีความเสี่ยงแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีโอกาสได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง (ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ, 2546: 55) [11]

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรจะศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอย่างละเอียด หรืออาจจะศึกษาเป็นจังหวัดแล้วนำมา

เปรียบเทียบกัน เพราะปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ก็มีส่วนที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกัน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาเฉพาะเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเท่านั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรจะศึกษาเปรียบเทียบระหว่างเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกับเครื่องดื่มอื่น ๆ เช่น น้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร และแยกตามยี่ห้อของแต่ละประเภท

เอกสารอ้างอิง

[1] Brand Buffet Team. (2015). *เซ็ปเป้ บิวตี้ ดริงค์ คัมแบ็คท่ม 100 ล้าน รีแบรนด์ครั้งใหญ่รอบ 10 ปี ทวงบัลลังก์เบอร์ 1 ฟังก์ชั่นนอลดริงค์*. ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2558, จาก Brand Buffet เว็บไซต์: <http://www.brandbuffet.in.th>

[2] Positioning. (2015). *ที.ซี.รับกระแสเครื่องดื่มสุขภาพบูม ดันยอดขาย 'บลิงค์ คอลลาเจน ดริงค์' โต 30%*. ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2558, จาก Positioningmag เว็บไซต์: <http://www.positioningmag.com/Magazine/Detail s.aspx?id=76642>

[3] Marketer. (2015). *4 เซอร์ไพรส์ของ “แมน ชัม”*. ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2558, จาก marketer เว็บไซต์: <http://www.marketeer.co.th>

[4] จิตาภา พรหมสวาสดี. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมองและความจำของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[5] ชิดาวรรณ จงเกรียงไกร. (2557). *พฤติกรรมการบริโภคชาผลไม้โอชาตะของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[6] เจษฎา พงษ์ประภาพันธ์. (2550). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของเครื่องดื่มบีอิ่ง*. โครงการพิเศษ ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการโฆษณา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[7] รังสรรค์ เลิศในสัตย์. (2549). *การตลาดเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร SMEs*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด.

[8] ศศิธร สุภา. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อความงาม (Beauty Drink) ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[9] จันทนา มังคะลา. (2549). *พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Drink) ของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[10] อัจฉรา พงนา. (2550). *ส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัย- ธรรมมาธิราช.

[11] ชื่นจิตต์ แจ็งเจนกิจ. (2546). *กลยุทธ์สื่อสารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เลิฟ แอนด์ลิฟ จำกัด.

ต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตผ้าฝ้ายลำพูน: กรณีศึกษาบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

Cost and Return of Cotton Production in Lamphun: A case Study Baan Nong Nguek Mae Raeng Sub-district Pa Sang District Lamphun

กมลวรรณ ศิริจันทร์ชื่น และศศิธร เปร็ญเขียว

คณะบัญชี, ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรีวิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

บทคัดย่อ:

การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนการผลิตผ้าฝ้ายลำพูน : กรณีศึกษาบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สร้างรายได้ให้กับชุมชน กลุ่มเป้าหมายเป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเงือก จำนวน 21 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 51 ปี ถึง 60 ปี มากที่สุดจำนวน 12 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 14 คน ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรวมจำนวน 9 คน

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต พบว่า ต้นทุนการผลิตวัตถุดิบในการผลิตผ้าฝ้ายลำพูน บ้านหนองเงือกต่อปีเท่ากับ 131,250.00 บาท โดยคิดเป็นค่าแรงงานทางตรง คือ ค่าทอผ้าฝ้ายมากที่สุดถึง 84,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ มีค่าเสื่อมราคาก็ 4,000.00 บาท ซึ่งมากที่สุด และค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร ที่เป็นค่าถ่านมากที่สุดถึง 7,000.00 บาท ค่าใช้จ่ายในการบริหาร ค่าไฟฟ้าเป็นค่าใช้จ่ายสูงสุด เท่ากับ 17,030.00 บาท กลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายลำพูน บ้านหนองเงือกมีผลผลิตต่อปี เท่ากับ 4,200.00 เมตร ต้นทุนการผลิตรวมต่อปี 296,010.00 บาท เฉลี่ยเมตรละ 63.80 บาท ผลตอบแทนที่ได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายลำพูนต่อปี เท่ากับ 462,000.00 บาท เฉลี่ยเมตรละ 110.00 บาท ทั้งนี้มีกำไรสุทธิต่อปี เท่ากับ 171,160.00 บาท เฉลี่ยเมตรละ 40.75 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ร้อยละ 71.74 อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย ร้อยละ 37.05 ปัญหาและอุปสรรค ของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ บ้านหนองเงือก พบว่า ปัญหาแรกคือวัตถุดิบที่นำมาทำสีย้อมเส้นฝ้ายบางประเภทขึ้นอยู่กับฤดูกาลทำให้ไม่ได้สีตามที่ลูกค้าต้องการหรือผลิตได้ในปริมาณที่จำกัด ปัญหาที่สองสมาชิกไม่มีความรู้ในด้านการตลาดและการบริหารจัดการสมาชิกกลุ่มขาดความรู้ในการออกแบบสินค้าแฟชั่นและไม่มีชื่อผลิตภัณฑ์ของตนเอง ปัญหาที่สามผู้ประกอบการรายย่อยหลายรายที่ใช้เครื่องจักรในการผลิตผ้าฝ้าย และย้อมสีเคมี ทำให้ต้นทุนต่ำ ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณมาก สามารถกำหนดราคาต่ำได้ และสุดท้ายค่านิยมในการสวม

ใส่ผ้าฝ้ายทอมือลดลงตามการเปลี่ยนแปลงสมัยนิยมปัจจุบันจะนิยมสวมใส่เฉพาะวันสำคัญทางพุทธศาสนาวันสำคัญตามประเพณีไทย และตามที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้สวมใส่เท่านั้น

จากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผ้าฝ้ายทอมือบ้านหนองเหือง ตำบลแม่แรง อำเภอลำปาง จังหวัดลำพูน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตเพื่อหาแนวทางในการลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หาแนวทางแก้ไขปัญหาในด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น และพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ต้นทุน, ผลตอบแทน, ผ้าฝ้ายลำพูน

ABSTRACT:

This research aims to study cost and return analysis of cotton production in Lamphun: a case study; Baan Nong Nguek Mae Raeng Sub-district Pa Sang District Lamphun to be used as a guideline to reduce costs and increase an effective production to make more income for the community. The target groups were 21 members of the weaving group in Baan Nong Nguek by using an interview as a tool for this research. The statistics that used to analyze data were Percentage and Mean.

The result of basic analysis found that most of interviewees were females (12 people), aged between 51 to 60 years old. Fourteen people had fourth grade graduated and nine people were farmers.

The result of cost analysis found that Manufacturing costs of raw material in the production of cotton in Baan Nong Nguek Lamphun were 131,250.00 baht annually; direct labor was woven cotton up to 84,000 baht, fixed manufacturing costs, depreciation cost of loom up to 4,000.00 baht and the cost of variable cost of charcoal up to 7,000.00 baht, cost of management, electricity up to 17,030.00 baht. The cotton producer group in Baan Nong Nguek, Lamphun produced 4,200.00 meters of cotton annually with total production cost per year of 296,010.00 baht averaged at 63.80 baht per meter, and get returns at 462,000.00 baht per year average at 110.00 baht per meter, the net profit per meter per year equivalent to 171,160.00 baht averaged 40.75 baht which get profit from investment yield 71.74 percent net profit margin 37.05 percent. Problems of weaving cotton group in Baan Nong Nguek were faced; the first was raw material used to dye cotton in some certain colors depending on the season which made the limitation of production and quantities as customers need, next members lack of knowledge in marketing and management, new fashion designs and their own brand of products then, some of small entrepreneurs used machine to produce cotton and chemical dyeing which made low cost with plenty of products in low price, and finally, cotton cloths were not in trend. They would be worn in only on religious holidays and in the government agencies and the private sectors.

From this study, we knew the costs and returns of cotton production of in Baan Nong Nguek Mae Raeng Sub-district Pa Sang District Lamphun which can be used to analyze the costs of production, to reduce cost, to increase the effective production, to solve the production problems in marketing and management, to generate income for the community. Moreover, this could be passed on the Indigenous Knowledge and sustainable community's development.

KEYWORDS: Cost analysis , Compensation, Lamphun cotton

ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

ผู้ทำการวิจัยได้สำรวจเห็นความสำคัญในการทอผ้าซึ่งเป็นการสืบสานภูมิปัญญามาตั้งแต่สมัย ปู่ ย่า ตา ยาย ที่เป็นการถ่ายทอดกันมารุ่นต่อรุ่นเป็นเวลากว่า 200 ปี เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปลูกหลานของคนในชุมชนแม้ยังคงเห็นการทอผ้าอยู่ตลอดแต่ไม่มีความสนใจที่จะเรียนรู้การทอผ้า เนื่องจากมีกิจกรรมอื่นให้ทำในยามว่างเว้นจากการเรียน เพื่อเป็นการสืบสานการทอผ้าบ้านหนองเงือกจึงมีการสอนการทอผ้าให้แก่เด็กนักเรียนในโรงเรียน โดยสมาชิกกลุ่มทอผ้าจะหมุนเวียนกันไปสอนตามชั่วโมงกิจกรรมที่ทางโรงเรียนจัดให้ ภายใต้วางความหวังว่าการทอผ้าจะเป็นธุรกิจชุมชนสามารถยึดเป็นอาชีพที่มีรายได้ดีในอนาคต

ธุรกิจชุมชน หมายถึง "กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนอันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน (สุพรรณิ อัสวศิริเลิศ และ กุศล จินะกุล.ออนไลน์.2545:7) จากความหมายและลักษณะขององค์กรธุรกิจชุมชนดังกล่าวนี้ จะเห็นว่า องค์กรธุรกิจชุมชนมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากกิจกรรมอื่นของชุมชน และธุรกิจโดยทั่วไป กล่าวคือ เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมอื่นจะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจชุมชนมักจะเป็นตัวแปรจากภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของชาวบ้านค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตลาด การกำหนดราคา การติดตามข่าวสารข้อมูลจากภายนอก และเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจทั่วไปจะเห็นข้อแตกต่างในเรื่องของการทำกำไร แม้ว่าการทำงานองค์กรธุรกิจชุมชนมีเป้าหมาย อยู่ที่การทำกำไรเช่นเดียวกัน แต่ทว่า "กำไร" ก็มีใช้เป้าหมายเพียงประการเดียว เพราะนอกเหนือจากกำไรแล้ว องค์กรธุรกิจชุมชนยังมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคน รวมทั้งต้องเป็นธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ. 2530)

การบัญชีเพื่อความยั่งยืน (Sustainability Accounting) เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีสิ่งแวดล้อม เป็นความร่วมมือกันระหว่างผลประโยชน์จากการพัฒนา กับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตในรูปแบบที่ประหยัดทรัพยากรธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันก็มีความพยายามที่จะควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในระดับที่สาธารณชนยอมรับได้ โดยเป็นการจัดการวัตถุดิบและทรัพยากรทั้งปวงในทิศทางที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่งและกินคืออยู่ดีมี การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมปฏิบัติเป็นนโยบายและวิธีการทุกชนิดที่ทำลายล้างทรัพยากรธรรมชาติ (นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิลปะพร ศรีจันเพชร, 2554) โดยแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีวงจรชีวิตต้นทุน (Life-Cycle Costing) เป็นแนวคิดในการคำนวณต้นทุนสินค้า หรือบริการที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในระยะยาว โดยจะนำเอาต้นทุนตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาคิดเป็นต้นทุนของสินค้า หรือบริการเหมาะสำหรับใช้ในการกำหนดราคาขายสินค้าและการวัดประสิทธิภาพการทำกำไรของสินค้า หรือบริการในระยะยาว (Simões, Costa Pinto, Simoes, &Bernardo, 2013)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาถึงเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตผ้าฝ้ายลำพูนกรณีศึกษาบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดลำพูน เพื่อเป็นแนวทางให้การผลิตผ้าฝ้ายทอมือเป็นธุรกิจชุมชนที่สร้างรายได้ในการเลี้ยงชีพของกลุ่มทอผ้าฝ้ายบ้านหนองเงือกได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาต้นทุน วิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทน การผลิตผ้าฝ้ายลำพูน : ของกลุ่มบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดลำพูน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงต้นทุนการผลิต สามารถวิเคราะห์ ต้นทุน และผลตอบแทนการผลิตฝ้ายลำพูน : ของ กลุ่มบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัด ลำพูน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการลดต้นทุน และเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิต สนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น และให้ความรู้ด้านการจัดเก็บข้อมูล เพื่อสามารถนำ ข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทน สร้าง รายได้ให้กับชุมชน

วิธีดำเนินงานวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลที่เป็นสมาชิกกลุ่มทอ ฝ้าย บ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัด ลำพูน จำนวน 21 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิต ภัณฑ์จากฝ้าย

ตอนที่ 3 ข้อมูลผลตอบแทนที่ได้จากการผลิต ผลิตภัณฑ์จากฝ้าย

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษา จากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และการศึกษาค้นคว้าที่ เกี่ยวข้อง มีแหล่งมาจากที่ต่างๆ ทั้งเอกสารและการ ค้นคว้าผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) ซึ่งจะใช้ตารางเพื่ออธิบายสภาพ ทั่วไปในการดำเนินงานปริมาณการผลิตจำนวนเงิน ลงทุนที่ต้องใช้รายได้รายจ่ายและปัจจัยที่ใช้ในการผลิต โดยใช้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และจากการสังเกตขณะ

ออกทำการสำรวจมาประกอบเข้ากับเอกสารและ บทความต่างๆ ที่ได้ศึกษาค้นคว้าในขั้นต้นมาช่วยใน การวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติพรรณนา เนื้อหาค่าเฉลี่ยและร้อยละการหาต้นทุนการผลิตฝ้ายทอ เฉลี่ยและการหาผลตอบแทนผลิตภัณฑ์จากฝ้ายทอและ หาแนวทางในการลดต้นทุนในการผลิตฝ้ายทอบ้าน หนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ อยู่ระหว่าง 71 ปี ถึง 80 ปี มี 2 คน อายุ ระหว่าง 61 ปี ถึง 70 ปี มี 3 คนระหว่าง 41 ปี ถึง 50 ปี มี 4 คน อายุ ระหว่าง 51 ปี ถึง 60 ปี มี 12 คน รวมถึง จบ การศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 7 (ป.7) และใน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มีจำนวน เท่ากัน ที่ 1 คน จบระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ม.3) มี 2 คน จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 (ป.6) มี 3 คน และจบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มี 14 คน ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีอาชีพประจำ เป็นเจ้าหน้าที่ อดต. และผู้ใหญ่บ้าน มีจำนวนเท่ากัน ที่ 1 คน มีอาชีพ รับจ้าง อาชีพทำนา และอาชีพทอผ้า มีจำนวนเท่ากันที่ 2 คน มีอาชีพค้าขาย 4 คน มีอาชีพ ทำสวน 9 คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์จากฝ้าย ลำพูนบ้านหนองเงือก

ผลการวิเคราะห์ ต้นทุนการผลิตฝ้ายบ้าน หนองเงือกดังนี้

1. จำนวนผลผลิตที่ผลิตได้ต่อปี จำนวน 4,200.00 เมตร

2. ต้นทุนการผลิตฝ้ายบ้านหนองเงือก ทั้งสิ้น 269,010.00 บาทต้นทุนเฉลี่ยเมตรละ 64.05 บาท ประกอบด้วย

2.1 วัตถุดิบในการผลิต ประกอบด้วย เส้น ฝ้าย 131,250.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.79

2.2 ค่าแรงงานทางตรง ประกอบด้วย ค่าทำ
ความสะอาดเส้นฝ้าย 7,210.00บาท คิดเป็นร้อยละ 2.68
ค่าซ่อมสีเส้นฝ้าย 31,500.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.71
และค่าทอผ้าฝ้าย 84,000.00บาท คิดเป็นร้อยละ 31.23

2.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต 15,050.00 บาท
คิดเป็นร้อยละ 5.60จำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายในการ
ผลิตผืนแปรรูปและค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ ดังนี้

- ค่าใช้จ่ายในการผลิตผืนแปรรูป 8,550.00
บาท คิดเป็นร้อยละ 3.18ประกอบด้วยค่าสี 1,050.00
บาท คิดเป็นร้อยละ 0.39 ค่าน้ำ 500.00 บาท คิดเป็นร้อย
ละ 0.19 และค่าถ่าน 7,000.00บาท คิดเป็นร้อยละ 2.60

- ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่ 6,500.00
บาท คิดเป็นร้อยละ 2.42 ประกอบด้วยค่าเสื่อมราคา
4,000.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.49 และค่าเสื่อมราคา
หม้อต้มน้ำ 2,500.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.93

3. ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 21,830.00
บาท ประกอบด้วย ค่าไฟฟ้า 17,030.00 บาท คิดเป็นร้อย
ละ 78.01 ค่าขนส่ง4,800.00 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.99
ส่วนที่ 3 ข้อมูลผลตอบแทนที่ได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์
จากผ้าฝ้ายลำพูนบ้านหนองเหือง

1. รายได้จากการผลิตผ้าฝ้ายลำพูนบ้านหนอง
เหือง รายได้ต่อปี 462,000.00 บาท จำนวนผลผลิตที่
ผลิตได้ต่อปี จำนวน 4,200.00 เมตร คิดเฉลี่ยเมตรละ
110.00บาท

2. ผลตอบแทนจากการผลิตผ้าฝ้ายหนองเหือง
- กำไรขั้นต้นต่อปี เท่ากับ 192,990.00บาท
คิดเป็นเมตรละ 45.95บาท

- กำไรสุทธิต่อปี เท่ากับ 171,160.00บาท คิด
เป็นเมตรละ 40.75 บาท

- อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน คิดเป็น
ร้อยละ 71.74

- อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ
37.05

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ
เพิ่มเติม

1. ปัญหาของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านหนองเหือง

- วัตถุประสงค์บางประเภทขึ้นอยู่กับฤดูกาลทำให้
ไม่ได้สีตามที่ลูกค้าต้องการหรือผลิตได้ในปริมาณที่
จำกัด

- สมาชิกไม่มีความรู้ในด้านการตลาดและ
การบริหารจัดการ

- สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ในการออกแบบ
สินค้าแฟชั่นและไม่มีชื่อผลิตภัณฑ์ (brand name) ของ
ตนเอง

- ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบกันง่าย

- ต้นทุนการผลิตสูง (ค่าขนส่ง ,ค่าวัสดุและ
ค่าใช้จ่ายในการไปจำหน่ายสินค้า)

- ราคาขายผลิตภัณฑ์ถูก

2. อุปสรรคของกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านหนอง
เหือง

- มีผู้ประกอบการรายย่อยหลายรายที่ใช้
เครื่องจักรในการผลิตผ้าฝ้ายและย้อมสีเคมีทำให้ต้นทุน
ต่ำได้ผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณมากสามารถกำหนดราคา
ที่ต่ำได้

- มีการผลิตที่แบบเหมือนกันทำให้ได้รับ
ความนิยมจากกลุ่มผู้สนใจเพียงบางกลุ่ม

- สมาชิกกลุ่มส่วนมากมีอาชีพเกษตรกรรม
ทำนาปลูกไม้ผลเลี้ยงสัตว์เมื่อถึงฤดูกาลเพาะปลูกหรือ
เก็บเกี่ยวสมาชิกจะไปเพราะปลูกและเก็บเกี่ยวผลิตผล
ทางการเกษตรทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอกับการทอผ้าให้
เสร็จตามการสั่งซื้อของลูกค้า

- ค่านิยมในการสวมใส่ผ้าฝ้ายทอมือลดลง
ตามการเปลี่ยนแปลงสมัยนิยมปัจจุบันจะนิยมสวมใส่
เฉพาะวันสำคัญทางพุทธศาสนาวันสำคัญตามประเพณี
ไทยและตามที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้สวมใส่
เท่านั้น

อภิปรายผล

จากการวิจัยต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตผ้าฝ้ายลำพูน: กรณีศึกษาบ้านหนองเงือก ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่า พบว่า กลุ่มผลิตผ้าฝ้ายบ้านหนองเงือก เป็นกลุ่มบุคคลสูงวัย มีอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก โดยผลิตผ้าฝ้ายเป็นอาชีพเสริม ซึ่งยังขาดในเรื่องของความรู้ และความเชี่ยวชาญในด้านการตลาด การบริหารจัดการ อีกทั้งไม่มีการจัดเก็บข้อมูลการดำเนินการ การผลิต รวมถึงต้นทุนการผลิตผ้าฝ้าย เนื่องจากยังไม่ได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการผลิตผ้าฝ้ายเพราะถือเป็นอาชีพเสริม

หากกลุ่มมีแนวทางการผลิตผ้าฝ้าย โดยใช้การจัดทำต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน เพื่อควบคุมต้นทุนการผลิต การกำหนดราคาขาย และใช้ความรู้ด้านการตลาด และการบริหารจัดการ มาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ จะทำให้สามารถสร้างรายได้หลักให้กับชุมชนเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ยั่งยืน และพัฒนาชุมชนต่อไป ตามผลการวิจัยของ ศรีสวาท ประสิทธิ์วีรเวทย์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปกิจการหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพราคา การบริการ สถานที่ และการส่งเสริมการขายนั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของลูกค้า ส่วนปัจจัยที่มีส่วนต่อการจัดตั้งกิจการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูป คือ กำไรการอนุรักษ์งานหัตถกรรม

ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ควรแนะนำให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีต้นทุนการผลิตผ้าฝ้ายหนองเงือก และมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ หาแนวทางในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

1.2 จัดหาแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ผลิตผ้าฝ้ายหนองเงือก

1.3 จัดหาวัตถุดิบจากที่ต่างๆ เพื่อไม่ให้ขาดและเพียงพอต่อการผลิตได้ตลอด

1.4 จัดหาเส้นฝ้ายที่มีคุณภาพและราคาไม่สูงมาจำหน่ายให้กับผู้ผลิตผ้าฝ้ายหนองเงือกเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนเส้นฝ้ายและลดต้นทุนการผลิตผ้าฝ้าย

1.5 ส่งเสริมให้ผู้ผลิตผ้าฝ้ายบ้านหนองเงือกมีการอบรมด้านการตลาด และการบริหารจัดการให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาต้นทุนการผลิตผ้าฝ้ายจากกลุ่มอื่นๆ

2.2 ควรมีการเปลี่ยนกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษากลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มผลิตผ้าฝ้ายโดยใช้เครื่องจักร เพื่อนำมาเปรียบเทียบต้นทุนการผลิต และคุณภาพผลิตภัณฑ์

2.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายสู่ตลาดต่างประเทศเพื่อให้มีศักยภาพในการส่งออกและมีโอกาสดีในแทบทุกตลาดเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนและประเทศชาติ

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. 2530. การพึ่งตนเอง ศักยภาพในการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์.

นิพันธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิลปะพร ศรีจันทเพชร. 2554. การสอบบัญชี. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็นเพรส.

สุพรรณณี อัสวศิริเลิศ และ กุศล ฐิณะกุล. 2545. การพัฒนากลุ่มลูกค้าให้มีความสามารถในการผลิตและการดำเนินธุรกิจ. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.bacc.in.th/>. (12 ธันวาคม 2557).

ศรีสวาท ประสิทธิ์วีรเวทย์. 2544. การวิเคราะห์ต้นทุน-
ผลตอบแทนทางการเงิน ของกิจการผลิต
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำเร็จรูปกิจการหนึ่ง.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Simões, Costa Pinto, SimoesandBernardo. 2013.
Integrating environmental and economic life
cycle analysis in product development: A
material selection case study. The
International Journal of Life Cycle
Assessment 18(9): 1734-1746.

ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

Cost and Financial Return of Beauty Shop Salon In Don Mueang District, Bangkok

อุไรวรรณ ชนะรักษ์

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, uraiwan.th@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์จากเจ้าของกิจการธุรกิจร้านเสริมสวยด้วยวิธีการสุ่มสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ทราบถึงผลตอบแทนอย่างเหมาะสม ถูกต้อง ชัดเจนและได้ใช้ทฤษฎีต่าง ๆ มาร่วมอธิบายความสัมพันธ์ของต้นทุนและผลตอบแทนของร้านเสริมสวย

จากการศึกษา ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านเสริมสวยมีการให้บริการเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร การคาดคะเนกระแสไหลเวียนเงินสดของโครงการ (Cash Flow), มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV), อัตราผลตอบแทนคิดลดโครงการ (Internal Rate of Return: IRR), อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C ratio) พบว่ากิจการให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่การลงทุนและมีความสามารถในการไป การวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ (Sensitivity Analysis) ถือว่าผลการวิเคราะห์ที่ดีของกิจการที่จะเผชิญการเปลี่ยนแปลงด้านอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น ยกเว้นแต่ว่าพบการลดลงของรายได้และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนถึงร้อยละ 5 - 20 ทำให้กิจการขาดทุน และสุดท้ายจากการคำนวณหาระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) ร้านเสริมสวยจะได้รับต้นทุนเริ่มแรกคืนใน 1 เดือนและหลังจากนั้นเมื่อหักต้นทุนต่อปีร้านเสริมสวยจะได้รับผลกำไรอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงิน ร้านเสริมสวย

Abstract

The objectives of this research were to study cost and financial return of the beauty shop salon in Don Mueang District, Bangkok. The study was interviewed the owner of the beauty shop salon by using Purposive Sampling Method, in order to knowing the precise and appropriate cost and financial return. The various theories were used to describe the relationship of the cost and financial return of the beauty shop salon.

The research was studied the cost and financial return of the beauty shop salon in Don Mueang District, Bangkok of which included Cash flow, the Net present value (NPV), Internal rate of

return (IRR), Benefit-Cost ratio (B/C ratio). The results indicated that the current and future return on investment were worth. The sensitivity analysis were indicated that the beauty shop salon were able to face with the interest rate increase. However, the beauty shop salon will be get loss in case of the income are declined or operating cost are increased by 5%-20%. Finally, the payback period (PB) of beauty shop salon were 1 year, then after that will be consistently profitable.

Keywords: cost and financial return, beauty shop salon

1. รายละเอียดทั่วไป

ปัจจุบันเศรษฐกิจไทยในปี 2557 ขยายตัวประมาณร้อยละ 0.5 และมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่องอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะกลับมาขยายตัวได้ที่ร้อยละ 3.5 ในปี 2558 ทั้งนี้ นโยบายการเงินที่ยังผ่อนปรนจะช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจอย่างไรก็ดี การขยายตัวของการลงทุนภาคเอกชนจะได้รับอุปสรรคจากอัตราการใช้กำลังการผลิตที่อยู่ในระดับต่ำอุปสงค์ต่างประเทศที่ยังชะลอตัวและความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมือง ขณะที่การบริโภคภาคเอกชนยังมีข้อจำกัดจากหนี้ครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงและสถาบันการเงินมีความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น นอกจากนี้ความต้องการสินค้าไทยในตลาดโลกยังอ่อนแอ มีคนเป็นจำนวนมากที่เข้ามาประกอบอาชีพ "เสริมสวย" เพราะเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ได้ดี อีกทั้งยังเป็นธุรกิจเงินสดช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีเงินสดหมุนเวียนอยู่ตลอดเวลา หากมีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด หรือรู้จักการบริหารเงินที่ดี จะช่วยให้ผู้ประกอบการเสริมสวย พัฒนาและเติบโตสร้างรายได้ได้กำไรดี ด้วยเหตุนี้ทำให้หลายคนสนใจและเข้ามาทำอาชีพเสริมสวย แต่ส่วนใหญ่มักจะประสบปัญหาและต้องเลิกกิจการไปก่อนเวลาอันควร การลงทุนในร้านเสริมสวยนั้นมีสิ่งที่ต้องลงทุนมากที่สุดก็คือ การตกแต่งร้าน ร้านเสริมสวยที่จะดึงดูดลูกค้าได้ร้านต้องดูน่าสนใจ จึงจะทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะเข้ามาร้านและรู้ถึงฝีมือของช่างบริการที่เราจะทำให้ หากฝีมือดี บริการดี ลูกค้าก็จะ

ไม่หนีไปไหน นั่นจะกลายเป็นความมั่นคงทางธุรกิจของร้านนั่นเอง

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายอื่น และ ผู้สนใจในธุรกิจร้านเสริมสวยได้ ทำการศึกษา วิเคราะห์ และ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการ

4. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งประกอบไปด้วย 6 ทฤษฎี ใหญ่ ได้แก่ การคาดคะเนกระแสไหลเวียนเงินสดของโครงการ (Cash Flow) มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนคิดลดโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C ratio) การวิเคราะห์ความไหวตัวของโครงการ (Sensitivity Analysis) และระยะเวลาคืนทุน(Payback Period) เพื่อนำทุกทฤษฎีมาวิเคราะห์ร่วมกันจะทำให้ได้ผลลัพธ์ของความเป็นไปของกิจการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนากร สมรรถเสวี (2554) เรื่อง “การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านจำหน่ายเคมีภัณฑ์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอแม่วาง

จังหวัดเชียงใหม่” มีความสอดคล้องมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV), อัตราผลตอบแทนคิดลดโครงการ (Internal Rate of Return: IRR), อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C ratio) พบว่ากิจการให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่การลงทุนและมีความสามารถในการคืนทุน (Payback Period) ของโครงการมีความเหมาะสมและน่าลงทุนเป็นอย่างมาก

รัตนา อุตมะ (2556) เรื่อง “ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจเบเกอรี่ กรณีศึกษาร้านอร่อยจังเบเกอรี่” มีความสอดคล้องกับ มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV), อัตราผลตอบแทนคิดลดโครงการ (Internal Rate of Return: IRR), ที่คุ้มค่าแก่การลงทุนและมีความสามารถในการคืนทุน

มัทธนา หิมมิหน๊ะ (2556) เรื่อง “การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินจากการผลิตกล้วยไม้สกุลหวายของเกษตรกร ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่าได้ถูกนำมาเพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์การวิเคราะห์ต้นทุนอัตราผลตอบแทนของร้านเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิดังนี้ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้จากการใช้วิธีเก็บข้อมูล จากการสัมภาษณ์จากเจ้าของกิจการธุรกิจร้านเสริมสวย จำนวน 20 ราย จากนั้นทำการกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 1 ราย เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลผู้ประกอบการร้านเสริมสวยที่มีลักษณะเป็นอาคารพาณิชย์ในเขตดอนเมืองเพื่อให้ทราบถึงผลตอบแทนอย่างเหมาะสม ถูกต้อง ชัดเจน และให้ได้ผลที่ออกมามีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด โดยงานวิจัย

ต้องอาศัยการวิเคราะห์ทางการเงินเข้ามาช่วย และข้อมูลทุติยภูมิ โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัย และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

การประมวลผล

1) การประมาณค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน ของธุรกิจร้านเสริมสวย ในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

2) การวิเคราะห์ด้านการเงิน กระแสการไหลของเงินสดตามขั้นตอนทฤษฎี Cost-Benefit Analysis เพื่อคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนคิดลดโครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C ratio) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

3) การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยง หรือลดขอบเขตความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทน และต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรายรับ และรายจ่ายที่เกิดจากการดำเนินงานว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด จึงจะทำให้การดำเนินงานของโครงการเป็นไปตามเกณฑ์ของการตัดสินใจลงทุน

6. ผลการศึกษา

จากการศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของของร้านเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นให้ผู้ศึกษาธุรกิจและเจ้าของกิจการได้ทราบถึงความคุ้มค่าของการดำเนินงาน หรือ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายอื่น และ ผู้สนใจในธุรกิจร้านเสริมสวยได้ทำการศึกษา วิเคราะห์ และ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการ โดยการวิเคราะห์

ต้นทุนผลตอบแทนที่จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน
ใหญ่ ๆ ได้แก่

1. การประมาณค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน (Cost)
2. การวิเคราะห์ด้านการเงิน (Financial Analysis)
3. ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

ลักษณะทั่วไปของธุรกิจร้านเสริมสวยกิจการ
เจ้าของคนเดียว โดยทำการเช่าพื้นที่อาคารพาณิชย์
เพื่อประกอบกิจการร้านเสริมสวย ที่มีบริการ
เสริมสวยที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการ
ของลูกค้า มีการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ โดยให้
ความสำคัญกับอุปกรณ์ที่ใช้ และความสะอาดรักษา
คุณภาพการให้บริการ

การประมาณค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน (Cost)

ต้นทุนของธุรกิจร้านเสริมสวย ในเขตคอน
เมือง กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายใน
การลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

สรุปค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน

เมื่อระบุนรายละเอียดของค่าใช้จ่ายในการลงทุน
และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแล้ว จึงนำผลทั้งสอง
มารวม เพื่อใช้คิดเป็นค่าใช้จ่ายขององค์กร

ตารางที่ 1 แสดงค่าใช้จ่ายในการลงทุน

รายการ	จำนวนเงิน/ปี
ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	123,000
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	934,092
รวม	1,057,092

ตารางที่ 2 สรุปการประมาณการต้นทุนตลอดอายุ โครงการ 5 ปี

หน่วย : บาท

ปีที่	ค่าใช้จ่าย ในการลงทุน	ค่าดำเนินการ	รวม
0	123,000	-	123,000
1	-	934,092	934,092

2	-	950,180	950,180
3	-	956,615	956,615
4	-	966,267	966,267
5	-	982,355	982,355
รวม	123,000	4,789,509	4,912,509

บัญชีกำไร/ขาดทุน สุทธิ หรือกระแสเงินสด สุทธิ (Cash Flow)

ตารางที่ 3 สามารถคำนวณหากระแสเงินสดรับ/จ่าย
สุทธิ หรือบัญชีกำไร/ขาดทุน โดยการนำ
ผลตอบแทนหักออกจากค่าใช้จ่ายในการลงทุน
สามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงบัญชีกำไร/ขาดทุน สุทธิ หรือกระแส เงินสดรับ/จ่าย สุทธิ ของโครงการ

หน่วย : บาท

ปีที่	รายรับรวม (ปี)	ต้นทุนรวม (ปี)	กำไร(ขาดทุน)	กำไร (ขาดทุน)สะสม
0	0	123,000	-123,000	-123,000
1	964,200	934,092	30,108	-92,892
2	1,012,060	950,180	61,880	-31,012
3	1,030,960	956,615	74,345	43,333
4	1,060,420	966,267	94,153	137,486
5	1,108,780	982,355	126,425	263,911
รวมทั้งสิ้น	5,176,420	4,912,509	263,911	

ผลการวิเคราะห์ด้านการเงิน

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทน
ต้นทุน และกระแสการไหลของเงินสดตามขั้นตอน
ทฤษฎี Cost-Benefit Analysis เพื่อคำนวณหามูลค่า
ปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของโครงการ (Net
Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนคิดลด
โครงการ (Internal Rate of Return: IRR) อัตราส่วน
ของผลตอบแทนต่อต้นทุน (Benefit-Cost Ratio: B/C
ratio) ได้นำข้อมูลสรุปการประมาณการต้นทุน

ตลอดอายุโครงการ 5 ปีมาวิเคราะห์ซึ่งได้ผลตามตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงผลตอบแทนทางการเงินของกิจการร้านเสริมสวย

รายการ	ผลการศึกษา
1. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน (NPV)	175,640.85
2. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR)	43.50%
3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)	1.0439

ผลจากตารางที่ 4 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) คือ การคำนวณหาผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิโครงการ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดว่าจะให้ผลตอบแทนคุ้มหรือไม่ซึ่งกิจการจะยอมรับโครงการลงทุนเมื่อ NPV มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0 จากการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิของร้านเสริมสวยแห่งนี้ได้มูลค่าเท่ากับ 175,640.85 บาท จึงให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

2. อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสผลตอบแทนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของกระแสต้นทุนหรืออัตราที่ทำให้ค่า NPV เท่ากับ 0 โดยกิจการจะยอมรับโครงการลงทุนเมื่อ ค่า IRR มากกว่าอัตราคิดลดหรือดอกเบี้ยเงินกู้ จากการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ มีค่าเท่ากับ 43.50% เมื่อนำมาเทียบกับอัตราคิดลดที่กำหนดไว้คือ 7.87% แล้วนั้น แสดงว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนมากกว่า เพราะฉะนั้นจึงคุ้มค่าแก่การลงทุน

3. อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) คือ เกณฑ์ที่แสดงถึงอัตราส่วนระหว่างผลรวมมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน กับผลรวมมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนตลอดอายุโครงการ ซึ่งกิจการจะยอมรับโครงการลงทุนเมื่อค่า B/C ratio มากกว่า 1 ในการ

ลงทุนของโครงการ มีอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.0439 ซึ่งมากกว่า 1 แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับมากกว่าทุนที่ได้ลงทุนไป

ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยงหรือลดขอบเขตความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทน และต้นทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลง รายรับ และรายจ่ายที่เกิดจากการดำเนินงานว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด จึงจะทำให้การดำเนินงานของโครงการเป็นไปตามเกณฑ์ของการตัดสินใจลงทุน

1. ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ของอัตราคิดลด

การวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในที่นี้จะใช้ปัจจัยอัตราคิดลด แสดงผลตามจากตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปลี่ยนแปลงอัตราคิดลด

การเปลี่ยนแปลงอัตราคิดลด	NPV	IRR	B/C ratio
กรณีอัตราคิดลด 3.87%	215,132.55	43.50%	1.0489
กรณีอัตราคิดลด 4.87%	187,585.94	43.50%	1.0476
กรณีอัตราคิดลด 5.87%	193,304.63	43.50%	1.0464
กรณีอัตราคิดลด 6.87%	183,127.38	43.50%	1.0451
กรณีอัตราคิดลด (เดิม) 7.87%	175,640.85	43.50%	1.0439
กรณีอัตราคิดลด 8.87%	164,154.50	43.50%	1.0423
กรณีอัตราคิดลด 9.87%	155,294.67	43.50%	1.0413
กรณีอัตราคิดลด 10.87%	146,824.69	43.50%	1.0400
กรณีอัตราคิดลด 11.87%	138,727.73	43.50%	1.0388

จากตารางที่ 5 สามารถวิเคราะห์ ผลการคำนวณความไหวตัวของโครงการต่อการเปลี่ยนแปลงด้านอัตราดอกเบี้ยได้ดังนี้

กรณีอัตราคิดลด 3.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 215,132.55 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0489

กรณีอัตราคิดลด 4.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 187,585.94 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0476

กรณีอัตราคิดลด 5.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 193,304.63 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0464

กรณีอัตราคิดลด 6.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 183,127.38 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0451

กรณีอัตราคิดลด 8.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 164,154.50 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0423

กรณีอัตราคิดลด 9.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 155,294.67 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0413

กรณีอัตราคิดลด 10.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 146,824.69 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50%

และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0400

กรณีอัตราคิดลด 11.87% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 138,727.73 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% และอัตราส่วนผลตอบแทน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 1.0388

ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้

การศึกษาในกรณีที่รายได้ของโครงการลดลง ในอัตราคิดลดที่ 7.87% การเปลี่ยนแปลงจะได้ผลดังตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงผลการเปลี่ยนแปลงอัตรารายได้ที่ลดลง

การเปลี่ยนแปลงของรายได้	NPV	IRR	B/C ratio
กรณีรายได้ลดลง 5%	-32,942.52		0.9917
กรณีรายได้ลดลง 10%	-23,310.09		0.9395
กรณีรายได้ลดลง 15%	-445,677.67		0.8873
กรณีรายได้ลดลง 20%	-652,045.24		0.8351

*ที่ไม่สามารถหาค่า IRR ในกรณีรายได้ลดลงที่ 5% 10% 15% และ 20% ได้เนื่องจากมีค่าเป็นลบทั้งหมดคือไม่มีผลกำไรเลย จึงไม่สามารถหาค่าได้ ผลจากตาราง 18 สามารถวิเคราะห์อัตราความไหวตัวโครงการต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ลดลงภายใต้อัตราคิดลด 7.87% ได้ดังนี้

กรณีรายได้ลดลง 5% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ -32,942.52 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเป็นลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) มีค่าเท่ากับ 0.9917

กรณีรายได้ลดลง 10% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-23,310.09 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเป็น
ลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)
มีค่าเท่ากับ 0.9395

กรณีรายได้ลดลง 15% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-445,677.67 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่า
เป็นลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C
ratio) มีค่าเท่ากับ 0.8873

กรณีรายได้ลดลง 20% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-652,045.24 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่า
เป็นลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C
ratio) มีค่าเท่ากับ 0.8351

ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ของต้นทุนการผลิต

การศึกษาในกรณีที่ ต้นทุนการผลิตของ
โครงการเพิ่มขึ้น ในอัตราราคีลดลง 7.87% การ
เปลี่ยนแปลงจะได้ผลดังตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงผลการเปลี่ยนแปลงอัตราต้นทุนการ
ผลิตของโครงการเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลง ของรายได้	NPV	IRR	B/C ratio
กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น 5%	-18,121.27		0.9956
กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น 10%	-209,667.59		0.9516
กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น 15%	-401,213.91		0.9114
กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น 20%	-592,760.23		0.8744

ผลจากตารางที่ 7 สามารถวิเคราะห์ภายใต้้อัตราราคี
ลด 7.87% ได้ดังนี้

กรณีรายได้ลดลง 5% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-18,121.27 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่าเป็น
ลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio)
มีค่าเท่ากับ 0.9956

กรณีรายได้ลดลง 10% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-209,667.59 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่า
เป็นลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C
ratio) มีค่าเท่ากับ 0.9516

กรณีรายได้ลดลง 15% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-401,213.91 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่า
เป็นลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C
ratio) มีค่าเท่ากับ 0.9114

กรณีรายได้ลดลง 20% พบว่า มูลค่าปัจจุบันของ
ผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ

-592,760.23 บาท อัตราผลตอบแทน (IRR) มีค่า
เป็นลบและอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C
ratio) มีค่าเท่ากับ 0.8744

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

จากสูตรสามารถคำนวณระยะเวลาคืนทุน
ได้จากการนำค่าใช้จ่ายในการลงทุนและผลตอบแทน
ของโครงการต่อปีมาคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนได้
ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{123,000}{1,035,284} = 0.12$$

จากการคำนวณผลตอบแทนเฉลี่ยของโครงการ 5 ปี
เท่ากับ 1,035,284 บาท มูลค่าของค่าใช้จ่ายเริ่มแรก
มีค่าเท่ากับ 123,000 บาท ซึ่ง แสดงว่ากิจการมี
กำไรโดยระยะเวลาคืนทุนโครงการมีค่าเท่ากับ 0.12
แสดงว่ากิจการสามารถได้รับเงินทุนเริ่มแรกคืนเมื่อ
ดำเนินการได้ 1 เดือน

7. สรุปและการอภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัยแล้วสามารถสรุปผลจากการวิเคราะห์ด้านการเงิน ด้านการไหลตัวของโครงการ และระยะเวลาคืนทุน ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาวิเคราะห์ทางการเงินพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ เท่ากับ 175,640.85 บาท มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0 แสดงว่า การลงทุนให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับ 43.50% เมื่อนำมาเทียบกับอัตราคิดลดที่กำหนดไว้คือ 7.87% แล้วนั้น แสดงว่าการลงทุนให้ผลตอบแทนมากกว่า เพราะฉะนั้นจึงคุ้มค่าแก่การลงทุนอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) มากกว่า 1 ในการลงทุนของโครงการ มีอัตราส่วนของผลตอบแทนต่อต้นทุนเท่ากับ 1.0439 ซึ่งมากกว่า 1 แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับมากกว่าทุนที่ได้ลงทุนไป

จึงสรุปได้ว่า โครงการจัดตั้งร้านเสริมสวยในเขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่คุ้มค่าแก่การลงทุนและมีความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์ ที่อัตราคิดลดร้อยละ 7.87%

2. ผลการศึกษาความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity Analysis) การศึกษาความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ ในการวิเคราะห์ ได้กำหนดปัจจัย 3 ปัจจัย ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) และค่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ดังนี้

2.1 ผลการศึกษาความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราคิดลด หากพิจารณาในแง่ผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) ไม่ว่าอัตราคิดลดจะเพิ่มสูงกว่า 11.87%

กิจการยังคงมีกำไรและเหมาะสมที่จะดำเนินการโดยที่ค่าอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 43.50% ไม่เปลี่ยนแปลง แต่หากพิจารณาในแง่อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) โครงการที่คุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะมีค่ามากกว่า 1 เท่ากับ 1.0439 แสดงว่าผลตอบแทนที่ได้รับมากกว่าทุนที่ได้ลงทุนไป

2.2 ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่ลดลง หากพิจารณาในแง่ผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) พบว่าภายใต้อัตราคิดลด 7.87% ซึ่งสรุปจากตารางได้ว่า ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่ลดลง 5% – 20% โครงการจัดตั้งร้านเสริมสวยไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนและไม่มีความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์เลยหากพิจารณาในแง่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) การเปลี่ยนแปลงของรายได้ 5%-20% ไม่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน และหากพิจารณาในแง่ค่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ไม่ว่ารายได้ที่ลดลง 5%-20% กิจการมีความไม่มีความคุ้มค่าในการลงทุน

2.3 ผลการวิเคราะห์ความไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่เพิ่มขึ้นหากพิจารณาในแง่ผลกระทบต่อมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) พบว่าภายใต้อัตราคิดลด 7.87% ซึ่งสรุปจากตารางได้ว่า ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่เพิ่มขึ้น 5% – 20% โครงการจัดตั้งร้านเสริมสวยไม่คุ้มค่าแก่การลงทุนและไม่มีความเป็นไปได้ในทางเศรษฐศาสตร์เลยหากพิจารณาในแง่อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) การเปลี่ยนแปลงของต้นทุน 5%-20% ไม่ก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน และหากพิจารณาในแง่ค่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (B/C ratio) ไม่ว่า

ต้นทุนที่เพิ่มขึ้น 5%-20% กิจกรรมมีความไม่มีความ
คุ้มค่าในการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นทุนและผลตอบแทนของร้าน
เสริมสวยในเขตตอนเมือง กรุงเทพมหานคร จะเห็น
ว่าผลตอบแทนอยู่ในเกณฑ์ที่คุ้มค่าแก่การลงทุน แต่
การศึกษาหรือข้อกำหนดต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสะดวก
ในการวิเคราะห์ให้เห็นภาพชัดเจน ซึ่งอาจส่งผล
กระทบกับโครงการได้ คือ

- ระยะเวลาในการลงทุนจากการศึกษา มีระยะเวลา
5 ปี เป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างน้อยสำหรับการศึกษา
เนื่องจากหากศึกษาในระยะเวลาที่ยาวนานมากกว่านี้
อาจพบการเปลี่ยนแปลงที่มากขึ้นอย่างชัดเจน ที่อาจ
ส่งผลกระทบต่อโครงการในทั้งด้านบวกและลบ
ดังนั้นผู้สนใจควรคำนึงถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้
- อัตราดอกเบี้ยที่ใช้วิเคราะห์ในการศึกษานี้ใช้อัตรา
เดียวกันทั้งหมด โดยใช้อัตราดอกเบี้ยของปีเริ่มแรก
ของโครงการ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงทางด้าน
เศรษฐกิจในปีอื่นได้

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี
ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทาง
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิด
งานวิจัยชิ้นนี้ และ ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.สมยศ อวเกียรติ และดร.สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล ที่ให้
ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้
ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ
ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะ
บริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ
บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจ
ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็น
กำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

ครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาคุณเวทิตา แต่พระคุณ
บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หาก
เกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขออภัยเป็น
อย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียง
ผู้เดียว

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนากร สมรรถเสวี. (2554). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของร้านจำหน่ายเคมีภัณฑ์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอแม่วางจังหวัดเชียงใหม่ .การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [2] มณฑนา หิมมิหะนะ. (2556). การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินจากการผลิตกล้วยไม้สกุลหวายของเกษตรกร ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร ,มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- [3] รัตนา อุดมมะ. (2556). ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจเบเกอรี่ กรณีศึกษาร้านอ้อยจิงเบเกอรี่. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- [4] ลำไย มากเจริญ. (2551). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ : บริษัท ทริปเพิ้ล กรุ๊ป จำกัด
- [5] อภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. (2552). การเงินธุรกิจ . มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลที่มาจากการกระทำรัฐประหาร The Attitudes of People toward the Government from the Coup

ชาวิน เกสรสังข์¹ เอกสิทธิ์ มั่นมา² สุวัจ ราชวัฒนกุล³

คณะรัฐศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

โทร 091-436-6291, Email: hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษา ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลที่มาจากการกระทำแบบรัฐประหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อรัฐบาลรัฐประหาร ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจในทิศทางเดียวกันเกี่ยวกับรัฐบาลรัฐประหาร โดยจัดทำแบบสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเพื่อสะดวกในการตอบแบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน พบว่าประชาชนทั่วไปยังไม่ค่อยเข้าใจความหมายของรัฐประหารกับการปฏิวัติและยังไม่ว่าคิดระบบแบบนี้ยังไม่ใช่ทางออกที่ดีที่สุดของสถานการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน ส่วนผู้บริหารบริษัทเอกชน อาจารย์ นิสิตนักศึกษาจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ เข้าใจ และเห็นด้วยกับการทำรัฐประหารในครั้งนี้แต่เนื่องจากประเทศไทยปกครองระบอบประชาธิปไตย ก็ยังอยากให้มีการเลือกตั้งโดยเร็วและมีรัฐบาลของประชาชน

คำสำคัญ: รัฐประหาร

Abstract

The objective of this research is to study the attitudes of people toward the government from the coup in order to understand in the same direction about the government from the coup. In-depth interviews were conducted in response to the interview. The result is divided into two parts that people still do not understand the meaning of the coup and the revolution, and did not think that the coup is not the best solution for the current situation. The CEO, academic staff, students, lecturer understood and agreed with the coup in this country, but Thailand is democracy, then they wanted to hold elections as soon as possible.

Keyword: the coup

คำสำคัญ: ทัศนคติ รัฐบาล รัฐประหาร

บทนำ

เพื่อศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมและประชาชนทั่วไปที่มีต่อการปฏิวัติและรัฐประหารในประเทศไทยว่ารู้สึกอย่างไรและผลกระทบที่ได้รับในภาคประชาชนที่ว่า รัฐประหาร คือ การเข้าใช้กำลังเข้ายึดอำนาจเพื่อเปลี่ยนแปลงผู้นำรัฐบาลโดยที่ระบอบการปกครองยังคงเป็นไปตามเดิม ซึ่งแตกต่างจากการทำปฏิวัติที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปกครองของประเทศอย่างสิ้นเชิง

อย่างไรก็ตามนอกจากรัฐประหาร 13 ครั้งที่ผ่านมา ยังมีเหตุการณ์ทางการเมืองอย่างเหตุการณ์ก่อกบฏ 11 ครั้งแต่ทำการปฏิวัติหรือรัฐประหารไม่สำเร็จและมีการปฏิวัติ 1 ครั้ง คือ การปฏิวัติสยาม เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ. 2475 เนื่องจาก ในช่วงระยะหลังที่ผ่านมาประเทศไทยเกิดความไม่สงบบ่อยครั้งมาก มีการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย โดยใช้สัญลักษณ์ สีเสื้อ ทั้งสีแดงและสีเหลือง และยังมีการรวมกลุ่มกันซึ่งมีอยู่หลายกลุ่ม อาทิเช่น กลุ่ม กปปส. กลุ่มเสื้อแดง จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลอยู่หลายครั้งจนถึงขั้นเกิดการรัฐประหาร โดยรัฐบาล คสช. นำโดย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ประชาชนทุกภาคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ต้องที่จะได้รัฐบาลโดยชอบธรรมโดยเร็ว

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

วัตถุประสงค์ทั่วไปในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการทัศนคติของสังคมและของบุคคลทั่วไปที่มี

ต่อรัฐบาลที่มาจาก รัฐประหาร หลังจากรัฐบาล คสช. นำโดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เข้ามารับตำแหน่งในการบริหารประเทศโดยมีวัตถุประสงค์ คือ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยในเรื่องปัจจัยที่นำมาซึ่งการทำรัฐประหารโดยพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีอรรถธิบาย (Explanatory Research) จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ งานวิจัยและศึกษาในเชิงคุณภาพ จากบทสัมภาษณ์เพื่อสอบถามนักวิชาการที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่นำมาซึ่งการทำรัฐประหาร เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดจากเหตุการณ์จริงและเป็นเหตุการณ์ร่วมสมัย ทำให้มีข้อมูลหลากหลายในการเปรียบเทียบ ประกอบกับมีหนังสือที่รวบรวม และบันทึกข้อมูลเชิงลึกของสาเหตุการทำรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี งานวิจัยชิ้นนี้เป็น การศึกษาสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น จากการทำรัฐประหารของ เพื่อสอบถามถึงทัศนคติของประชาชนต่อการรัฐประหารครั้งนี้ และเป็นการศึกษาปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้ จึงน่าจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประชาชนโดยตรง ดังนั้น การที่ผู้วิจัยออกแบบสัมภาษณ์ กลุ่มประชากรตัวอย่างจึงต้องมุ่งไปที่กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และประชาชนทั่วไป และผู้วิจัยมุ่งสอบถามเฉพาะเท่านั้น เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลจาก การศึกษา และรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือเอกสาร ภาย วิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ รวมถึงสอดแทรกความคิดเห็น ของผู้วิจัย นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ยังเป็นการศึกษา ในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีอรรถธิบาย (Explanatory Research) ทั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ใน การวิจัย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่นำมาซึ่งการทำ รัฐประหาร

ผลการวิจัย

การศึกษา ทศนคติของประชาชนที่มีต่อรัฐบาล ที่มาจากรัฐประหาร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเฉพาะ ทศนคติของสังคมและบุคคลทั่วไปที่มีต่อรัฐบาลที่มา จากการทำรัฐประหารของทหาร โดยการจัดทำบท สัมภาษณ์เชิงลึกจากท่านผู้รู้หลายส่วน เช่น ผู้บริหาร ของบริษัท คณาจารย์ นักศึกษาและบุคคลทั่วไป การ รับรู้และความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการทำรัฐประหาร ก่อนที่จะทำบทสัมภาษณ์ และสัมภาษณ์ผู้วิจัยเริ่มต้นที่ การศึกษาความเข้าใจและการรับรู้ในประเด็นเรื่อง รัฐประหารของทั้งประชาชนผู้บริหารและ กลุ่มเป้าหมายในเบื้องต้น ดังนี้

4.1.1. ความเข้าใจเกี่ยวกับรัฐประหาร

ในมุมมองของประชาชนและบุคคลทั่วไป จาก การสัมภาษณ์เชิงลึกต่อความหมายและความเข้าใจการ ทำรัฐประหารตอบคำถามเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือในขณะที่ชาวบ้านส่วนใหญ่ไม่สามารถตอบ

คำถามได้ว่าการเมืองที่มาจากรัฐประหารคืออะไร หรือ ยังเข้าใจความหมายไปในลักษณะผิดเพี้ยนไป เช่น เข้าใจว่าทหารเข้ามาช่วงชิงอำนาจจากรัฐบาลใน ขณะนั้น โดยการใช้การเผด็จการ

ในมุมมองของ ผู้บริหาร คณาจารย์ นักศึกษา จากการสัมภาษณ์เชิงลึก คำตอบที่ได้จากบทสัมภาษณ์ และผลการศึกษาพบว่า มีความเข้าใจและยอมรับได้จาก การทำรัฐประหารนำโดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในครั้งนี้และเข้าใจถึงสถานการณ์บ้านเมืองในขณะนั้น จึงเกิดมีรัฐประหาร

4.1.2. ผลที่เกิดจากการทำรัฐประหาร

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนต่อ รัฐบาลที่มาจากรัฐประหารและบทสัมภาษณ์ที่ได้ สัมภาษณ์ทำให้ได้พบว่าประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจ ว่ารัฐประหารเกิดจากอะไรและสาเหตุมาจากอะไร เช่น สาเหตุของความขัดแย้งทางการเมืองที่เกิดขึ้นใน ระหว่าง พ.ศ.2547-2553 เกิดขึ้นจากการต้องการ อำนาจทางการเมืองเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ของ ตนโดยเกี่ยวข้องกับเรื่องคอร์รัปชันของนักการเมือง แล้วได้ขยายไปสู่ประเด็นทางการเมืองภาคประชาชนที่ ทำให้เกิดความขัดแย้งอย่างรุนแรงในสังคม

ผลที่เกิดจากการทำรัฐประหาร

การยอมรับรัฐบาลที่มาจากการทำรัฐประหาร ให้เข้ามา ควบคุมบริหารการจัดการจัดตั้งรัฐบาล และให้เป็น นายกรัฐมนตรี แต่กระนั้นก็ยังอยากให้มีการเลือกตั้ง โดยเร็วที่สุด และได้รัฐบาลที่ได้มาจากประชาชน

4.1.3. ความแตกต่างระหว่างรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งและรัฐประหาร

จากบทสัมภาษณ์ที่ได้นำมาศึกษาวิเคราะห์แล้วพบว่ารัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้ง เป็นความพอใจสูงสุดของประชาชนในสังคมส่วนใหญ่ เพราะจะถูกต้องเป็นไปตามครรลองของประชาธิปไตย

ข้อแตกต่าง

- นายกรัฐมนตรีจากการเลือกตั้งจากประชาชน
- จะได้รับรัฐบาลของประชาชน
- ประชาชนมีส่วนร่วมในระบอบประชาธิปไตย

รัฐบาลรัฐประหาร ประชาชนยังคิดว่าให้เข้ามาบริหารประเทศในช่วงสั้นๆ เท่านั้น

ข้อแตกต่าง

- สิทธิเสรีภาพของประชาชนถูกลดทอนลงไป

สรุปผลการวิจัย

ดังที่รับรู้กันโดยทั่วไปว่ารัฐธรรมนูญนั้นเป็นส่วนสำคัญในการปกครองระบอบประชาธิปไตย อันถือเป็นสัญญาประชาคม เป็นกติกาสูงสุดของการปกครองประเทศ ผู้ที่เป็นตัวแทนต้องมาจากการเลือกตั้งหรือฉันทานุมัติจากประชาชน (บุญทัน

ดอกไชยสง, 2553) ฉะนั้นการมีรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งตามรัฐธรรมนูญจึงถือเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยเพราะเป็นการเปิดกว้างการให้เสรีภาพกับประชาชนทุกหมู่เหล่าในสังคม

จากการทำบทสัมภาษณ์ก็มีประชาชนจำนวนไม่น้อยก็พอรับได้กับรัฐบาลที่มาจากการทำรัฐประหาร แต่ก็ยังอยากให้มีการเลือกตั้งเร็วอยู่ดี

5.2. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อรัฐประหาร ครั้งนี้พบว่าสังคมและประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่ เห็นด้วยกับการทำรัฐประหารครั้งนี้ ซึ่งทัศนคติส่วนใหญ่เป็นไปในทางบวก นั่นคือ การแก้ปัญหาวิกฤติการเมืองในขณะนั้นจากคนเสื้อแดง และกลุ่มกบฏส.ทหารจึงเข้ามาทำการรัฐประหารนำโดย พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา และสุดท้ายท่านก็ได้ดำรงตำแหน่ง นายกรัฐมนตรีเป็นรัฐบาลชั่วคราวบริหารประเทศ ทำให้ประเทศไทยตอนนี้มีความสงบสุขมากขึ้น ยิ่งมีมติจากคณะกรรมการความสงบแห่งชาติ หรือคสช. ต่อนโยบายคืนความสุขให้คนในชาติทำให้ประชาชนผ่อนคลายมากขึ้น พอจะลืมความทุกข์ไปได้บ้าง

แต่ในอีกด้านหนึ่งของสังคม คนส่วนหนึ่งก็ยังอยากให้มีการแก้ไขรัฐธรรมนูญและกลับมาให้มีการเลือกตั้งเร็วไวให้เป็นไปตามวิถีของประชาธิปไตย

5.3. ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อ
รัฐบาลที่มาจากรัฐประหารของท่าน พลเอก ประยุทธ์
จันทร์โอชา ผู้ศึกษาข้อเสนอแนะ

1. สังคมและประชาชนทั่วไปยังไม่ค่อย
เข้าใจความหมายของรัฐประหารมาก
นัก ภาครัฐหรือส่วนที่เกี่ยวข้องของการ
ดำเนินนโยบายควรเข้าไปให้
ความรู้ในเรื่องดังกล่าวอย่างชัดเจน
เพื่อให้มีความเข้าใจไปในทิศทาง
เดียวกัน
2. ต้องช่วยกันหาทางออกของประเทศโดย
ร่วมมือกับประชาชนปฏิบัติตามทำนอง
คลองธรรม มีศีลธรรมร่วมมือกันแก้ไข
รัฐธรรมนูญและจัดให้มีการเลือกตั้ง
โดยเร็วไว

สรุป

จากการศึกษา ทัศนคติของประชาชนต่อรัฐบาล
ที่มาจากรัฐประหารของท่าน พลเอก ประยุทธ์ จันทร์
โอชา ผู้ศึกษาได้ทำการสรุปผลการจากการทำบท
สัมภาษณ์ของประชาชนโดยทั่วไป โดยสรุปแล้วพบว่า
ผู้ตอบบทสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยจากการทำ
รัฐประหารของท่าน พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ใน
ครั้งนี้ โดยถือว่าเป็นทางออกที่เหมาะสมที่สุดแล้วต่อ
สถานการณ์บ้านเมืองที่เป็นอยู่ในขณะนั้น เมื่อกาลเวลา
เปลี่ยนไป ผู้คนและประเทศมีความร่วมสมัยมากขึ้น
ความคิดแบบเก่าๆในการบริหารประเทศเปลี่ยนไปจาก
เดิมยอมรับกฎกติกา ระบอบมากขึ้น โดยขอแค่เพียงว่า
ให้บ้านเมืองเกิดความสงบสุขโดยเร็วจะมีรัฐบาลที่มา
จากรัฐประหารหรือไม่ไม่สำคัญ แต่ทำที่สุจริตประเทศ
ไทยเป็นประเทศที่ปกครองระบอบประชาธิปไตยก็ต้อง
มีรัฐบาลที่มาจากประชาชนโดยประชาชนเป็นผู้เลือก
เข้ามาบริหารประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- [1] บุญทัน ดอกไธสง. (2553). ขอบข่ายรัฐประศาสน
ศาสตร์ยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

ทัศนคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

The Attitude That Affects Learning and Teaching English of Students in Private University, Thanyaburi District, Pathum Thani Province

(¹ณัฏฐพัชร ติม, นิษรา พรสุริวงษ์ยุพากรณ์ ชุสาย³)

¹คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr @northbkk.ac.th

²สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr@northbkk.ac.th

³คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษาสถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี และเพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่มีสถานภาพส่วนตัวแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 379 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ความร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้ 1) เจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุ เกรดรายวิชาภาษาอังกฤษ เกรดเฉลี่ยรวม และคณะที่เรียนแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : เจตคติ การเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษ

Abstract

The Purposes of this research were to study the attitude towards the English learning and teaching of the private educational institute's students in Thanyaburi District Pathum Thani Province, and to compare the attitude towards the English learning and teaching of the private educational institute's students in Thanyaburi District Pathum Thani Province who were differed in gender, age, English grade, average grade, and faculty. The sample were 379 educational institute's students in Thanyaburi District Pathum Thani Province. Collection of data was by questionnaire, Analyzing of data was by frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation t-test, and one-way ANOVA. The results

of this research were that 1) the attitude towards the English learning and teaching of the private educational institute's students in Thanyaburi District Pathum Thani Province were at high level, 2) the attitude towards the English learning and teaching of the private educational institute's students in Thanyaburi District Pathum Thani Province who were differed in gender weren't .05 significantly different, 3) the attitude towards the English learning and teaching of the private educational institute's students in Thanyaburi District Pathum Thani Province who were differed in age, English grade, average grade, and faculty were .05 significantly different.

Keywords : Attitude, English Learning and Teaching

บทนำ

แม้ว่าในหลายประเทศจะมีภาษาที่ใช้เป็นของตนเอง แต่ภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างประเทศโดยมากแล้วจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก เพราะการที่จะเรียนรู้ภาษาทั้งหมดที่มีอยู่ในโลกเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก อีกทั้งมีข้อจำกัดต่างๆอีกหลายประการ ในสังคมโลกมีประเทศต่างๆจำนวนมากและภาษาที่ใช้ในแต่ละประเทศก็แตกต่างกันออกไป การที่จะเรียนรู้ภาษาเหล่านั้นทั้งหมดเพื่อให้สามารถใช้ในการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันจึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยากและเป็นเรื่องที่ไม่สามารถทำได้เลย การมีภาษาสากลจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก

ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นภาษากลางที่ใช้สื่อความหมายไปเกือบทั่วโลก ทั้งในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่จะเข้าถึงแหล่งวิทยาการต่างๆ และค้นคว้าความรู้ใหม่ๆ ซึ่งปัจจุบันมีคนทั่วโลกใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลักในการสื่อสารถึงจำนวน 2,000 ล้านคน หรือ 1 ใน 3 ของประชากรของโลก ทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบอาชีพ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิสัยทัศน์ของชาติอื่นๆ (กาญจนา ชาติตระกูล, 2551 และ Manivanman, 2000) ดังนั้นการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาประเทศจึงจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพของประชากรให้มี

ความรู้ความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ (Visser,P.S.,Holbrook,A.L.&krosnick,J.A., 2008.)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกประเทศที่กำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งในปี 2558 ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (Association of South East Nations:ASEAN) มีการลงนามความร่วมมือเพื่อเปิดเขตการค้าเสรีในภูมิภาค (นุศจี ทวีวงศ์, 2552) และในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 (www.lampangvc.ac.th/lvcasean/page_asean.htm) จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC (Asian Economics Community) ซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในสมาชิกของประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่นกัน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการรวมตัวของกลุ่มประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน ทั้งในเรื่องของอำนาจการต่อรองทางการค้า การนำเข้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในกลุ่มที่ทำได้โดยเสรีและ 2 ปราศจากภาษีซึ่งมีกรณียกเว้นสำหรับสินค้าบางชนิด อีกทั้งในเรื่องของการเคลื่อนย้ายแรงงานใน 8 สาขาวิชาชีพ ซึ่งได้แก่ วิชาชีพที่เกี่ยวกับการรักษาหรือการแพทย์ วิชาชีพเกี่ยวกับทันตกรรม วิชาชีพพยาบาล วิชาชีพด้านวิศวกรรม วิชาชีพเกี่ยวกับกาสำรวจหรือนักสำรวจ วิชาชีพบัญชี และวิชาชีพด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว โดยแรงงานทั้ง 8 สาขาวิชาชีพดังกล่าวสามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานตามความสามารถของ

ตนเองในประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มอาเซียนได้อย่างเสรี การเปิดเขตการค้าเสรี จะทำให้ภาษาอังกฤษมีความสำคัญและความจำเป็นมากยิ่งขึ้น ผู้ที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นภาษาสากลก็จะมีรายได้เปรียบทั้งการแข่งขันในตลาดแรงงานภายในประเทศและออกไปหางานทำในประเทศอื่นที่ค่าตอบแทนสูงกว่า (ขวัญใจ เดชเสน สกกุล, 2555). ซึ่งจะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าและออกนอกประเทศเป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นแรงงานไทยที่เคลื่อนย้ายไปทำงานในต่างประเทศหรือแรงงานที่มีความสามารถจากต่างชาติเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในประเทศไทย โดยแรงงานที่มีความสามารถและใช้ภาษาอังกฤษได้ดีจะมีข้อได้เปรียบและมีโอกาสในการทำงานมากกว่าแรงงานที่มีความสามารถแต่ไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี เพราะการใช้ภาษาอังกฤษได้ดีจะขจัดปัญหาในด้าน การสื่อสารที่ผิดพลาดกับนายจ้างและผู้ร่วมงาน สาหรับการเตรียมความพร้อมต้อนรับการเปิดประชาคมอาเซียนนี้ สิ่งที่สำคัญอย่างมากคือความพร้อมด้านภาษาอังกฤษ ภายหลังจากการเปิดประชาคมจะมีทั้งชาวต่างชาติจากกลุ่มอาเซียนหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ทั้งกลุ่มนักลงทุน นักธุรกิจ บริษัทข้ามชาติ รวมถึงแรงงานมากมายที่ต้องการเข้ามาประกอบอาชีพในประเทศไทย โดยทางประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้กำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางเพื่อความสะดวกในการสื่อสาร ดังนั้นความสามารถด้านภาษาอังกฤษจึงมีสิ่งที่สำคัญอย่างมาก

จากการศึกษาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของ IMD World Competitive Yearbook 2011 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2011) พบว่า ในกลุ่มประเทศอาเซียน สิงคโปร์มีระดับทักษะภาษาอังกฤษสูงสุด รองลงมาคือฟิลิปปินส์และมาเลเซีย ส่วนประเทศไทยยังเป็นรองอินโดนีเซีย ซึ่งสอดคล้องกับการจัดอันดับ

ของ English Proficiency Index (EFI) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ กลุ่มประเทศที่มีทักษะภาษาอังกฤษระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับปานกลาง ระดับต่ำ และระดับต่ำมาก ปรากฏว่า ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีทักษะภาษาอังกฤษใน “ระดับต่ำมาก” โดยประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ต่ำกว่าประเทศอินโดนีเซียและเวียดนาม นอกจากนี้ยังพบว่าทักษะภาษาอังกฤษจากการสอบ TOEFL ของบัณฑิตจากกลุ่มประเทศอาเซียน สิงคโปร์กับฟิลิปปินส์ได้คะแนนเฉลี่ยสูงกว่า 550 คะแนน มาเลเซีย อินโดนีเซีย พม่า เวียดนามและกัมพูชา ได้คะแนนเฉลี่ยสูงกว่า 500 ในขณะที่คะแนนเฉลี่ยของบัณฑิตไทยต่ำกว่า 500 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับบัณฑิตจากประเทศลาว (กิตติ ประเสริฐสุข, 2555) จากข้อมูลดังกล่าวมาแสดงให้เห็นว่านักศึกษาของประเทศไทยยังมีปัญหาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก

เมื่อพิจารณาสภาพการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในประเทศไทย พบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่มีลักษณะเฉื่อยชา ขาดความกระตือรือร้น เนื่องจากมีเจตคติที่ไม่ดีต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ และคุ้นเคยกับการสอนแบบมีผู้คอยป้อนความรู้ให้ผู้เรียนมักจะสนใจทำในสิ่งที่ได้คะแนนดีเท่านั้น และพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้การเรียนรู้เพื่อให้เกิดความสามารถในการใช้ภาษาเป็นไปได้ยากและขาดประสิทธิภาพ จำเป็นต้องได้รับการเปลี่ยนแปลง (อาภาภรณ์ จินดาประเสริฐ, 2540,) เพื่อให้เจตคติที่ไม่ดีต่อการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ในส่วนของครูผู้สอนอาจต้องมีการเปลี่ยนบทบาทจากเป็นผู้สอนผู้นำ ผู้ประเมิน ผู้ควบคุม ผู้จัดการทุกสิ่งทุกอย่างในชั้นเรียนมาเป็นผู้ช่วยเหลือ คอยอำนวยความสะดวกฝึกผู้เรียนให้รู้จักใช้กลวิธีการเรียนแบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และกลวิธีในการเรียนเป็นวิธีการที่ผู้เรียนจัดการกับข้อมูลใหม่ที่พบเพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้ การเก็บรักษา และเลือกเอาข้อมูลเหล่านั้น

กลับมาใช้ กลวิธีในการเรียนเป็นปฏิกริยาเฉพาะอย่าง ที่ผู้เรียนเลือกใช้ในห้องเรียนเพื่อให้เข้าใจ บทเรียนได้ ง่ายขึ้น เร็วขึ้น การเรียนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถถ่ายโอนความรู้ไปสู่สถานการณ์ใหม่ได้มากขึ้น (Oxford, Rebecca L, 1990) จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอน วิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี เป็นอย่างไร และนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่มีสถานภาพส่วนตัวแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเจตคติที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ที่มีสถานภาพส่วนตัวแตกต่างกัน

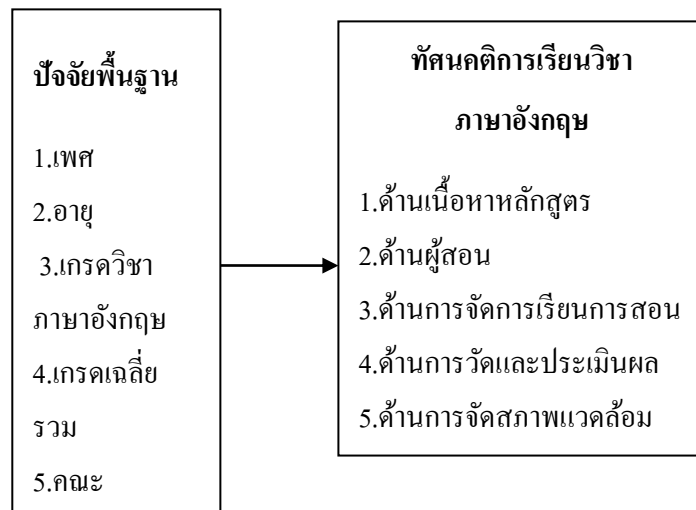
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็น ประโยชน์ สำหรับผู้บริหาร อาจารย์ผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษ และผู้เกี่ยวข้องในการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษในแต่ละด้านและโดยรวม
2. เพื่อจะเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาในการพัฒนา ปรับปรุงและแก้ไขการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพให้มีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษาที่มีปัจจัยพื้นฐาน ต่างกันมีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 7,199 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 379 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวก

1. ตัวแปรต้น

ตัวแปรต้นในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถานภาพส่วนตัว
จำแนกเป็น เพศ เกรดเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษ เกรด
เฉลี่ยรวม และคณะที่เรียน

2. ตัวแปรตาม

ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ คือ เจตคติที่มีต่อการ
เรียนการสอนวิชา

ภาษาอังกฤษ มี 5 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาและหลักสูตร
ด้านผู้สอน ด้านการจัดการเรียน

การสอน ด้านการวัดผลและประเมินผล และด้านการ
จัดสภาพแวดล้อม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย
ครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบบ

มาตราส่วนประมาณค่า

วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นาความรู้ที่ได้จาก 1 มาสร้างแบบสอบถาม
3. นาแบบสอบถามจาก 2 เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อ
แก้ไข
4. นาแบบสอบถามจาก 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหา
ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content
Validity) แล้วนามาหาค่า IOC ได้ค่า IOC = 0.80
5. นาแบบสอบถามจาก 4 มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไป
ทดลองใช้กับนักศึกษา

สถาบันการศึกษาเอกชน ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่ม
ตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 30 คน

6. นาแบบสอบถามจาก 5 มาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไป
หาค่าความเชื่อมั่น

(Reliability) โดยใช้สูตร $\square\square$ - Coefficient ของครอ
นบาค (Cronbach) ได้ค่า $\square\square = 0.97$

7. นาแบบสอบถามที่ได้จากขั้นที่ 6 มาปรับปรุงแก้ไข
และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนิน

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย

ตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การหา

ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน

มาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความ
แปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัย

1. นักศึกษาที่มีทัศนคติต่อการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในอำเภอธัญบุรี
จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการเรียน
วิชาภาษาอังกฤษ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05

3. นักศึกษาที่มี อายุ เกรดวิชาภาษาอังกฤษ เกรดเฉลี่ย
รวมทุกวิชาและคณะที่ศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อ
การเรียนวิชาภาษาอังกฤษแตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การอภิปรายผล

1. จกผลการวิจัยพบว่า เจตคติที่มีต่อการเรียนการสอน
วิชาภาษาอังกฤษ ของนักศึกษาสถาบันการศึกษา
เอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่
ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับและพบว่าทัศนคติของ
นักเรียนที่มีต่อพระสอนศีลธรรมในโรงเรียนโดยพระ
สุรชัย สุรชโย(หงษ์ตระกูล) (2555) ที่ศึกษา ทัศนคติ
ของนักเรียนที่มีต่อการเรียนการสอนของพระสอนศีล
ธรรมในโรงเรียนประถมศึกษา อำเภอเมือง จังหวัด
นนทบุรีภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2) นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีที่มีเพศแตกต่างกัน มีเจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งขัดแย้งกับ ช้าง (Chang, 2007) ที่ศึกษาอิทธิพลของเพศกับการใช้ กลวิธีการเรียนภาษาของนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย ในประเทศไต้หวัน ซึ่งเรียนภาษาอังกฤษเป็น ภาษาต่างประเทศจำนวน 1,758 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามการใช้กลวิธีการเรียน ภาษาอังกฤษของ Oxford (SILL) และพบว่า การใช้ กลวิธีในแต่ละด้านของนักศึกษาไม่มีความแตกต่างกัน นักศึกษามีการใช้กลวิธีการเรียนภาษาโดยรวมอยู่ใน ระดับปานกลาง กลวิธีการเรียนที่นักศึกษาใช้สูงที่สุด คือกลวิธีด้านการทดแทน และกลวิธีการเรียนที่ นักศึกษาใช้ต่ำที่สุด คือกลวิธีด้านอารมณ์ความรู้สึก ยัง พบว่าปัจจัยเรื่องเพศมีอิทธิพลต่อการใช้กลวิธีการ เรียน คือ นักศึกษามีการใช้กลวิธีการเรียนสูงกว่า นักศึกษาเพศชายในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลวิธีด้านการฝึกฝนตนเอง กลวิธีด้านการวางแผนการ เรียน และกลวิธีด้านการช่วยเหลือกันในการเรียน การสอน การถามเมื่อไม่เข้าใจบทเรียน ผลการศึกษา ปรากฏว่านักศึกษาเพศหญิงใช้สูงกว่านักศึกษาเพศ ชายอย่างมีนัยสำคัญ แต่ถึงแม้งานวิจัยชิ้นนี้จะมี ค่าเฉลี่ยโดยรวมของทัศนคติการเรียน วิชา ภาษาอังกฤษของเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย

3) นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนใน อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุ เกรดรายวิชา ภาษาอังกฤษ เกรดเฉลี่ยรวม และคณะที่เรียนแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการเรียน การสอน วิชา ภาษาอังกฤษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับภุชฉินสา มากแก้ว (2549) ที่ ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระ

จอมเกล้าพระนครเหนือเกี่ยวกับการนำ e-learning มา ใช้ในการจัดการเรียนการสอนและพบว่านักศึกษาที่ อยู่ในระดับการศึกษาและคณะที่แตกต่างกัน มี ทัศนคติเกี่ยวกับการนำ e-learning มาใช้ในการจัดการ เรียนการสอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

บทสรุป

จากผลการวิจัย พบว่า1) เจตคติที่มีต่อการเรียน การสอนวิชาภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษา เอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีโดยรวมอยู่ ในระดับมาก 2) นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนใน อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีที่มีเพศแตกต่างกัน มี เจตคติที่มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษไม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) นักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุ เกรดรายวิชาภาษาอังกฤษ เกรดเฉลี่ยรวม และคณะที่เรียนแตกต่างกัน มีเจตคติที่ มีต่อการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ด้านเนื้อหาและหลักสูตร

1.1.1 ควรปรับเนื้อหาให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ได้ในชีวิตประจำวันได้

1.1.2 ควรสอนให้นักศึกษาสามารถนำไปใช้ประกอบ อาชีพได้

1.1.3 ควรปรับเนื้อหาการเรียนให้มีความเหมาะสมกับ ระดับของนักศึกษา

1.2 ด้านผู้สอน

1.2.1 ครูผู้สอนควรเข้าและออกจากห้องเรียนตรงเวลา

1.2.2 ครูผู้สอนควรมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับความเป็นครู

1.2.3 ครูผู้สอนควรเอาใจใส่ต่อนักศึกษาเป็น รายบุคคล

1.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน

1.3.1 ควรเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็น

1.3.2 ควรมีวิธีการสอนหลากหลายและน่าสนใจ

1.3.3 ควรยกตัวอย่างประกอบคำอธิบายที่ง่ายต่อการเข้าใจ

1.4 ด้านการวัดผลและประเมินผล

1.4.1 ควรทดสอบความรู้อย่างสม่ำเสมอ

1.4.2 ควรนำผลการประเมินมาปรับปรุงแก้ไขการเรียนรู้นักศึกษา

1.4.3 ควรแจ้งให้นักศึกษาทราบถึงวิธีการวัดผลและประเมินผล

1.5 ด้านการจัดสภาพแวดล้อมและบรรยากาศการเรียนการสอน

1.5.1 ควรปรับบรรยากาศโดยทั่วไปเอื้อต่อการเรียนการสอน

1.5.2 เอกสาร ตำราในห้องสมุดควรมีปริมาณเพียงพอต่อการสืบค้น

1.5.3 สื่อการเรียนการสอนควรมีความทันสมัยต่อเหตุการณ์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัญหาในการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

2.2 ควรศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของนักศึกษา สถาบันการศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

เอกสารอ้างอิง

[1] กาญจนาชาติตระกูล (2551). การศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษของเจ้าของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, *วารสารวิจัย มสค*, 4(2), : 1 –8.

[2] กิตติ ประเสริฐสุข (2555). คอลัมน์ ASEAN Insight: ทักษะภาษาอังกฤษกับอาเซียน, แหล่งที่มา http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=1124:2012-07-03-13-34-15&catid=29:asean-insight&Itemid=224, เข้าดูเมื่อวันที่ 11/05/2558.

[3] ขวัญใจ เตชเสนสกุล (2555).ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ทักษะที่แรงงานไทยยังต้องพัฒนา, แหล่งที่มา <http://www.thai-aec.com/458>, เข้าดูเมื่อวันที่ 10/05/2558.

[4] นุศจี ทวีวงศ์ (2552). กฎบัตรอาเซียน รัฐธรรมนูญที่ใช้ปกครองกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนจะต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน, แหล่งที่มา <http://www.thaingo.org>, เข้าดูเมื่อวันที่ 10/05/2558.

[5] ภูษณิศ มากแก้ว(2549).ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือเกี่ยวกับการนำ e-learning มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน.วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

[6] พระสุรชัย สุรชโย(หงส์ตระกูล)(2555).ศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการเรียนการสอนของพระสอนศีลธรรมในโรงเรียนประถมศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต.สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย

[7] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา(2011).ศึกษาการเปรียบเทียบสมรรถนะของประเทศไทยกับ

- นานาชาติโดยใช้ดัชนีของสถาบันเพื่อพัฒนาการ
จัดการ หรือ International Institute for
Management Development (IMD)
- [8] อภาภรณ์ จินดาประเสริฐ. (2540). **การพัฒนา
กลวิธีการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ**. ขอนแก่น :
ภาควิชาภาษาต่างประเทศ คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- [9] Chang, G.Y. Liu, S.C., and Lee , Y.N. (2007).
*Student of Language Learning Strategies Used
by college IFL Learners in Tiwan,*
Website:<http://www.edu.tw/gedl> oter
%download/bulletin/20070319/11.pdf , access
on 13/04/2015.
- [10]*Website:*http://www.lampangvc.ac.th/lvcasean/page_asean.htm
- [11] Manivannan, G.(2000). *Importance of the
English Language. Retrieved from*
:http://www.
usingenglish.com/teachers/articles/importance-
english-language.html.
- [12] Oxford, Rebecca L. (1990). **Language
Learning Strategies ; What Every Teachers
Should Know. New York :**
- [13] Visser, P.S., Holbrook, A.L. & Krosnick, J.A. (2008)
knowledge and Attitudes. In Wonsbach &
M.W. Tragott (Ed.s) Handbook of Public
Opinion Research Thousand Oaks, CA : Sage
Publications
- [14] Wannapok, S . 2004. A Study English for
Business and Technology Student' Attitudes

towards the English for Business and
Technology Program at the University of the
Thai Chamber of Commerce. (Independent
Study, University of the Thai Chamber of
Commerce, Bangkok Thailand.

ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี

ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

Attitude and Expectation towards the Auditor Career of the Students in Accountancy program of Thonburi University

ดร.สมชาย เลิศภิมย์สุข¹, ดร.สิงห์ชัย อรุณวุฒิมงคล²

คณะบัญชี/สาขาการบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, soon_ac@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมหาวิทยาลัยธนบุรี มีวัตถุประสงค์การวิจัย สองประการคือ 1. เพื่อทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี 2. เพื่อเปรียบเทียบระหว่าง ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ประชากรได้แก่นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีปีการศึกษา 2558 ที่ยังศึกษาอยู่ทั้ง 4 ชั้นปี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) เก็บข้อมูล ได้ทั้งสิ้น 435 ตัวอย่าง

สถิติพรรณนา วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้วยค่าร้อยละ การวิเคราะห์ ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติสรุปอ้างอิง เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อ ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้วยการใช้การวิเคราะห์ค่าที่แบบอิสระ (Independent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีด้วยการวิเคราะห์ค่าที่แบบไม่เป็นอิสระ (Dependent t-test)

ผลการวิจัยพบว่าผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 95.40) อยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 46.67) เกรดเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.01-2.50 (ร้อยละ 37.93) และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด (ร้อยละ 70.34)

ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามเพศ ภูมิลำเนา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยพบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยระหว่างทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชีในภาพรวมพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยข้อที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดคือในสามลำดับแรกได้แก่ 1. การพัฒนาทักษะในติดต่อสื่อสารทางสื่อสารอื่นๆ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2. ความต้องการเข้ารับฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียน และ 3. ความต้องการเพิ่มความรู้ความสามารถให้แก่ตนเอง เพื่อทำให้ได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้นตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ไม่พบความแตกต่างกัน

ระหว่างทัศนคติและความคาดหวัง ได้แก่ 1. การเข้าใจในความแตกต่างของเชื้อชาติและศาสนาของแต่ละประเทศ และการใช้ชีวิตการทำงานร่วมกัน 2. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมอาเซียนในการที่จะแข่งขันในตลาดแรงงานระดับอาเซียน

คำสำคัญ ทัศนคติ ความคาดหวัง การประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี นักศึกษานิติศาสตร์บัณฑิต

Abstract

This research aims to 1) study the attitude and the expectation towards the auditor career of the student in the accounting field of Thonburi university, 2) compare the attitude and the expectation towards the auditor career of the student in the Accountancy program of Thonburi university. The sample in the study, derived from the Simple Random Sampling technique, are those 435 students studying in the first, second, third, and fourth years of the Faculty of Accounting in 2016 academic year of Thonburi university. Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent t-test, One way ANOVA, and Dependent t-test were used in data analysis.

It is revealed that most respondents are female (95.40%), being the junior (46.67%), the grade point average between 2.01-2.50 (37.93%), and born in the upcountry (70.34%). The study on the attitude and the expectation towards the auditor career of the student in the Accountancy program of Thonburi university based on sex, residence, studying year, and grade point average shows that are not different at the statistically significant level. Holistically, the attitude and the expectation towards the auditor career of the student in the Accountancy program of Thonburi university are different at the statistically significant level. The differences are 1) the communication skill development for the ASEAN Economy Community (AEC), 2) the need to be trained to be knowledgeable on the unity of the ASEAN country members, and 3) the need to be more knowledgeable and skillful to earn the higher income respectively. However, the factors found that make the attitude and the expectation not different are 1) understanding of the racial and religious differences and the ways to live together of each country, 2) preparation on the ASEAN culture knowledge to compete in the ASEAN labor markets.

Keywords: Attitude, Expectation, Auditor Career, Students in Accountancy program

1. บทนำ

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ซึ่งเกิดจากรวมตัวกันของกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในปลายปี พ.ศ. 2558 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ประเทศในกลุ่มอาเซียนมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน เพิ่มอำนาจในการต่อรองกับคู่ค้า และทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีของวัตถุดิบ สินค้าและแรงงานประเทศไทยในฐานะที่เป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกจึง

จำเป็นที่จะต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการแข่งขันที่เปิดกว้างมากขึ้น เมื่อทิศทางในการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) เป็นที่แน่ชัดแล้ว กลุ่มประเทศสมาชิกได้จัดทำแผนการจัดตั้งและแนวทางการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือที่เรียกว่า แบบพิมพ์เขียว (AEC Blueprint) ซึ่งได้กำหนดเป้าหมายหลักในการเปิดเสรีการค้าบริการได้แก่

1. การเปิดเสรีสำหรับการค้าบริการข้ามพรมแดน เว้นแต่มีเหตุผลอันควร (สำหรับ

การให้บริการข้ามพรมแดนและการบริโภคในต่างประเทศ)

2. การเปิดโอกาสให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการมากขึ้น (สำหรับการจัดตั้งธุรกิจ) และ

3. การให้เจรจาเพื่อกำหนดเป้าหมายการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายบุคคลธรรมดา (สำหรับการให้บริการโดยบุคคลธรรมดา) ซึ่งเป้าหมายในข้อนี้ยังอยู่ระหว่างการเจรจาของประเทศสมาชิกโดยประเทศสมาชิกจะได้รับการอำนวยความสะดวกในการประกอบอาชีพมากขึ้น และได้มีการร่างข้อตกลงยอมรับร่วมกัน (Mutual Recognition Arrangement หรือ MRA) ใน 7 สาขาอาชีพบริการ ได้แก่ (1) สาขาวิศวกรรม (2) สาขาสถาปัตยกรรม (3) สาขาทันตแพทย์ (4) สาขาพยาบาล (5) สาขาแพทย์ (6) สาขานักสำรวจ และ (7) สาขาวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วยบริการบัญชี (Accounting Service) และการสอบบัญชี (Auditing Service) (สภาวิชาชีพบัญชีฯ, 2555) สำหรับวิชาชีพบัญชีได้ลงนามในกรอบข้อตกลงร่วมกัน (ASEAN MRA Framework on Accountancy Services) ไปเมื่อปี ค.ศ. 2009 ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการเจรจาในอนาคตเกี่ยวกับด้านการศึกษาใบอนุญาตในการประกอบวิชาชีพ ประสบการณ์ และกระบวนการให้การยอมรับต่อไป จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบบัญชี อันได้แก่ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต (Certified Public Accountant: CPA) ผู้จัดการงานตรวจสอบ (Audit Manager) ผู้ช่วยผู้ตรวจสอบบัญชีอาวุโส (Audit Senior Assistant) และผู้ช่วยผู้สอบบัญชี (Audit Assistant) หรือ เทียบเท่า ก็เป็นอีกกลุ่มอาชีพหนึ่งที่จะได้รับผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี นั่นคือ เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็น AEC ในปี พ.ศ. 2558 ผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีไทยสามารถไปประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศกลุ่มอาเซียนได้อย่างเสรี ในทางกลับกัน ผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีจากประเทศในกลุ่มอาเซียนก็สามารถเข้ามา

ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยได้อย่างเสรีเช่นกัน

ดังนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีไทยจึงจำเป็นต้องปรับตัว และพัฒนาเพื่อให้มีความพร้อมต่อการแข่งขันในภาวะที่จะเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงเพื่อคุณภาพในการทำงานที่ดีขึ้น

ความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจทำให้ประชาชนในอาเซียนมีความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีในปัจจุบัน การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยมุ่งเสริมสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Specialization) เน้นในด้านวิจัยค้นคว้า (Research) และพัฒนาความเป็นนักวิชาการ (Scholarship) ยึดเอาศาสตร์สาขาต่างๆ เป็นโครงสร้างสำคัญของหลักสูตรและการสอน เพื่อให้บัณฑิตที่ผลิตออกมา เป็นผู้ที่มีความรู้ดี และมีคุณธรรม สามารถคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล และสามารถปฏิบัติงานได้ดี จะเห็นได้จากแนวนโยบายที่ปรากฏในแผนพัฒนาสังคมเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 – 2559 ซึ่งให้ความสำคัญในการพัฒนาคน 3 มิติ คือ การพัฒนาคนให้มีคุณธรรม นำความรู้ โดยมุ่งให้เกิดการเสริมสร้างความรู้ตามความเหมาะสมของคนทุกกลุ่มทุกวัย เพื่อให้สามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ก้าวสู่สังคมฐานความรู้ได้อย่างมั่นคง และสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศ เสริมสร้างคนไทยให้มีสุขภาพที่ดีควบคู่กับให้คนไทยอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสันติสุข มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาเด็กและเยาวชนให้มีความพร้อมด้านสติปัญญา อารมณ์และศีลธรรม ภายใต้ระบบการศึกษาที่มุ่งการเรียนรู้ทั้งการปฏิบัติและวิชาการ โดยพัฒนาหลักสูตรทั้งในและนอกระบบให้หลากหลาย สอดคล้องกับพัฒนาการทางสมองที่บูรณาการ เรื่องศีลธรรมพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่จูงใจให้เด็กสนใจและใฝ่รู้ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือและพัฒนาคุณภาพครูให้รู้เท่าทันวิทยาการสมัยใหม่ซึ่งในปัจจุบัน

สถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนต่างได้มุ่งดำเนินการพัฒนาสถาบันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของประเทศสถาบันอุดมศึกษาไม่ว่าจะอยู่ภายใต้สังกัดใดและอยู่ในกลุ่มสถาบันใด ต่างก็มีเป้าหมายเดียวกันคือการมุ่งผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการกำลังคนของประเทศในปัจจุบันคุณภาพบัณฑิตซึ่งเป็นผลผลิตของสถาบันอุดมศึกษาของประเทศไทยวัดได้ 3 มิติ ประกอบด้วย 1) คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (กรอบคุณวุฒิไทยอุดมศึกษา; TQF: HEd) 2) คุณภาพบัณฑิตตามมาตรฐานการอุดมศึกษาและ 3) คุณภาพบัณฑิตตามตัวบ่งชี้คุณภาพบัณฑิตของหน่วยงานต้นสังกัดและองค์กรประเมินประกอบด้วยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) (สมศ.) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ส่วนคุณภาพบัณฑิตตามมุมมองของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน (สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: ASEAN) และประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: AEC)

การรวมตัวของประเทศสมาชิกในอาเซียน 10 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชาจะรวมกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) และจะมีประชากรรวมกันประมาณ 590 ล้านคน (ASEAN 2010) หลังจากการรวมตัวเป็นประชาคมแล้ว อาเซียนจะกลายเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว (ตลาดเดียวและการผลิตฐาน) และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานมีฝีมือระหว่างกันอย่างเสรี ซึ่งการผลิตและพัฒนาบัณฑิตสู่ตลาดแรงงานของประเทศไทย

ต้องคำนึงถึงตลาดใน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วย (ชินวรณ์ บุญยเกียรติ, 2553)

ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพบัณฑิตนอกจากจะตอบสนองต่อคุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติมาตรฐานการอุดมศึกษา และตัวบ่งชี้คุณภาพบัณฑิตของหน่วยงานต้นสังกัดและองค์กรประเมินแล้ว ยังจะต้องผลิตและพัฒนาบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของไทยตลอดจนแรงงานในสาขาวิชาชีพต่างๆ ที่จะต้องพัฒนาให้เท่าเทียมนานาประเทศ สาขาวิชาชีพเหล่านี้เป็นสาขาวิชาชีพของไทยที่มีความพร้อมสูง มีสมาคมและการรวมตัวที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ประจักษ์ และเป็นสมาคมที่ประชาคมอาเซียนได้ยกมาเป็นกลุ่มแรกของไทยที่จะมีการวางกฎเกณฑ์ข้อบังคับต่างๆ หากจะมีคนในประเทศสมาชิกเข้ามาทำงานในกลุ่มวิชาชีพทั้งเจ็ดนี้ในไทย แต่ในทางกลับกันหากคนไทยที่ทำงานในกลุ่มวิชาชีพเหล่านี้ยังไม่พร้อมในการปรับตัว ปัญหาที่จะตกมาสู่พวกเขาเช่นกัน ในประเด็นนี้ข้อสรุปก็คือ การเปิดให้ผู้ประกอบอาชีพที่มีคุณสมบัติตามที่คณะกรรมการประสานงานวิชาชีพสาขาต่างๆ ทั้ง 7 สาขา (ASEAN ร่วมคณะกรรมการประสานงาน) และหน่วยงานที่กำกับดูแลวิชาชีพ หรือองค์กรระดับประเทศสมาชิกต่างๆ หรือสภา วิชาชีพ (มีอาชีพ Regulatory Authority) หรือกระทรวง / องค์กรที่เกี่ยวข้องของประเทศสมาชิก ขึ้นทะเบียนหรือออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบวิชาชีพชาวต่างชาติเข้ามาประกอบวิชาชีพในประเทศอาเซียนได้โดยต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบภายในประเทศนั้นๆ ในทำนองกลับกันหากคนไทยที่ประกอบวิชาชีพเหล่านี้ ก็สามารถที่จะไปทำงานยังประเทศอื่นที่มีค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าได้เช่นกัน ไม่ว่าจะ

จะเป็นผู้ประกอบการไทย หรือแรงงานไทยก็จะมีโอกาสออกไปลงทุนหรือทำงานในต่างประเทศมากขึ้น และได้รับค่าตอบแทนที่สูงจาก เดิม (จุฬา เทียนไทย 2555)

ทั้งนี้สภาวิชาชีพบัญชีเองก็ได้จัดตั้ง “คณะอนุกรรมการการศึกษาและติดตามผลกระทบของ AEC ต่อวิชาชีพบัญชี” ขึ้นเพื่อศึกษาผลกระทบจากเรื่องดังกล่าว และจะนำผลการศึกษาที่ได้เผยแพร่แก่สมาชิกทราบให้ทั่วถึง รวมทั้งเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ในการเจรจา อีกทั้งเสนอผลการศึกษาต่อสภาวิชาชีพบัญชีเพื่อออกกฎระเบียบ เพื่อเป็นการรองรับการเปิดเสรีที่จะมีขึ้นในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า (สภาวิชาชีพบัญชี 2553)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญและสนใจที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ผลจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้ประเทศต่างๆ ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับกับการเปิดเสรีการค้า ประเทศไทยในฐานะที่เป็นสมาชิกในกลุ่มอาเซียนก็ ต้องมีการปรับตัวเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 8 สาขาวิชาชีพซึ่งวิชาชีพบัญชีเป็น 1 ใน 8 วิชาชีพ ทางผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษา ทักษะและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี รวมไปถึงความคาดหวังที่จะประกอบอาชีพหลังสำเร็จการศึกษาในสายวิชาชีพบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

2. เปรียบเทียบระหว่าง ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีไม่ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษางานที่เกี่ยวกับความพร้อมของนักบัญชี ตามแนวคิดของ Barrow, & Milburn (1990) และนฤตพงษ์ ไชยวงศ์ (2540) ซึ่งกำหนดองค์ประกอบของความพร้อมไว้ 3 ประการคือความพร้อมด้านวุฒิภาวะ การได้รับการอบรมและเตรียมตัว และความสนใจหรือแรงจูงใจ โดยองค์ประกอบของความพร้อมสามารถแบ่งออกได้เป็นออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) องค์ประกอบทางกายภาพ ได้แก่ การบรรลุวุฒิภาวะ ด้านร่างกายทั่วไป 2) องค์ประกอบด้านสติปัญญา ได้แก่ ความพร้อมด้านความสามารถในการรับรู้ความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผล 3) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ประสบการณ์ด้านสังคมสภาพแวดล้อมรอบ ตัว 4) องค์ประกอบด้านอารมณ์แรงจูงใจและบุคลิกภาพ

งานที่เกี่ยวกับ ความรู้ความสามารถของนักบัญชี ตามแนวคิดของ ศศิวิมล ศรีเจริญจิตร (2548) ชนัญญา สินชื่อ (2548) สรุปได้ว่าความรู้ความสามารถ หมายถึง ความรู้ความสามารถความเข้าใจความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์เป็นพิเศษในสาขาทางด้านบัญชีโดยสามารถตอบสนององวิชาการใหม่ ๆ ในด้านการรายงานและให้ข้อสนเทศต่างๆ แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความสามารถของนักบัญชีได้ยึดแนวทางปฏิบัติของ IASC (International Accounting Standards

Committee) และ IFAC (International Federation of Accountants) ที่ได้กล่าวไว้เป็นแนวทางการศึกษา

ในขณะที่วิชาชีพบัญชีระหว่างประเทศ (International Education Standards = IES) ได้กำหนดว่าความรู้ความสามารถของนักบัญชีต้องประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ (ชัชวรินทร์ วีระสวณวิชัย, 2548) ดังนี้

2.1 ความรู้ความสามารถในวิชาชีพ (Knowledge) ซึ่งแบ่งออกความรู้เป็น 4 ประเภทดังนี้

2.1.1 ความรู้ทั่วไปประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับ สังคม เศรษฐกิจการเมืองและการปกครอง

2.1.2 ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ความรู้เกี่ยวกับ เศรษฐกิจ ธุรกิจและการจัดการเช่นเศรษฐศาสตร์ การเงินการตลาดการบริหารการวิเคราะห์เชิง ปริมาณ และสถิติ

2.1.3 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ การสร้าง จัดเก็บและรับส่งสารสนเทศต่างๆ

2.1.4 ความรู้เกี่ยวกับการบัญชีและเรื่อง ที่เกี่ยวข้องเช่นกฎหมายบัญชีกฎหมายธุรกิจภาษีอากร และจรรยาบรรณวิชาชีพ

2.2 ทักษะทางวิชาชีพ (Skills) ประกอบด้วย ทักษะ 5 ประการดังนี้

2.2.1 ทักษะการเรียนรู้อย่างชาญฉลาด ซึ่ง ประกอบด้วยความสามารถที่จะระบุได้ สามารถ จัดระบบและเข้าใจสารสนเทศจากผู้คนสิ่งพิมพ์และ แหล่งข้อมูลต่างๆ

2.2.2 ทักษะด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ ประกอบด้วย ทักษะสำหรับศาสตร์การบัญชีและทักษะ ทั่วไปซึ่งประกอบด้วยการคำนวณการจำลองการ ตัดสินใจ

2.2.3 ทักษะด้านบุคคลเกี่ยวข้องกับทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วยความสามารถในการ คิดริเริ่มการมีอิทธิพล การเรียนรู้ที่เลือกใช้ทรัพยากรที่ มีอยู่จำกัด

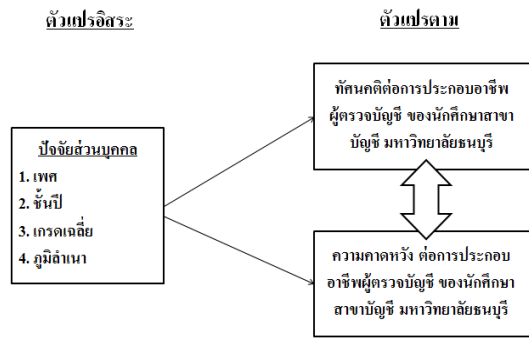
2.2.4 ทักษะด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การรับและถ่ายทอดสารสนเทศ การมีคุณพินิจและการตัดสินใจอย่าง มีประสิทธิภาพ

2.2.5 ทักษะด้านองค์กร และ ทักษะ ผู้บริหารธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนเชิงกลยุทธ์

2.3 คุณค่าแห่งวิชาชีพ (Professional values) ได้แก่ การปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรมที่เที่ยงธรรม ซื่อสัตย์สุจริตสำนึกถึงความรับผิดชอบทางสังคมยึด มั่นประโยชน์ของสาธารณชนเป็นอิสระและตั้งใจที่จะ พัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องเป็นต้น

2.4 จรรยาบรรณ (Ethics) ของผู้ประกอบ วิชาชีพบัญชีตามที่พระราชบัญญัติวิชาชีพ พ.ศ. 2547 โดยสภาวิชาชีพบัญชีจัดทำจรรยาบรรณของผู้ประกอบ วิชาชีพบัญชีใน เรื่องดังต่อไปนี้ 1) ความโปร่งใสความ เป็นอิสระความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์ สุจริต 2) ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน 3) ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการและการรักษา ความลับ 4) ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นผู้เป็นหุ้นส่วน หรือ บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ปฏิบัติหน้าที่ให้”

2.5 ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง ท่าที ความรู้สึกของคนเป็นอำนาจหรือแรงขับภายในจิตใจ มนุษย์ ที่พร้อมจะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งทัศนคติของ บุคคลประกอบขึ้นจาก 3 ส่วนคือความรู้สึกความรู้และ พฤติกรรม กล่าวคือ ทัศนคติเป็นเงื่อนไขภายในตัว บุคคลที่มีส่วนในการกำหนดการแสดงออก ทิศทาง ของพฤติกรรมและมีส่วนในการกำหนดการรับรู้ ทัศนคติที่ดีของนักบัญชีจึงจะนำไปให้เกิดการปฏิบัติ หน้าที่ได้อย่างสุจริตและเหมาะสม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีปีการศึกษา 2558 ที่ยังศึกษาอยู่ทั้ง 4 ชั้นปี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) เก็บข้อมูลได้ทั้งสิ้น 435 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ราย แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้ตอบวิจัย ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำนวนอย่างละ 15 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนา วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลด้วย ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้ตอบวิจัย ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสรุปอ้างอิง เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อ ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้ตอบวิจัย ของ

นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้วยการวิเคราะห์ค่าทีแบบอิสระ (Independent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way ANOVA)

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้ตอบวิจัย ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี ด้วยการวิเคราะห์ค่าทีแบบไม่เป็นอิสระ (Dependent t-test)

4. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	20	4.60
	หญิง	415	95.40
ชั้นปี	ชั้นปีที่ 1	60	13.79
	ชั้นปีที่ 2	30	6.90
	ชั้นปีที่ 3	203	46.67
	ชั้นปีที่ 4	142	32.64
	ตัวแปร	ความถี่	ร้อยละ
เกรดเฉลี่ย	ต่ำกว่า 2.00	78	17.93
	2.01-2.50	165	37.93
	2.51-3.00	108	24.83
	3.00 ขึ้นไป	84	19.31
ภูมิภาค	กรุงเทพ		
	ปริมณฑล	129	29.66
	ต่างจังหวัด	306	70.34

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 95.40) อยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 46.67) เกรดเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.01-2.50 (ร้อยละ 37.93) และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด (ร้อยละ 70.34)

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติและความคาดหวัง

ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ภูมิลำเนา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพศ	N	Mean	SD.	t	sig				
ทัศนคติ ชาย	20	3.25	0.85	0.36	0.73	ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี			
หญิง	415	3.21	0.89						
คาดหวัง ชาย	20	3.38	0.71	-0.75	0.45				
หญิง	415	3.44	0.73						

ภูมิลำเนา	N	Mean	SD	t	sig	ATT	EXP	t	sig						
ทัศนคติ กรุงเทพฯ	129	3.27	0.88	0.65	0.51	1. ความต้องการเข้ารับการศึกษาต่อเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษมากขึ้น	3.17	3.37	-2.92	0.00					
ต่างจังหวัด	306	3.21	0.88												
คาดหวัง กรุงเทพฯ	129	3.40	0.75	-0.42	0.67						2. ความต้องการเพิ่มความรู้ความสามารถให้แก่ตนเอง เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้น	3.15	3.61	-7.15	0.00
ต่างจังหวัด	306	3.43	0.72												

ชั้นปี	N	Mean	SD.	F	sig						
ทัศนคติ ชั้นปีที่ 1	60	3.17	0.96	1.55	0.20	3.10	3.62	-8.06	0.00		
ชั้นปีที่ 2	30	3.18	0.92								
ชั้นปีที่ 3	203	3.39	0.75								
ชั้นปีที่ 4	142	3.17	0.81								
คาดหวัง ชั้นปีที่ 1	60	3.50	0.76	1.89	0.10	3.13	3.71	-9.37	0.00		
ชั้นปีที่ 2	30	3.40	0.76								
ชั้นปีที่ 3	203	3.45	0.62								
ชั้นปีที่ 4	142	3.26	0.73								

เกรดเฉลี่ย	N	Mean	SD.	F	Sig						
ทัศนคติ ต่ำกว่า 2.00	78	3.24	0.87	0.28	0.84	3.17	3.40	-2.99	0.00		
2.01-2.50	165	3.26	0.88								
2.51-3.00	108	3.21	0.86								
3.00 ขึ้นไป	84	3.15	0.92								
คาดหวัง ต่ำกว่า 2.00	78	3.40	0.71	0.26	0.85	3.29	3.49	-2.71	0.01		
2.01-2.50	165	3.42	0.69								
2.51-3.00	108	3.47	0.73								
3.00 ขึ้นไป	84	3.38	0.81								

ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติและความคาดหวังต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชา การบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามเพศ	ATT	EXP	t	sig
9. การพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพบัญชี	3.17	3.36	-2.96	0.00

10. การเข้าใจในความแตกต่างของเชื้อชาติและศาสนาของแต่ละประเทศ และการใช้ชีวิตการทำงานร่วมกัน	3.42	3.50	-1.08	0.28
11. การเข้าใจในสิทธิมนุษยชนของแต่ละประเทศ	3.29	3.51	-3.41	0.00
12. การเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวกับความแตกต่างของค่าครองชีพของแต่ละประเทศ	3.17	3.31	-2.12	0.03
13. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมอาเซียนในการที่จะแข่งขันในตลาดแรงงานระดับอาเซียน	3.15	3.23	-1.07	0.28
14. การปรับตัวเพื่อเข้ากับการเก็บภาษีในระดับสากล	3.24	3.42	-2.87	0.00
15. การเตรียมความพร้อมที่จะเข้าแข่งขันในตลาดแรงงานระดับอาเซียน	3.10	3.48	-5.84	0.00
รวม	3.22	3.42	-3.51	0.00

ผลการวิจัยระหว่างทัศนคติและความคาดหวังต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชีในภาพรวมพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยข้อที่มีความแตกต่างกันมากที่สุด ในสามลำดับแรกได้แก่ 1. การพัฒนาทักษะในติดต่อสื่อสารทางสื่อสารอื่นๆ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2. ความต้องการเข้ารับฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียน และ 3. ความต้องการเพิ่มความรู้ความสามารถให้แก่ตนเอง เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้นตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ไม่พบความแตกต่างกันระหว่างทัศนคติและความคาดหวังได้แก่ 1. การเข้าใจในความแตกต่างของเชื้อ

ชาติและศาสนาของแต่ละประเทศ และการใช้ชีวิตการทำงานร่วมกัน 2. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับความรู้ด้านวัฒนธรรมอาเซียน ในการที่จะแข่งขันในตลาดแรงงานระดับอาเซียน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติและความคาดหวังต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามเพศ ภูมิภาค และเกรดเฉลี่ยพบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สมใจ กงเดิม (2556) ซึ่งศึกษาเรื่องการศึกษาความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าความพร้อมด้านเจตคติอยู่ในระดับมากผลการทดสอบความแตกต่างของนักศึกษาแต่ละคณะมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยระหว่างทัศนคติและความคาดหวังต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชีในภาพรวมพบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจะซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวไลยลักษณ์ สุวรรณวลัยกร และมนวิกา ผดุงสิทธิ์ (2556) ซึ่งศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพร้อมของวิชาชีพสอบบัญชีไทยในการแข่งขันประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผลการศึกษาพบคุณสมบัติด้าน ความรู้ความสามารถที่ผู้บังคับบัญชาของผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชีเห็นว่าสำคัญที่สุดคือ ด้านภาษาด้านความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชี และความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน ผลการศึกษาที่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับสถาบันสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรสำหรับการเตรียมความพร้อมในวิชาชีพบัญชีของบัณฑิตและยกระดับมาตรฐานการศึกษาด้านบัญชี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

ทัศนคติและความคาดหวัง ต่อการประกอบอาชีพผู้สอบบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี จำแนกตามเพศ ภูมิภาค และเกรดเฉลี่ยพบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลไม่ได้สร้างความแตกต่างต่อทัศนคติและความคาดหวังในการประกอบอาชีพ สิ่งที่ควรสนใจสำหรับการจัดการศึกษาได้แก่ ความแตกต่างระหว่างทัศนคติและความคาดหวัง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความคาดหวังที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ในด้าน 1. การพัฒนาทักษะในติดต่อสื่อสารทางสื่อสารอื่นๆ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารระหว่างคนในชาติต่าง ๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเด็นที่ 2. ได้แก่ ความต้องการเข้ารับฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน และทำงานร่วมกัน ประการที่ 3. ความต้องการเพิ่มความรู้ความสามารถให้แก่ตนเอง เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนสูงขึ้นตามลำดับ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรจะมีการเตรียมการเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีให้มีมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาในเชิงปริมาณเป็นหลัก หากมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อเสริมผลการวิจัยที่ได้และมีการอภิปรายผลในเชิงบูรณาการเป็นการวิจัยแบบผสม ก็จะทำให้ผลการวิจัยครอบคลุมครบทุกมิติมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาดังกล่าวมุ่งเน้นไปยังนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรีเท่านั้น การศึกษายังอาจไม่ครอบคลุมไปยังนักศึกษาคณะอื่น ๆ ซึ่งอาจจะมีความต้องการพัฒนาในมิติด้านอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป

6. เอกสารอ้างอิง

- จุกา เทียนไทย. (2555). มุมมองด้านการจัดการ: การเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารคุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 2 (1), 1-5
- ชนัญญา ลินชื่อ.(2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถ ด้านการบัญชี ด้านการสอบบัญชี ด้านกฎหมาย และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับคุณภาพการสอบบัญชี*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ชัยรินทร์ วีระสถาณิชย์. (2548). *International Education Standards (IES). สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย*, 1 (4), 1.
- ชินวรรณ บุญเกียรติ. (2553). *นโยบายการพัฒนาการศึกษาของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ*. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558 ,จาก <http://www.moe.go.th/Moe/อัพโหลด/news20/FileUpload/21432-6446.pdf>
- นฤตพงศ์ ไชยวงศ์. (2540). *ความพร้อมในการจัดป้าชุมชน ศึกษากรณีคณะกรรมการหมู่บ้านอำเภอปัวจังหวัดน่าน*. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต . มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วลัยลักษณ์ สุวรรณวลัยกร และมนวิกา ผดุงสิทธิ์. (2556). *ความคาดหวังและความพร้อมของวิชาชีพสอบบัญชีไทยในการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 9 (25), 35-49.
- ศศิวิมล ศรีเจริญจิตต์. (2548). *ทฤษฎีการบัญชี* กรุงเทพฯ: อินโฟลิรันนิง.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2555).

มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ
สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี
ฉบับที่ 8 เรื่องข้อกำหนดด้านสมรรถนะ
สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี.
กรุงเทพฯ.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์.. (2553).
ความคิดเห็นของสมาพันธ์สภาวิชาชีพ
เรื่องการเจรจาเปิดเสรีด้านการค้าบริการ.
ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2558, จาก <http://www.fap.or.th/ไฟล์/จริยธรรม/003.pdf>

สมใจ กงเดิม.(2556). การศึกษาความพร้อมใน
การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
(รายงานการวิจัย).เพชรบูรณ์:
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

Barrow, R., & Milburn, G. (1990). *A critical dictionary of educational concepts : An appraisal of selected ideas and issues in educational theory and practice*. New York : Harvester Wheatsheaf.

เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของ รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

New Technique for Calculating Integral Side Length of Right Triangles

อรุทัย วงศ์ทาเครือ¹

สาขาการสอนคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, โรงเรียนแม่เมาะวิทยา จ.ลำปาง,
milo-092@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเทคนิคและสร้างเทคนิคใหม่ พร้อมทั้งสร้างแบบเรียนสำหรับคำนวณหาความยาวด้านที่ 3 ที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากเมื่อกำหนดความยาวของด้านสองด้านมาให้ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทำวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 โรงเรียนแม่เมาะวิทยา อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง จำนวน 22 คน เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย ประกอบด้วย เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาความยาวด้านที่ 3 ที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากเมื่อกำหนดความยาวของด้านสองด้านมาให้ แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 9 ชั่วโมง แบบฝึกทักษะ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ แบบทดสอบย่อย และแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าทดสอบที ค่าดัชนีประสิทธิผลทางการเรียน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีพรรณนาวิเคราะห์

จากการวิจัย ได้เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาความยาวด้านที่ 3 ที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากเมื่อกำหนดความยาวของด้านสองด้านมาให้ ซึ่งเทคนิคใหม่ที่ได้นี้นั้นเหมาะสำหรับการหาความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากที่มีค่ามาก ๆ และเมื่อนักเรียนเรียนด้วยเทคนิคใหม่นี้ นักเรียนมีการพัฒนาขึ้นจากก่อนเรียน โดยคะแนนทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อการเรียนอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ทฤษฎีบทพีทาโกรัส สามเหลี่ยมมุมฉาก ความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็ม

Abstract

The objective of this research was to investigate and develop new technique for calculating the length of the integral third side of right triangles, given the length of the other two sides. Also, the course book was created in order to help enhancing students' comprehension. The research used

the group of 22 students from Maemoh Wittaya School semester 2, 2015. The tools in this work were composed of new technique for calculating the length of the integral third side of right triangles; given the length of other two sides, a plan for 9 hour learning, competency practice exercises, a mathematical achievement examination, minor tests for evaluating students' understanding and a form of questionnaire to evaluate students' satisfaction toward the instructional activities. The quantitative data were analyzed in terms of percentage, mean, standard deviation, t-test, Effectiveness Index and the qualitative ones were analyzed in descriptive analysis form.

According to the research, the new technique was introduced for calculating the length of the integral third side of right triangles, given the length of other two sides. It would be more useful if the value of each side is a large number. The result of the achievement examination showed that the students' scores were increased at .05 statistically significant level and the result for the students satisfaction on the instructional activities revealed that the students' satisfaction level were at high level.

Keywords : Pythagorus's theorem, right triangles, integral side length

1. บทนำ

ทฤษฎีบทพีทาโกรัส กล่าวว่า “สำหรับรูปสามเหลี่ยมมุมฉากใด ๆ กำลังสองของความยาวของด้านตรงข้ามมุมฉาก เท่ากับผลบวกของกำลังสองของความยาวของด้านประกอบมุมฉาก” ซึ่งทฤษฎีนี้มีประโยชน์ในการหาความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก โดยถ้าทราบความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากจำนวนสองด้านก็จะสามารถหาความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากด้านที่สามได้โดยการนำความยาวด้านยกกำลังสองและใช้ความรู้เรื่องทฤษฎีบทพีทาโกรัสมาช่วยซึ่งเป็นเรื่องที่มีประโยชน์และเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของนักเรียน

ในการเรียนการสอนของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ของโรงเรียนแม่เมาะวิทยา อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง จะเรียนเนื้อหาเกี่ยวกับ เรื่อง ทฤษฎีบทพีทาโกรัส ซึ่งในเนื้อหาและการจัดการเรียนการสอนเรื่องทฤษฎีบทพีทาโกรัสนั้นมีความชัดเจนและง่ายต่อการเรียนของนักเรียน แต่ปัญหาที่พบในขณะที่จัดการเรียนการสอน คือ นักเรียนคูณเลขยกกำลังสองผิด คูณไม่ค่อยถูกต้อง และถ้าหาความยาวด้านก็จะคำนวณหาเลขไม่พบ จึงเกิดเป็นปัญหาที่ผู้วิจัย

เกิดความสงสัยว่าจะมีวิธีการหรือเทคนิคไหนที่จะช่วยให้ นักเรียนสามารถหาความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากที่ง่ายและสนุกในการทำเกี่ยวกับทฤษฎีบทพีทาโกรัส จึงเกิดเป็นงานวิจัยเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหานี้ โดยการหาเทคนิคใหม่ที่จะสามารถทำให้นักเรียนเกิดความสนุกและรู้จักคิดสร้างสรรค์อีกทั้งยังสนุกกับตัวเลข

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงคิดเทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก เพื่อแก้ปัญหาคำถามการเรียนการสอนที่เกิดขึ้น และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการเรียนการสอน โดยเทคนิคใหม่นี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากเป็นตัวเลขที่มาก ซึ่งจะช่วยให้การคำนวณง่ายขึ้นและมีความสนุกกับตัวเลข และงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ต้องการแสดงให้เห็นว่าคณิตศาสตร์ก็สามารถหาเทคนิคต่างๆ มาปรับใช้ในเนื้อหาต่างๆ ได้ โดยที่นักเรียนต้องมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อคิดหาเทคนิคใหม่ๆ มาปรับใช้ใน การเรียนของนักเรียน เพื่อให้เกิดความสนุกใน การเรียนวิชาคณิตศาสตร์มากยิ่งขึ้นไปอีก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาเทคนิคในการคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก
2. สร้างเทคนิคใหม่ในการคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก
3. สร้างแบบเรียนเทคนิคใหม่ในการคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

ขอบเขตของการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 โรงเรียนแม่เมาะวิทยา อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 35 นักเรียนที่สอนเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/5 – 2/7 จำนวนทั้งหมด 77 คน จากนั้นคัดเลือกนักเรียนที่มีความสามารถทางคณิตศาสตร์จำนวน 22 คน ได้ดังนี้ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/5 จำนวน 6 คน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/6 จำนวน 9 คน และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2/7 จำนวน 7 คน

2. เนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาและสร้างเทคนิคใหม่ในการคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก จากนั้นจัดการเรียนการสอนโดยจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้และแบบฝึกทักษะในเรื่องการคำนวณหาค่าความยาวด้าน

ที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากโดยอ้างอิงจากเนื้อหาเรื่องทฤษฎีบทพีทาโกรัส รายวิชาคณิตศาสตร์ 4 (ค22102) ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และทำการทดสอบหลังเรียนในแต่ละเนื้อหา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

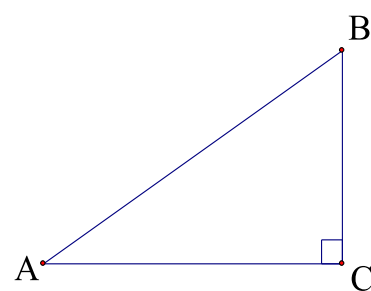
1. สามารถคำนวณหาค่าความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากได้
2. สามารถคำนวณหาค่าความยาวด้านของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากที่มีค่ามากๆ ได้
3. เทคนิควิธีดังกล่าวสามารถนำไปใช้ได้จริงในการจัดการเรียนการสอน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บทนิยามและทฤษฎีบทพื้นฐาน

สมบัติของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

พิจารณารูปสามเหลี่ยมมุมฉาก ABC ที่มี \widehat{ABC} เป็นมุมฉาก



เรียก \overline{AB} ว่าด้านตรงข้ามมุมฉาก

เรียก \overline{AC} และ \overline{BC} ว่าด้านประกอบมุมฉาก

ให้สังเกตว่า ด้านตรงข้ามมุมฉากเป็นด้านที่ยาวที่สุด

ทฤษฎีบทพีทาโกรัส

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) ได้ให้นิยามของทฤษฎีบทพีทาโกรัส ไว้ว่า สำหรับรูปสามเหลี่ยมมุมฉากใด ๆ กำลังสองของความยาวของด้านตรงข้ามมุมฉาก เท่ากับผลบวกของกำลังสองของความยาวของด้านประกอบมุมฉาก

ตัวประกอบเฉพาะ

ทฤษฎีบท หลักการมีตัวประกอบชุดเดียว

จำนวนเต็ม n ที่มากกว่า 1 สามารถแยกตัวประกอบเฉพาะดังต่อไปนี้ได้รูปแบบเดียว

$$n = p_1^{c_1} \cdot p_2^{c_2} \cdot p_3^{c_3} \cdot \dots \cdot p_k^{c_k}$$

ซึ่ง $p_1 < p_2 < p_3 < \dots < p_k$ ทุกตัวเป็นจำนวนเฉพาะ

การแยกตัวประกอบ

บทนิยาม การแยกตัวประกอบของพหุนาม หมายถึง การเขียนพหุนามให้อยู่ในรูปผลคูณของพหุนามที่มีดีกรีต่ำกว่า

1. การแยกตัวประกอบของพหุนามดีกรีสอง โดยใช้สมบัติการแจกแจง

สมบัติการแจกแจง

ถ้า a, b, c เป็นจำนวนจริงใด ๆ แล้ว $a \times (b + c) = (a \times b) + (a \times c)$

2. การแยกตัวประกอบของพหุนามดีกรีสอง ในรูป $ax^2 + bx + c$ เมื่อ $a = 1, c \neq 0$

ดังนั้นจะอยู่ในรูป $x^2 + bx + c$ การแยกตัวประกอบสามารถทำได้ดังนี้

$$\text{หาจำนวนที่ } m \times n = c$$

$$\text{และ } m + n = b$$

ดังนั้น ตัวประกอบของ $x^2 + bx + c = (x + m)(x + n)$

3. การแยกตัวประกอบของพหุนามดีกรีสองที่เป็นผลต่างกำลังสอง

พหุนามดีกรีสองที่อยู่ในรูปผลต่างกำลังสอง จะสามารถแยกตัวประกอบได้ตามสูตรต่อไปนี้

$$A^2 - B^2 = (A - B)(A + B)$$

2.2 เทคนิคการสอน

ทิสนา แคมมณี (2551, หน้า 386) ได้ให้ความหมายของเทคนิคการสอน ไว้ว่า เทคนิคการสอน หมายถึง กลวิธีต่าง ๆ ที่ใช้เสริมกระบวนการสอน ขั้นตอนการสอน หรือการกระทำต่าง ๆ ในการสอนให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

ดังนั้น จากความหมาย และนิยามดังกล่าวข้างต้น จึงสรุปได้ว่า

วิธีการสอน จะเป็นขั้นตอนการสอนที่ทำให้ผู้เรียนบรรลุวัตถุประสงค์

เทคนิคการสอน เป็นวิธีการเสริมที่จะช่วยให้วิธีการสอนเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 แผนการจัดการเรียนรู้

มนสิช สิทธิสมบูรณ์ (2552, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของแผนการจัดการเรียนรู้ไว้ว่า แผนการจัดการเรียนรู้ คือ แผนงานหรือโครงการที่จัดทำเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อใช้ในการปฏิบัติการสอนในรายวิชาใดวิชาหนึ่ง เป็นการเตรียมการสอนอย่างเป็นระบบ และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ครูพัฒนาการจัดการเรียนการสอนไปสู่จุดประสงค์การเรียนรู้และจุดมุ่งหมายของหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แผนการจัดการเรียนรู้ ก็คือ แผนการสอนที่ครู

เตรียมการจัดการเรียนรู้ไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบให้ตรงกับหลักสูตรวิชา และสาระการเรียนรู้ มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อที่จะให้ครูผู้สอนสามารถนำไปจัดการเรียนการสอนให้แก่นักเรียนตามวิชา อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการสอน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ครูพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของตัวเองไปสู่จุดประสงค์การเรียนรู้และจุดมุ่งหมายของหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 แบบฝึกทักษะ

ประภาพร ถิ่นอ่อน (2553, หน้า 29) ได้ให้ความหมายของแบบฝึกทักษะ ไว้ว่า แบบฝึกทักษะ หมายถึง สื่อการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติด้วยตนเอง จนเกิดความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขึ้น โดยที่กิจกรรมที่ได้ปฏิบัติในแบบฝึกนั้นจะคลอบคลุมเนื้อหาที่เรียนไปแล้ว ทำให้นักเรียนมีความรู้และทักษะเพิ่มมากขึ้น

จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แบบฝึกทักษะ เป็นสื่อการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักเรียนได้ฝึก โดยการนำความรู้ที่นักเรียนได้เรียนมา มาสรุปเป็นความคิดของนักเรียนและใช้ความเข้าใจของนักเรียนในการทำแบบฝึกทักษะนั้น เพื่อให้นักเรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจมากขึ้น เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง โดยเป็นความรู้ ความเข้าใจของนักเรียนเอง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการคิดเทคนิคใหม่ด้วยตนเอง และทำแผนการจัดการเรียนรู้ แบบฝึกทักษะ แบบทดสอบ ที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอน

เทคนิคใหม่ อีกทั้งยังทำการสอนด้วยตนเอง จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่ได้จัดเตรียมไว้ และได้บันทึกหลังสอนทุกแผนการจัดการเรียนรู้ เพื่อสังเกตพฤติกรรมการเรียน การตอบสนองต่อการเรียนรู้ของนักเรียน และความเข้าใจในเนื้อที่เรียน

2. หลังจากสอนจบ ผู้วิจัยให้นักเรียนทำแบบฝึกทักษะเป็นแบบฝึกทักษะแบบแสดงวิธีทำ โดยเป็นเนื้อหาที่เพิ่มเติมจากที่สอน เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกทำและจะได้เข้าใจในเนื้อหาที่เรียนมากขึ้น ผู้วิจัยก็สังเกตความเข้าใจของนักเรียน และมีการบันทึกคะแนนแบบฝึกทักษะ

3. หลังจากทำแบบฝึกทักษะเสร็จ ผู้วิจัยให้นักเรียนทำแบบทดสอบย่อยเป็นแบบปรนัยจำนวน 10 ข้อ เพื่อวัดความรู้ ความเข้าใจ ในสิ่งที่นักเรียนได้เรียน เป็นคะแนนแบบทดสอบย่อย

4. ก่อนการเรียนการสอน ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบก่อนเรียนกับนักเรียน และหลังจากเรียนจบ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหลังเรียนกับนักเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็นแบบปรนัยจำนวน 15 ข้อ เป็นคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียนเนื้อหาทั้งหมด

5. เมื่อสอบเสร็จแล้ว ผู้วิจัยให้นักเรียนตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียน การสอนเทคนิคใหม่นี้

6. เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ศึกษาและสร้างเทคนิคใหม่ในการคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

จึงได้เทคนิคใหม่ ดังนี้

1. การหาความยาวด้านตรงข้ามมุมฉาก (c)

เพื่อหาความยาวได้ง่าย ก็จะใช้สูตร ดังนี้

$$xy = b^2 \quad (1)$$

และ $x - y = 2a \quad (2)$

นำไปแทน หาค่า c ได้ดังนี้

$$c = x - a$$

หรือ $c = y + a$

เมื่อ x แทน เลขจำนวนมาก

y แทน เลขจำนวนน้อย

c แทน ความยาวของด้านตรงข้าม

มุมฉากของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

a แทน ความยาวด้านที่สั้นของ

รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

b แทน ความยาวด้านที่ยาวของ

รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

พิสูจน์ จากทฤษฎีบทพีทาโกรัสของ

รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

ต้องการพิสูจน์ว่า $c^2 = a^2 + b^2$

$$\begin{aligned}
 \text{จาก } c^2 &= (x-a)^2 \\
 &= x^2 - 2xa + a^2 \\
 &= (x^2 - 2xa) + a^2 \\
 c^2 &= x(x-2a) + a^2 \quad (3)
 \end{aligned}$$

จาก (2) $x - y = 2a$

ดังนั้น $y = x - 2a$

แทนในสมการ (3)

$$\text{จะได้ } c^2 = xy + a^2 \quad (4)$$

จาก (1) แทนใน (4)

$$c^2 = b^2 + a^2$$

$$\therefore c^2 = a^2 + b^2$$

ในทำนองเดียวกัน

$$\begin{aligned}
 c^2 &= (y+a)^2 \\
 &= y^2 + 2ya + a^2 \\
 &= (y^2 + 2ya) + a^2 \\
 c^2 &= y(y+2a) + a^2 \quad (5)
 \end{aligned}$$

จาก (2) $x - y = 2a$

ดังนั้น $x = y + 2a$

แทนในสมการ (5)

$$c^2 = yx + a^2 \quad (6)$$

จาก (1) แทนใน (6)

$$c^2 = b^2 + a^2$$

$$\therefore c^2 = a^2 + b^2$$

2. การหาความยาวของด้านประกอบมุมฉาก

(a หรือ b)

สมมติ หาความยาวด้าน a เพื่อหาความยาวได้ง่าย ก็จะใช้สูตร ดังนี้

$$xy = b^2 \quad (1)$$

และ $x + y = 2c \quad (2)$

นำไปแทน หาค่า a ได้ดังนี้

$$a = x - c$$

หรือ $a = c - y$

เมื่อ x แทน เลขจำนวนมาก

y แทน เลขจำนวนน้อย

c แทน ความยาวของด้านตรงข้าม

มุมฉากของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

a แทน ความยาวด้านประกอบ

มุมฉากของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

b แทน ความยาวด้านประกอบ

มุมฉากของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

พิสูจน์ จากทฤษฎีบทพีทาโกรัสของ
รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

ต้องการพิสูจน์ว่า $a^2 = c^2 - b^2$

$$\begin{aligned}
 \text{จาก } a^2 &= (x-c)^2 \\
 &= x^2 - 2xc + c^2 \\
 &= (x^2 - 2xc) + c^2 \\
 a^2 &= x(x-2c) + c^2 \quad (3)
 \end{aligned}$$

จาก (2) $x + y = 2c$

ดังนั้น $y = 2c - x$

แทนในสมการ (3)

$$\begin{aligned}
 a^2 &= x(-y) + c^2 \\
 a^2 &= -(xy) + c^2 \quad (4)
 \end{aligned}$$

จาก (1) แทนใน (4)

$$\begin{aligned}
 a^2 &= -b^2 + c^2 \\
 \therefore a^2 &= c^2 - b^2
 \end{aligned}$$

ในทำนองเดียวกัน

$$\begin{aligned}
 a^2 &= (c-y)^2 \\
 &= c^2 - 2cy + y^2 \\
 &= c^2 - (2cy - y^2) \\
 a^2 &= c^2 - y(2c-y) \quad (5)
 \end{aligned}$$

จาก (2) $x + y = 2c$

ดังนั้น $x = 2c - y$

แทนในสมการ (5)

$$a^2 = c^2 - yx \quad (6)$$

จาก (1) แทนใน (6)

$$\begin{aligned}
 a^2 &= c^2 - b^2 \\
 \therefore a^2 &= c^2 - b^2
 \end{aligned}$$

4.2 วิเคราะห์คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน ของคะแนนจากการทดสอบก่อนเรียน
และหลังเรียน เรื่อง เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณ
หาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของ
รูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

ตารางที่ 1 แสดงคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของคะแนนจากการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

คะแนน สอบ	คะแนน เต็ม	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ
ก่อนเรียน	15	5.14	2.36	34.24
หลังเรียน	15	10.73	2.39	71.52

จากตารางที่ 1 คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน
5.14 คะแนน จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน คิดเป็น
ร้อยละ 34.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.36 และ
คะแนนเฉลี่ยหลังเรียน 10.73 คะแนน จากคะแนนเต็ม
15 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 71.52 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานเท่ากับ 2.39 ซึ่งมีการพัฒนาขึ้นหลังจากเรียน
ด้วยเทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่
เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

4.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
ของนักเรียน ก่อนทำการทดลองและหลังทำ
การทดลอง โดยใช้สถิติค่าทดสอบที (T - test one –
tailed)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ
นักเรียนของคะแนนจากการทดสอบก่อนเรียนและ
หลังเรียน

การทดสอบ	N	\bar{x}	S.D.	t
ก่อนเรียน	22	5.14	2.36	12.31
หลังเรียน	22	10.73	2.39	

จากตารางที่ 2 คะแนนทดสอบหลังเรียนของ
นักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่า
ความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยม
มุมฉาก ที่ผู้วิจัยคิดขึ้นมาสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4 วิเคราะห์หาค่าดัชนีประสิทธิผลทางการเรียน
(E.I) เรื่อง เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่า
ความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยม
มุมฉาก

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีประสิทธิผลทางการเรียน (E.I) เรื่อง
เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็น
จำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก

การทดสอบ	N	\bar{x}	S.D.	E.I.
ก่อนเรียน	22	5.14	2.36	0.57
หลังเรียน	22	10.73	2.39	

จากตารางที่ 3 ดัชนีประสิทธิผลของแผนการ
จัดการเรียนรู้ เรื่อง เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่า
ความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของ รูปสามเหลี่ยม

มุมฉาก มีค่าเท่ากับ 0.5668 แสดงว่า ผู้เรียนมีความรู้
และคะแนนเพิ่มขึ้น 0.5668 หรือคิดเป็นร้อยละ 56.68

4.5 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักเรียนต่อ
การเรียน เรื่อง เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่า
ความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยม
มุมฉาก โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่
มีต่อการเรียน เรื่อง เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่า
ความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยม
มุมฉาก พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก
ที่สุด จำนวน 2 รายการ โดยเรียงจากรายการที่มีค่าเฉลี่ย
มากที่สุด ไปหาน้อยที่สุด คือ เนื้อหาที่เรียนมีความ
น่าสนใจ และมีประโยชน์ และเนื้อหาที่เรียนทำให้รู้จัก
วิธีการแก้ปัญหาทาง คณิตศาสตร์มีได้หลากหลายวิธี
นักเรียนมีความพึงพอใจในระดับมาก จำนวน 8
รายการ โดยเรียงจากรายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหา
น้อยที่สุด คือ แบบฝึกทักษะช่วยให้นักเรียนมีความรู้
และทักษะในเรื่องที่เรียนมากขึ้น , แบบฝึกทักษะช่วย
ให้นักเรียนได้ฝึกทักษะ ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ,
เนื้อหาที่เรียนทำให้เข้าใจ เรื่อง ทฤษฎีบทพีทาโกรัส
มากขึ้น , รูปแบบการสอนของครูทำให้เข้าใจเนื้อหา
มากขึ้น , เนื้อหาที่เรียนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้
จริง , การเรียงลำดับเนื้อหาที่มีความต่อเนื่องกันทำให้
สามารถเรียนได้อย่างเข้าใจมากขึ้น , แบบฝึกทักษะช่วย
ให้นักเรียนมีความรู้ลึกกว่าเรื่องที่เรียนมีความน่าสนใจ
น่าเรียนรู้ และเนื้อหาที่เรียนมีความซับซ้อน แต่ก็
สามารถเข้าใจได้ จากการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ
ของนักเรียนในภาพรวม พบว่า ค่าเฉลี่ยของความ
พึงพอใจของนักเรียน เท่ากับ 4.26 มีความพึงพอใจใน
ระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

5. สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ได้เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก จากนั้นจึงนำไปสร้างแผนการจัดการเรียนรู้เพื่อจัดการเรียนการสอนเทคนิคใหม่นี้ จำนวน 9 ชั่วโมง และมีแบบฝึกทักษะเพื่อให้นักเรียนทำควบคู่กับการจัดการเรียนการสอน 5 แบบฝึกทักษะ

2. นักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก มีคะแนนเฉลี่ยพัฒนาขึ้นหลังจากเรียนด้วยเทคนิคใหม่นี้ ร้อยละ 37.28

3. คะแนนทดสอบหลังเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยเทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉาก ที่ผู้วิจัยคิดขึ้นมาสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่อง เทคนิคใหม่สำหรับคำนวณหาค่าความยาวด้านที่เป็นจำนวนเต็มของรูปสามเหลี่ยมมุมฉากมีค่าเท่ากับ 0.5668 แสดงว่า ผู้เรียนมีความรู้เพิ่มขึ้น 0.5668 หรือคิดเป็นร้อยละ 56.68

5. ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดการเรียนการสอนเทคนิคใหม่นี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ควรดูบริบทความรู้ความสามารถของนักเรียนด้วย เนื่องจากเทคนิคใหม่นี้เป็นเทคนิคที่ยาก และมีเนื้อหาที่ต้องเรียนรู้

ก่อนที่จะเรียนเทคนิคใหม่นี้มาก จึงอาจทำให้นักเรียนคิดว่าคณิตศาสตร์ยาก และเกิดความสับสนกับเนื้อหาทฤษฎีบทพีทาโกรัสเดิมได้ ดังนั้นจึงควรสอนเทคนิคใหม่นี้หลังจากสอนทฤษฎีบทพีทาโกรัสไปแล้ว เพื่อให้ นักเรียนได้เรียนรู้การแก้ปัญหาที่หลากหลายของคณิตศาสตร์

2. ผู้ที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ควรอธิบายให้นักเรียนเข้าใจถึงเทคนิคใหม่นี้ว่า ในการเรียนการสอนทฤษฎีบทพีทาโกรัสที่นักเรียนได้เรียนแล้วนั้น มีความง่ายและชัดเจนในตัวเอง เป็นสิ่งที่ถูกต้อง เนื่องจากได้รับการพิสูจน์แล้ว แต่เทคนิคใหม่วิธีนี้จะเหมาะสมกับโจทย์ที่มีความยาวด้านเป็นตัวเลขมากจึงจะเกิดประโยชน์ แล้วใช้ทฤษฎีบทพีทาโกรัสทำได้เลยก็ได้แล้วแต่นักเรียนสะดวก แต่เทคนิคใหม่นี้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้กับนักเรียนว่าคณิตศาสตร์มีวิธีการหาได้หลากหลายวิธี และมีความสุข ความท้าทายในการหาคำตอบ โดยผู้ที่จะนำไปใช้ต้องอธิบายให้นักเรียนเข้าใจ เพื่อให้นักเรียนสนุก และมีเจตคติที่ดีต่อคณิตศาสตร์

3. ผู้ที่จะนำผลการวิจัยไปใช้สามารถปรับกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับบริบทของนักเรียนและโรงเรียน ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์กับตัวนักเรียนและกับผู้ที่จะนำไปใช้มากยิ่งขึ้นไปอีก

4. ในการนำเทคนิคใหม่ไปใช้ผู้ที่จะนำไปใช้ควรศึกษาเนื้อหาให้เข้าใจ และถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน เนื่องจากต้องนำเทคนิคใหม่นี้ไปจัดการเรียนการสอนให้นักเรียน ถ้าไม่เข้าใจอย่างชัดเจน อาจทำให้นักเรียนไม่อยากจะเรียนได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเวลาในการจัดการเรียนการสอนแต่ละเรื่องให้มากกว่านี้ เพื่อให้นักเรียนเข้าใจอย่างคงทน และสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง

2. ปรับเทคนิคใหม่นี้ให้ง่าย สั้น และเข้าใจได้
ดียิ่งขึ้น เพื่อเหมาะสำหรับการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

- [1] สุวรรณดี นิมมานพิสุทธี. (2530). เอกสารประกอบการเรียนการสอน “การเรียนการสอนเรขาคณิต ระดับมัธยมศึกษา”. ภาควิชามัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [2] ทิสนา แจมมณี. (2542). *ศาสตร์การสอน*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- [3] สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2545). *คู่มือการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- [4] บุษชัย ศิริมหาสาคร. (2545). *แผนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง*. กรุงเทพมหานคร: บั๊กพอยท์.
- [5] รุจิรี ภู่อารยะ. (2546). *การเขียนแผนการจัดการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: บั๊กพอยท์.
- [6] กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- [7] ศศิวิมล แสงสุวรรณ. (2551). *การสร้างบทเรียนเพื่อสอนซ่อมเสริมวิชาคณิตศาสตร์ เรื่อง ทฤษฎีบทพีทาโกรัส สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 2 ผ่านระบบ อี เลิร์นนิ่ง ของโรงเรียน ปรินส์รอย*

แยลส์วิทยาลัย . ปริญาโท ,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- [8] มนสิข ติทธิสมบูรณ์. (2552). *ชุดฝึกอบรมการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ*. ปริญาโท, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [9] ชเรนทร์ จิตติพิทุฑธางกูร. (2553). *การส่งเสริมทักษะการเชื่อมโยงทางคณิตศาสตร์ เรื่อง ทฤษฎีบทพีทาโกรัส โดยใช้กิจกรรมการเรียนการสอนแบบชิปปา สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียน โคกยางวิทยา จังหวัดสุรินทร์*. ปริญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

Knowledge Management Model to Develop Community' s Economic, Social, and Culture in Saraphi Sub-District, Saraphi District, Chiang Mai Province

นุชจรินทร์ วงศ์รัตน์¹

¹ภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, nudcharin@feu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของชุมชน ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้นำชุมชนในตำบลสารภี จำนวน 11 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่เหมาะสมจะเป็นตัวแทนในการจัดการเรียนรู้ ที่จะพัฒนาชุมชนตำบลสารภี ในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งทางศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ยังไม่มีการรวบรวมความรู้ให้เป็นระบบ และเป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ควรมีแนวทางการจัดการความรู้ โดยการสำรวจแสวงหาความรู้ ที่มีในศูนย์การเรียนรู้ มีการประมวลและกลั่นกรอง จัดการความรู้ให้เป็นระบบ ให้เป็นความรู้เชิงประจักษ์ ในรูปแบบที่เป็นลายลักษณ์อักษร ให้การเข้าถึงความรู้ เผยแพร่ แลกเปลี่ยนความรู้ เป็นไปได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และตรงกับความต้องการ เพื่อเป็นแนวทางทำให้ชุมชนตำบลสารภีเป็นชุมชนเข้มแข็งได้

คำสำคัญ : แนวทาง , การจัดการความรู้

Abstract

The purpose of this research was to study Knowledge Management Model to Develop Community' s Economic, Social, and Culture in Saraphi Sub-District, Saraphi District, Chiang Mai Province by using Qualitative Research. The sample of this study was 11 community' s leaders in Saraphi Sub-District. These sample were selected by Purposive Sampling. The data was also collected by the In-depth Interview. This research founded that Sufficiency Economy Learning Center was the most suitable representative in developing knowledge management in Saraphi Sub-District in terms of Economic, Social, and Culture. However, there was no systematically written record on the knowledge. It was suggested that Sufficiency Economic Learning Center should develop the knowledge management model through identification, creation, acquisition, organization, codification and refinement, access, sharing and learning. This explicit knowledge could be helpful, easy,

convenience, and matching with the requirements in order to make Saraphi Sub-District to become stronger community.

Keywords: Model , Knowledge Management

บทนำ

การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะต้องคำนึงถึงสิ่งที่สำคัญ (กลุ่มงานส่งเสริมการจัดการความรู้ชุมชน สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน และกรมการพัฒนาชุมชน, 2555) คือการพัฒนาโดยยึดหลักสภาพความเป็นจริงทั้งในด้านพื้นที่ ด้านสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ความเชื่อและศาสนา เป็นต้น ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ได้ตรงกับความต้องการและเหมาะสมของชุมชนนั้น ๆ การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนให้มีศักยภาพมากขึ้น ทำให้คนในชุมชนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลาได้ รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ให้คงความสมบูรณ์และเป็นรากฐานการพัฒนาชุมชนที่มั่นคงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตำบลสารภีอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอีกชุมชนหนึ่งที่ต้องการพัฒนาชุมชนของตนเอง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 เพื่อสร้างชุมชนของตนเองให้เป็นชุมชนเข้มแข็ง

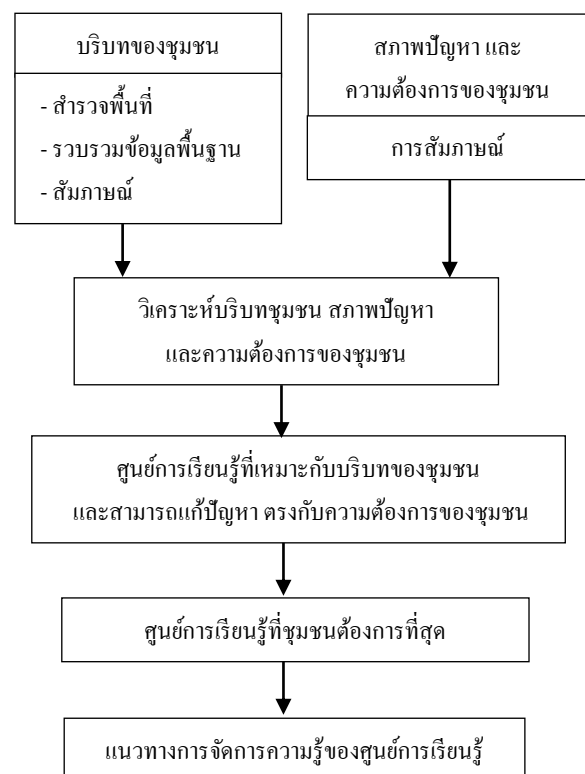
ดังนั้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของชุมชนตำบลสารภี เพื่อให้ได้แนวทางการจัดการความรู้ที่สามารถ

แก้ไขปัญหา และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนทำให้เกิดชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืนได้ โดยนำองค์ความรู้ที่ได้มาเผยแพร่ให้กับประชาชนในชุมชนผ่านศูนย์การเรียนรู้ที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของคนในชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อทราบว่าคุณศูนย์การเรียนรู้ใดที่เหมาะสมกับชุมชนตำบลสารภี
2. เพื่อทราบถึงแนวทางการจัดการความรู้ของคุณศูนย์การเรียนรู้ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติตามความต้องการของชุมชน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ได้มุ่งเน้นศึกษาถึงแนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของชุมชนตำบลสารภี โดยการนำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ถึงศูนย์การเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน และสามารถแก้ปัญหา ตรงกับความต้องการของชุมชน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรในพื้นที่ทั้งหมด 10 หมู่บ้านในตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้นำชุมชนในตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นจากการวิจัยแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง และครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนในตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน ตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย มีรายละเอียดดังนี้ คือ

3.1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพื้นที่ และชุมชนจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากอินเทอร์เน็ต การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการกับคนในชุมชน รวมถึง

สำรวจพื้นที่เป้าหมาย เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยคณะผู้วิจัยด้วยแบบสัมภาษณ์และจดบันทึก จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 ชุด เพื่อศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน พร้อมทั้งเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มผู้นำชุมชนในการให้ข้อมูล

3.3 การประชุมสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต เพื่อสรุปข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน สภาพปัญหา และความต้องการของชุมชน เพื่อให้ทราบว่ามีความรู้ใดบ้างที่สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนได้

3.4 จัดเวทีชุมชนเพื่อสรุปเลือกศูนย์การเรียนรู้ที่เหมาะสมที่สุด 1 ศูนย์

3.5 สรุปข้อมูลที่ได้จากศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบเพื่อนำมากำหนดแนวทางพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติต่อไปได้

3.6 สรุปผลการวิจัยโดยสถิติพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis)

ผลการวิจัย

การศึกษาแนวทางการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของชุมชนตำบลสารภี ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อทราบว่าศูนย์การเรียนรู้ใดที่เหมาะสมกับชุมชนตำบลสารภี พบว่า 1) บริบทชุมชน ตำบลสารภี เป็นเขตการปกครองของอำเภอสารภี ซึ่งมีการหมู่บ้านจำนวน 10 หมู่บ้าน สภาพภูมิประเทศมีลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่ม ไม่มีป่าไม้และภูเขา สภาพทั่วไปเป็นดินร่วนปนทราย เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม ด้านเศรษฐกิจของตำบลสารภี ประชากรในชุมชนมีอาชีพหลัก คือ รับจ้างทั่วไป สืบ

เนื่องจากที่มีโรงงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ในจังหวัดลำพูนมาก่อตั้ง มีผลทำให้คนในชุมชนหันไปทำงานรับจ้างมากขึ้น อาชีพรองลงมา คือ เกษตรกร มีค่าใช้จ่ายเป็นพืชเศรษฐกิจ นำรายได้สู่ชุมชนเป็นอย่างมาก รายได้ที่มาจากการรับจ้างจะนำมาใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน แต่เงินที่เก็บออมคือเงินที่ได้มาจากภาคการเกษตร ตำบลสารภีมีข้อได้เปรียบทางเศรษฐกิจมากกว่าหลายพื้นที่เพราะเป็นสังคมติดเมือง มีการคมนาคมที่มีความสะดวกอย่างมาก เนื่องจากมีเส้นทางที่เชื่อมต่อสู่ตัวเมืองจังหวัดใหม่ได้หลากหลายเส้นทางอันได้แก่ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ และรถประจำทางเชียงใหม่-ลำพูน ตำบลสารภีจึงกลายเป็นถนนเส้นการค้าธุรกิจที่สามารถทำการขนส่งได้อย่างรวดเร็ว ทำให้สภาพสังคมตำบลสารภีเป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท ปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นสภาพเศรษฐกิจและสังคมตำบลสารภีได้ดี คือ การมีโบสถ์คริสต์ยืนมาตั้งอยู่จำนวน 2 แห่ง เป็นการกระตุ้นโดยที่ชาวบ้านไม่รู้ตัว เพราะมีการส่งเสริมและช่วยเหลือทางการศึกษา อาชีพ และความ เป็นอยู่ ทำให้สภาพความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้น และยังช่วยเหลือเกื้อกูลตำบลสารภีได้ดีมาก ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ตำบลสารภีมีวัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของคนในชุมชนจำนวน 8 แห่ง ซึ่งวัดได้มีบทบาทที่ช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความรัก ความสามัคคีกัน และมีโรงเรียนประจำตำบล 1 แห่ง คือ โรงเรียนชุมชนวัดปากกอก ตั้งอยู่หมู่ 6 โดยทางโรงเรียนให้การสนับสนุนการปลูกฝังเยาวชนให้มีความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนของตน ซึ่งคนในชุมชนยังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของประเพณีศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอย่างมาก จึงร่วมกันจัดกิจกรรมอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนได้ร่วมสืบสานไว้สืบทอดไป นอกจากนี้ ตำบลสารภียังมีถนนวัฒนธรรม คือ ถนนสายต้นยาง

ปัจจุบันในช่วงเทศกาลประเพณีปีใหม่เมือง การมาร่วมเล่นน้ำสงกรานต์เป็นที่นิยมมากที่ถนนสายนี้ 2) สภาพปัญหาของชุมชน ทางด้านเศรษฐกิจ ประชาชนมีรายได้น้อย และไม่แน่นอน การรวมกลุ่มคนในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพมีน้อย ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมการประกอบอาชีพ ไม่มีการต่อยอดที่มั่นคงอย่างต่อเนื่อง ปัญหาการว่างงานในชุมชน ค่าครองชีพสูง รายรับน้อยจึงทำให้รายได้ไม่สัมพันธ์กับรายจ่าย ขาดการส่งเสริมทางด้านการศึกษาจากหน่วยงานของรัฐบาล ช่องทางการทำการตลาด และแหล่งจำหน่ายสินค้าของชุมชน ประชาชนในพื้นที่มีภาระหนี้สินจำนวนมาก อาชีพเสริมในชุมชนไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนในชุมชน ทางด้านสังคม เด็กที่มีฐานะยากจน ไม่มีโอกาสได้เรียนหนังสือ คนในชุมชนไม่เล็งเห็นถึงความสำคัญของโรงเรียนในชุมชนตนเอง จึงนำลูกหลานไปเรียนโรงเรียนในตัวเมือง หน่วยงานในพื้นที่ไม่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในชุมชนเท่าที่ควร ขาดการจัดตั้งพื้นที่สาธารณประโยชน์ให้แก่ชุมชน ปัญหาด้านยาเสพติด ขาดความร่วมมือของคนในชุมชนในการทำกิจกรรมหรือโครงการที่จัดขึ้นภายในชุมชน หน่วยงานของรัฐ ไม่มีโครงการหรือกิจกรรมสนับสนุนเรื่องของการดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย การตรวจสุขภาพประจำปี เป็นต้น ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ขาดการสืบสานวัฒนธรรม จากกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชน วัฒนธรรมบางอย่างอาจสูญหายไปเพราะขาดคนสืบทอด คนในชุมชนให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมและโครงการเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมน้อย เกิดความเปลี่ยนแปลงเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของคนในชุมชน เนื่องจากคนต่างท้องที่เข้ามาอาศัยเป็นจำนวนมาก ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ขาดแคลนน้ำในการทำการเกษตรและการอุปโภคบริโภค ปัญหาการเพิ่มขึ้นของจำนวนขยะและคนในชุมชนให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะน้อย การทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ ประชาชนในชุมชนใช้สารเคมีในการปลูกพืช ทั้งพืชผักสวนครัวและพืชเศรษฐกิจทั้งที่เอาไว้จำหน่ายและบริโภคเอง เกิดมลพิษทางอากาศจากการเผาไหม้ของโรงงาน เกษตรกรขาดพื้นที่ทำกินที่เป็นของตนเอง 3) ความต้องการของชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ คนในชุมชนต้องการให้หน่วยงานของรัฐ ส่งเสริมให้มีโครงการเสริมสร้างรายได้ วิสาหกิจชุมชน จัดอบรมความรู้ด้านศิลปาชีพและการเกษตร เพื่อให้คนในท้องถิ่นได้มีงานทำมากขึ้น พร้อมทั้งจัดหาช่องทางทำการตลาดที่มีความยุติธรรม และจัดสรรแหล่งจำหน่ายสินค้าให้กับชุมชนอย่างเหมาะสม ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความสนใจในการรวมกลุ่มสร้างอาชีพทั้งวิสาหกิจชุมชนและด้านการเกษตร ส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนใช้ชีวิตอย่างพอเพียง มีการให้ความรู้การทำบัญชีครัวเรือน เพื่อให้ทราบรายรับรายจ่ายของตนเอง ทางด้านสังคม หน่วยงานของรัฐ ควรมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษาและนโยบายการพัฒนาสถานศึกษาในชุมชน ให้มีศักยภาพมากขึ้น ให้การสนับสนุนการจัดตั้งพื้นที่สาธารณประโยชน์และจัดตั้งโครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพสุขภาพของคนในชุมชน วางแผนนโยบายในการปราบปรามยาเสพติด เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ควรจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ปรับกิจกรรมให้น่าสนใจและจัดอย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี เพื่อให้ทั้งคนในชุมชนและคนต่างถิ่นได้มีโอกาสเข้าร่วมงานอย่างทั่วถึง ควรสอดแทรกความรู้เรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ควรมีการจัดทำแหล่งน้ำสำรองเพิ่มขึ้นให้เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภค และการเกษตร รมณรงค์ให้คนในชุมชนร่วมกันประหยัดน้ำ มีการอบรมความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ การนำสิ่งของเหลือใช้ต่างๆกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้ง เพื่อลดจำนวนขยะและเป็นการสร้างรายได้ทางอ้อมแก่คนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดสรรพื้นที่เพื่อให้เกษตรกรในชุมชนสามารถทำเกษตรร่วมกันได้ จัดอบรมเรื่องปัญหาสุขภาพ รมณรงค์เลิกใช้สารเคมีในการทำการเกษตร ควรมีกฎหมายควบคุมมลพิษทางอากาศจากโรงงานอย่างเข้มงวด

จากข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมด ผู้วิจัยและผู้นำชุมชน ได้มีการร่วมกันวิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนร่วมกัน จึงได้ข้อสรุปว่า ศูนย์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน ได้แก่ ศูนย์การเรียนรู้ผู้สูงอายุ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ศูนย์การเรียนรู้ศิลปาชีพ และศูนย์การเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ผลการลงคะแนนเสียง ศูนย์การเรียนรู้ประชุมชนมดี คือ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ที่โดยทางกลุ่มของผู้นำให้เหตุผลว่า การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง สามารถช่วยแก้ปัญหาภายในชุมชนได้อย่างครอบคลุม เพราะโดยส่วนมากแล้วประชาชนในชุมชนมีพื้นฐานมาจากเกษตรกร และยังทำการเกษตรเป็นอาชีพเสริม เพื่อลดปัญหาการใช้สารเคมีในการปลูกพืช ซึ่งจะเป็นผลทำให้คุณภาพสุขภาพของคนในชุมชนมีแนวโน้มที่ดีขึ้น พร้อมทั้งทางศูนย์ยังสามารถให้ความรู้และให้การสนับสนุนทางการเกษตร กิจกรรมส่งเสริมอาชีพและศิลปวัฒนธรรมที่คนในชุมชนสนใจได้

2. การศึกษาแนวทางการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงในหมู่ที่ 6 ตำบลสารภี จากผลการศึกษา พบว่า 1) การสำรวจและค้นหาความรู้ที่องค์การต้องการ (Knowledge Identification)

สมาชิกกลุ่มศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง มีองค์ความรู้ที่ได้จากทักษะและประสบการณ์ของคนในศูนย์การเรียนรู้ จากการสืบทอดจากคนรุ่นก่อน การทดลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง มีหน่วยงานรัฐที่ให้การสนับสนุนและให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้จึงอยู่ในรูปแบบการบอกเล่าระหว่างกลุ่มบุคคล 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) สมาชิกกลุ่มศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ได้สร้างและแสวงหาความรู้จากการสอบถามแลกเปลี่ยนความรู้จากสมาชิกภายในศูนย์ด้วยกัน หรือจากหน่วยงานของรัฐที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ความรู้จัดกิจกรรมรวมทั้งความรู้จากการที่ผู้นำกลุ่มได้เป็นตัวแทนไปอบรมในโครงการที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้จัดขึ้น แล้วนำความรู้ที่ได้รับมาเผยแพร่แก่สมาชิกในกลุ่ม 3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) องค์ความรู้ของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ที่ได้จากการบอกเล่าจากรุ่นสู่รุ่นจากการทดลอง จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีมากมายหลายด้าน แต่ความรู้เหล่านี้ยังไม่มีมีการดำเนินการจัดเก็บรวบรวมให้เป็นระบบและเป็นลายลักษณ์อักษร ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของเอกสาร หรือข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เนื่องจากทางศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงยังไม่มีมีการจัดความรู้ที่เป็นระบบ ไม่มีข้อมูลในรูปแบบที่เป็นลายลักษณ์อักษร การปรับปรุง พัฒนาความรู้จึงเป็นการแก้ไขปัญหา หรือพัฒนาด้วยกลุ่มสมาชิกของศูนย์เป็นครั้ง ๆ ไป เนื้อหาสาระขององค์ความรู้จึงกระจัดกระจาย ไม่มีการระบุแหล่งที่มาของความรู้ วิธีในการดำเนินงาน หรือเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาหาความรู้ ดังนั้นการที่จะนำความรู้มาใช้จึงต้องอยู่ในรูปแบบของการพูดคุยหรือสอบถามเท่านั้น 5) การเข้าถึงความรู้

(Knowledge Access) เนื่องจากไม่มีการจัดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ทำให้การเผยแพร่ความรู้ของทางศูนย์การเรียนรู้ เป็นไปได้ยาก หากต้องการความรู้จากศูนย์ทำได้แค่เพียงการเข้ามาสอบถามพูดคุย หรือศึกษาจากสมาชิกภายในศูนย์เท่านั้น 6) การแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง มีการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน เผยแพร่ สืบทอดความรู้ ในลักษณะการบอกเล่า พูดคุย มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ แล้วนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง หรือเข้ามาทดลองปฏิบัติภายในศูนย์การเรียนรู้ก็ได้ 7) การเรียนรู้ (Learning) ทางศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ได้จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีการตอบรับจากบุคคล สถานศึกษา หน่วยงานที่สนใจมาศึกษาดูงานภายในศูนย์ มีการถ่ายทอดความรู้ สานิต การทดลองปฏิบัติ ให้กลุ่มบุคคลและกลุ่มเยาวชนทั้งภายในและภายนอกชุมชน ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปบูรณาการร่วมกับการเรียนการสอน และนำไปใช้ดำเนินชีวิตประจำวัน ได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2557)

อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชน สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อทราบว่าคุณศูนย์การเรียนรู้ใดที่เหมาะสมกับชุมชนตำบลสารภี 2) เพื่อทราบถึงแนวทางการจัดการความรู้ของศูนย์การเรียนรู้ ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติตามความต้องการของชุมชน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การจัดการความรู้ของศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง หมู่ 6 ตำบลสารภี อำเภอสารภี

จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทางศูนย์มีจุดประสงค์ในการพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งในกลุ่มศูนย์เศรษฐกิจพอเพียง มีองค์ความรู้มากมาย ที่ได้จากการบอกเล่า สืบทอดกันมา การพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน การทดลองปฏิบัติ การอบรมและให้ความรู้จากทางหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุน การถ่ายทอดความรู้จากตัวแทนของกลุ่มที่ได้ไปเข้าร่วมกิจกรรมภายนอกศูนย์ที่ให้ความรู้ต่าง ๆ การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาความรู้ จะใช้วิธีการสอบถาม พูดคุยจากคนในกลุ่มศูนย์การเรียนรู้ จากกลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานที่สามารถให้ข้อมูลได้ ส่วนปัญหาสำคัญของศูนย์การเรียนรู้ คือ การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ไม่สม่ำเสมอและการให้ความรู้ไม่ต่อเนื่องเท่าที่ควร ทำให้ผลจากการดำเนินงานภายในศูนย์การเรียนรู้ได้ผลลัพธ์ไม่ดีเท่าที่ควร คนในชุมชนไม่ให้ความสนใจในการเรียนรู้และสืบทอดความรู้ของทางศูนย์การเรียนรู้ อาจจะเป็นเพราะทางศูนย์การเรียนรู้ยังไม่มีการจัดการองค์ความรู้ที่เอื้อต่อความต้องการของคนในชุมชน เพราะการจัดการความรู้ของศูนย์ยังไม่เป็นระบบ ความรู้ยังกระจัดกระจาย ไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลหรือกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้ของทางศูนย์ยังไม่ดีพอ ทำให้การรับข่าวสารหรือข้อมูลของคนในชุมชนไม่ทั่วถึง จากปัญหาที่กล่าวมาจะเห็นว่า สอดคล้องกับ รัตนา ณ ลำพูน (2548) คือ องค์ความรู้ของศูนย์การเรียนรู้เป็นความรู้โดยนัยหรือความรู้แฝงเร้น (Tacit Knowledge) คือ ความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล ไม่ได้ถอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร ความรู้ที่สำคัญส่วนใหญ่ อยู่กับสมาชิกในกลุ่มในรูปแบบทักษะ ประสบการณ์และความเข้าใจเฉพาะบุคคล การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดความรู้ระหว่างกัน และกันจะอยู่ในกลุ่มแคบ ๆ เท่านั้น ดังนั้น การ

จัดการเรียนรู้เป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถช่วยรักษาองค์ความรู้ที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยเปลี่ยนจากความรู้โดยนัยหรือความรู้แฝงเร้น (Tacit Knowledge) ให้เป็นความรู้เชิงประจักษ์หรือความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เพื่อให้ชุมชนสามารถเรียนรู้องค์ความรู้ที่ผ่านการประมวลและกลั่นกรองความรู้แล้วนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ และถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังสืบต่อไปได้ โดยจะเริ่มจากการเก็บรวบรวมความรู้จากสมาชิกในศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับการสืบทอด การทดลอง หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ปฏิบัติกันมา ความรู้จากหน่วยงานที่มีส่วนร่วมกับการดำเนินงานของศูนย์การเรียนรู้ และจัดความรู้ออกมาเป็นระบบ เรียบเรียง สรุป โดยบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร เก็บไว้ในรูปของเอกสาร และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ให้การเข้าถึงความรู้เผยแพร่ แลกเปลี่ยนความรู้ เป็นไปได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และตรงกับความต้องการ เพื่อเป็นแนวทางทำให้ชุมชนตำบลสารภีเป็นชุมชนเข้มแข็งได้ (นภาพร ธีระวานนท์, 2550) คนในชุมชนให้ความสำคัญในการจะพัฒนาชุมชนของตนให้มีศักยภาพในการจัดการระบบเศรษฐกิจของชุมชนที่ทำให้คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จัดระเบียบทางสังคม สร้างสังคมของตนให้เป็นสังคมที่มั่นคง มีสันติสุข มีความสามัคคี ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาในชุมชนให้หมดไป มีการแลกเปลี่ยนความรู้ภูมิปัญญาในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ในชุมชน พร้อมทั้งจัดระบบดูแลจัดการทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชนได้

สรุป

การศึกษาแนวทางการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของชุมชนตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลวิจัยที่ได้ มากำหนดแนวทางการจัดการความรู้ที่จะนำมาพัฒนาชุมชน ในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้ชุมชนตำบลสารภี เป็นชุมชนเข้มแข็ง โดยเริ่มจากการสำรวจบริบท สภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน ซึ่งศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงเหมาะสมและตรงกับความต้องการของชุมชนมากที่สุด จึงเป็นตัวแทนในการสร้างเครื่องมือที่จะช่วยพัฒนาชุมชน โดยเริ่มจากการ 1) การสำรวจและค้นหาความรู้ที่องค์กรต้องการ ซึ่งความรู้ที่ได้จากทักษะและประสบการณ์ จากการสืบทอดจากคนรุ่นก่อน การลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง และหน่วยงานรัฐที่ให้การสนับสนุน องค์กรความรู้จึงอยู่ในรูปแบบการบอกเล่า 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ ได้จากการสอบถามแลกเปลี่ยนความรู้ การอบรม การเรียนรู้จากการลองผิดลองถูกด้วยตนเอง 3) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ จัดเก็บรวบรวมข้อมูลให้เป็นระบบและเป็นลายลักษณ์อักษร ในรูปแบบของเอกสาร หรือข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ เรียบเรียงสรุปข้อมูล ข้อมูลในรูปแบบที่เป็นลายลักษณ์อักษร จัดทำเอกสารหรือสื่อการเรียนรู้ที่เป็นรูปธรรม 5) การเข้าถึงความรู้ ถ่ายทอดความรู้ จากการสอบถามพูดคุย จากแหล่งข้อมูลทั้งหมดของศูนย์ 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ ในลักษณะการบอกเล่าพูดคุย มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้ แล้วนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง หรือเข้ามาทดลองปฏิบัติภายในศูนย์การเรียนรู้ 7) การเรียนรู้ มีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคคลที่สนใจ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วย ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากกลุ่มผู้นำตำบลสารภี อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ เทศบาลตำบลสารภี และความร่วมมือจากประชาชนในชุมชนตำบลสารภี ที่ได้ให้ข้อมูลงานวิจัยนี้สามารถดำเนินการได้ตามวัตถุประสงค์ และขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้คำชี้แนะและปรับแก้ไขเครื่องมือวิจัย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์นที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2557). *การจัดการความรู้*. เล่มที่ 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. หน่วยที่ 1-8. สถานที่พิมพ์ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [2] กลุ่มงานส่งเสริมการจัดการความรู้ชุมชน สำนักเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน และกรมการพัฒนาชุมชน. (2555). *การจัดการความรู้ของชุมชนเพื่อรับมือกับภัยธรรมชาติและพัฒนาคุณภาพชีวิต*. ม.ป.ท.
- [3] นภาพรณี หะวรานนท์. (2550). *ทฤษฎีฐานรากในเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- [4] รัตนาณ ลำพูน. (2548). *บทบาทห้องสมุดกับการจัดการความรู้. การสัมมนาความร่วมมือระหว่างห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง*.

แนวทางการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทย

Outsourcing Practices of Hotel Industry in Thailand

โกมลฉัตร เกตตะพาน¹

¹คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ, วิทยาเขตสงขลา, E-mail: kettapan@gmail.com

บทคัดย่อ

การจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่โรงแรมนำมาใช้เพื่อลดต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร การศึกษาแนวทางการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของโรงแรมในประเทศไทยมีการดำเนินการ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากมุมมองผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการของโรงแรมในประเทศไทยจำนวน 9 แห่ง (โรงแรมเครือข่าย 2 แห่ง และ โรงแรมท้องถิ่น 7 แห่ง) วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อศึกษาลักษณะของการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของโรงแรมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าโรงแรมส่วนใหญ่นิยมจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนในแผนก รักษาความปลอดภัย ซ่อมบำรุง และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพิจารณาค่าใช้จ่ายและประโยชน์ที่ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายเป็นตัวขับเคลื่อนการตัดสินใจจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน แต่การลดค่าใช้จ่ายไม่มีความคาดหวังหลักในการตัดสินใจจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน

คำสำคัญ: แนวทางการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน, โรงแรม, ประเทศไทย

Abstract

Nowadays, outsourcing has become one of companies' strategy, which are often used to reduce costs and to increase virtually business performance in the hotel industry. A study of the outsourcing practices by hotels in Thailand was conducted by in-depth interviews from the perspective of nine senior executives and managers in Thai hotels (two chain hotels, and seven local hotels). The objectives of this study are to study characteristics of outsourcing in Thai hotels. The findings in this study illustrated the followings: the popular hotels outsourcing functions include security, maintenance and information technology. Cost and non-cost benefits are the morn driver of outsourcing decisions. However, it is important to note that cost reduction is not considered as major expectation.

Keywords: Outsourcing practices, Hotels, Thailand

บทนำ

การเติบโตของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยที่ผ่านมามีอัตราสูง จาก 22.4 ล้านคนในปี 2012 เป็น 29.8 ล้านคนในปี 2015 จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว รวมทั้งทางการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ส่งผลต่ออัตราการขยายตัวอย่างมากของจำนวนโรงแรมในประเทศไทย ซึ่งในปี 2009 มีจำนวนโรงแรม 5,420 แห่งเพิ่มเป็น 10,234 ในปี 2012 และจำนวนห้องพักจาก 14,150 ในปี 2009 เป็น 22,354 ในปี 2012 [1] ข้อมูลทางสถิติของประเทศยังบ่งชี้ว่าอุตสาหกรรมโรงแรมเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีขนาดใหญ่และมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้มีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของโรงแรมที่สำคัญ [2] ดังนี้คือ 1) ธุรกิจโรงแรมกำลังประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงจากทั้งโรงแรมในประเทศและต่างประเทศ 2) ความคาดหวังและความต้องการจากลูกค้าที่จะได้รับบริการดีขึ้น 3) การพัฒนาเทคโนโลยีซึ่งนำไปสู่การลงทุนที่เพิ่มสูงขึ้นของโรงแรมภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด จึงเป็นผลให้อุตสาหกรรมโรงแรมมีการพึ่งพาผู้จัดการแทนเพื่อลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ

จากเหตุผลดังกล่าวจึงนำไปสู่การศึกษาแนวทางการจัดจ้างผู้จัดการแทนของโรงแรมในประเทศไทย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงแรมไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะการจัดจ้างผู้จัดการแทนของโรงแรมในประเทศไทยในมุมมองของผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการของโรงแรมในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

วัตถุประสงค์หลักของการจัดจ้างผู้จัดการแทน ประกอบด้วย การลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน การปรับปรุงประสิทธิภาพบริการ การเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ การลดความไม่แน่นอนของบริการ และการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ [3] สาเหตุของการจัดจ้างผู้จัดการแทนมักประกอบไปด้วยเหตุผลทางด้านยุทธวิธี เช่น การลดค่าใช้จ่าย และด้านยุทธศาสตร์ เช่น การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน[4] สองมุมมองทางทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจจัดจ้างผู้จัดการแทนประกอบด้วย ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost Theory: TCT) ทางเศรษฐศาสตร์ และมุมมองด้านทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ [5] [6] จุดประสงค์ที่สำคัญของการทำธุรกรรมคือ การได้รับประโยชน์มากกว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น [7] ขณะที่มุมมองด้านทรัพยากรเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากร และความสามารถขององค์กรโดยปัจจัยภายในดังกล่าวเป็นพื้นฐานหลักในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรจึงเป็นแนวคิดที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ไม่ได้มุ่งเน้นในเรื่องต้นทุนที่ต่ำ จากการศึกษา [8] พบว่า แนวคิดเชิงต้นทุนธุรกรรมเพียงอย่างเดียวไม่สามารถสนับสนุนพฤติกรรมการตัดสินใจจัดจ้างผู้จัดการแทนของโรงแรมในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากมีการแข่งขันระดับต่ำในตลาดของผู้รับจ้างภายใต้การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจัดจ้างผู้จัดการแทนของโรงแรมในประเทศไทยพบว่าความพร้อมของผู้รับจ้าง ประสบการณ์ของโรงแรมและขนาดของโรงแรมมีอิทธิพลต่อการจัดจ้างผู้จัดการแทนใน 3 ด้านได้แก่ แผนกอาหาร ชักรีดและการรับส่งแขก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [9] ที่ระบุว่าบาง

ปัจจัยเกี่ยวกับตัวโรงแรมมีผลต่อการตัดสินใจจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน ขณะที่ [10] พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของโรงแรมในประเทศไทย [9] การจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนในกิจกรรมโดยคำนึงถึงประโยชน์ทั้งด้านต้นทุนและที่ไม่ใช่ต้นทุนจะมีความคาดหวังในประโยชน์สูงกว่าประโยชน์ที่จะได้รับจริง นอกจากนี้การศึกษาของ [11] ในได้หวั่นพบว่าโรงแรมส่วนใหญ่นิยมจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนใน 4 กิจกรรมคือ การรักษาความปลอดภัย การซ่อมบำรุง ระบบสารสนเทศและงานแม่บ้าน

ในขณะที่มีการชี้ถึงประโยชน์หลากหลาย นักวิชาการหลายท่านก็ได้กล่าวถึงผลเสียที่องค์กรโดยทั่วไปอาจได้รับจากการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน ตัวอย่างเช่น [12] ระบุผลกระทบในด้านลบที่องค์กรอาจได้รับจากการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน อาทิเช่น การสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ การสูญเสียความยืดหยุ่นในการดำเนินการ การสูญเสียความสามารถในการควบคุมกิจกรรมหรือความเสี่ยงในการลดประสิทธิภาพความสามารถในการดำเนินงานของผู้ดำเนินการแทน และกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร [3] ผลเสียที่องค์กรได้รับจากการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนได้กลายเป็นสาเหตุที่ส่งผลทำให้องค์กรไม่เลือกที่จะจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน [13] หรือลดลง [9] เช่นเดียวกับการศึกษาของ [14] ในได้หวั่นที่มีการลดระดับการจัดจ้างลงเนื่องจากความไม่แน่นอนของคุณภาพการให้บริการของผู้ดำเนินการแทน

การคัดเลือกและการบริหารจัดการผู้ดำเนินการแทนเป็นประเด็นสำคัญแต่ยังไม่ได้มีการศึกษาเพียงพอในอดีต ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวมีความ

คล้ายคลึงกันหลายประการเกี่ยวกับการคัดเลือกและการบริหารจัดการซัพพลายเออร์ของการจัดซื้อในด้านอุตสาหกรรมซึ่งมีการศึกษาวิจัยอย่างกว้างขวาง เพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลวจากการตัดสินใจเลือกซัพพลายเออร์ที่ไม่เหมาะสม การคัดเลือกซัพพลายเออร์เป็นกลยุทธ์สำคัญในการกำหนดคุณสมบัติและเสาะหาซัพพลายเออร์เพื่อลดความเสี่ยงในการจัดซื้อ พัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาว [15] และเพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร ด้วยบทบาทที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นของซัพพลายเออร์ส่งผลให้นักวิชาการได้เสนอเกณฑ์สำหรับการคัดเลือกซัพพลายเออร์ โดยแบ่งเกณฑ์ออกเป็น 2 เกณฑ์คือ เกณฑ์คุณภาพ เช่น การส่งมอบ ความน่าเชื่อถือ และความสามารถด้านเทคนิค และเกณฑ์ค่าใช้จ่าย เช่น การลดต้นทุนค่าใช้จ่าย [16]

วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากมุมมองของผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการของโรงแรมในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาลักษณะการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของโรงแรมในประเทศไทย ในมุมมองของผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการของโรงแรมในประเทศไทย จำนวน 9 แห่งตามข้อเสนอแนะสำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างของ [17]

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจึงถูกใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการศึกษาค้นคว้า โดยข้อคำถามได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษาค้นคว้าได้เน้นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้จัดการหรือผู้บริหารระดับสูงของโรงแรม

เบื้องต้นนักวิจัยได้ทำการติดต่อผู้ให้การสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ไปยังโรงแรม 9 แห่งในประเทศไทย (ตารางที่ 1) แบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 แบบ คือ การสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าและการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์ระหว่างปลายเดือนพฤศจิกายน ถึง ธันวาคม 2556 การสัมภาษณ์ 4 รายได้จากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และ 5 รายเป็นการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า เวลาสัมภาษณ์โดยเฉลี่ย 1.30 ชั่วโมงต่อราย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย คือ การตีความสร้างข้อสรุปจากสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยได้เห็นหรือสังเกตหลาย ๆ เหตุการณ์ แล้วจึงลงมือสรุปหากข้อสรุปนั้นยังไม่ได้รับการตรวจสอบก็ถือว่าผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นสมมติฐาน แต่หากข้อสรุปนั้นได้รับการยืนยันก็ถือว่าเป็นข้อสรุปได้ หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ จากนั้นจึงนำมาถอดเทปอย่างละเอียดแบบคำต่อคำและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียด การจับใจความหลัก จัดกลุ่มข้อมูลแต่ละประเภท พิจารณาเชื่อมโยงความเหมือนและความแตกต่างแล้วจึงนำเสนอข้อค้นพบทั้งหมดมาเขียนสรุปในรูปแบบความเรียง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลนับว่ามีความสำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตระหนักถึงประเด็นดังกล่าว โดยเฉพาะข้อมูลที่เก็บจากการวิจัยและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต้องอาศัยการพิเคราะห์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้กลวิธีตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพดังต่อไปนี้ คือ การใช้เวลาที่เหมาะสมในการสัมภาษณ์ และสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูลในการเก็บข้อมูลดังกล่าว เพื่อให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ได้จาก

การเก็บข้อมูลภาคสนามสามารถสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการของโรงแรมในประเทศไทย (ตารางที่ 1) ประกอบด้วยโรงแรมท้องถิ่น 7 แห่ง และโรงแรมเครือข่าย 2 แห่ง

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ถูกสัมภาษณ์

ผู้ถูกสัมภาษณ์	ข้อมูลของโรงแรม
โรงแรม A	ระดับโรงแรม: 3 ดาว จำนวนห้องพัก: 76 ห้อง ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น ประสบการณ์จัดจ้าง: > 5 ปี
โรงแรม B	ระดับโรงแรม: 3 ดาว จำนวนห้องพัก: 79 ห้อง ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น ประสบการณ์จัดจ้าง: > 5 ปี
โรงแรม C	ระดับโรงแรม: 3 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 74 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 5 ปี
โรงแรม D	ระดับโรงแรม: 3 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 200 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 5 ปี
โรงแรม E	ระดับโรงแรม: 3 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 125 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 10 ปี

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผู้ถูกสัมภาษณ์	ข้อมูลของโรงแรม
โรงแรม F	ระดับโรงแรม: 4 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 230 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 10 ปี
โรงแรม G	ระดับโรงแรม: 4 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 90 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 3 ปี
โรงแรม H	ระดับโรงแรม: 5 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 250 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 5 ปี
โรงแรม I	ระดับโรงแรม: 5 ดาว ประเภทของโรงแรม: ท้องถิ่น จำนวนห้องพัก: 280 ห้อง ประสบการณ์จัดจ้าง: > 5 ปี

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเบื้องต้นของผู้ถูกสัมภาษณ์ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้จัดการของโรงแรมระดับ 3 ดาวจำนวน 4 แห่ง โรงแรมระดับ 4 ดาวจำนวน 3 แห่ง และ โรงแรมระดับ 5 ดาว จำนวน 2 แห่งคิดเป็นร้อยละ 45, 33 และ 22 ตามลำดับ โรงแรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือโรงแรมท้องถิ่น 7 แห่ง และโรงแรมเครือข่าย 2 แห่งคิดเป็นร้อยละ 78 และ 22 ตามลำดับ มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 74 ห้องถึง 280 ห้อง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีประสบการณ์การจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนมากกว่า 3 ปี

การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการของโรงแรมเพื่อตอบคำถามการวิจัย 9 ประเด็นซึ่งสรุปได้ดังนี้

ประเด็นแรก พบว่าโรงแรมโดยส่วนใหญ่ในประเทศไทยนิยมจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนในแผนกซ่อมบำรุง รักษาความปลอดภัยและแม่บ้านตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความนิยมที่โรงแรมมีการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน

โรงแรม	แผนกที่นิยมจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนในอุตสาหกรรมโรงแรม					
	ซ่อมบำรุง	แม่บ้าน	รักษาความปลอดภัย	สารสนเทศ	อาหารเครื่องดื่ม	อาคารสถานที่
A	√			√	√	
B		√				√
C	√			√		√
D	√					
E	√					
F	√	√	√		√	
G		√	√	√		
H			√			
I			√			

สาเหตุที่สำคัญของการจัดจ้างได้แก่ 1) ความต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์ความชำนาญเฉพาะด้าน (โรงแรม A, B, C, D, E, H) และ 2) บุคลากรของโรงแรมไม่เพียงพอต่อการตอบสนองของลูกค้า (โรงแรม F, G, I) (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 สาเหตุของการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน

โรงแรม	สาเหตุของการจัดจ้าง	
	ต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญ	บุคลากรมีไม่เพียงพอ
A	√	
B	√	
C	√	

ตารางที่ 3 (ต่อ)

โรงแรม	สาเหตุของการจัดจ้าง	
	ต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญ	บุคลากรมีไม่เพียงพอ
D	√	
E	√	
F		√
G		√
H	√	
I		√

ส่วนแผนกที่ไม่นิยมจัดจ้าง ได้แก่ ส่วนที่ต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าโดยตรง (แผนกต้อนรับ) ตัวอย่างเช่น โรงแรม A, C, D, H ระบุถึงสาเหตุของการไม่จัดจ้างในแผนกดังกล่าว คือผู้ดำเนินการแทนอาจจะไม่ทราบรายละเอียดของโรงแรมซึ่งอาจจะเป็นผลกระทบต่อมาตรฐานในการดำเนินงานหรือระดับความพึงพอใจของลูกค้า ขณะที่โรงแรม B ระบุว่าไม่ควรมีการจัดจ้างในแผนกที่ต้องเก็บความลับของโรงแรมเช่น แผนกบัญชีหรือการเงิน

ตารางที่ 4 แรงจูงใจในการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน

โรงแรม	แรงจูงใจในการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน		
	เพิ่มประสิทธิภาพ	ลดค่าใช้จ่าย	ควบคุมค่าใช้จ่าย
A	√		
B		√	
C	√		
D	√		
E	√		
F			√
G			√
H		√	
I		√	

ประเด็นที่สอง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการจัดจ้าง ประกอบด้วย ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (โรงแรม A, C, D, E) รองลงมา คือ การลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (โรงแรม B, H, และ I) และการควบคุมค่าใช้จ่าย (โรงแรม F และ G) (ตารางที่ 4)

ประเด็นที่สาม การวางแผนจัดจ้างในอนาคต แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้ 1) การเพิ่มการจัดจ้างในอนาคต ได้แก่ โรงแรม B, C, D, F, G เหตุผลคือมีบุคลากรไม่เพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินงานโรงแรมยังต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์และความชำนาญเฉพาะด้านและ 2) การลดการจัดจ้างในอนาคต ตัวอย่างเช่น โรงแรม A, E, H และ I เหตุผลคือโรงแรมยังสามารถที่จะบริหารจัดการได้ด้วยตนเองและยังไม่มีนโยบายในการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แนวโน้มการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน

โรงแรม	แนวโน้มการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน	
	เพิ่ม	ลด
A		√
B	√	
C	√	
D	√	
E		√
F	√	
G	√	
H		√
I		√

ประเด็นที่สี่ การลดลงของค่าใช้จ่าย การเพิ่มความสามารถในการควบคุมงบประมาณ การเพิ่มความเร็วในการดำเนินงานหรือบริการ การเพิ่มคุณภาพและบริการ การเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินการและ

ความสามารถในการส่งมอบ[5] การทำกำไรและการพัฒนาขององค์กรเป็นความคาดหวังที่องค์กรจะได้รับประโยชน์จากการจัดจ้าง ตัวอย่างเช่น โรงแรม A, B, E ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โรงแรม C, D เพื่อลดภาระงานและการเพิ่มความคล่องในการดำเนินงาน โรงแรม F, G, H, I เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต้นทุนและลดค่าใช้จ่าย (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ความคาดหวังและประโยชน์จากการจัดจ้าง

โรงแรม	ความคาดหวังและประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน		
	เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	ลดภาระงาน	ลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย
A	√		
B	√		
C		√	
D		√	
E	√		
F			√
G			√
H			√
I			√

ประเด็นที่ห้า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดจ้าง แบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ ความสามารถในการควบคุมการดำเนินงาน (โรงแรม A, B, C และ D) และการไม่ปฏิบัติตามสัญญาของผู้รับจ้าง (โรงแรม D, E, F, G และ H) ซึ่งสนับสนุนการศึกษาของ [5], [12] (ตารางที่ 7)

ประเด็นที่หก แนวทางแก้ปัญหาที่เกิดจากการจัดจ้าง เช่น ยกเลิกสัญญาและคัดเลือกบริษัทใหม่ในการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน (โรงแรม A, B, C, D และ G) กำหนดเงื่อนไขข้อสัญญาใหม่ หรือจัดหาบริษัทอื่น

แทน (โรงแรม E) เพิ่มความเข้มข้นในการควบคุมการดำเนินงาน (โรงแรม F) และกำหนดมาตรการควบคุมดูแล (โรงแรม H และ I) (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 7 ปัญหา อุปสรรคในการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน

ผู้ถูกสัมภาษณ์	ปัญหา อุปสรรคในการจัดจ้าง	
	การสูญเสียความสามารถในการควบคุมกิจกรรม	การไม่ปฏิบัติตามสัญญา
A	√	
B	√	
C	√	
D		√
E		√
F		√
G		√
H	√	
I	√	

ตารางที่ 8 แนวทางการแก้ปัญหา

ผู้ถูกสัมภาษณ์	แนวทางการแก้ปัญหา			
	ยกเลิกสัญญา	กำหนดเงื่อนไข	เพิ่มความเข้มข้น	กำหนดมาตรการ
A	√			
B	√			
C	√			
D	√			
E		√		
F			√	
G	√			
H				√
I				√

ประเด็นที่เจ็ด แนวทางป้องกันปัญหาแบ่งเป็น 2 แนวทาง คือ การกำหนดข้อสัญญาเงื่อนไขให้รัดกุม (โรงแรม A, B, C, E, F, G, H) และกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือก (โรงแรม D และ I) (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 แนวทางป้องกันปัญหาจากการจัดจ้าง

ผู้ถูกสัมภาษณ์	แนวทางป้องกันปัญหาจากการจัดจ้าง	
	ข้อสัญญา รัดกุม	เกณฑ์การคัดเลือก
A	√	
B	√	
C	√	
D		√
E	√	
F	√	
G	√	
H	√	
I		√

ประเด็นที่แปด เกณฑ์การคัดเลือกผู้ดำเนินการแทน พบว่าโรงแรมมีการประยุกต์เกณฑ์การคัดเลือก ซัพพลายเออร์มาใช้สำหรับการคัดเลือกผู้ดำเนินการ โรงแรม A, B, G, C, F, G, H และ I มีการพิจารณาจาก ประสิทธิภาพดำเนินงาน ขณะที่ โรงแรม D พิจารณา คัดเลือกจากความสัมพันธ์ และ โรงแรม E พิจารณาจาก อัตราค่าจ้าง (ตารางที่ 10)

ประเด็นสุดท้าย พบว่าตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพ การดำเนินงานของโรงแรม พิจารณาจากคำติชมของ ลูกค้า (โรงแรม A, C, F และ G) อัตราการเข้าพัก (โรงแรม B และ I) รายงานประจำปี (โรงแรม D, E และ H) และอัตราผลตอบแทนจากการดำเนินงาน (ROA) (โรงแรม F) (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 10 เกณฑ์การคัดเลือกผู้ดำเนินการแทน

ผู้ถูกสัมภาษณ์	เกณฑ์การคัดเลือกผู้ดำเนินการแทน	
	ประสิทธิภาพ ดำเนินงาน	ความสัมพันธ์
A	√	
B	√	
C	√	
D		√
E	√	
F	√	
G	√	
H	√	
I	√	

ตารางที่ 11 ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ผู้ถูก สัมภาษณ์	ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน		
	คำติชม จากลูกค้า	อัตราการ เข้าพัก	รายงาน ประจำปี
A	√		
B		√	
C	√		
D			√
E			√
F	√		
G	√		
H			√
I		√	

อภิปรายผล

ผลการสัมภาษณ์ผู้จัดการและผู้บริหาร ระดับสูงของโรงแรมในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 9 แห่ง จากประเด็นคำถาม 9 ประเด็นพบข้อสรุปที่น่าสนใจดังนี้

1. แผนกซ่อมบำรุงเป็นแผนกที่โรงแรมโดยส่วนใหญ่นิยมมีการจัดจ้างมากที่สุด ขณะที่แผนกแม่บ้านเป็นแผนกรองลงมาที่มีการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมที่โรงแรมในได้หวั่นมีการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน [11]

2. สาเหตุที่โรงแรมมีการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายและยังสามารถที่จะควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงานของทางโรงแรม สอดคล้องกับการศึกษาของ [3] การดำเนินการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนส่งผลในแง่ลบต่อการดำเนินงานของโรงแรม เช่น โรงแรมไม่สามารถควบคุมการดำเนินการของผู้ดำเนินการแทน สอดคล้องกับการศึกษาของ [4]

3. แผนกบัญชีเป็นแผนกที่โรงแรมไม่นิยมจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน เนื่องจากเป็นแผนกที่ต้องเก็บความลับขององค์กร โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ [18] ที่ระบุว่าแผนกบัญชีและการเงินเป็นแผนกที่โรงแรมไม่มีการจัดจ้างในการดำเนินงาน

4. แนวทางสำหรับการแก้ปัญหาและป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทน ซึ่งได้แก่ การยกเลิกสัญญาจัดจ้างและหาผู้ดำเนินการแทนรายใหม่และการวางมาตรการในการป้องกันปัญหาดังกล่าวด้วยการกำหนดข้อสัญญาจัดจ้างให้รัดกุมและกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ดำเนินการแทนเพื่อลดหรือระงับปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ [3]

5. การพิจารณาจากประวัติการดำเนินการของผู้ดำเนินการแทนแต่ละรายเป็นปัจจัยสำคัญที่โรงแรมนิยมใช้เป็นเกณฑ์สำหรับการคัดเลือกผู้ดำเนินการแทน และโรงแรมมีการประเมินผลการดำเนินงานจากคำติชมของลูกค้าและผลประกอบการทางการเงินเป็นสิ่งที่

โรงแรมควรมีการดำเนินการ สอดคล้องกับการศึกษาของ [4]

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนแบ่งข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วนคือ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่น่าผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านการคัดเลือกผู้ดำเนินการแทน โรงแรมควรมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ดำเนินการแทนอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดจากการจัดจ้าง

ข้อเสนอแนะที่จะศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการจัดจ้างผู้ดำเนินการแทนของโรงแรมในประเทศไทย
2. ควรเพิ่มการศึกษาจากแบบสอบถามเพื่อยืนยันข้อเสนอดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

- [1] Tourism Authority of Thailand. (2015), *The occupancy of tourists 2004-2015*, Retrieved February 11, 2016, Website: <http://service.nso.go.th/nso/>
- [2] Tuntirattansoontorn, N. (2008). Service quality improvement in the Thai hotel Industry. *Journal of management*, 6(1), 24-36.
- [3] Lam, T., & Han, M. X. J. (2005). A study of outsourcing strategy: a case involving the hotel industry in Shanghai China. *International Journal of Hospitality Management*, 24, 41-56.
- [4] Espino-Rodriguez, T. F., & Padron-Robbaina, V. C. (2005). A resource-based view of outsourcing and its implications for organizational performance in the hotel sector. *Tourism Management*, 26, 707-721.

- [5] Espino-Rodriguez, T. F., & Padron-Robbaina, V. C. (2004). Outsourcing and its impact on operational objectives and performance: a study of hotels in the Canary Islands. *International Journal of Hospitality Management*, 23, 287-306.
- [6] Kang, M., & Wu, X. (2009). Strategic outsourcing practices of multi-national corporations (MNCs) in China. *Strategic Outsourcing: An International Journal*, 2(3), 240-256.
- [7] Byramjee, F., Bhagat, P., & Klein, A. (2010). The moderating role of relationship quality in determining total value orientation. *Global Journal of Business Research*, 4(2), 49-62.
- [8] Promsivapallop, P., Jones, P., & Roper, A. (2015). Factors influencing hotel outsourcing decisions in Thailand: Modifications to the transaction cost economics approach. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 39(1), 32-56.
- [9] Kettapan, K. & Vachajitpan, P. (2014). Outsourcing Practices in the Thai Hotel Industry. *Global Tourism & Hospitality Conference and Asia Tourism Forum*, 18-20 May, pp.768-781.
- [10] Donada, C., Nogatchewsky, G. (2009). Emotions in outsourcing: An empirical study in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 367-373.
- [11] Wan, C. & Su, A.Y. (2010). Exploring the Factors Affecting Hotel Outsourcing in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 15, 95-107.
- [12] Handley, S. M. (2012). The perilous effects of capability loss on outsourcing management and performance. *Journal of Operations Management*, 30, 152-165.
- [13] Hiamey, S. E., & Amenumey, E. K. (2013). Exploring service outsourcing in 3-5 Star hotels in the Accra Metropolis of Ghana. *Tourism Management Perspectives*, 8, 9-17.
- [14] Lai, P. C. (2007, July). *Outsourcing hotel service operations: The case of Taiwan hotels*. Paper presented at the International Conference on Business and Information, Tokyo, Japan.
- [15] Pal, O., Kumar, A., & Garg, R.K. (2013). Supplier Selection Criteria and Methods in Supply Chains: A Review. *International Journal of Social, Education, Economics and Management Engineering*, 7(10), 1395-1401.
- [16] Bhutta, K.S. & Huq, F. (2002). Supplier selection problem: a comparison of the total cost of ownership and analytic hierarchy process approaches. *Supply Chain Management: An International Journal*, 7(3), 126-135.
- [17] Yin, R.K. (2003). *Case study research: Design and methods*, 3rd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- [18] Yildiz, S., & Demirel, Z. H. (2014). The benefits, risks and effects on performance of the outsourcing: A comparative study of seasonal and permanent hotels. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, 109, 514-521.

แนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล

The Improvement of Administration Guidelines to a World Class Standard in General Buddhist Schools (Group 13)

พระศิริชัย ภมรศิลป์ธรรม

คณะศึกษาศาสตร์ สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษาและเสนอแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล และเสนอแนวทางการบริหารโรงเรียน เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหาร คณะกรรมการสถานศึกษา ครู ผู้ปกครอง เจ้าหน้าที่โรงเรียน นักเรียน โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 จำนวน 191 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, One-way ANOVA, LSD และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยได้ข้อสรุปดังนี้

1. ความคิดเห็นของบุคลากรการศึกษาต่อแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล ด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลกอยู่ในระดับปานกลาง ด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพอยู่ระดับน้อย

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรการศึกษาของโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 มีเพศ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ประเภทบุคคลที่ต่างกัน พบว่ามีความคิดเห็นต่อสภาพที่ควรเป็นของโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุและหน้าที่มีความเห็นต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ข้อเสนอแนะแนวทางการบริหารโรงเรียนคือด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลกได้แก่ การพัฒนาหลักสูตรเทียบเคียงมาตรฐานสากลโดยการจัดหลักสูตร English Program จัดพัฒนานักเรียนให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้ ด้านการจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากลได้แก่ การจัดให้โรงเรียนมีหลักสูตร Multi-language program และพัฒนาครูให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้ และในด้านการบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพได้แก่ มีการบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพเทียบเท่ามาตรฐานสากล จัดทำ MOU กับสถานศึกษาระหว่างประเทศ

คำสำคัญ: โรงเรียนพระปริยัติธรรม มาตรฐานสากล

Abstract

The purposes of this research were to study the administration guidelines of The Buddhist Scripture Schools under the General Education Division Preparative Group 13, in order to pursue a world class standard. The opinions of educators were gathered to make comparisons and subsequently recommend revised guidelines of school administration. Representative sample groups were composed of 191 people. The data was gathered by questionnaires and analyzed by descriptive statistical methods which were frequency, percentage, mean and standard deviation, t-test, One-way ANOVA and LSD and content analysis.

The research results were as follows:

- 1) Overall, the opinions of educators were of a medium level, while each element had the same average result of learning management to compare to the international standards of developing world citizens. The second element of quality system management was of a low level.
- 2) The comparison showed that the opinions of educators overall had differences in each aspect of developing world citizens and the quality system management. Meanwhile, the comparisons classified by gender status, educational level, experiences and monkhood were not different overall and in each aspect, but if classified by age and position, had significantly different levels at $p=0.05$.
- 3) Recommendations for the guidelines of school administration and the development of world citizens included the modification of the curriculum in the English Program and other languages (EP, English and Chinese languages). In the field of learning management, courses were to be developed in multiple languages. The quality system management was to include a MOU with an international school.

Keywords: The Buddhist Scripture School, World Class School

ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559 ระบุว่าคนไทยต้องมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งยังต้องมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องการศึกษา ทักษะการทำงาน และการดำเนินชีวิต เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันสำคัญในการดำรงชีวิต และปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ขณะเดียวกันต้องยกระดับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาไทยให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อตอบสนองระบบการศึกษาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 กระทรวงศึกษาธิการได้จัดทำ แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 โดยมุ่งหวังให้ "คนไทยได้เรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพเป็นคนดี มีความสุข มีภูมิคุ้มกันรู้เท่าทันในเวทีโลก" โดยมีภารกิจหลักคือ ยกระดับคุณภาพ

การศึกษาสู่สากล เสริมสร้างโอกาสทางการศึกษาทั่วถึงอย่างเท่าเทียม และพัฒนาระบบบริหารจัดการการศึกษาตามหลักธรรมาภิบาล ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งนี้การบริหารจัดการการศึกษาเป็นปัจจัยตอบสนองระบบแผนพัฒนาการศึกษาในด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่การดำเนินการจริง เกิดผลจริง ได้ประสิทธิภาพจริงทั้งระบบ ตรงตามแนวทางการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการพัฒนาระบบการศึกษาสู่สากล เพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้ (ฟาฏินา วงศ์เลขา, 2548)กล่าวว่าในการพัฒนาประเทศให้สามารถก้าวสู่การแข่งขันด้านต่างๆ ในเวทีโลกได้นั้น สิ่งสำคัญคือต้องพัฒนากระบวนการศึกษาของชาติให้มีมาตรฐานทางวิชาการในระดับสากลให้ได้ก่อน เพราะต้องยอมรับว่าการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งยวดในการสร้างคนให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพเพื่อพัฒนาสังคมได้

อย่างยั่งยืน และนำพาประเทศชาติไปสู่เวทีการแข่งขันระดับโลกได้ ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาจึงถือเป็นรากฐานสำคัญที่จะพัฒนาคุณภาพของคนไทยให้มีศักยภาพก้าวไกลไปสู่มาตรฐานสากล โดยการพัฒนาผู้เรียน เป็นสำคัญเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ คุณธรรม ความสามารถตามมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐานและ การพัฒนาสู่คุณภาพระดับสากล การนำทิศทางสู่การปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าว มีความเชื่อมโยง สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ “การปฏิรูปการศึกษาทศวรรษที่สอง พ.ศ. 2552-2561” การส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อพัฒนาสู่คุณภาพระดับสากล ได้เริ่มต้นจากโครงการ โรงเรียนมาตรฐานสากล โดยผลักดันให้โรงเรียนที่มีความพร้อมและศักยภาพ เป็นโรงเรียนที่มีระบบการพัฒนาผู้เรียน สถานศึกษา แหล่งเรียนรู้ สภาพแวดล้อม หลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ที่เอื้ออำนวยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตัวเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต มีนิสัยใฝ่เรียนรู้มีความสามารถคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีคุณธรรมนำความรู้ รักความเป็นไทยและสามารถก้าวไกลในระดับนานาชาติ (ชินภัทร ภูมิรัตน, 2553) โดยสำนักงานมัธยมศึกษาตอนปลายได้จัดทำเอกสารแนวทางการดำเนินงาน โรงเรียนมาตรฐานสากล ซึ่งได้ระบุคุณลักษณะของโรงเรียนมาตรฐานสากลเอาไว้ว่า การพัฒนายกระดับหลักสูตรการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล โดยวัดผล ประเมินผลจากผู้เรียนซึ่งต้องมีศักยภาพเป็นพลโลก คือมีความรู้ทางวิชาการ สื่อสารได้สองภาษา มีความคิดก้าวไกลอีกทั้งผู้เรียนยังต้องสร้างผลงานอย่างสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล สุดท้ายคือต้องรู้จักรับผิดชอบต่อสังคมโลก เข้าใจในบริบทที่แตกต่างทั้งวัฒนธรรม และสังคม ในคุณลักษณะยังได้กล่าวถึงการบริหาร โรงเรียนมาตรฐานสากลด้วยการจัดการด้วยระบบคุณภาพซึ่งประยุกต์มาจากเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ(TQA)

โดยมีหลักการดำเนินการต่างๆ เพื่อให้ได้คุณภาพสู่มาตรฐานสากล

โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา เป็นสถานศึกษาที่มีเป้าหมายในการมุ่งพัฒนาผู้เรียนซึ่งเป็นพระภิกษุ สามเณร ให้เป็นผู้มีคุณธรรม มีความรู้ ดำรงตนในคำสอนของพระพุทธศาสนา ในอดีตวัดเป็นศูนย์กลางของการศึกษาพระปริยัติธรรม จึงถือเป็นศาสนกิจอย่างหนึ่งที่พระภิกษุสามเณรจะต้องศึกษา และนำความรู้ที่ถ่ายทอดให้กับประชาชน ซึ่งจะยังผลให้เกิดความสงบเรียบร้อยภายในสังคม เกิดความมั่นคงแห่งพระศาสนาและประเทศชาติในส่วนรวมต่อไป การบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ขึ้นตรงกับ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา พ.ศ.2553-พ.ศ.2562 ซึ่งเป็นแผนสำคัญที่มุ่งใช้วิธีการทางยุทธศาสตร์เพื่อการปฏิรูป และเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการศึกษา ระบบการบริหารจัดการ ระบบการบริการการศึกษาและระบบการเผยแผ่พระพุทธศาสนา เพื่อให้โรงเรียนได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาร่วมกันอย่างมีเอกภาพ อีกทั้งเป็นการสร้างโอกาสทางการศึกษาและทางเลือกที่ดีที่สุดอีกทางหนึ่งแก่สังคมไทย และสังคมพระพุทธศาสนาในระดับสากล โดยประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ของโลกในการเรียนรู้และการศึกษาระดับพื้นฐานทางพระพุทธศาสนา ซึ่งมีแนวคิดที่พัฒนาโรงเรียนที่มีความพร้อมให้เป็นการจัดการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษานานาชาติต้นแบบ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นศูนย์กลางการศึกษาทางพระพุทธศาสนาของโลกที่มุ่งพัฒนาหลักสูตร ระบบจัดการศึกษา และการสานสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศต่างๆ ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ รวมทั้งการส่งเสริมแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ในการจัดการศึกษา

ระหว่างกันกับ โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษาในระดับสากล(กองพุทธศาสนศึกษา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ , 2552)

โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เป็น โรงเรียนพระปริยัติธรรม จัดการเรียนการสอนให้แก่พระภิกษุ สามเณร ในพระพุทธศาสนา มหาคณาจารย์ ประกอบด้วย 3 โรงเรียน 1) โรงเรียน มังกรมลาวาสวิทยาลัย 2) โรงเรียนโพธิ์ไตรราชวิทยาลัย และ 3) โรงเรียนวัดหมื่นพุทธวิद्याซึ่งสภาพการบริหารการศึกษาของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 จัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรแกนกลางขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 ช่วงชั้นที่ 3 และ 4 ในระดับมัธยมศึกษา ด้วยปัจจุบันโรงเรียนมีอัตตลักษณ์ด้านภาษาจีนเป็นภาษาที่สอง แต่ยังคงการบริหารโรงเรียนตามแนวทางมาตรฐานสากล ทั้งนี้คณะกรรมการโรงเรียนต่างเห็นด้วยในการดำเนินการพัฒนาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่13 สู่มาตรฐานสากล เพื่อให้ก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของโลกด้วยเหตุที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล ผลวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการบริหารสถานศึกษา ส่งผลโดยรวมทั้งระบบของการศึกษานำไปสู่ระดับสากล บุคลากรทางการศึกษาพร้อมสู่การเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องตามแนวแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559,แผนพัฒนาการศึกษา ของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559, แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ การพัฒนาการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา พ.ศ.2553-พ.ศ.2562

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพที่ควรเป็นของแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษา จำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน บุคคล และหน้าที่ที่แตกต่างกันของสภาพที่ควรเป็นของแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล
3. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล

สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งสมมติฐาน ดังนี้

1. บุคลากรทางการศึกษาที่มี เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน บุคคลและหน้าที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพที่ควรเป็นของแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล ตามกรอบมัธยมศึกษายุคใหม่สู่มาตรฐานสากล 2561 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ โดยดำเนินการพัฒนา 3 ด้าน

ตัวแปรอิสระ

บุคลากรโรงเรียนพระปริยัติธรรม

แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- ประสบการณ์การทำงาน
- ประเภทบุคคล
- หน้าที่

ตัวแปรตาม

สภาพที่ควรเป็นของแนวทางการบริหารโรงเรียนผู้
มาตรฐานสากล 3 ด้าน

- ด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก
(World Citizen)
- ด้านจัดการเรียนการสอนเทียบเคียง
มาตรฐานสากล (World – Class Standard)
- ด้านบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ
(Quality System Management)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร : ได้แก่ บุคลากรทางการศึกษา
โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13
จำนวน 367รูป/คน

กลุ่มตัวอย่าง : ประกอบด้วย ผู้บริหาร
คณะกรรมการสถานศึกษา ครู เจ้าหน้าที่โรงเรียน
ผู้ปกครอง นักเรียนของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนก
สามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 โดยใช้ตารางจากทั้ง 3 โรงเรียน
ในแต่ละโรงเรียนสุ่มอย่างง่ายตามตารางกำหนดขนาด
กลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง
บุคลากรได้จำนวน 191รูป/คน

เครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ
แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดย
แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพส่วนตัว
เกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการ
ทำงาน บุคคล และหน้าที่

ตอนที่ 2 นำแบบสอบถามการ
บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา
กลุ่มที่ 13 ผู้ความเป็นมาตรฐานสากล ให้ผู้เชี่ยวชาญ
ทางด้านการประเมินผลตามสภาพ จริงจำนวน 3 ท่าน
ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity)
ความถูกต้องของภาษา เพื่อ พิจารณาแก้ไขปรับปรุง หา
ค่า IOC หรือ Index of Item - Objective Concurrence
ได้ IOC= 0.92 ตั้งแต่ 0.5 เชื่อว่าใช้ได้

ตอนที่ 3 นำแบบสอบถามแนว
ทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญ
ศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความเป็นมาตรฐานสากล
ไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม
โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient)
ของครอนบัก (Cronbach) และนำไปทดลองใช้ (Try
out) เกณฑ์การพัฒนาได้ค่า $\alpha = 0.98$ ซึ่งค่าตั้งแต่ 0.7
ขึ้นไปเชื่อว่ามีค่าความเที่ยงแบบสอบถามเกี่ยวกับแนว
ทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญ
ศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความเป็นมาตรฐานสากล
ตามทัศนะของบุคลากรทางการศึกษา โรงเรียนพระ
ปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 แบบวัดเป็น
แบบมาตราประมาณ ค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ของ
ลิเคิร์ต (Likerts) มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้
ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับแนวทางการบริหาร
โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13
เพื่อเตรียมผู้ความเป็นมาตรฐานสากล

สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า แนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความเป็นมาตรฐานสากล

(n = 191)

แนวทางการบริหาร โรงเรียนพระปริยัติ ธรรม แผนกสามัญ ศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อ เตรียมผู้ความเป็น มาตรฐานสากล	\bar{X}	S.D.	แปลค่า	อันดับ
1. ด้านผู้เรียนมี ศักยภาพเป็นพลโลก	2.64	.85	ปาน	2
2. ด้านจัดการเรียนการ สอนเทียบเคียง มาตรฐานสากล	2.64	.83	ปาน	1
3. ด้านบริหารจัดการ ด้านระบบคุณภาพ	2.44	1.01	น้อย	3
ภาพรวม	2.58	.87	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรทางการศึกษา มีความคิดเห็นต่อแนวทางการบริหาร โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความเป็นมาตรฐานสากล โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 2.58 อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล และด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.64 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพ อยู่ระดับน้อย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม ของบุคลากรทางการศึกษา แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความเป็นมาตรฐานสากล จำแนกตามอายุ

แนวทางการบริหาร โรงเรียนพระปริยัติ ธรรม ของบุคลากร ทางการศึกษา ๑	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านผู้เรียนมี ศักยภาพเป็นพล โลก	ระหว่าง กลุ่ม	6.00	2	3.00	4.29*	.01
	ภายใน กลุ่ม	131.31	188	.70		
	รวม	137.31	190			
2. ด้านจัดการเรียน การสอนเทียบเคียง มาตรฐานสากล	ระหว่าง กลุ่ม	3.38	2	1.69	2.50	.08
	ภายใน กลุ่ม	126.82	188	.67		
	รวม	130.20	190			
3. ด้านบริหาร จัดการด้านระบบ คุณภาพ	ระหว่าง กลุ่ม	8.81	2	4.41	4.27*	.01
	ภายใน กลุ่ม	187.10	188	1.00		
	รวม	195.91	190			
ภาพรวม	ระหว่าง กลุ่ม	5.79	2	2.90	3.98*	.02
	ภายใน กลุ่ม	136.80	188	.72		
	รวม	142.59	190			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า บุคลากรทางการศึกษา โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 ที่มีอายุต่างกัน มีแนวทางการบริหาร โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาในภาพรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล ไม่แตกต่าง โดยมีผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่เกี่ยวกับแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม ของบุคลากรทางการศึกษา แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความ เป็นมาตรฐานสากล จำแนกตามอายุ

แนวทางการบริหาร โรงเรียนพระปริยัติ ธรรม ของบุคลากร ทางการศึกษา ๑	อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 35ปี	36 ปีขึ้นไป
ด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก				
อายุ	\bar{x}	2.58	2.71	3.26
ไม่เกิน 25 ปี	2.58	-	-0.13	-0.68*
26 – 35 ปี	2.71	-	-	-0.55
36 ปีขึ้นไป	3.26	-	-	-
ด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพ				
อายุ	\bar{x}	2.39	2.36	3.21
ไม่เกิน 25 ปี	2.39	-	0.03	-0.82*
26 – 35 ปี	2.36	-	-	-0.85*
36ปีขึ้นไป	3.21	-	-	-
ภาพรวมทุกด้าน				
อายุ	\bar{x}	2.52	2.56	3.19
ไม่เกิน 25 ปี	2.52	-	-0.04	-0.67*
26 – 35 ปี	2.56	-	-	-0.63
36ปีขึ้นไป	3.19	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า บุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 ที่มีอายุต่างกัน มีแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ พบว่า อายุไม่เกิน 25 ปี กับ อายุ 36 ปีขึ้นไป แตกต่างกันในด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก ด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพ และภาพรวมทุกด้าน ส่วนอายุ 26 – 35 ปี กับ อายุ 36 ปีขึ้นไป แตกต่างกันในด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพเท่านั้น

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม ของบุคลากรทางการศึกษา แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้ความ เป็นมาตรฐานสากล จำแนกตามประเภทหน้าที่

แนวทางการ บริหารโรงเรียน พระปริยัติธรรม ของบุคลากร ทางการศึกษา แผนกสามัญ ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านผู้เรียนมี ศักยภาพเป็นพล โลก	ระหว่างกลุ่ม	5.49	2	2.74	3.91*	.02
	ภายในกลุ่ม	131.82	188	.70		
	รวม	137.31	190			
2. ด้านจัดการ เรียนการสอน เทียบเคียง มาตรฐานสากล	ระหว่างกลุ่ม	2.77	2	1.38	2.04	.13
	ภายในกลุ่ม	127.44	188	.68		
	รวม	130.20	190			
3. ด้านบริหาร จัดการด้าน ระบบคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	8.10	2	4.05	4.05*	.01
	ภายในกลุ่ม	187.82	188	1.00		
	รวม	195.92	190			
	ระหว่างกลุ่ม	5.12	2	2.56	3.50*	.03
ภาพรวม	ภายในกลุ่ม	137.47	188	.73		
	รวม	142.59	190			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า บุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 ที่มีอายุต่างกัน มีแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นด้านการจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากล ไม่แตกต่าง โดยมีผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ เกี่ยวกับ
แนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม ของบุคลากร
ทางการศึกษา แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13 เพื่อเตรียมผู้
ความเป็นมาตรฐานสากล จำแนกตามหน้าที่

แนวทางการบริหารโรงเรียนพระ ปริยัติธรรม ของบุคลากรทาง การศึกษา แผนกสามัญศึกษา	หน้าที่	ผู้บริหาร ครู เจ้าหน้าที่ โรงเรียน	คณะกรรมการสถานศึกษา	ผู้ปกครอง	นักเรียน
1. ด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก					
หน้าที่	\bar{X}	2.88	3.30	2.57	
ผู้บริหาร ครู เจ้าหน้าที่โรงเรียน	2.88	-	-0.42	0.31	
คณะกรรมการสถานศึกษา	3.30	-	-	0.73*	
ผู้ปกครอง					
นักเรียน	2.57	-	-	-	
2. ด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพ					
หน้าที่	\bar{X}	2.58	3.37	2.38	
ผู้บริหาร ครู เจ้าหน้าที่โรงเรียน	2.58	-	-0.79	0.20	
คณะกรรมการสถานศึกษา	3.37	-	-	0.99*	
ผู้ปกครอง					
นักเรียน	2.38	-	-	-	
3. ภาพรวมทุกด้าน					
หน้าที่	\bar{X}	2.75	3.26	2.51	
ผู้บริหาร ครู เจ้าหน้าที่โรงเรียน	2.75	-	-0.51	0.24	
คณะกรรมการสถานศึกษา	3.26	-	-	0.75*	
ผู้ปกครอง					
นักเรียน	2.51	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า บุคลากรทางการศึกษา
โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 13
ที่มีหน้าที่ต่างกัน มีแนวทางการบริหาร โรงเรียนพระ
ปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบความ
แตกต่างรายคู่ พบว่า คณะกรรมการสถานศึกษา
ผู้ปกครอง กับ นักเรียน แตกต่างกันในภาพรวม และ
ด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก ด้านบริหารจัดการ
ด้านระบบคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

แนวทางการบริหาร โรงเรียนคือด้านผู้เรียนมี
ศักยภาพเป็นพลโลกได้แก่ การพัฒนาหลักสูตรเทียบเคียง
มาตรฐานสากลโดยการจัดหลักสูตร English Program จัด
พัฒนานักเรียนให้สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษและ
ภาษาจีน ได้ ด้านการจัดการเรียนการสอนเทียบเคียง
มาตรฐานสากลได้แก่ การจัดให้โรงเรียนมีหลักสูตร
Multi-language program และพัฒนาครูให้สามารถ
สื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้ และในด้านการ
บริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพได้แก่ มีการบริหาร
จัดการด้วยระบบคุณภาพเทียบเท่ามาตรฐานสากล จัดทำ
MOU กับสถานศึกษาระหว่างประเทศ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย แนวทางการบริหาร โรงเรียน
พระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษากลุ่มที่13เพื่อเตรียมผู้
ความเป็นมาตรฐานสากล ผู้วิจัยอภิปรายผลโดยมี
รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษาให้
ความสำคัญต่อแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติ
ธรรม แผนกสามัญศึกษาเพื่อเตรียมผู้ ความเป็น
มาตรฐานสากล อันดับแรกคือ ด้านจัดการเรียนการสอน
เทียบเคียงมาตรฐานสากล มีหลักสูตรความเป็นเลิศเฉพาะ
ทางอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะว่าผู้ตอบ
แบบสอบถาม เห็นความสำคัญของการพัฒนาหลักสูตร
ความเป็นเลิศเฉพาะทาง สอดคล้องกับสำนักงาน
บริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (2553: 22) การ
พัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาโรงเรียนมาตรฐานสากลเป็น
หลักสูตรที่สนองนโยบายการกระจายอำนาจให้สังคมมี
ส่วนร่วมในการจัดการศึกษา สอดคล้องกับ วิชชา ยศ
อ่อน (2555) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารหลักสูตรใน
โรงเรียนมาตรฐานสากล ระดับมัธยมศึกษา จังหวัด
นครสวรรค์ ด้านการพัฒนาหลักสูตร ดังนั้น มีหลักสูตร
ความเป็นเลิศเฉพาะทางเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ
ด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก มีการสื่อสารได้สอง

ภาษาขึ้น ไปอยู่ในระดับปานกลางทั้งนี้อาจเนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่ได้ให้ความสำคัญของภาษาที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารสู่สากลแต่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในสังคมโลกทำให้มีการเชื่อมโยงหลายด้าน สอดคล้องกับ สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (2553 : 3) ที่ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของโรงเรียนมาตรฐานสากลว่า เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพเป็นพลโลกในยุคฐานเศรษฐกิจฐานความรู้ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการสื่อสาร ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันและร่วมมือกับประชาคมโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีภาษาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารสอดคล้องกับ วิลัยพรณ์ เสรีวัฒน์(2555) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินเชิงระบบโครงการ โรงเรียนมาตรฐานสากล ผลการวิจัยได้กล่าวถึง ด้านผลผลิต คือนักเรียนโรงเรียนมาตรฐานสากล มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านการสื่อสาร ได้อย่างน้อยสองภาษา ดังนั้น การสื่อสารได้อย่างน้อยสองภาษามีความสำคัญมาเป็นอันดับหนึ่ง ลำดับต่อมาคือ ด้านบริหารจัดการด้วยระบบคุณภาพ ผู้บริหารมีความสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและการบริหารจัดการตามหลักสากลอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่าด้านผู้บริหารขาดทักษะการจัดการความรู้เทคโนโลยีและไม่สามารถใช้เทคโนโลยี ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ จันทรดาว แสงแก้ว (2558) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้หลักสูตรมาตรฐานสากลของโรงเรียนพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรควรได้แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันด้านเทคโนโลยีการจัดการความรู้วางแผนและถ่ายทอดความรู้และสามารถใช้ระบบเทคโนโลยีได้ สอดคล้องกับซิลวา(Silva, 2007) การบริหารงานต่างๆ ต้องมีทักษะความสามารถในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้บริหารมีความสามารถใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและการบริหารจัดการตามหลักสากล

2. สำหรับบุคลากรทางการศึกษาที่มีเพศ วุฒิ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และบุคคลโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษากลุ่มที่13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากล โดยภาพรวมด้านจัดการเรียนการสอนเทียบเคียงมาตรฐานสากลด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลกและด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องจากมีความต้องการยกระดับคุณภาพการศึกษา ให้ผู้เรียนมีศักยภาพ มีคุณภาพเทียบเท่ามาตรฐานสากลสอดคล้องกับ ชินภัทร ภูมิรัตน์ (2553 : ก) ที่เห็นว่า โรงเรียนมาตรฐานสากล (World Class Standard School) เป็นนวัตกรรมการจัดการศึกษาที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานนำมาใช้เป็นมาตรการเร่งด่วนในการยกระดับการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพมาตรฐานเทียบเท่าสากลผู้เรียนมีศักยภาพและความสามารถแข่งขันทัดเทียมกับผู้เรียนนานาชาติประเทศ

3. สำหรับบุคลากรทางการศึกษาที่มี อายุและหน้าที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษากลุ่มที่13 เพื่อเตรียมสู่ความเป็นมาตรฐานสากลด้านผู้เรียนมีศักยภาพเป็นพลโลก ด้านบริหารจัดการด้านระบบคุณภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคลากรทางการศึกษาที่มีอายุและหน้าที่ต่างกัน ไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพทัดเทียมกับนานาชาติและวิธีการบริหารจัดการโรงเรียนด้วยระบบคุณภาพ สอดคล้องกับ สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (2553 : 6) โรงเรียนมาตรฐานสากล มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพทัดเทียมแข่งขันกับนานาชาติประเทศโดยการพัฒนาหลักสูตรและการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นความแตกต่างตามศักยภาพของผู้เรียน ผู้บริหารครู ศึกษานิเทศน์และบุคลากรทางการศึกษาได้รับการพัฒนาด้วยวิธีการที่เหมาะสมโรงเรียนบริหารจัดการด้วย

ระบบคุณภาพ ได้รับการรับรองจากองค์กรมาตรฐานสากลระดับโลกสอดคล้องกับ เฮนส์ (Heyns, 2001) ได้ทำการศึกษา ค้นคว้า ระบบการบริหารเชิงคุณภาพที่สำคัญ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความเป็นมาและความสำคัญของการนำระบบการบริหารเชิงคุณภาพมาประยุกต์ใช้กับโรงเรียนมาตรฐานสากล

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษากลุ่มที่ 13 ควรจัดให้เพิ่มชั่วโมงเรียนภาษาอังกฤษและภาษาจีนมากขึ้น เน้นการเรียนรู้ภาษาผ่านคอมพิวเตอร์มากขึ้น ควรจัดสร้างสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์เป็นภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น

2. โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษากลุ่มที่ 13 ควรจัดศึกษาดูงานทั้งในและต่างประเทศด้านการประกอบการค้านานาชาติ จัดอบรมปฏิบัติการให้ครูรู้จักการใช้สื่อในการเผยแพร่ผลงานในต่างประเทศ

3. โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษากลุ่มที่ 13 ควรจัดตั้งคณะทำงานเพื่อวางแผนระยะสั้นและระยะยาวเพื่อเตรียมผู้เรียนมาตรฐานสากล

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับ พระ เณร ผู้ความเป็นสากล

2. ควรศึกษารูปแบบของโรงเรียนมาตรฐานสากลสำหรับโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา

3. ควรศึกษาพัฒนาสื่อการเรียนการสอนของโรงเรียนในการสอนภาษาจีนและภาษาอังกฤษ

เอกสารอ้างอิง

[1] จันท์ดาว แสงแก้ว. การจัดการความรู้หลักสูตรโรงเรียนมาตรฐานสากลของโรงเรียนวัดโนทัยพายัพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

[2] ชินภัทร ภูมิรัตน์. (2553). รายงานการสัมมนาเรื่องนโยบายการปฏิรูปการศึกษาของไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.onec.go.th>, [สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2553].

[3] ฟาฏีนา วงศ์เลขา. (2548). การจัดการศึกษารูปแบบใหม่โรงเรียนต้นแบบ ICT. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[4] วิชชา ยศอ่อน. (2555). การบริหารหลักสูตรในโรงเรียนมาตรฐานสากล ระดับมัธยมศึกษา จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา

[5] วิสัยพรณ์ เสรีวัฒน์. (2555). การประเมินเชิงระบบโครงการโรงเรียนมาตรฐานสากล. คุุณิพนธ์ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

[6] สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. (2554). มัธยมศึกษายุคใหม่สู่มาตรฐานสากล 2561 : Towards World-Class Standard Education 2018. กรุงเทพมหานคร

[7] _____. (2553). แนวทางการดำเนินงานโรงเรียนมาตรฐานสากล : World-Class Standard School. กรุงเทพมหานคร

[8] _____. (2557). เอกสารแนวทางและเกณฑ์เวทีศักยภาพผู้เรียน โรงเรียนมาตรฐานสากล . กรุงเทพมหานคร

[9] _____. (2553). แนวทางการดำเนินงานโรงเรียนมาตรฐานสากล : World-Class Standard School. กรุงเทพมหานคร

[10] กองพุทธศาสนศึกษา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2552), แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ การพัฒนาการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา (พ.ศ. 2553 - พ.ศ.2562), กรุงเทพมหานคร

[11] Elena Silva(2007), "Elements of Global School" (Dissertation Abstracts International, 2007), 14.

[12] RonelHeyns(2001) "Quality Management Systems for Education and Training Providers". (South Africa., 2001), 9.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน The Development Approach of Cultural Tourism for Sustainable Competitive Advantage

หรรษมน เพ็งหมาน¹

¹คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา, hasa.peng@gmail.com

บทคัดย่อ

ด้วยการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญของนานาประเทศ จึงเกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ต่างมุ่งหวังให้ประเทศของตนเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อีกทั้งแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นิยมการศึกษาวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของแต่ละท้องถิ่นมากขึ้น บทความนี้จึงนำเสนอแนวคิดเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยเริ่มจากการเข้าใจและรู้จักทรัพยากรที่ตนมี จากนั้นเป็นการเรียนรู้ที่จะเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาทรัพยากรที่มีให้กลายเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1)การวิเคราะห์ SWOT 2)การวิเคราะห์ความสามารถหลัก 3)การบูรณาการ และ 4)การสนับสนุน พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีศึกษาเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำมาประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ด้วยแนวทางการพัฒนาทั้ง 4 ขั้นตอน ย่อมนำมาซึ่งความสำเร็จของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพเหนือคู่แข่งและก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจไทยต่อไปได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยว

Abstract

Currently, the tourism industry is highly expanded and becomes the important income of the country. Most of countries mentions to promote tourism in their countries in order to make their own places to be the attractive destination for tourists, and trends of tourism now are more focusing on discovering the local life of each communities. Therefore, this paper presents the concept of the development approach of cultural tourism for sustainable competitive advantage. Starting with understanding and knowing resources of their own communities. Then, learning to understand what the tourists needed for developing the resources to become tourism motivation which leads to the development approach of cultural tourism for sustainable competitive advantage that includes 4 steps which are 1) SWOT Analysis 2) Core Competency Analysis 3) Integration and 4) Encouragement as well as giving case study to guide concerned organizations to apply tourism management in their communities. The 4 steps to develop cultural tourism as mentioned would bring success of cultural tourism with high competitive advantage and make economics benefits to Thailand for sustainability.

Keyword: Tourism, Cultural Tourism, Competitive advantage for tourism

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของนานาประเทศเป็นอย่างมาก [1] ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทั่วโลกเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดมูลค่าจากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย รัฐบาลนานาประเทศจึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะเป็นยาวิเศษสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีต้นทุนต่ำเพราะอาศัยทุนทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิม [2]

รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2558 มีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยของคนไทยถึง 8 แสนล้านบาทต่อปี [3] มีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวถึง 2.21 ล้านล้านบาท [4] และประเทศไทยยังอยู่ในลำดับที่ 35 จากประเทศทั่วโลกที่มีได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว [5] แต่กระนั้นการท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดผลกระทบมากมาย เช่น การไร้เสถียรภาพและความไม่ยั่งยืนของภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระจายรายได้อย่างไม่เท่าเทียมกัน การใช้แรงงานเด็กและผู้หญิงอย่างไม่เป็นธรรม ผลกระทบทางลบที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนชนชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ [2] จึงได้เกิดกระแสของ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” ที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางเลือกขึ้น [6] เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางการเกษตร เป็นต้น [7] นอกจากนี้ “การเดินทางสู่ท้องถิ่น (Going Local)” ยังเป็นประเด็นที่ได้รับความนิยมในการสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวของโลก (WTM 2014) ณ กรุงลอนดอน อีกด้วย [8] อีกทั้งแนวโน้มการท่องเที่ยวในปี 2016 ยังพบว่าวัฒนธรรมเป็นประเด็นสำคัญในการ

เลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว [9] ยิ่งแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้น ดังที่หลายประเทศทั่วโลกนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศของตนเอง เช่น ในประเทศมาเลเซียที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community Based Tourism) เพื่อตอบโจทชนโยบายของรัฐในการขจัดความยากจนในชุมชน และเป็นแนวทางในการสร้างรายได้ในชุมชน [10]

เมื่อการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเป็นไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ประเด็นชี้วัดความสำเร็จจึงอาจไม่ได้อยู่ที่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวอีกต่อไป หากแต่เป็น “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage in Tourism)” [11] เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวสามารถครองใจนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว [12] สำหรับประเทศไทยได้มีการเปิดต้นนโยบาย “ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ ไม่ซ้ำใคร” เพื่อส่งเสริมและแสดงจุดยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทยที่แสดงจุดเด่นของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดการท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [13] และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนของแต่ละท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน แต่ผลสรุปของการศึกษายังไม่ครอบคลุมประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงยังคงเป็นข้อจำกัดของการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่การเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวแห่งภูมิภาค การขาดรูปแบบและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนยังเป็นอุปสรรคต่อองค์กรในชุมชนท้องถิ่นที่ต้องการนำผลการศึกษา

จากงานวิจัยไปสานต่อเพื่อให้เกิดผลของความยั่งยืน
ทางการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม ดังจะเห็นได้จากการ
ที่รูปแบบการท่องเที่ยวท้องถิ่นของชุมชนหนึ่ง
ประสบความสำเร็จแต่เมื่อนำไปใช้ในอีกชุมชนหนึ่ง
กลับล้มเหลว

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนว
ทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการ
แข่งขันอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งยกตัวอย่างกรณีศึกษา
เพื่อให้หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องได้นำมา
ประกอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน
ซึ่งเป็นโอกาสครั้งสำคัญที่ชุมชนทุกภาคส่วนจะได้
เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพด้านการ
ท่องเที่ยวของประเทศภายใต้แนวคิด “การท่องเที่ยว
วิถีไทย” เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ของ
ประเทศเป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ที่
นักท่องเที่ยวต้องการมาเยือนอย่างไม่รู้จบ โดยเนื้อหา
ของบทความในส่วนที่เหลือจะเป็นการปูทางสู่
แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่
เริ่มจากการเข้าใจและรู้จักทรัพยากรที่ตนมี จากนั้น
เป็นการเรียนรู้ที่จะเข้าใจความต้องการของ
นักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาสิ่งที่มีให้กลายเป็นแรงจูงใจ
ในการท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่แนวทางการส่งเสริม
การท่องเที่ยวที่ชุมชนจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้
เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยมีลำดับการนำเสนอบทความดังนี้

2. ทรัพยากรกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
4. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
5. กรณีศึกษา

2. ทรัพยากรกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากคำโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ว่า “เที่ยวเมืองไทย ไปได้ทุกเดือน” แสดงให้เห็นว่าพื้นฐานทางทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความได้เปรียบและเอื้ออำนวยให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี [14] โดยเฉพาะทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติที่มีความสวยงามอย่างสมบูรณ์ เพราะประเทศไทยตั้งอยู่ในภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม อุณหภูมิด้วยธรรมชาติป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา หาดทรายและชายทะเล ทำให้สามารถวางตำแหน่งทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มได้ไม่ยาก [15] ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายจากทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและโบราณวัตถุ [16] ทั้งปราสาท ราชวัง และแหล่งโบราณสถานโบราณวัตถุต่าง ๆ ซึ่งเป็นเป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงถึงอารยธรรมและความเป็นอยู่ของมนุษย์ตามสมัยของศิลปวัฒนธรรมนั้น ๆ ที่ล้วนมีคุณค่าทางจิตใจและเป็นมรดกสืบทอดต่อเนื่องกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่สนใจให้ได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรม ที่ได้รับการสร้างสรรค์และพัฒนาสืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน นับเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญสำหรับผู้คนที่ต้องการศึกษาวัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ ให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากสภาพแวดล้อมของตน ดังนั้นรูปแบบ “การท่องเที่ยววิถีไทย (Discover Thainess)” จึงได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะลักษณะของความเป็นไทย (Thainess) และภูมิปัญญาที่โดดเด่น ถือเป็นจุดแข็งที่สามารถสร้างความ

ได้เปรียบเทียบการแข่งขันเนื่องจากมีความแตกต่างจากชาติอื่น ๆ [17] แนวคิดการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวยังสอดคล้องกับการศึกษาของ [18] ที่ระบุว่าสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมประเพณีเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่พักผ่อนในวันหยุดสำหรับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวประเภทนี้ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิต แหล่งผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน การทำสวน ทำนา เป็นต้น [14]

ลักษณะการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยทุนทางวัฒนธรรมหรือทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบททางทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน ทั้งมรดกทางวัฒนธรรมในเชิงรูปธรรม เช่น ที่อยู่อาศัย อาคารงานศิลปะ และเชิงนามธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม พิธีกรรม เทศกาล ต่าง ๆ [19], [20] ที่จะสะท้อนคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน ซึ่งประกอบด้วยคุณค่าด้านประวัติศาสตร์ (Historic Value) ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับ บุคคล เหตุการณ์หรือกิจกรรมที่สำคัญในอดีตที่มีอิทธิพลต่อชุมชน คุณค่าด้านสุนทรียภาพ (Aesthetic Value) อันเป็นองค์ประกอบของสถานที่หรือพื้นที่ในชุมชนที่มีทัศนียภาพงดงาม สะท้อนรูปแบบที่มีเอกลักษณ์หรือที่โดดเด่น คุณค่าด้านวิชาการ (Scientific Value) ได้แก่ การเป็นแหล่งข้อมูลที่มีศักยภาพ และคุณค่าด้านสังคม (Social Value) อันเป็นคุณสมบัติของสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมทางจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดกิจกรรมทางสังคมในชุมชนหรือเชื่อมโยงกับภายนอก [21]

นอกจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมไทยแล้ว จากคำโบราณที่ว่า “ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ หรือเลี้ยงคูปูเลี้ยง” ยังแสดงให้เห็นถึงความมีมิตรไมตรีของคนไทยอันเป็นเสน่ห์

ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ [14] ลักษณะของทรัพยากรที่เข้มแข็งดังกล่าว จึงเอื้อต่อการพัฒนาให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันเป็นจุดแข็งในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการท่องเที่ยวได้ การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวมีผู้ให้คำอธิบายไว้หลายหลายดังต่อไปนี้

Thainess หมายถึงวัฒนธรรมไทย (Thai Culture) ซึ่งเป็นทุกสิ่งที่มีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นคน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรมธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย เป็นสิ่งที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งอาจจะมีในลักษณะที่เป็นแบบดั้งเดิม (Traditional) และแบบร่วมสมัย (Contemporary) [22]

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาขยายความถึงความหมายของความเป็นไทยว่า คือวิถีชีวิตของคนไทย ความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ความรัก ความสามัคคี ความปลอดภัย โดยเฉพาะมิตรไมตรีของคนไทย ที่เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง [17]

“วิถีไทย” ตามความหมายจากอนุสาร อ.ส.ท. หมายถึงแนวทางการดำรงชีวิตของคนไทยที่บรรพบุรุษไทยได้สืบทอดกันต่อ ๆ มาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน [23] ที่สำคัญเป็นแนวทางในเรื่องที่ดีที่สังคมยอมรับกันเป็นบรรทัดฐาน แบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ คือ ด้านอาหารและการกิน ด้านการแต่งกาย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านประเพณี ด้านภาษา ด้านอาชีพ ด้านความเชื่อ ด้านศิลปะ โดยในแต่ละด้านจะมีความแตกต่างกันไปตามพื้นที่ ตามยุคสมัย “วิถีไทย” จึงถือเป็นทุกบริบทของความเป็นไทยที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

จากการอธิบายความหมายของ “วิถีไทย” ในมุมมองการท่องเที่ยว จึงสรุปได้ว่า วิถีไทยเป็นการนำเอาวัฒนธรรมไทย ที่หมายรวมถึงสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น ที่อยู่อาศัย วัดวาอาราม เป็นต้น และสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ อาหาร

ประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ เป็นต้น ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ไทยอันดีงามและเต็มเปี่ยมด้วยคุณค่าซึ่งสังคมให้การยอมรับและถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น

“การท่องเที่ยววิถีไทย” จึงหมายถึงการท่องเที่ยวในลักษณะหรือรูปแบบใด ๆ ที่สะท้อนคุณค่าและภาพลักษณ์ของความเป็นไทย (Thainess) โดยอาศัยทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมประเพณีเป็นสิ่งกลาง ดังนั้นรูปแบบการท่องเที่ยววิถีไทยจึงเป็นการพลิกมิติการนำเสนอประเทศไทย จาก การนำเสนอสินค้า และบริการ (Product Approach) เป็นการนำเสนอคุณค่า (Value) [22] ซึ่งเป็นคุณค่าดั้งเดิมของชุมชนที่ผ่านการปรับปรุงทำให้เป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ (Commodification) และ ทำให้มีมาตรฐาน (Standardization) โดยถ่ายทอดและสื่อผ่านความสุขในวิถีแบบไทย ที่เกิดจากการผสมผสานเรื่องราวและวิถีชีวิตที่แตกต่างกันได้อย่างลงตัว

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง และมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละภูมิภาคซึ่งถือเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอันล้ำค่าและเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ วัฒนธรรมไทยจึงเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ชุมชนต้องหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็นหลักสำหรับการสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกสู่สายตานักท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชนจึงต้องพยายามเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมอันโดดเด่นของตนเองให้ถ่องแท้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาทางการท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก้าวขึ้นมาเป็นอุตสาหกรรมที่ทั่วโลกให้ความสำคัญอันดับหนึ่ง ในฐานะที่สามารถเพิ่มพูนรายได้ เพิ่มการจ้างงาน และเพิ่มเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศ หรือท้องถิ่นที่เป็นจุดหมายปลายทาง

ของการเดินทางหรือการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ [24] ประเทศต่าง ๆ จึงตื่นตัวต่อการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวในประเทศให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนให้มากขึ้น

เมื่อนักท่องเที่ยวเริ่มใฝ่หาประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าชมมากขึ้น [25] จึงมีนักวิชาการหลายท่านสนใจทำการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางแห่งความยั่งยืนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว เช่น การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม [1] ที่ศึกษาประเด็นที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความสนใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความประทับใจและด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าประเด็นที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุดได้แก่ ด้านความประทับใจ คือการต้อนรับอย่างอบอุ่นและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นคุณลักษณะพื้นฐานของคนไทยที่มีจิตใจให้บริการ อันเป็นคุณสมบัติที่สำคัญต่อการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว [14] และรองลงมาคือด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อาศัยการถ่ายทอดประสบการณ์และเรื่องราวต่าง ๆ สอดแทรกองค์ความรู้จากท้องถิ่นผ่านชาวบ้านในชุมชน ที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย [26] และการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม [27] ซึ่งเป็นผลลัพธ์

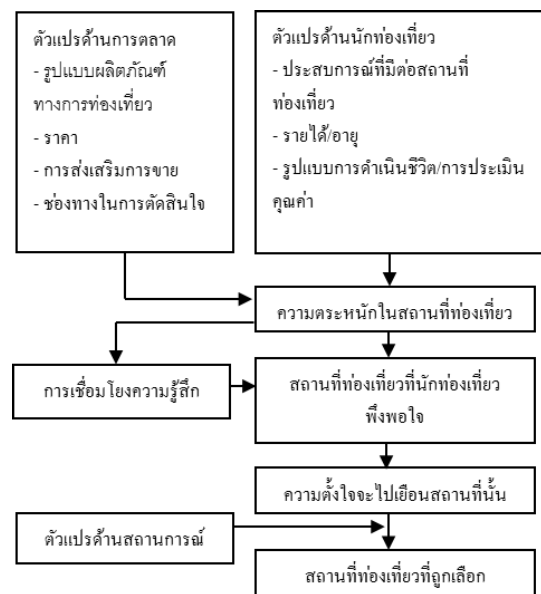
ที่มีประสิทธิผลมากที่สุดในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน [6]

ในด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นลำดับที่สาม โดยจุดสนใจของชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและสิ่งปลูกสร้าง วิถีชีวิตดั้งเดิมที่งดงาม สินค้าและบริการ และประวัติศาสตร์ [28] อันเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้หลากหลายยิ่งขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ของชุมชน [29] มาผสมผสานให้เกิดความน่าสนใจซึ่งถือเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนและถือเป็นโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกด้วย [30]

สำหรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นทุนพื้นฐานด้านกายภาพของชุมชน อันประกอบด้วย สาธารณูปโภค ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญน้อยมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวแบบชุมชนมีลักษณะเฉพาะ ที่ต้องการเข้ามาศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน จึงเข้าใจบริบทชุมชน [31] ดังผลการศึกษาของ [6] ที่พบว่า การประเมินความสะดวกด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชนโดยชุมชน ประเมินว่าอยู่ในระดับน้อย ในขณะที่นักท่องเที่ยว ประเมินว่าอยู่ในระดับมาก และสำหรับด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังพบว่า ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวน้อยที่สุด [1]

ในขณะที่เดียวกันก็มีนักวิชาการบางกลุ่มที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดย [24] พบว่า นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้คนท้องถิ่นมีความเป็นกันเอง มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น รวมทั้งเป็นจุดหมายปลายทาง

ในต่างประเทศ โดย [32] ได้พัฒนาโมเดลของสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกเลือกว่าเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ ประกอบกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์อื่น ๆ ที่เกิดขึ้นดังแผนภาพที่ 1 จากโมเดลยังแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยยังเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 1 โมเดลของสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกเลือก (Woodside & Lysonski, 1989)

4. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยววิถีไทยอย่างยั่งยืน

แม้ว่าองค์ประกอบทางทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะเอื้อต่อการเกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” แต่ความพร้อมของชุมชนต่อการปรับตัวจากวิถีชีวิตเดิมให้กลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวก็มีส่วนสำคัญในการรองรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างยั่งยืน [10] ดังนั้นชุมชนจึงสามารถสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้จากตัว

แปรด้านการตลาดโดยการสร้างสรรค์รูปแบบการ
ท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างอย่างเป็นเอกลักษณ์ เพิ่ม
ความหลากหลายในกิจกรรมการท่องเที่ยวให้
เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อเป็นทางเลือก
ที่สามารถจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความตระหนัก
มากและต้องการมาเยือนสถานที่นั้นมากขึ้น ซึ่งเอื้อ
ต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสู่ความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

แนวคิด “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” สืบ
เนื่องมาจาก “ไตรกำไรสุทธิ” (Triple Bottom Line) ที่
พยายามสร้างสมดุลระหว่าง ผลตอบแทนทาง
เศรษฐศาสตร์ (Economics) ผลตอบแทนทางสังคม
(Social) และผลตอบแทนทางด้านสิ่งแวดล้อม
(Environmental Costs and Benefits) [33] เนื่องจาก
ผลลัพธ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวมักอยู่ในรูปของ
ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจก่อนเสมอ ซึ่งอาจมีความ
ขัดแย้งกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน
ของชุมชน [10] ในเชิงธุรกิจการสร้างควมยั่งยืนของ
องค์กรต้องอาศัยกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันเพื่อให้สามารถยืนหยัดอยู่ภายใต้
สภาวะการแข่งขันได้ในระยะยาว รูปแบบการ
ท่องเที่ยวก็เช่นกันที่ต้องอาศัยกลยุทธ์ดังกล่าวในการ
บริหารจัดการให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นที่ดึงดูด
ใจของนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว

[34] ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์เพื่อสร้าง
ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็น 3 กลยุทธ์ คือกล
ยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) โดย
พยายามสร้างสินค้าหรือบริการ ในลักษณะที่ไม่
เหมือนคู่แข่งกันเพื่อให้เกิดคุณค่า (Value) ที่เพิ่มขึ้น
แก่ลูกค้า กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost
Leadership) เป็นแนวทาง ด้วยการมุ่งเน้นการสร้าง
การประหยัดจากขอบเขต (Economies of Scope) จาก
การใช้ทรัพยากรร่วมกันของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ หรือ
การประหยัดจากขนาด (Economies of Scale) ที่เน้น

ไปในเรื่องของการผลิตปริมาณมากเพื่อให้ต้นทุนต่อ
หน่วยต่ำลง และกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน
(Focus on Niche) ซึ่งเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
(Target Group) ให้เล็กลงเพื่อที่จะได้เข้าถึงพฤติกรรม
ของลูกค้าและสามารถคาดคะเนความต้องการใน
อนาคตของลูกค้าได้ [34]

ด้วยลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่
นำเสนอบริการ (Service products) มากกว่าสินค้าที่
เป็นรูปลักษณะ (Physical goods) ซึ่งผู้บริโภค
(นักท่องเที่ยว) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible)
และไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ [35] การประยุกต์ใช้
เพียงกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน
ดังกล่าวจึงมีอาจทำให้การดำเนินงานท่องเที่ยว
สามารถประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ จึงต้อง
อาศัยการวิเคราะห์อื่น ๆ ประกอบด้วย เพื่อเป็นสร้าง
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมอย่างยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

ด้วยคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว
ของไทยอันโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ที่เอื้อต่อการเกิด
แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังที่กล่าวไป
ในหัวข้อที่ 2 การนำพาชุมชนสู่การพัฒนาการ
ท่องเที่ยวให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่าง
ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์บริบทต่าง ๆ ของ
ชุมชนให้ตกผลึกถึงทรัพยากรและคุณค่าที่มีในชุมชน
อันเป็นความได้เปรียบ โดยแนวทางในการ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนแรก เริ่มจากการวิเคราะห์จุดแข็ง
(Strengths) จุดอ่อน (Weaknesses) โอกาส
(Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของชุมชน
(SWOT Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ภาพรวม
ทั้งหมดของชุมชนในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ทราบระดับ
ความพร้อมและศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวของ
ชุมชน ทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากร

บุคคล ตลอดจนบทบาทการส่งเสริมจากรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลจากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาและดำเนินการพัฒนาทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องของชุมชน [28]

ขั้นตอนที่สอง เป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาสมรรถนะหลัก (Core Competency) ของชุมชน อันเป็นความได้เปรียบหรือคุณค่าที่มีของชุมชนในเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ RBV (Resource Based Value) และ CPV (Competitive Positioning Value)

แนวคิด RBV สืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของชุมชนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา [11] ได้เสนอแนวทางว่า การทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุดต้องเริ่มจากการให้ความสนใจกับสิ่งที่ตัวเองมี (Inside-out) [36] นั่นคือทรัพยากร (Resources) ทั้งที่มีตัวตน (Tangible) เช่น วัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักร และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible) เช่น ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะ ความชำนาญ ชื่อเสียงของชุมชนโดยสิ่งที่จะมาควบคู่กับทรัพยากรก็คือความสามารถ (Capability) โดยเฉพาะความสามารถในการผสมผสานระหว่างทรัพยากร บุคลากร และกระบวนการ ให้เกิดผลลัพธ์ที่สามารถวัดได้ถึงควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้ [37] ดังนั้น RBV จึงกล่าวถึงการพัฒนาและวางแผนเกี่ยวกับทรัพยากรที่มี เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอก [38] อันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันแทนที่จะพิจารณาในการแข่งขันด้านต้นทุนหรือผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง [39] ได้เสนอว่าลักษณะสำคัญของทรัพยากรเชิงกลยุทธ์นั้นต้องมีคุณค่าในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันอย่างแท้จริง (Valuable Resources) คือเป็นทรัพยากร ที่สร้าง

โอกาส และลดอุปสรรคขององค์กร ทรัพยากรนั้นต้องหายาก (Rare Resources) ซึ่งคู่แข่งในอุตสาหกรรมไม่มี ทรัพยากรเหล่านั้นต้องไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Imitate Resources) หรือมีความเป็นเอกลักษณ์ ผู้อื่นทำเหมือนได้ยาก และทรัพยากรเหล่านั้นไม่สามารถหาทดแทนได้ (Non-Substitutable Resources)

ในส่วนของ CPV เป็นการสร้างความได้เปรียบจากตำแหน่งทางการแข่งขัน [40] อันเป็นการวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมภายนอก (Outside-in) ซึ่งประกอบด้วย อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกิจการ สภาพแวดล้อมทางการตลาด และการแข่งขัน โดยสามารถวิเคราะห์ได้จากปัจจัยกดดันทั้ง 5 (Five Forces's Model) อันประกอบด้วย อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค (Bargaining power of customers) อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (The Bargaining Power of Suppliers) การเข้าสู่ตลาดใหม่ (Threat of new entrants) การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) และการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ (Rivalry among existing competitor) โดยการวิเคราะห์เครื่องมือนี้จะช่วยในการลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงของธุรกิจท่ามกลางภาวะตลาดมากขึ้น

ในเชิงธุรกิจผลจากการวิเคราะห์ RBV และ CPV คือการได้มาซึ่งสมรรถนะหลัก (Core Competency) ขององค์กร สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องได้รับการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความสามารถหลักในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จระยะยาวภายใต้การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกเมื่อ เพราะความสามารถหลักไม่ใช่เพียงแค่การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพแต่เป็นการนำทรัพยากรนั้นมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้สภาพแวดล้อมแห่งการแข่งขัน [35] ทำให้เกิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่า ยากต่อ

การเลียนแบบและสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของ
ท้องถิ่นและชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างแท้จริง

ขั้นตอนที่สาม เป็นขั้นตอนของการบูรณา-
การผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ (Integration)
เพื่อให้ได้มาซึ่งกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่าง
ยั่งยืน โดยเป็นการนำผลลัพธ์มาผนวกให้สอดคล้อง
กับประเด็นซึ่งเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวทั้ง 5
ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่ง
อำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการเข้าถึง
แหล่งท่องเที่ยว ด้านความประทับใจและด้าน
กิจกรรมท่องเที่ยว โดยใช้ตัวแปรจากโมเดลสถานที่
ท่องเที่ยวที่ถูกเลือก [32] ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปร
ด้านการตลาด ตัวแปรด้านนักท่องเที่ยวและตัวแปร
ด้านสถานการณ์ เข้ามาเป็นกรอบในการพิจารณา
เพื่อให้รูปแบบการท่องเที่ยววิถีไทยที่ได้ สอดคล้อง
กับศักยภาพของชุมชน (Core Competency) และตรง
ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานของ
ความสำเร็จขั้นต้นในการดำเนินการท่องเที่ยววิถีไทย
สู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน [41]

ขั้นตอนที่สี่ เป็นการดำเนินงานเพื่อสร้าง
ความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ
และการสนับสนุนจากภาครัฐ รวมทั้งความร่วมมือ
ในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว
(Encouragement) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้คงความเป็นเอกลักษณ์
ของท้องถิ่นนั้น ๆ ดังผลการศึกษาของ [1] ที่พบว่า
ภาครัฐควรมีส่วนในการพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่
เกี่ยวข้อง ดูแลเรื่องระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
กับการท่องเที่ยว และเข้ามามีส่วนร่วมในด้าน
การตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่ง
ท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก ซึ่งแนวทาง
ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
ประกอบด้วย การสนับสนุนจากภาครัฐ การอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อม การจัดโครงสร้างขั้นพื้นฐาน และการ
ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

5. กรณีศึกษา

จากขั้นตอนการสร้างความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันของการท่องเที่ยววิถีไทยอย่างยั่งยืน
ดังกล่าว สามารถอธิบายเป็นลำดับขั้นตอนดัง
แผนภาพที่ 2 โดยมีตัวอย่างกรณีศึกษาการวิเคราะห์
หาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังเช่น ตลาดน้ำคลอง
แดน ต.คลองแดน อ.ระโนด จ.สงขลา ซึ่งสามารถ
วิเคราะห์เป็นลำดับขั้นได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 (SWOT Analysis) พบว่า มีจุด
แข็งที่ทำเลที่ตั้ง ที่รายล้อมด้วยลำคลอง 3 สายระหว่าง
ลำคลองสามสายคือ คลองระโนด, คลองชะอวด และ
คลองปากพอง ที่ไหลมาบรรจบกัน จนกลายเป็น
คลองเล็ก ๆ ที่มีชื่อว่า "คลองแดน" เป็นเส้นแบ่งเขต
แดนธรรมชาติ ที่กั้นระหว่างสองจังหวัด ชุมชน
ดังกล่าวยังมีห้องแถวเก่าแก่ที่สร้างมายาวนานตั้งเรียง
รายเลียบริมแม่น้ำ พร้อมการสร้างสะพานไม้เพื่อใช้
เป็นทางเดินในการเยี่ยมชมตลาด ซึ่งเดิมเป็นเส้นทาง
การค้าทางน้ำ [42] จุดแข็งประการที่สองคือความ
เข้มแข็งและความร่วมมือจากชุมชน ซึ่งมีการ
รวมกลุ่มโดยมีเป้าหมายเดียวกันคือเพื่อพัฒนาตลาด
ในชุมชนเล็ก ๆ ดังกล่าวให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มี
ชื่อเสียง อีกทั้งชุมชนคลองแดนยังได้รับโอกาสจาก
ภาครัฐในการช่วยขับเคลื่อนและประชาสัมพันธ์
สถานที่อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 2 ความสามารถหลัก (Core
Competency) จากจุดแข็งและ โอกาสจะพบว่า
ความสามารถหลักของชุมชนที่โดดเด่นคือวิถีชีวิตริม
ฝั่งคลองดั้งเดิม ที่ก่อกำเนิดเป็นเรื่องราวต่าง ๆ ชวน
แก่การติดตาม รวมทั้งความพร้อมต่อการเรียนรู้และ
พัฒนาของชาวบ้านในชุมชน ที่จะเป็จุดแข็งและ
แตกต่างจากชุมชนอื่น ๆ ตลอดจนถึงปวัณชนธรรม

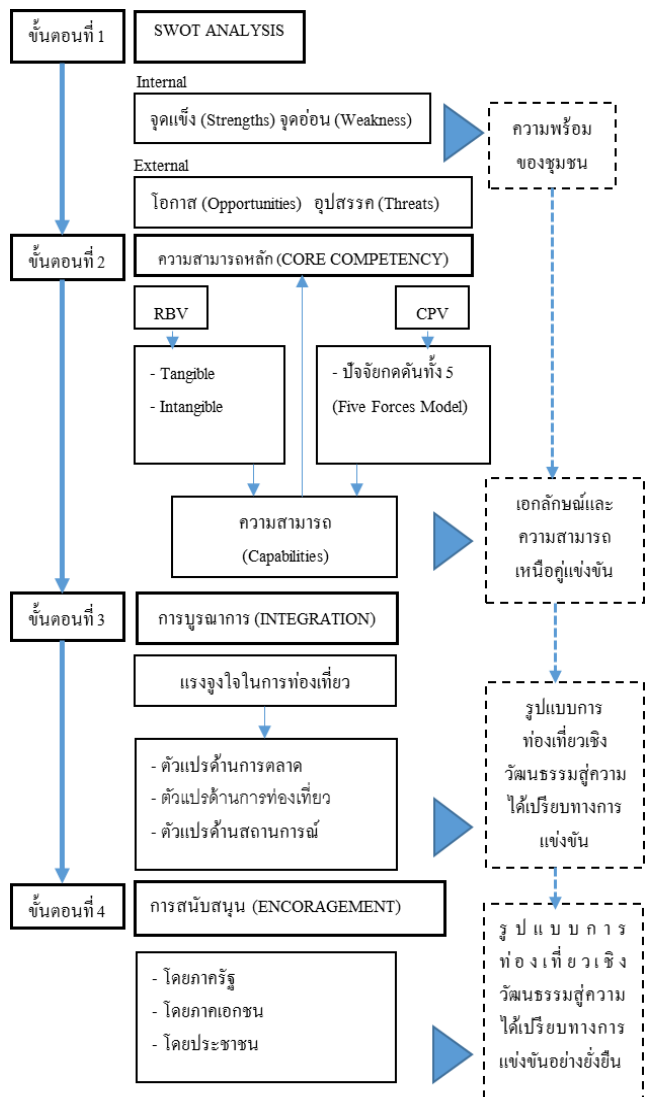
ท้องถิ่นของชาวปักษ์ใต้ ที่ได้รับความนิยมอยู่เสมอ เช่น อาหารปักษ์ใต้และการแสดงพื้นบ้านมโนห์รา ซึ่งได้รับการหล่อหลอมให้กลายเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ

ขั้นตอนที่ 3 การบูรณาการ (Integration) จากจุดแข็งด้านทรัพยากรและความสามารถหลักที่มี ทำให้การสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนคลองแดนสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้โดยการจัดแสดงมโนห์ราในคลองน้ำ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นได้สัมผัสความรู้สึกแห่งความเป็นปักษ์ใต้ การจัดจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน เช่น ข้าวยา ข้าวห่อใบบัว อาหารทะเลเผาซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นอาหารประกอบได้จากวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ย่อมทำให้นักท่องเที่ยว อิ่มเอมกับรสชาติของวิถีชีวิตชุมชน และให้บริการโฮมสเตย์แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้มีเวลาสัมผัสความสวยงามของธรรมชาติริมคลอง ได้เรียนรู้วัฒนธรรม และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในชุมชน ด้วยเสน่ห์ของวัฒนธรรมไทยในชุมชนคลองแดน ประกอบกับความมีมิตรไมตรีจิตอันดีของชาวบ้าน จะช่วยส่งเสริมให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจอย่างไม่รู้ลืม รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวจึงมีความเป็นเอกลักษณ์ที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

ขั้นตอนที่ 4 การสนับสนุนจากหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Encouragement) ซึ่งจะนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ดังที่ชุมชนคลองแดน มีการตั้งคณะกรรมการดูแลตลาดน้ำ, คณะกรรมการดูแลการจัดตั้งโฮมสเตย์ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานมีระเบียบ กฎเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาร่วมกัน ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาสอดคล้องดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และการร่วมกันสร้างจิตสำนึกในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

โดยเฉพาะลำคลองที่สวยงามให้อยู่คู่กับชุมชนตราบนานเท่านาน

การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของตลาดน้ำคลองแดนที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น เป็นตัวอย่างเพื่อให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้กลับมาทบทวนและค้นหาถึงศักยภาพที่แท้จริงของชุมชน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจของชุมชนสู่ความยั่งยืน ได้อย่างแท้จริง



แผนภาพที่ 2 แสดงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

บ้านคูบัว ต.คูบัว อ.เมือง จ.ราชบุรี เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน เนื่องจากมีจุดแข็งอยู่เอกลักษณ์ของชุมชนที่เป็นชาวไทย-ยวน (ล้านนา) เก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และสถานที่ตั้งซึ่งอยู่ในพื้นที่กลุ่มโบราณสถานคูบัวสมัยทวารวดี อยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักใกล้กรุงเทพฯ และใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง การคมนาคมสะดวกถือเป็นโอกาสของชุมชน โดยมีการผลิตสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาวของจังหวัด คือ ผ้าทอตีนจกแบบล้านนา และผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้ตาล ไม้มะพร้าวที่สวยงามภายในชุมชน ซึ่งถือเป็นความสามารถหลักของชุมชน และการปั้นโอ่งมังกรที่มีชื่อเสียงอย่างมากของจังหวัดราชบุรี ดังนั้นรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น ชมซากโบราณสถานสมัยทวารวดีที่มีอายุมากกว่า 1,000 ปี ชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน “จิปถาถภัณฑ์สถาน” เพื่อศึกษาชีวิตประวัติชาวไทย-ยวน (ล้านนา) การชมการสาธิตการปั้นโอ่งมังกร การสาธิตการเลือกซื้อผ้าตีนจกที่สวยงามและชมการผลิตการแปรรูปไม้ตาล และไม้มะพร้าวที่สวยงามอันเป็นงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน [43]

สรุป

เป็นความจริงที่ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนย่อมต้องอาศัยการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ในชุมชนอย่างลึกซึ้ง โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ความพร้อมของชุมชนตามมาด้วยการวิเคราะห์ทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของชุมชนเพื่อค้นหาจุดแข็งความสามารถหลักของชุมชนที่โดดเด่นและสามารถ

พัฒนาเป็นจุดขายได้ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จะเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างสรรค์และพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความน่าดึงดูดใจ โดยรูปแบบที่ได้จะถูกใจทั้งเจ้าบ้านซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชนและถูกใจผู้มาเยือนที่เป็นนักท่องเที่ยว เมื่อทั้งสองฝ่ายเห็นสอดคล้องกัน แหล่งท่องเที่ยวนั้นย่อมเกิดความได้เปรียบเนื่องจากมีเสน่ห์ดึงดูดใจกว่าที่อื่น ๆ ซึ่งมีส่วนทำให้ได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนได้ต่อไป

อย่างไรก็ตามการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนนั้นมิใช่เป็นเรื่องของการมุ่งเน้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายเพื่อเป้าหมายในการขยายตลาดเท่านั้น การใส่ใจบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างวิถีชีวิตของคน กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นการศึกษาในลำดับต่อไปควรเป็นการศึกษาแนวทางการรักษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนและชาวไทยได้ทราบนานเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] มัชฌิมา อุดมศิลป์. 2556. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนคลองโคนจังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิทยบริการ, 24(4), 135-148.
- [2] มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด. 2555. การท่องเที่ยวไทยจากนโยบายสู่รากหญ้า. พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- [3] กรมการท่องเที่ยว [กทท]. 2558. สถิตินักท่องเที่ยวปี 2558. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2559, สืบค้นจาก <http://newdot2.samartmultimedia>.

- com/home/listcontent/11/221/276.
- [4] กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (ผู้จัดรายการ). (2558, 29 ธันวาคม). ผลการดำเนินงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในรอบ 1 ปี. [รายการเดินหน้าประเทศไทย] กรุงเทพฯ: คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.).
- [5] World Economic Forum. 2015. Index Results—The Travel & Tourism Competitiveness Index Ranking 2015. Retrieved February, 16, 2016. Form <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/index-results-the-travel-tourism-competitiveness-index-ranking-2015/>.
- [6] ณัฐทิศา โจนประสาทสัน, วิศวารณ ดินนัง วัฒนะ และ ประเสริฐ ทองหนู้อย. 2558. วารสารเกษตรศาสตร์, 36(สังคม), 60-73.
- [7] Ponna, P. 2009. Community-based tourism development in Sihanoukville. Cambodia, International Program, Prince of Songkhla University. Master of Business Administration in Hospitality and Tourism Management.
- [8] ปรัชญากรณ์ ไชยคช. 2559. Going Local : WTM 2014. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2559. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2015/menu-12015/216-12015-wtm2014>.
- [9] ihotel Marketer. 2015. 6 key travel trends for 2016. Retrieved March, 22, 2016. From http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=487:6-2016-tripadvisor&Itemid=358.
- [10] Amir, A. F., Ghapar, A. A., Jamal, S. A., & Ahmad, K. N. (2015). Sustainable tourism development: A study on community resilience for rural tourism in Malaysia. **Social and Behavioral Sciences**, 168, 116-122.
- [11] ปฎิมา ถนิมกาญจน์. 2554. ความพร้อมของทรัพยากรและความสามารถเชิงพลวัต. **วารสารมทร.อีสาน**, 4(1), 86-94.
- [12] Nigel, G. E. (2016). Sustainable competitive advantage in tourism organization: A strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. **Tourism Management Perspective**, 18, 14-25.
- [13] สนุกเทรเวล (Sanook Travel). 2559. ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ ไม่เหมือนใคร ในงาน“เที่ยวเมืองไทย 2559”. ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2559. สืบค้นจาก <http://travel.sanook.com/1397425/>
- [14] ศรีญา วรากุลวิทย์. 2558. **อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดแคววาว พรินต์ติ้ง.
- [15] จริญญา เจริญสุขไส. 2544. “เมื่อนักท่องเที่ยวยุโรปหลบอากาศหนาวมาเมืองไทย”. ใน **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. 20 (มกราคม – มีนาคม): 47-55.
- [16] พงษธร เกษสำลี. 2537. “การท่องเที่ยวกับวัฒนธรรม”. ใน **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. 13 (ตุลาคม – ธันวาคม): 5-7.
- [17] สำนักโฆษก. 2558. โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี สัมภาษณ์พิเศษรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เกี่ยวกับ "ปีท่องเที่ยววิถีไทย" (2015 Discover Thainess). ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2559. สืบค้นจาก <http://www.thaigov.go.th/government-th1/item/89105-id89105.html?lang=th>.
- [18] Nicula, V., and Spanu, S. (2014). Ways of Promoting Cultural Ecotourism for Local

- communities in Sibiu Area. **Procedia Economics and Finance**, 16, 474-479.
- [19] ICOMOS. 1999. **Cultural Tourism Charter: Principle and Guidelines for Managing Tourism at Places of Cultural and Heritage Significance.**
- [20] UNESCO. 2003. The convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage Paris. Retrieved March, 28, 2016. From http://www.unescobkk.org/fileamin/user_upload/culture/cultural_Industries/Glossary.pdf.
- [21] Michael, P., Marchall, D., Ellsmore, D., Attenbrow, V., Rose, S., Kerr, R. and Betteridge, C. 2002. University of Sydney Grounds Conservation Plan. Retrieved March, 28, 2016. From http://www.facilities.usyd.edu.au/documents/docs/gcp_chapter1.pdf.
- [22] ทีเอที รีวิว แม็กกาซีน (TAT Review Magazine). 2558. ท่องเที่ยววิถีไทย 2558. คั่นเมื่อ 22 มีนาคม 2559. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2015/menu-12015/219-12015-discover-thainess>.
- [23] Natsima.Com. 2014. เรามาทำความรู้จัก “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” (2015 Discover Thainess). Retrieved March 22 2016. From <http://www.natsima.com/this-is-thailand/2015-discover-thainess/>.
- [24] Nuraeni, S., Arru, A. P., and Novani, S. (2015). Understanding Consumer Decision-Making in Tourism Sector: **Conjoint Analysis. Procedia-Social and Behavioral Sciences**.169: 312-317.
- [25] กัทรพงศ์ อินทรกำเนิด และคณะ, 2553. ระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- [26] Foucat, V. S. A. (2002). Community-based ecotourism management moving towards sustainability, in Ventanilla, Oaxaca. Mexico. **Ocean & Coastal Management**, 45 (8), 511-529.
- [27] Bhattacharya, P., & Kumari, S. (2004). Application of criteria and indicator for sustainable ecotourism: scenario under globalization. Retrieved from www.ibcperu.org/doc/isis/5321.pdf.
- [28] ศุภวรรณ เชื้อเมืองพาน, ปารณีย์เผ่าภูธร, สังกม แสนบุตรดี และ จักรพงษ์ พวงงามชื่น. (2554). การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา บ้านไร่กองจิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. **แก่นเกษตร**, 41(ฉบับพิเศษ), 678-682.
- [29] Daengnoi, J., & Rechards, P. (2006). Community based tourism and the responsible ecological social tours project (REST), Thailand – An Introduction. Retrieved from www.tourism-solidai.org/projet/pdf/C5ThailandREST.pdf.
- [30] Nicula, V., and Spanu, S. (2014). Ways of Promoting Cultural Ecotourism for Local communities in Sibiu Area. **Procedia Economics and Finance**, 16, 474-479.

- [31] พจนนา สนวนศรี. 2546. **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- [32] Woodside, A., & Lysonski, S. 1989. A General Model of Traveller Destination Choice. **Journal of Travel Research**, 17(4), 8-14.
- [33] Hall, C. M. and Lew, A. A. 2009. **Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach**. London: Routledge.
- [34] Porter, M. E. (1985). **Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and competitors**. New York: Free Press.
- [35] Evans, N. (2015). **Strategic Management for tourism, hospitality and events**. Abingdon UK & New York USA: Routledge.
- [36] Lockett, A., Thomson, S., & Morgenstern, U. 2009. The development of resource-based view of the firm: A critical appraisal. **International Journal of Management Reviews**, 11(1), 9-28.
- [37] Grant, R. M. 1991. The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. **California Management Review**, 33(Spring), 114-135.
- [38] Wernerfelt, B. 1984. A Resource-Based view of the firm. **Strategic Management Journal**, 5, 171-180.
- [39] Barney, J. B. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**. March, 17(1), 99-120.
- [40] Porter, M. E. 1980. **Competitive strategy**. New York, USA: Free Press.
- [41] สุวรรณฤทธิ์ วงศ์อุ่ม. 2553. **ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนท่าคา อำเภอมวกเจ้าเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม**. **วารสารวิจัยและพัฒนา**, 2, 47-59.
- [42] กระปุคคอตคอม. 2555. **เที่ยวตลาดริมน้ำคลองแดน สัมผัสชุมชนวิถีพุทธ**. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2559. สืบค้นจาก <http://travel.kapook.com/view/114823.html>.
- [43] สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. 2551. **การบริหารการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: บริษัทสามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด.

บรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

Organizational Climate of Schools in Udon Santi Educational Quality Development Network, Mueang District, Chiang Mai Province

ไชยศิริ ศุภธีรารักษ์¹, พนมพร จันทรปัญญา²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

microyamkung@gmail.com

²อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ สาขาการบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

panomporc@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรคือ ครู จำนวน 77 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ และข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การของโรงเรียนมีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการวิจัยพบว่า

บรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน เมื่อเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดคือ การมีขวัญและกำลังใจสูง การผนึกกำลังในการทำงาน ความเอื้ออาทรต่อกัน การมีโอกาสก้าวหน้าในการทำงาน การยอมรับนับถือ การไว้วางใจ ความก้าวหน้าทางวิชาการและสังคมอย่างต่อเนื่อง และการปรับปรุงสถานศึกษา ในส่วนของบทสัมภาษณ์นั้นมีประเด็นที่น่าสนใจคือ ผู้บริหารให้ความสำคัญในการนับถือ

ซึ่งกันและกัน เน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างครูด้วยกัน โดยใช้กิจกรรม ส่งเสริมกำลังใจครู ระดมความคิด
ให้โอกาสครูศึกษาอย่างเท่าเทียม รับฟังปัญหา พัฒนาครูอย่างต่อเนื่อง และให้ความช่วยเหลือกัน

คำสำคัญ: บรรรยากาศองค์กร กลุ่มอูครสันติ

Abstract

This research aimed to investigate the organizational climate of schools in Udon Santi educational quality development network, Mueang District, Chiang Mai Province. The population comprised 77 teachers. The tools used in this study included interview forms analyzed through descriptive statistics and questionnaires divided into 2 parts, namely respondents' general information analyzed by frequency and percentage and opinions about the schools' organizational climate in form of 5-rating scaled questionnaires analyzed by mean and standard deviation. The findings were as follows:

The overall organizational climate of schools in Udon Santi educational quality development network, Mueang District, Chiang Mai Province was at high level. When considering each aspect, it showed that 5 aspects were at the highest level and 3 aspects were at high level. When ranking from the most to the least, they consisted of high morale, forces at work, generosity towards each other, job progress opportunities, recognition, trust, consistent academic and social progress and schools' improvement. According to the interviews, the interesting issues were that the administrators focused on respecting for each other and building good relationship among the teachers by providing activities, encouraging them, letting them brainstorm, providing them educational opportunities equally, listening to problems, developing them continuously and providing help to each other.

Keywords: Organizational climate, Udon Santi network

บทนำ

การศึกษาถือเป็นพื้นฐานในการสร้างและ
พัฒนาความรู้ ความสามารถ ความประพฤติ และ
จริยธรรมของบุคคล เพื่อเป็นรากฐานแก่ชุมชนใน
สังคมเป็นบุคคลที่มีคุณภาพ ก้าวสู่การพัฒนา
ประเทศชาติต่อไป โรงเรียนในระดับประถมศึกษาถือเป็น
หน่วยงานทางการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการ
สอนตามมาตรฐานของกระทรวงศึกษาธิการ โดยตาม
ภารกิจของโรงเรียนคือ จัดการเรียนการสอนเพื่อให้

บรรลุเป้าหมายตามหลักสูตรกล่าวคือ นักเรียนจะต้อง
มีคุณภาพตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อให้มีความรู้
สติปัญญา คุณธรรมจริยธรรม และสามารถอยู่ร่วมกับ
ผู้อื่นได้อย่างมีความสุข หากแต่ในปัจจุบันระบบ
การศึกษายังไม่สามารถตอบสนองความต้องการการ
พัฒนาชุมชนท้องถิ่นตามการเปลี่ยนแปลงตามของยุค
โลกาภิวัตน์เท่าที่ควร รัฐจึงต้องมีการเปลี่ยนระบบ
การศึกษาทั้งหลักการ นโยบายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต
ให้เหมาะสม เพื่อให้มีการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย
โดยผู้ที่รับผิดชอบหลัก อันได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียน

มีหน้าที่จัดโรงเรียนให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผน ให้บริการครู ทำหน้าที่ควบคุมกำกับดูแล ประเมินผล ครู แต่ปัญหาสำคัญคือ บุคลากรใน โรงเรียน ประถมศึกษามีสภาพทางการศึกษา เศรษฐกิจ สังคมที่ ต่างกัน ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการต่างๆ เพื่อ พัฒนาศักยภาพครูให้รับผิชอบหน้าที่ที่เป็นอยู่ได้อย่าง มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีบรรยากาศการทำงานที่ ราบรื่นทุกคนทำงานด้วยความสมัครใจ เต็มใจ

ตามหลักการบริหารผู้บริหารต้องสร้าง บรรยากาศให้บุคลากรเกิดความสบายใจในการ ประสานงาน การเคารพนับถือ ผู้บริหารมีทัศนคติที่ดี ต่อผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาบรรยากาศองค์การซึ่งเป็น สาเหตุหนึ่งที่จะส่งผลต่อการทำงานของบุคลากรใน โรงเรียน ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาบรรยากาศองค์การ ของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดร สันติ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางให้ ผู้บริหารการทำงาน จากทฤษฎีของ Halpin (1966) กล่าวว่า บรรยากาศองค์การมีส่วนทำให้สมาชิกเกิด ทัศนคติที่ดีต่อผู้บริหารมากกว่าสิ่งอื่นและบรรยากาศ องค์การนั้นมาจากพฤติกรรมครูและพฤติกรรม ผู้บริหาร บรรยากาศองค์การมีลักษณะเฉพาะส่งผลให้ ต้องทำงานร่วมกัน และบรรยากาศที่พึงประสงค์ยอม ทำให้งานเกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีกว่า ดังที่ Fox & Others (1973) ได้เสนอแนวความคิดว่าการพิจารณาว่า สถานศึกษาใดมีบรรยากาศที่ดีหรือไม่ ดูได้จาก องค์ประกอบของบรรยากาศ 8 ด้าน คือ การยอมรับนับ ถือ (Respect) การไว้วางใจ (Trust) การมีขวัญสูง

กำลังใจสูง (High morale) การมีโอกาสในการทำงาน (Opportunity for Input) การก้าวหน้าทางวิชาการและ สังคมอย่างต่อเนื่อง (Continuous academic and social growth) การผนึกกำลังในการทำงาน (Cohesiveness) การปรับปรุงหน่วยงาน (School renewal) และการเอื้อ ออาทรต่อกัน (Caring) จากสภาพปัญหาอันได้แก่ การ กระจายงาน การ โยนงาน การเกี่ยงงาน จึงทำให้ผู้วิจัย สนใจศึกษาบรรยากาศองค์การซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่จะ ส่งผลต่อการทำงานของบุคลากรใน โรงเรียนของ โรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษา กลุ่มอุดรสันติ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางให้ ผู้บริหารโรงเรียนนำผลการวิจัยไปปรับปรุงบรรยากาศ องค์การให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การของโรงเรียนใน เครือข่ายพัฒนาการศึกษา กลุ่มอุดรสันติ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อนำผลการวิจัย ไปพัฒนาการบริหาร เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน แก่โรงเรียนใน เครือข่ายพัฒนาการศึกษา กลุ่มอุดรสันติ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ครูใน

โรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ครูเชี่ยวชาญพิเศษ
ครูเชี่ยวชาญ ครูชำนาญการพิเศษ ครูชำนาญการ ครู ครู
ผู้ช่วย ครูอัตราจ้าง รวมทั้งหมดจำนวน 77 คน
ในปีการศึกษา 2558

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาบรรยากาศตามแนวคิดของ Fox & Others จำแนกเป็น 8 ด้านดังนี้ (1) การยอมรับ
นับถือ (2) การไว้วางใจ (3) การมีขวัญกำลังใจสูง (4)
การมีโอกาสในการทำงาน (5) ความเติบโตทางด้าน
วิชาการและทางสังคมอย่างต่อเนื่อง (6) การผนึ่กกำลัง
ในการทำงาน (7) การปรับปรุงสถานศึกษา (8) ความ
เอื้ออาทรต่อกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เก็บ
รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การของโรงเรียน
ในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่มีรายละเอียดดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน
ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของครู
ที่มีต่อบรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่าย

พัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เกี่ยวกับ

บรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนา
การศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที (t-test) นำเสนอ
ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำบรรยายและการสัมภาษณ์
วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง บรรยากาศองค์การของ
โรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังนี้

1. บรรยากาศการยอมรับนับถือ พบว่า
โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมาก
ที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมาก
ที่สุด ได้แก่ ครูรู้สึกว่าเป็นบุคคลที่มีค่ามากใน
โรงเรียน

2. บรรยากาศการไว้วางใจ พบว่าโดยรวม
ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมาก เมื่อแยก
เป็นรายข้อแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ครู
แสดงความซื่อสัตย์ต่อหน่วยงาน

3. บรรยากาศการมีขวัญและกำลังใจสูง
พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วย
มากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับ

มากที่สุดได้แก่ ครูมีความภาคภูมิใจเมื่อปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วง

4. บรรยากาศการมีโอกาสนในการทำงาน พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดได้แก่ ครูรู้สึกว่าคุณเองได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ให้กับสถานศึกษา

5. บรรยากาศความก้าวหน้าทางวิชาการและสังคมอย่างต่อเนื่อง พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดได้แก่ มีการจัดอบรมครูเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเรียนการสอน

6. บรรยากาศการฝึกกำลังในการทำงาน พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดได้แก่ ครูรู้สึกตนเองเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน

7. บรรยากาศการปรับปรุงสถานศึกษา พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดได้แก่ ผู้บริหารมีโครงการพัฒนาโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง

8. บรรยากาศความเอื้ออาทรต่อกัน พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายชื่อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดได้แก่ ครูในโรงเรียนปฏิบัติงานแทนกันได้เมื่อเพื่อนครูติดภารกิจหรือเจ็บป่วย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องบรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบรรยากาศองค์การของโรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรสันติ อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครู จำนวน 77 คน จากโรงเรียนโรงเรียนวัดชะจาวจำนวน 12 คน โรงเรียนวัดป่าข่อยได้จำนวน 8 คน โรงเรียนอนุบาลบ้านท่าเมืองลำงจำนวน 10 คน โรงเรียนชุมชนวัดท่าเดื่อจำนวน 15 คน โรงเรียนวัดป่าตันจำนวน 9 คน โรงเรียนวัดร่องอ้อจำนวน 13 คน โรงเรียนบ้านท่าหลุกสันทรายจำนวน 10 คน ในปีการศึกษา 2558 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) และแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ หาค่าร้อยละ (Percentage) ของประชากร ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของครูต่อบรรยากาศองค์การของโรงเรียนโดยใช้แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Fox วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยายการแจกแจงความถี่ (Frequency) และ หาค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เมื่อเรียงลำดับบรรยากาศในแต่ละด้าน จากทั้งหมด 8 ด้าน จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ บรรยากาศการมีขวัญและกำลังใจสูง

บรรยากาศการฝึกกำลังในการทำงาน บรรยากาศ
ความเอื้ออาทรต่อกัน บรรยากาศการมีโอกาสใน
การทำงาน บรรยากาศการยอมรับนับถือ บรรยากาศ
การไว้วางใจ บรรยากาศความก้าวหน้าทางวิชาการ
และสังคมอย่างต่อเนื่อง และบรรยากาศการ
ปรับปรุงสถานศึกษา

อภิปรายผล

บรรยากาศการยอมรับนับถือพบว่า ผลการ
ปฏิบัติงานของครูเกิดประโยชน์และมีคุณค่าต่อ
โรงเรียนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การ
ปฏิบัติงานของครูทุกคน ส่วนต้องการมุ่งเน้นที่จะ
ยกระดับคุณภาพของผู้เรียน ส่งผลให้ระดับคุณภาพ
โดยรวมของโรงเรียนสูงขึ้น ดังที่ Litwin & Stringer
(1968) ที่กล่าวว่าความคาดหวังที่จะส่งผลถึงการ
ปฏิบัติงานขององค์กรให้เกิดผลสำเร็จในการ
ปฏิบัติงาน และระดับมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาโดย
ผู้ปฏิบัติงานทุกคนที่มีส่วนร่วม ซึ่งจะเป็แรงจูงใจให้
เขามุ่งมั่น ปฏิบัติหน้าที่ให้ประสบผลสำเร็จ

บรรยากาศการไว้วางใจพบว่า ครูแสดง
ความซื่อสัตย์ต่อหน่วยงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจ
เนื่องมาจาก โรงเรียนเป็นสถานศึกษาที่สอนให้นักเรียน
เป็นคนดี ครูทุกคนจึงต้องมีคุณธรรม จริยธรรม ที่ต้อง
ปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับนักเรียน ดังที่ Fox
& Others (1973) ที่กล่าวว่า การที่บุคลากรทุกฝ่ายใน
โรงเรียนให้ความเคารพในความคิดของแต่ละบุคคลให้
เกียรติซึ่งกันและกัน ไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความ
ซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเองและหน่วยงาน การไว้วางใจซึ่งกัน

และกันระหว่างบุคลากรทุกฝ่ายในโรงเรียนจะสร้าง
บรรยากาศแห่งความไว้วางใจกันให้เกิดขึ้นใน
สถานศึกษา

บรรยากาศการมีขวัญและกำลังใจสูงพบว่า
ครูมีความภาคภูมิใจเมื่อปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วงมี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเนื่องมาจาก ครูเป็นอาชีพที่มีความ
รับผิดชอบสูง เมื่อปฏิบัติหน้าที่ได้สำเร็จตามที่
ตั้งเป้าหมายไว้ หรือการได้ทำกิจกรรมของทาง
โรงเรียน ซึ่งเป็นการใช้ทั้งร่างกายและแรงใจเมื่อ
ปฏิบัติงานได้สำเร็จจึงเกิดความภาคภูมิใจ ดังที่ Fox &
Others (1973) ขวัญกำลังใจมีความสำคัญต่อการ
ปฏิบัติงาน ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการ
ปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้

บรรยากาศการมีโอกาสในการทำงานพบว่า
ครูรู้สึกว่าได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ให้กับ
สถานศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเนื่องมาจาก ผู้บริหาร
โรงเรียนมีการกระจายหน้าที่รับผิดชอบให้กับครูทุกคน
ได้มีโอกาสในการทำงานให้กับโรงเรียน ทำให้ครูได้
ระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางการสู่การปฏิบัติ ครูจึงมี
โอกาสได้ปฏิบัติงานในหลายๆด้านของโรงเรียน ดังที่
Fox & Others (1973) กล่าวว่าไว้ว่าหลักการสำคัญ
ประการหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริหารโรงเรียนบรรลุ
จุดประสงค์ดังกล่าวได้ คือการที่ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือ
ผู้ร่วมงานได้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดและ
ตัดสินใจปัญหาสำคัญๆ ของโรงเรียน การมีส่วนร่วมใน
การบริหารจัดการ โดยผ่านคณะกรรมการสถานศึกษา
เปิดโอกาสให้บุคลากรได้ร่วมกันใช้ความคิดพิจารณา

ตัดสินใจปัญหาและเลือกทางเลือกที่ดี จะทำให้บุคลากรมีความกระตือรือร้น มีความพอใจในสิ่งที่ต้องการ มีความรู้สึกเป็นที่ยอมรับและที่ดีที่สุดคือการทำให้มีการนำเอาทางเลือกมาอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ยังเป็นที่ยอมรับกันว่าการตัดสินใจควรจะได้รับ的帮助เหลือจากคนอื่นเพื่อจะให้การตัดสินใจดีที่สุด

บรรยากาศความก้าวหน้าทางวิชาการและสังคมอย่างต่อเนื่องพบว่า มีการจัดอบรมครูเพื่อเพิ่มศักยภาพในการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเนื่องมาจาก ต้องมีการพัฒนาครูทุกด้าน และให้ความรู้ครูในทฤษฎีใหม่ๆ ช่วยให้ครูเห็นศักยภาพในตนเอง สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ช่วยให้ครูมีความเชื่อมั่นในตนเอง อีกทั้งยังช่วยให้ครูได้มีความรู้และวิธีการใหม่ๆ มาสอนนักเรียน เพื่อให้ทันต่อการแข่งขันในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ ดังที่ Fox & Others (1973) ได้กล่าวว่าบุคลากรทุกคนในโรงเรียนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง ทั้งในด้านวิชาการ สังคม ทักษะทางกายภาพ ความรู้ และเจตคติ การจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางวิชาการและทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางสังคมของสถานศึกษา สะท้อนให้เห็นบรรยากาศในโรงเรียนได้อีกประการหนึ่ง กล่าวคือ ถ้าคณะครูมีความกระตือรือร้น ให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่างๆ รอบตัวเป็นคนทันเหตุการณ์ สามารถนำความรู้ใหม่ๆ มาสอนให้นักเรียนได้เกิดการเรียนรู้ และนักเรียนมีความสุขที่ได้เรียนตาม

แผนงาน หรือโครงสร้างต่าง ๆ ที่สถานศึกษาจัดให้ก็จะสะท้อนให้เห็นบรรยากาศที่ดีได้

บรรยากาศการปรับปรุงสถานศึกษาพบว่าผู้บริหารมีโครงการพัฒนาโรงเรียนอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า โรงเรียนในเครือข่ายพัฒนาการศึกษากลุ่มอุดรธานี ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง ของจังหวัดเชียงใหม่ มีชุมชนล้อมรอบเป็นส่วนใหญ่ คนในชุมชนมีความใกล้ชิดกับโรงเรียน ทำให้โรงเรียนมีโครงการพัฒนาร่วมกับชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง ดังที่ Fox & Others (1973) กล่าวว่าโรงเรียนเป็นสถาบันการศึกษาที่ควรจัดทำโครงการงานสำหรับการพัฒนาสถานศึกษา และคุณภาพให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควรจัดทำโครงการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้ก้าวหน้าและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง สถานศึกษาต้องพร้อมที่จะรับสิ่งใหม่ การปรับปรุงต้องเป็นอย่างเหมาะสมโดยพิจารณาสิ่งที่ต้องการปรับปรุงว่าสามารถทำได้หรือไม่ สถานศึกษาต้องสามารถดำเนินการปรับปรุงโครงการต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรยากาศการฝึกกำลังในการทำงานพบว่า ครูเต็มใจเสียสละเวลาส่วนตัวให้กับโรงเรียนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อาจเป็นเพราะว่า ครูเป็นวิชาชีพที่มีจิตวิญญาณความเสียสละสูง ที่พร้อมจะเสียสละแรงกายแรงใจ เพื่อพัฒนาและปลูกฝังความรู้เยาวชนให้เป็นคนดีมีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิวัฒน์ จตุรวงศ์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์การของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา

ประณตศึกษานครราชสีมา เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ด้าน
ที่มากที่สุดคือ เต็มใจอุทิศเวลาให้กับโรงเรียนแม้ว่าจะ
ไม่ได้รับค่าตอบแทน บุคลากรทุกคนในโรงเรียนมี
ความสามัคคี ให้ความร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน
อย่างเต็มความสามารถ ทุกคนเต็มใจที่จะอุทิศเวลา
ให้กับ โรงเรียน เมื่อประสบความสำเร็จตาม
วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้นั้นก็หมายถึงเป็นความสำเร็จของ
ตนเองด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรวิจัยเรื่อง บรรยากาศของคณาจารย์ของ
โรงเรียนในกลุ่มพื้นที่ใกล้เคียง โดยใช้แบบสังเกต และ
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ควรวิจัยเรื่อง เปรียบเทียบความคิดเห็น
ระหว่างผู้บริหารกับครูในด้านบรรยากาศในการ
ทำงาน

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดย
ได้รับความกรุณาเป็นอย่างดีจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.พนมพร จันทรบัญญา ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ
ผู้บริหารและคณะครู โรงเรียนในเครือข่ายพัฒนา

การศึกษากลุ่มอุดรสันติ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการ
เก็บข้อมูล จนได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทำให้งานวิจัย
สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] วีรวัฒน์ จตุรวงศ์. (2554). การศึกษาองค์การของ
โรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประณตศึกษานครราชสีมา เขต 2 วิทยานิพนธ์
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- [2] Fox, Robert S. and others. (1973). **School
Climate Improvement : A Challenge to the
School Administrator.** Colorado : Phi Delta
Kappa.
- [3] Halpin, A. W. (1966). **Theory and Research in
Administration.** New York : The Macmillan.
- [4] Litwin, G. H. and R. A. Stringer. (1968).
Motivation and Organization Climate.
Boston : Harvard University.

บุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

“The Personality and Ability in Self-Adjustment of the 1st Year Undergraduate Student of North Bang Kok University”

สุวรรณ จันทร์¹, นิษรา พรสุริวงษ์²ดวงพร ผกามาต³

¹สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, suwan.kh@northbkk.ac.th

²สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr@northbkk.ac.th

³คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ และเพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศและเรียนในคณะที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำนวน 335 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวกสบาย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบวัดบุคลิกภาพ และแบบวัดความสามารถในการปรับตัว วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้ 1) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยมากที่สุด 2) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีความสามารถในการปรับตัวอยู่ระดับสูง 3) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศและเรียนในคณะที่แตกต่างกันมีความสามารถในการปรับตัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : บุคลิกภาพ ความสามารถ การปรับตัว

Abstract

The purposes of this study were to study the personality and ability in self-adjustment of the 1st year undergraduate student of North Bangkok University, and compare the ability in self-adjustment of the 1st year undergraduate student of North Bangkok University who were differed in gender and faculty. The sample Convenience Sampling were 364 1st year undergraduate student of North Bangkok University who were randomized by convenience sampling. Collection of data was by personality, and ability in self-adjustment inventory. Analyzing of data was by frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA. The results of this research were that 1) the personality of the 1st year undergraduate student of North Bangkok University were

extrovert personality type, 2) the ability in self-adjustment of the 1st year undergraduate student of North Bang Kok University were at high level, 3) the ability in self-adjustment of the 1st year undergraduate student of North Bangkok University who were differed in gender and faculty weren't .05 significantly different.

Keywords : Personality, Self-Adjustment, Ability

บทนำ

เนื่องจากบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิหลังเกี่ยวกับการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ ผู้ปกครอง และส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงาน และการได้รับการยอมรับจากสังคม ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบัน ทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ การเมืองและสิ่งแวดล้อม จะพบว่ามนุษย์ มีปัญหาในการดำรงชีวิต ซึ่งทำให้มนุษย์จะต้อง เรียนรู้และพยายามปรับตัวเอง เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในสังคม และสามารถเข้ากับสภาวะความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นได้ ดังนั้นบุคคลที่มีการปรับตัวได้ดีจะทำให้มีความสุขในการดำรงชีวิต มีความเชื่อมั่นในตัวเอง สามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้ มีความเป็นประชาธิปไตย สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้ดี

เพื่อให้ตนเองมีความพร้อมต่อการเป็น ผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาและมีความพร้อมต่อการ เรียนรู้ทางวิชาชีพในระดับที่สูงขึ้น หากนักศึกษามี การปรับตัวที่ดี ย่อมส่งผลถึงผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียนและเป็นบุคลากรทางการศึกษาที่มีคุณภาพการ ที่นักศึกษาซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงระดับการศึกษา และเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนรู้ จากระบบ การศึกษาในโรงเรียน ไปสู่ร่วมมหาวิทยาลัย การ ปรับตัวของนักศึกษาในช่วงเริ่มต้นของการเป็น นักศึกษาใหม่มีหลายประการด้วยกัน จิรวัดน์ วิริง กร (2548) ได้สรุปไว้ในคัมภีร์ชีวิตนิสิตใหม่ ดังนี้ 1) ปรับทัศนคติตนเองให้สอดคล้องกับความเป็น

ผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา เพื่อจะได้วางแผนการ เรียนรู้ของตนเองให้บรรลุเป้าหมาย 2) ปรับ พฤติกรรมการใช้ชีวิตทางการศึกษาที่เหมาะสม ด้วยการแสวงหาประสบการณ์การเรียนรู้ จากการ เข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรหรือกิจกรรมทวิ ปัญญาที่หน่วยงานของมหาวิทยาลัยจัดขึ้น การฝึก บริหารเวลา การใช้ชีวิตในรูปแบบของจัดทำแผน สร้างโอกาสในการเป็นตนเองให้กลุ่มเพื่อนมากขึ้น ทั้งเพื่อนภายในสาขาวิชา ต่างคณะ และต่างสถาบัน การพัฒนาตนเองจากเดิมที่เคยพึ่งพาผู้อื่นในเรื่อง การเรียนไปสู่การพึ่งตนเองมากขึ้น 3) ปรับรูปแบบ การเรียนรู้ให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ในยุคใหม่ เนื่องจากการเรียนรู้ในปัจจุบันเป็นการเรียนรู้ที่ไร้ พรมแดน แหล่งความรู้มีอยู่ทั่วโลกที่นักศึกษา สามารถเข้าถึงได้ ดังนั้น นักศึกษาจึงต้อง ปรับเปลี่ยนท่าทีการเรียนรู้ใหม่ จากเดิมที่พึ่งพา ความรู้จากอาจารย์ คาราวีเรียน และห้องสมุดของ สถาบันเป็นหลัก ไปสู่การเรียนรู้ด้วยตนเอง จาก แหล่งการเรียนรู้ทั่วโลก มีการพัฒนา ทักษะการ เรียนรู้ของตนเองให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ในยุค ใหม่ เช่น ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ และสังเคราะห์ ทักษะการคิดเชิงบูรณาการ ทักษะการนำเสนอ มีการ พัฒนา ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เพื่อสร้างศักยภาพในการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาทักษะการแสวงหา ความรู้ ดังนั้น การพัฒนาบุคลิกภาพจึงเป็นเรื่องจา เป็นและสำคัญต่อนักศึกษา และจะต้องพัฒนา

คุณภาพนักศึกษาทั้งทางด้านบุคลิกภาพส่วนบุคคล และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเองโดยการปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในภายภาคหน้าได้

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ เป็นอย่างไร และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศ และเรียนในคณะที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการปรับตัวแตกต่างกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อที่จะได้หาแนวทางป้องกันและแก้ไขได้ถูกวิธี และเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปพิจารณาให้ความช่วยเหลือและพัฒนาให้นักศึกษาให้มีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และส่งเสริมการปรับตัวของนักศึกษาซึ่งมีผลต่อปฏิบัติงานและการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อไป

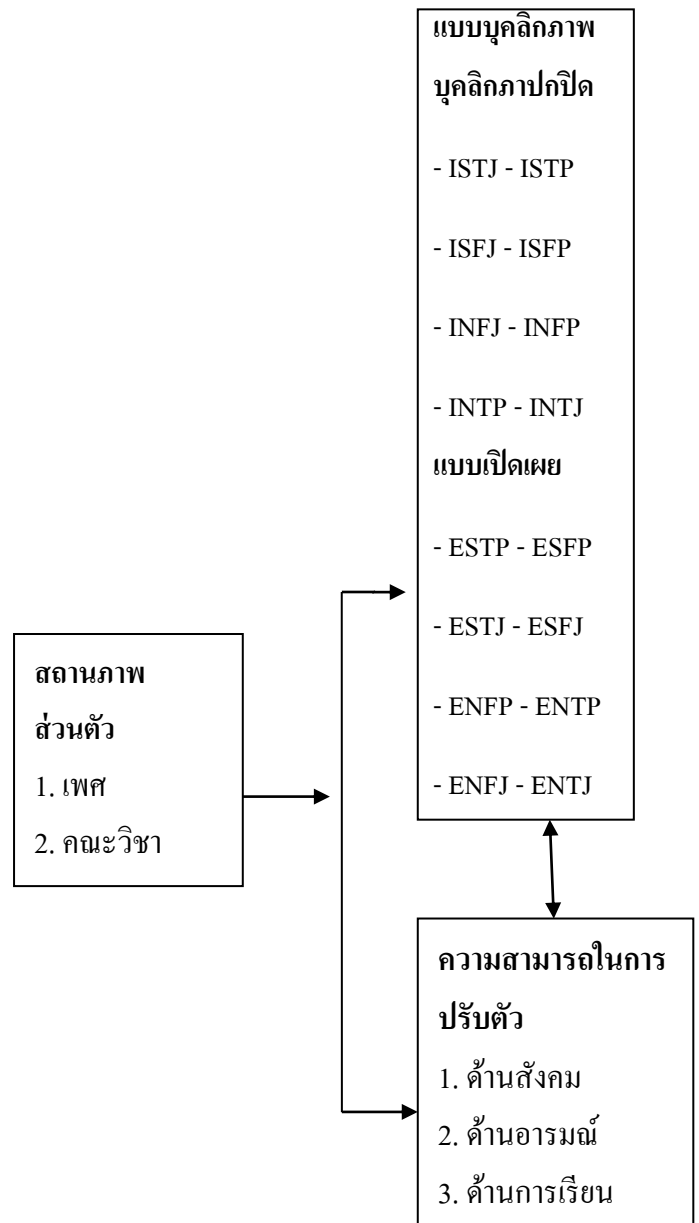
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
2. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศ และเรียนในคณะที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



สมมติฐานในการวิจัย

1. นักศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่มีเพศ และ คณะ ที่ต่างกันความสามารถในการปรับตัว ที่แตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำนวน 2,046 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำนวน 335 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบสะดวก

ตัวแปร

ตัวแปรต้น

ตัวแปรต้นในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำแนกเป็น เพศ และคณะที่เรียน

ตัวแปรตาม

ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบวัดบุคลิกภาพของวัดบุคลิกภาพ MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) และแบบวัดความสามารถในการปรับตัวของอาจารย์ชนิดดา เพ็ชรประยูรและคณะ (2549) ซึ่งได้ทำการศึกษา

ความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัย

1. นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยมากที่สุด
2. นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีความสามารถในการปรับตัวอยู่ระดับสูง
3. นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศ และเรียนในคณะที่แตกต่างกันมีความสามารถในการปรับตัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสุภาพร ชูสายที่ได้ศึกษาการศึกษาบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์และพบว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยตนเอง ตามแบบวัดบุคลิกภาพ MBTI รูปแบบ ENFJ

2. จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีความสามารถในการปรับตัวอยู่ระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับชนิดดา เพ็ชรประยูรและคณะ (2549 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มีความสามารถในการปรับตัวภาพรวมในระดับสูง เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าความสามารถในการปรับตัวด้านการเรียนอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับศุภกานต์ ชื่อเกียรติจร (2543 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการปรับตัวทางสังคมของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา และพบว่านักศึกษามีความสามารถในการปรับตัวอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับสุกัญญา ดันตระบั้ง ชาติย (2548 :

บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการปรับตัวของนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และพบว่านักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีการปรับตัวโดยรวมอยู่ในระดับมากและด้านสังคมเมื่ออยู่ในระดับมาก

3. จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศ และเรียนในคณะที่แตกต่างกันมีความสามารถในการปรับตัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งขัดแย้งกับ สุกัญญา ตันตระบัณฑิตย (2548 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการปรับตัวของนักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และพบว่านักศึกษาที่เรียนในคณะที่แตกต่างกัน มีความสามารถในการปรับตัวโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทสรุป

จากผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีบุคลิกภาพแบบเปิดเผยมากที่สุด 2) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีความสามารถในการปรับตัวอยู่ระดับสูง 3) นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่มีเพศ และเรียนในคณะที่แตกต่างกันมีความสามารถในการปรับตัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ส่งเสริมนักศึกษาให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางด้านวิชาการ ศิลปวัฒนธรรม การบำเพ็ญประโยชน์ กีฬา นันทนาการ และกิจกรรมอื่น ๆ ตามแผนพัฒนา นักศึกษาครุศาสตร์อย่างทั่วถึงตามความถนัด ความสามารถ และความสนใจของแต่ละคน ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งนักศึกษาจะได้พัฒนาตนเองทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา

2. อาจารย์ที่ปรึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ คอยชี้แนะนักศึกษาในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะการคำนึงถึงข้อดีและข้อด้อยของตนเอง สามารถพัฒนาตนเองให้มีพฤติกรรม การแสดงออกอย่างเหมาะสม ตามกาลเทศะ เพื่อช่วยให้นักศึกษาได้พัฒนาบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัว โดยเฉพาะการปรับตัวด้านอารมณ์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท กรุงเทพ ทุกชั้นปี

2.2 ควรเปรียบเทียบบุคลิกภาพและความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ท กรุงเทพ ที่เรียนอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- [1] จิรวัดน วิริงกร. 2548. คัมภีร์ ชีวิตนิสิตใหม่ . กรุงเทพฯ: โครงการกร วแรกสู บัณฑิตยุคใหม่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- [2] ชนัดดา เพ็ชรประยูร, ชุศรี เลิศรัตน เดชากุล, นนทิตัน พัฒนภักดี. 2554. ความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นปี ที่ 1 ในมหาวิทยาลัยของรัฐ. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ป ที่ 21 ฉบับที่ 1 ม.ค.- เม.ย. 2554 : 157-166.
- [3] สุกัญญา ตันตระบัณฑิตย . 2548. การศึกษาการปรับตัวของนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปี ที่ 1 ศูนย์ กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. กรุงเทพฯ: ปริญญาบัณฑิต กศ.ม. (การอุดมศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- [4] สุภาพร ชุสสาย 2548. การศึกษานุคลิกภาพและ
ความสามารถในการปรับตัวของนักศึกษาชั้นป
ที่ 1 คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชร
บูรณ์
- [5] ศุภกานต ชื่อเกียรติขจร. 2543. กลไกการ
ปรับตัวทางสังคมของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา.
วิทยานิพนธ์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ .

แบบจำลองวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษาโดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง

THE MODELING EFFICIENCY OF REGISTRATION SERVICE IN ACADEMY BY STRUCTURAL EQUATION MODEL

สมภาร ปอสูงเนิน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, E-mail: somparn_p@hotmail.com

บทคัดย่อ:

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบบจำลองวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา โดยใช้วิธีการสำรวจโดยแบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สถิติที่ใช้คือเทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาตัวชี้วัดได้จำนวน 26 รายการ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม เมื่อนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ และทำการสกัดปัจจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ได้ องค์ประกอบ 2 กลุ่ม และตัวชี้วัด 7 รายการ ได้แก่ 1) ความชัดเจนของกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ 2) ความถูกต้องของข้อมูลเชื่อถือได้ 3) การติดต่อสะดวก รวดเร็ว ในทุกขั้นตอน 4) สถานที่ในการให้บริการมีความเหมาะสม 5) ระยะเวลาในการให้บริการ 6) เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน 7) เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ และจากการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (MMRE) ของสมการเชิงโครงสร้างที่มีผลต่อการวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา เท่ากับ 4.079 %

คำสำคัญ: ตัวแบบวัดประสิทธิภาพ, การให้บริการงานทะเบียน, แบบจำลองสมการ โครงสร้าง

Abstract

This research aims to create a modeling efficiency of registration service in academy. The data are from a survey by using questionnaire. The 400 samples are the users of academy registration in Bangkok and metropolitan region. The statistics used in this research is SEM or Structural Equation Modeling.

The data analysis of subjects, theories and research related to the study of 26 indicators were divided into 4 groups. And extracted 2 factors to determine the relationships among the elements and

10 indicators, ได้แก่ 1) ความชัดเจนของกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ 2) ความถูกต้องของข้อมูล เชื้อถือได้ 3) การติดต่อสะดวก รวดเร็ว ในทุกขั้นตอน 4) สถานที่ในการให้บริการมีความเหมาะสม 5) ระยะเวลาในการให้บริการ 6) เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน 7) เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ

The research found that the Mean Magnitude of Relative Error (MMRE) of structural equation that affects the modeling efficiency of registration service in academy was 4.079 %

Keywords: Modeling Efficiency, Registration Service, Structural Equation Model

บทนำ

การศึกษา เป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ ซึ่งการจัดการศึกษา ให้มีคุณภาพและมาตรฐานนั้นต้องสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลและสังคม พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดให้การจัดการการศึกษาของสถานศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต (มาตรา 22) และสถานศึกษาต้องมีการจัดระบบการประกันคุณภาพภายในและระบบประกันคุณภาพภายนอก (มาตรา 47) โดยสถานศึกษาต้องให้ความร่วมมือในการจัดเตรียมเอกสารหลักฐานต่างๆ ที่มีข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานศึกษา ตามคำร้องขอของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา หรือหน่วยงานภายนอกที่สำนักงานดังกล่าวรับรอง ที่ทำการประเมินคุณภาพภายนอกของสถานศึกษานั้น (มาตรา 50) (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545, 7 – 14)

งานทะเบียนเป็นส่วนหนึ่งในสถานศึกษาที่มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุนภารกิจของสถานศึกษา เกี่ยวข้องตั้งแต่การรับเข้าศึกษา งานทะเบียนประวัตินักศึกษา การลงทะเบียนเรียน การประมวลผลการศึกษา และการสำเร็จการศึกษารวมถึงการให้เอกสารหลักฐานสำคัญทางการศึกษา โดยจัดให้มีระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการศึกษา สนับสนุนงานการเรียนการสอน การลงทะเบียนเรียนรายวิชาและการประชาสัมพันธ์แจ้งให้ผู้เรียน ผู้สอนหรือผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านทะเบียน นักศึกษาทราบหลายช่องทางเลือกคือ การให้บริการโดยผู้รับบริการสามารถติดต่อที่สำนักงานทะเบียน หรือระบบการให้บริการผ่านออนไลน์บนเว็บไซต์ โดยใช้ระยะเวลาสั้น รวดเร็ว และสามารถช่วยลดขั้นตอนของการดำเนินงานได้ ดังเช่น การลงทะเบียนเรียนรายวิชา การขอทราบผลการเรียน การขอรับคำร้อง แบบฟอร์มต่าง ๆ จาก

ระบบงานด้านทะเบียนนักศึกษาหรืออื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ค้นคว้าจัดทำวิจัย แบบจำลองวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา โดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อจะได้นำผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแนวทางในการ

ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการของงานทะเบียนกับผู้บริหารให้มีความประทับใจและพึงพอใจมากที่สุดในการมาติดต่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบจำลองประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา โดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง
2. เพื่อหารูปแบบทดสอบการวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา โดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา โดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง
2. ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างประชากรจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้แก่ผู้ให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

แบบจำลองสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นมีความแม่นยำในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา ไม่น้อยกว่า 80 %

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบปัจจัยที่ชี้้นำการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา
2. สามารถวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เกี่ยวกับระบบงานทะเบียน

งานทะเบียนเป็นส่วนหนึ่งในสถานศึกษาที่มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุนภารกิจของสถานศึกษา เกี่ยวข้องตั้งแต่การรับเข้าศึกษา งานทะเบียนประจำวันนักศึกษา การลงทะเบียนเรียน การประมวลผลการศึกษา และการสำเร็จการศึกษารวมถึงการให้เอกสารหลักฐานสำคัญทางการศึกษา โดยจัดให้มีระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการศึกษา สนับสนุนงานการเรียนการสอน การลงทะเบียนเรียนรายวิชาและการประชาสัมพันธ์แจ้งให้ผู้เรียน ผู้สอนหรือผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านทะเบียน นักศึกษาทราบหลายช่องทางเลือกคือ การให้บริการโดยผู้รับบริการสามารถมาติดต่อที่สำนักงานทะเบียนหรือระบบการให้บริการผ่านออนไลน์บนเว็บไซต์ โดยใช้ระยะเวลาสั้น รวดเร็ว และสามารถช่วยลดขั้นตอนของการดำเนินงานได้ ดังเช่น การลงทะเบียนเรียนรายวิชา การขอทราบผลการเรียน การขอรับคำร้อง แบบฟอร์มต่างๆ จากระบบงานด้านทะเบียนนักศึกษาหรืออื่นๆ เป็นต้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสรุปเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยครั้งนี้ว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การดำเนินงานของงานทะเบียน ในสถานศึกษา ประกอบด้วยการดำเนินงานด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านทรัพยากรสารสนเทศ โดยที่บุคลากรของสำนักงานทะเบียนปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ มีความถูกต้อง รวดเร็ว งานที่ปฏิบัติสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เกิดความที่พึงพอใจต่อผู้รับบริการมากที่สุด

งานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

นิตินทรีย์ ฉันทวงศ์ชนะและคณะ (2557: บทคัดย่อ) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเรียนการสอน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในโรงเรียนมัธยมศึกษาในด้านองค์ประกอบของข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในด้านวัตถุประสงค์แนวทางปฏิบัติและกลไกสู่การปฏิบัติ โดยพิจารณาตามเกณฑ์ 4 ด้าน คือ ความเหมาะสมความเป็นไปได้ ความสอดคล้องและความเป็นประโยชน์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงนโยบายแบบมีส่วนร่วมที่มีระเบียบวิธีแบบผสานวิธี มีวิธีการดำเนินการวิจัย 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาบริบทเพื่อจัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ ดำเนินการวิจัย 4 วิธี ดังนี้ 1) การวิจัยเชิงสำรวจสถาบัน 2) การศึกษาพหุกรณี 3) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ และ 4) การประชุมปฏิบัติการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อจัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ ระยะที่ 2 การตรวจสอบยืนยันเพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ ดำเนินการวิจัย 3 วิธี ดังนี้ 1) การประชุมสนทนากลุ่มเป้าหมาย 2) การประชุมสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ และ 3) การประชุมสัมมนาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยพบว่า 1. ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเรียนการสอน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ในโรงเรียนมัธยมศึกษาซึ่งประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์ ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย 2) แนวทางปฏิบัติ ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ 24 มาตรการ 16 ตัวบ่งชี้ และ 3) กลไกสู่การปฏิบัติประกอบด้วย 10 แผนงาน 53 โครงการ ได้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเรียนการสอน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ในโรงเรียนมัธยมศึกษาจำนวน 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ของผู้เรียน ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างกำลังคนให้มีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีสมรรถนะได้มาตรฐานสากล ยุทธศาสตร์ที่ 3 สนับสนุนการเรียนการสอนที่เข้มแข็งด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการศึกษายุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างบรรยากาศและแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนให้เอื้อต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการศึกษาและยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายให้มีความเข้มแข็งเพื่อเพิ่มคุณภาพของผู้เรียนให้ได้ตามมาตรฐาน 2. ความ

เหมาะสม ความที่เป็นไปได้ ความสอดคล้องและความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) สูงกว่า 0.85 ทุกด้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยของ “แบบจำลองวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา โดยใช้เทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง” มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังหัวข้อต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ที่ผู้วิจัยได้ศึกษากันแล้วจากงานวิจัยและวรรณกรรมต่างๆ พบว่าแบ่งปัจจัยออกเป็นแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ

- 2.1 ด้านขั้นตอนการให้บริการ
- 2.2 ด้านบุคลากรที่ให้บริการ
- 2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- 2.4 ด้านทรัพยากรสารสนเทศ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการให้บริการของงานทะเบียน

คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (open-ended form) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะได้โดยเสรี

ขอบเขตประชากร

การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

- 1) การกำหนดประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา

- 2) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ ประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน (Infinite Population) จึงใช้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของดับเบิลยู. จี. คอชแรน (Cochran, 1953. Sampling Techniques. ; อ้างอิงจากอภิรักษ์ จันตะนี. 2550 : 25) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังนี้

วิธีทำ $P = 0.50$

$Z = 1.96$ (ความเชื่อมั่น 95%)

$e = 0.05$ (คลาดเคลื่อนได้ 5% หรือ $= 0.05$)

แทนค่า

$$n = \frac{0.50 (1 - 0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

ฉะนั้นได้กลุ่มตัวอย่าง = 384

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดจึงเพิ่มตัวอย่างจำนวน 16 คน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องในด้านความตรงของเนื้อหา และทดสอบในด้านความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับเป็นผู้ให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 40 ราย โดยใช้วิธีคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของครอนบาค ซึ่งเรียกว่า “ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา” (Cronbach’s Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.902 ดังรูปที่ 3.1 และรูปที่ 3.2 จากนั้นนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างจริง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา

ผลการวิเคราะห์จากการปรับปรุงตัวแบบสมการ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. Model Fit Summary กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง

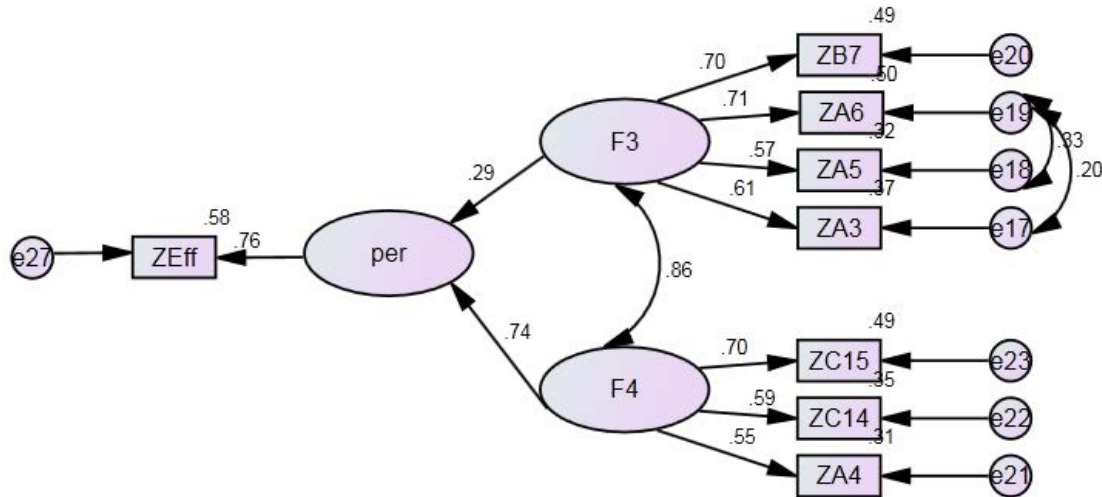
ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่ตรวจสอบโมเดล

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์
CMIN-p	p > 0.05	0.293
CMIN/df	CMIN/df < 3	1.159
GFI	GFI > 0.90	0.989
RMSEA	RMSEA < 0.08	0.020

สรุปโมเดลที่ได้ผ่านเกณฑ์ โดยโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อนำค่าสถิติที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการพิจารณาตามตารางที่ 4.1

2. แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน ในสถานศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบจำลองสมมุติฐานจนได้แบบจำลองที่เหมาะสมและผ่านเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองดังรูปที่ 4.1



รูปที่ 2 แบบจำลองสมการ โครงสร้างเพื่อวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียน
ในสถานศึกษา

จากแบบจำลองสมการ โครงสร้างที่พัฒนาขึ้นจากการประเมินแบบสอบถาม พบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาคือ F1 ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ F2 ปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ F3 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยแบบจำลองที่ผ่านการวิเคราะห์ได้แสดงขนาดและทิศทางของอิทธิพลที่ปัจจัยต่างๆ มีต่อปัจจัย (Per) คือเปอร์เซ็นต์ต่อการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษานั้นคือ

$$ZEff = 0.76 * Per \quad (4.1)$$

$$Per = 0.29 * F3 + 0.74 * F4 \quad (4.2)$$

$$F3 = 0.70 * ZB7 + 0.71 * ZA6 + 0.57 * ZA5 + 0.61 * ZA3 \quad (4.3)$$

$$F4 = 0.70 * ZC15 + 0.59 * ZC14 + 0.55 * ZA4 \quad (4.4)$$

เมื่อ

ZA3 คือ ความชัดเจนของกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

ZA4 คือ ระยะเวลาในการให้บริการ

ZA5 คือ ความถูกต้องของข้อมูล มีความน่าเชื่อถือได้

- ZA6 คือ การติดต่อสะดวก รวดเร็ว ในทุกขั้นตอน
- ZB7 คือ สถานที่ในการให้บริการมีความเหมาะสม
- ZC14 คือ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน
- ZC15 คือ สถานที่ให้บริการ สะอาด เป็นระเบียบ

3. การประมาณค่าความแม่นยำ

หลังจากที่ได้ผลการในการวัดประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้สมการนี้ในการประมาณค่าตัวแปรการวัดประสิทธิภาพ(Per) ของกลุ่มตัวอย่างอีก 30 ตัวอย่าง ซึ่งนำค่าตัวแปรอิสระไปคำนวณหาค่าของตัวแปร ZEffทำการแปลงค่าZ ให้อยู่ในรูปแบบ x (ค่าข้อมูลใดๆ)

ตารางที่ 3 ข้อมูลที่นำมาทดสอบ

ตัวแปร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ZEff	30	76.54	4.076

ค่าที่ได้จะเป็นค่าประมาณการของประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา แล้วนำมาเปรียบเทียบกับค่าประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาจริงที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อคำนวณหาค่า MRE ของแบบสอบถามตัวอย่างจนครบ 30 ตัวอย่าง จากนั้นทำการหาค่า MMRE (Average absolute MRE 100%) ได้เป็นค่าร้อยละของความคลาดเคลื่อนเฉลี่ยของการประมาณการแบบจำลอง ซึ่งได้แสดงผลตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4 ผลการคำนวณค่า MRE และ MMRE ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษา

Number	Actual Efficiency	Predicted Efficiency	MRE
1	70	83.629	0.195
2	60	83.552	0.393
3	60	78.434	0.307
4	70	71.873	0.027
5	70	81.217	0.160
6	70	83.629	0.195

ตารางที่ 4 (ต่อ)

Number	Actual Efficiency	Predicted Efficiency	MRE
7	80	83.684	0.046
8	70	83.023	0.186
9	70	78.214	0.117
10	70	78.040	0.115
11	70	81.058	0.158
12	70	80.266	0.147
13	70	82.556	0.179
14	70	77.765	0.111
15	70	72.220	0.032
16	70	64.629	0.077
17	60	58.947	0.018
18	60	58.947	0.018
19	60	56.183	0.064
20	70	56.027	0.200
21	70	67.686	0.033
22	60	69.990	0.167
23	70	79.300	0.133
24	70	80.767	0.154
25	60	80.777	0.346
26	60	61.756	0.029
27	80	76.553	0.043
28	60	59.258	0.012
29	70	56.146	0.198
30	80	97.342	0.217
MMRE			4.079

ผลการทดสอบประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษามีค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (MMRE) เท่ากับ 4.079%

สรุปผลการศึกษา อภิปรายและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาขึ้นมาใหม่ โดยใช้วิธีการทางสถิติ คือ ด้วยเทคนิคสมการเชิงโครงสร้าง จนได้แบบจำลองที่เหมาะสม และผ่านเกณฑ์การพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลอง โดยได้ค่าในการวิจัยคือค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนสัมพัทธ์ (MMRE) เท่ากับ 4.079%

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษามี 2 ปัจจัย คือ F3 และ F4 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อปัจจัยใหม่ เพื่อให้ครอบคลุมและเข้าใจง่าย คือ

F3 คือ ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ

F4 คือ ปัจจัยด้านขั้นตอนอำนวยความสะดวก

จากปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการของงานทะเบียนในสถานศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ (F3) = +0.29 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านขั้นตอนการให้บริการ ได้แก่ 1) ความชัดเจนของกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ 2) ความถูกต้องของข้อมูลมีความน่าเชื่อถือได้ 3) การติดต่อสะดวก รวดเร็ว ในทุกขั้นตอน 4) สถานที่ในการให้บริการมีความเหมาะสม และ (F4) = +0.74 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านขั้นตอนอำนวยความสะดวก ได้แก่ 1) ระยะเวลาในการให้บริการ 2) เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาได้อย่างชัดเจน 3) เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ควรเพิ่มเติม หรือศึกษาเกี่ยวกับตัวบ่งชี้และปัจจัยด้านต่างๆ ให้มากขึ้น เนื่องจากตัวบ่งชี้ในงานวิจัยนี้อาจจะมีจำนวนและหัวข้อที่ไม่ครอบคลุมสำหรับผู้ให้บริการ

5.3.2 ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เช่น เพิ่มประเภทของกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง เป็นต้น

7.เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติ = สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.
กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- [2] นิตินันท์ทั้งศ์ชนะและคณะ. ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ
บริหารจัดการด้านการเรียนการสอน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ใน โรงเรียน
มัธยมศึกษา, 2557.
- [3] นางสาวพัชราภรณ์ต้นทพาทย์. ประสิทธิภาพของการใช้งานระบบทะเบียนนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2554.
- [4] วรณวิมล จงจรวยสกุล. ความพึงพอใจในการบริการของงานทะเบียนและวัดผล, 2551.

แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์
เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

**Skill exercises of physics problem solving in the topic of projectile motion
of students from Faculty Information Technology of
North Bangkok University.**

(ณัฏรดา ธรรมเวช¹, นายจีรัฐติกุล ต้นสายชนินทร์²)

¹คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, natrada.th@northbkk.ac.th

²คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, natrada.th@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ให้ได้ตามเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ฟิสิกส์ทั่วไป ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 26 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่านักศึกษากำแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ เป็นไปตามเกณฑ์

คำสำคัญ : พัฒนาความสามารถ การแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ แบบฝึกทักษะ

Abstract

The objectives of this research were to develop the competency for Physics problem solving in the topic of projectile motion based on the criteria. The sample groups were 26 students from Faculty of Information Technology majoring in Information Technology of North Bangkok University, who enrolled in general physics subject in second semester of 2015. The students were selected by purposive sampling. The research instrument was the competency practice exercises of Physics problem solving in the topic of projectile motion and the Physics learning achievement in the topic of projectile motion. The data received were analyzed by means of percentage, mean and standard deviation. The research results were as follows: Student ability solving skill Physics problem solving in the topic of projectile motion based on the criteria.

Keywords : Development the ability, Physics problem solving, Skill exercises

สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, suwan.kh@northbkk.ac.th

สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr@northbkk.ac.th

1. บทนำ

วิทยาศาสตร์ หมายถึง ความรู้ที่ได้โดยการสังเกต และค้นคว้าจากปรากฏการณ์ธรรมชาติได้เป็นหลักฐานและเหตุผลแล้วจัดเข้าเป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ [6] โดยวิทยาศาสตร์แบ่งออกเป็นวิทยาศาสตร์ธรรมชาติและวิทยาศาสตร์ประยุกต์

วิชาฟิสิกส์เป็นวิชาวิทยาศาสตร์กายภาพ ซึ่งว่าด้วยสิ่งไม่มีชีวิตในธรรมชาติ โดยเน้นหนักถึงกิจกรรม การค้นหาความจริงจากธรรมชาติ [4] วิชาฟิสิกส์เกี่ยวข้องกับการศึกษาส่วนประกอบของสสารและอันตรกิริยาระหว่างส่วนประกอบของสสาร การศึกษาวิชาฟิสิกส์ทำให้เข้าใจการรวมตัวของสสารสมบัติของสสาร และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่างๆ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้วิชาฟิสิกส์เพื่อนำผลการเรียนรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและการประกอบอาชีพ เมื่อผู้เรียนได้เรียนวิชาฟิสิกส์ร่วมกับวิชาอื่นๆ ทำให้สามารถอธิบาย ทำนาย คาดการณ์สิ่งต่างๆ ได้อย่างมีเหตุผล การได้มาซึ่งความรู้ในวิชาฟิสิกส์นั้นไม่แตกต่างไปจากวิธีทางวิทยาศาสตร์อื่นๆ โดยได้จากการสังเกต การวัด การทดลอง รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็นหลักการ กฎ และทฤษฎี ดังนั้นฟิสิกส์จึงมีความสัมพันธ์กับคณิตศาสตร์ในด้านของการเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าทำนายค่าที่ถูกต้องหรืออธิบายปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ซึ่งการเรียนการสอนวิชาฟิสิกส์นั้นต้อง

อาศัยพื้นฐานของการคำนวณ เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจหลักการ กฎ และทฤษฎีต่างๆ ทางฟิสิกส์ ดังนั้นการเรียนรู้รายวิชาฟิสิกส์ ต้องมีทักษะการคำนวณเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น กิจกรรมการทดลอง การแก้โจทย์ปัญหาตามที่สถานการณ์กำหนด มีลักษณะเป็นนามธรรม จึงทำให้การเรียนรู้และเข้าใจยาก ส่งผลทำให้นักศึกษาประสบปัญหาในการเรียนวิชาฟิสิกส์เป็นอย่างมาก และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ค่อนข้างต่ำ

การแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ เป็นส่วนที่สำคัญส่วนหนึ่งของการเรียนวิชาฟิสิกส์ซึ่งต้องนำความรู้ความเข้าใจนิยาม หลักการ กฎ และทฤษฎีทางฟิสิกส์มาประยุกต์ใช้ในการแก้โจทย์ พบว่า ถ้าผู้เรียนมีข้อบกพร่องในการวิเคราะห์ และแก้โจทย์ปัญหาจะมีผลทำให้การเรียนวิชาฟิสิกส์ของผู้เรียนไม่ประสบผลสำเร็จ ขึ้นตอนในการวิเคราะห์ และแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์เป็นไปตามกระบวนการวิเคราะห์และแก้โจทย์ตามแนวคิดของ Stephen and Reys [7] ที่ว่าในกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาต้องประกอบด้วย ขั้นตอนการทำความเข้าใจปัญหา การวางแผนในการแก้ปัญห การดำเนินการตามแผน และขั้นตรวจสอบผล

วิชา PHY101 ฟิสิกส์ทั่วไป เป็นวิชาแก่นนักศึกษาที่เรียนสาขาวิชา วิศวกรรมซอฟต์แวร์ สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

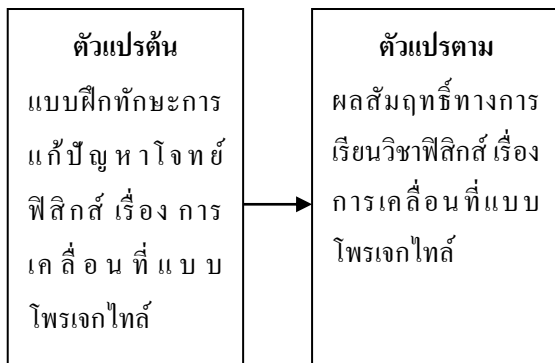
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ต้องลงทะเบียนเรียนและสอบผ่านในวิชาดังกล่าว โดยเนื้อหาวิชาฟิสิกส์ทั่วไป เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลักการพื้นฐานทางฟิสิกส์ และการนำความรู้ทางฟิสิกส์ไปประยุกต์เนื้อหาในแต่ละเรื่องมีความสัมพันธ์ต่อกัน มีทั้งส่วนทฤษฎี การคำนวณ และการปฏิบัติผสมผสานกัน ถ้านักศึกษาเกิดปัญหาในการทำความเข้าใจในส่วนในส่วนหนึ่งของเนื้อหาจะเป็นอุปสรรคในการเรียนวิชาฟิสิกส์ในเรื่องนั้น และเรื่องอื่นๆ ที่จะเรียนต่อไป จากผลการเรียนวิชาฟิสิกส์ของนักศึกษาในปีที่ผ่านมา พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ทั่วไปของนักศึกษาค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้สอนและผู้ที่เกี่ยวข้องพยายามศึกษาหาแนวทางการแก้ไขเพื่อปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ทั่วไปของนักศึกษาให้สูงขึ้น

เนื่องจากการเรียนการสอนวิชาฟิสิกส์ จะเกี่ยวข้องกับการแก้โจทย์ปัญหา ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแก้สมการทางคณิตศาสตร์ ซึ่งผู้เรียนมักจะประสบปัญหาการวิเคราะห์โจทย์ ไม่เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่โจทย์กำหนดให้ ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถแก้โจทย์ได้ หรือผู้เรียนสามารถท่องจำสมการความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ได้ แต่ผู้เรียนไม่รู้ว่าโจทย์ปัญหาแบบไหน ต้องใช้สมการใดในการแก้โจทย์ หรือไม่สามารถวิเคราะห์โจทย์ได้ ทำให้เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งในการเรียนวิชาฟิสิกส์ ซึ่งเป้าหมายของการเรียนวิชาฟิสิกส์ คือ ผู้เรียนสามารถแก้โจทย์ได้ สามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางธรรมชาติพื้นฐานที่พบในชีวิตประจำวัน และนำประสบการณ์การแก้โจทย์ที่ได้เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดทักษะในการเรียนวิชาฟิสิกส์ จะต้องอาศัยวิธีการและรูปแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสม เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจกระบวนการของการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เนื่องจากการแก้ปัญหาโจทย์เป็นทักษะระดับสูงที่ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจตลอดจนทักษะทางคณิตศาสตร์หลายอย่างด้วยกัน การฝึกการแก้โจทย์ทำได้โดยการฝึกฝน การกระทำซ้ำๆ เป็นขั้นตอน การใช้สื่อการเรียนการสอนที่มีความหลากหลาย

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าหานวัตกรรมที่สามารถช่วยผู้สอนในด้านการเรียนการสอน สามารถสร้างความเชื่อมโยงความรู้ สร้างความคิดรวบยอด ช่วยให้ผู้เรียนมีความชำนาญ แม่นยำในเนื้อหา สามารถทำให้ผู้เรียนรู้ข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงแก้ไขได้ด้วยตัวเอง ตามศักยภาพ และบรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และเป็นไปตามทฤษฎีการเรียนรู้ของนักจิตวิทยาการเรียนรู้ ธอร์นไคค์ [1] ได้กล่าวว่า การฝึกหัดบ่อยๆ ผู้เรียนจะสามารถทำสิ่งนั้นได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะด้วยตนเอง ลักษณะ รูปแบบ วิธีการคำนวณนั้น ผู้สอนสามารถสอนได้ แต่ถ้าผู้เรียนไม่ทบทวน ไม่ฝึกฝนฝึกปฏิบัติ ผู้เรียนก็จะไม่เกิดทักษะ ผู้วิจัยจึงเลือกการสร้างแบบฝึกทักษะ โดยศึกษาหลักการสร้างแบบฝึกทักษะ เพื่อให้ได้แบบฝึกทักษะการคำนวณที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้เรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ และนำทักษะ ความชำนาญจากการทำแบบฝึกทักษะมาใช้ในการเพิ่มผลสัมฤทธิ์

ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบ
โพรเจกไทล์ โดยมีกรอบแนวคิด ดังนี้



2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

พัฒนาทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ เรื่อง
การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ให้ได้ตามเกณฑ์

3. วิธีกรวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย
นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยี
สารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่
ลงทะเบียนเรียนวิชา ฟิสิกส์ทั่วไป ปีการศึกษา 2558
จำนวน 49 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น
นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยี
สารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา
ฟิสิกส์ทั่วไป ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558
จำนวน 26 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
ประกอบด้วย

1. แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์
เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
วิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง

1. วิเคราะห์ปัญหาในด้านผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนของนักศึกษา ในการแก้ปัญหาโจทย์
ฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

2. ศึกษารายละเอียดวัตถุประสงค์
และเนื้อหาของการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ และ
เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. ออกแบบและสร้างแบบฝึกทักษะ
การแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบ
โพรเจกไทล์ แบบอัตนัย จำนวน 6 ข้อ โดยมีเนื้อหา
จากง่ายไปยาก

4. นำแบบฝึกทักษะที่สร้างขึ้นให้
ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 3
ท่าน ได้ตรวจสอบ และปรับปรุงแก้ไขตาม
ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และเลือกแบบฝึก
ทักษะที่นำไปทดสอบ จำนวน 4 ข้อ

5. จัดทำแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหา
โจทย์ฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ เพื่อ
นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล

1. สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบ
โพรเจกไทล์ ซึ่งเป็นแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4
ตัวเลือก จำนวน 15 ข้อ ใช้จริง 10 ข้อ และแบบอัตนัย

จำนวน 6 ข้อ ใช้จริง 4 ข้อ ซึ่งในแต่ละข้อที่ออกแบบทดสอบ มุ่งศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของนักศึกษา ก่อนและหลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

2. นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ที่สร้างขึ้น มาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของการวินิจฉัย โดยนำข้อสอบที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ได้ตรวจสอบ เพื่อตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบทดสอบกับวัตถุประสงค์ (Index of consistency: IOC) ของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ได้แบบทดสอบที่มีค่าความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67-1.00 ถือว่าสามารถนำไปใช้ได้ทุกข้อ

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ที่ได้แก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา นำไปทดสอบกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 22 คน กลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเที่ยง (α) ของแบบทดสอบ ค่าความยากง่าย (P) และค่าอำนาจจำแนก (D) ของแบบทดสอบ ตรวจสอบว่าแบบทดสอบมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด

ได้แบบทดสอบแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 15 ข้อ มีความยากง่ายตั้งแต่ 0.14-0.95 และมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.09-

0.50 แล้วคัดเลือกข้อสอบแบบปรนัย จำนวน 10 ข้อ โดยมีค่าความยาก (P) ตั้งแต่ 0.33-0.73 และค่าอำนาจจำแนก (D) ตั้งแต่ 0.27-0.50 และแบบทดสอบแบบอัตนัย จำนวน 6 ข้อ มีความยากง่ายตั้งแต่ 0.34-0.78 และมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.05-0.60 แล้วคัดเลือกข้อสอบแบบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ พบว่ามีค่าความยาก (P) ตั้งแต่ 0.47-0.78 และค่าอำนาจจำแนก (D) ตั้งแต่ 0.20-0.60 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และค่าความเที่ยงของแบบทดสอบแบบปรนัยทั้งฉบับเท่ากับ 0.73 และค่าความเที่ยงของแบบทดสอบแบบอัตนัยทั้งฉบับเท่ากับ 0.86

4. นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ที่ได้คัดเลือก ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจริง

3.4 วิธีดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เตรียมแบบฝึกทักษะและแบบทดสอบให้เพียงพอกับกลุ่มตัวอย่าง

2. คิดค่อนัดหมายวัน เวลา และห้องสอบกับนักศึกษาเพื่อเก็บข้อมูล

3. แจงวัตถุประสงค์ของการทดสอบ และอธิบายคำชี้แจงในการสอบให้นักศึกษาเข้าใจและเห็นความสำคัญ และตั้งใจในการทำแบบทดสอบอย่างเต็มความสามารถ หากนักศึกษามีข้อสงสัยให้ซักถามจนเป็นที่เข้าใจแล้ว จึงลงมือทำแบบทดสอบพร้อมกัน

4. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ แบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน

10 ข้อ และแบบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ โดยใช้เวลา 50 นาที

5. ดำเนินการจัดการเรียนการสอนวิชา ฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ โดยใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

6. ให้นักศึกษาทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ แบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ และแบบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ โดยใช้เวลา 50 นาที

7. เก็บแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของกลุ่มตัวอย่างจริง และตรวจสอบ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงบรรยายหรือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย, ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [2]

4. ผลการวิจัย

ผลการดำเนินงานวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การพัฒนาแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

ได้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ แบบอัตนัย จำนวน 4 ข้อ มีเนื้อหาจากง่ายไปยาก ซึ่งแบบฝึกทักษะแต่ละข้อ มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถในกระบวนการแก้ปัญหาฟิสิกส์ของนักศึกษา ให้ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด

โดยขั้นตอนของกระบวนการแก้ปัญหาฟิสิกส์ 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางฟิสิกส์ที่อยู่ในโจทย์ ว่าโจทย์ต้องการทราบค่าอะไร

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์โจทย์ ว่าสิ่งที่โจทย์กำหนดค่ามาให้คืออะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลในโจทย์ปัญหาสร้างความสัมพันธ์ของปริมาณทางฟิสิกส์ที่ไม่ทราบค่ากับ กฎหรือทฤษฎีทางฟิสิกส์ เช่นการเขียนสูตรหรือสมการที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 4 การใช้ข้อมูลใน โจทย์ แทนปริมาณความสัมพันธ์ลงในสมการ

ขั้นตอนที่ 5 การคิดคำนวณ หาคำตอบ

ขั้นตอนที่ 6 ระบุหน่วยของคำตอบ

ผลการวิเคราะห์ความสามารถของนักศึกษาในการทำแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ แสดงค่าดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสามารถของนักศึกษาในการทำแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

ข้อ	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ร้อยละคะแนนรวม
1	10	9.42	1.77	94.23
2	10	8.62	1.68	86.15
3	10	8.04	3.24	80.38
4	10	3.77	2.63	37.69
รวม	40	29.85		

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาทำแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การ

เคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ในข้อที่ 1 ได้คะแนนเฉลี่ย 9.42 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.77 และคิดเป็นร้อยละคะแนนรวมเท่ากับ 94.23

ข้อที่ 2 ได้คะแนนเฉลี่ย 8.62 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.68 และคิดเป็นร้อยละคะแนนรวมเท่ากับ 86.15

ข้อที่ 3 ได้คะแนนเฉลี่ย 8.04 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.24 และคิดเป็นร้อยละคะแนนรวมเท่ากับ 80.38

ข้อที่ 4 ได้คะแนนเฉลี่ย 3.77 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.63 และคิดเป็นร้อยละคะแนนรวมเท่ากับ 37.69

และคะแนนรวมเฉลี่ย 29.85 คะแนน คิดเป็นร้อยละคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 74.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 2.33 พบว่านักศึกษาร้อยละ 80.77 ทำแบบฝึกทักษะได้คะแนนมากกว่า 20 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 ซึ่งแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ พัฒนาความสามารถในกระบวนการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ เป็นไปตามเกณฑ์ คือ นักศึกษาทำแบบฝึกทักษะไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ได้คะแนนมากกว่า 20 จากคะแนนเต็ม 40

และวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบ โพรเจกไทล์ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ฟิสิกส์ทั่วไป ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 26 คน โดยผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ก่อนและหลังการใช้แบบ

ฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ แสดงค่าดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ก่อนและหลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์

เครื่องมือที่ใช้วัด	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละคะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t-test
แบบทดสอบก่อนเรียน	50	22.88	45.77	4.90	14.928**
แบบทดสอบหลังเรียน	50	38.12	76.23	6.63	

จากตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ก่อนและหลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ พบว่านักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ ได้คะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 22.88 คิดเป็นร้อยละ 45.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 4.90 ส่วนนักศึกษาทำแบบทดสอบหลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์วิชาฟิสิกส์ ได้คะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 38.12 คิดเป็นร้อยละ 76.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 6.63 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของนักศึกษา หลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ มีค่าสูงกว่าก่อนการใช้แบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. สรุปและอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การพัฒนาแบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ พบว่า นักศึกษาทำแบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ คะแนนเฉลี่ย 29.85 คะแนน คิดเป็นร้อยละคะแนนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 74.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 2.33 พบว่านักศึกษาร้อยละ 80.77 ทำแบบฝึกทักษะได้คะแนนมากกว่า 20 คะแนน จากคะแนนเต็ม 40 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์

วิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ จากการวิจัยพบว่า นักศึกษาทำแบบทดสอบก่อนการใช้แบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์ ได้คะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 22.88 คิดเป็นร้อยละ 45.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 4.90 ส่วนนักศึกษาคำทำแบบทดสอบหลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์ ได้คะแนนเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากับ 38.12 คิดเป็นร้อยละ 76.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 6.63 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของ นักศึกษา หลังการใช้แบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ มีค่าสูงกว่าก่อนการใช้แบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาแบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์

พบว่า นักศึกษาทำแบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ เป็นไปตามเกณฑ์ เนื่องจากว่า การฝึกหัดบ่อยๆ ผู้เรียนจะสามารถทำสิ่งนั้นได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะด้วยตนเอง เกิดความชำนาญจากการทำแบบฝึกทักษะ จึงทำให้หลังการทำแบบฝึกทักษะมีคะแนนมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ นิภาพร ช่วธานี (2556) [5] ได้ทำการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้วิชาฟิสิกส์ เรื่อง จลนศาสตร์ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา โดยใช้เมตาคอกนิชันสำหรับนักศึกษาของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างกิจกรรมการเรียนรู้และวัดระดับความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาวิชาฟิสิกส์โดยใช้เมตาคอกนิชันสำหรับนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาฟิสิกส์เบื้องต้น จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้วิชาฟิสิกส์ เรื่องจลนศาสตร์ จำนวน 3 แผนการจัดการเรียนรู้ แบบบันทึกพฤติกรรมของนักศึกษา แบบวัดเมตาคอกนิชันในการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ แบบบันทึกกระบวนการแก้โจทย์ปัญหาและแบบสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ ผลการวิจัยพบว่า การสร้างกิจกรรมการเรียนรู้วิชาฟิสิกส์เพื่อการแก้โจทย์ปัญหาโดยใช้เมตาคอกนิชัน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้นวางแผนแก้โจทย์ปัญหา ขั้นระบุข้อมูลสำคัญ ขั้นดำเนินการแก้โจทย์ปัญหา ขั้นกำกับ ตรวจสอบ และขั้นประเมินผลการแก้โจทย์ปัญหา ส่วนผลการวัดระดับความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์โดยใช้เมตาคอกนิชัน พบว่านักศึกษากำหนดจำนวน 23 คน (76.67 %) มีทักษะในการแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์

สูงขึ้นและสามารถสอบผ่านเกณฑ์ในการแก้โจทย์
ปัญหาฟิสิกส์ร้อยละ 60 ของคะแนนเต็ม

ผลวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์
เรื่อง การเคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ พบว่า
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การ
เคลื่อนที่แบบโพรเจกไทล์ ของนักศึกษา หลังการใช้
แบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ฟิสิกส์ มีค่าสูงกว่า
ก่อนการใช้แบบฝึกทักษะการแก้โจทย์ฟิสิกส์
เนื่องจากการฝึกหัดบ่อยๆ ผู้เรียนจะสามารถทำสิ่งนั้น
ได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิด
ทักษะด้วยตนเอง เกิดความชำนาญจากการทำแบบ
ฝึกทักษะ จึงทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่า
ก่อนการใช้แบบฝึกทักษะ ซึ่งสอดคล้องกับ ทรง
ธรรม วรรณสุวรรณ และ ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2556)
[3] ได้ทำการศึกษาผลการใช้แบบฝึกทักษะการ
คำนวณเบื้องต้นสำหรับฟิสิกส์ที่มีต่อความสามารถ
ในการแก้โจทย์ปัญหา และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
วิชาฟิสิกส์เรื่อง การเคลื่อนที่แนวตรง ของนักเรียน
มัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนประชารัฐธรรมคุณ
จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างแบบ
ฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้นสำหรับฟิสิกส์ ที่มี
ประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75 (2) เปรียบเทียบ
ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาของนักเรียน
ก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้น
สำหรับฟิสิกส์ และ (3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แนวตรง
ของนักเรียน ก่อนและหลังใช้แบบฝึกทักษะการ
คำนวณเบื้องต้นสำหรับฟิสิกส์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 ปี
การศึกษา 2555 โรงเรียนประชารัฐธรรมคุณ จังหวัด
ลำปาง จำนวน 40 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม 1
ห้องเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) แบบ
ฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้นสำหรับฟิสิกส์ (2)
แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา

และ (3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา
ฟิสิกส์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหา
ประสิทธิภาพ E1/E2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และการทดสอบค่าที ผลการวิจัยปรากฏ
ว่า (1) แบบฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้นสำหรับ
ฟิสิกส์ มีประสิทธิภาพ 77.74/76.88 (2)
ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาของนักเรียนหลัง
เรียน โดยใช้แบบฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้น
สำหรับฟิสิกส์สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญที่
ระดับ .05 และ (3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา
ฟิสิกส์ เรื่องการเคลื่อนที่แนวตรงของนักเรียนหลัง
เรียน โดยใช้แบบฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้น
สำหรับฟิสิกส์สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญที่
ระดับ .05

6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง พัฒนาความสามารถใน
การแก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ เรื่อง การเคลื่อนที่แบบ
โพรเจกไทล์ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะ
เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มี
ข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรให้ผู้เรียนฝึกทำแบบฝึกทักษะที่มีความ
หลากหลาย เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความชำนาญในการ
แก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ได้อย่างถูกต้อง
2. ระยะเวลาในการทำแบบฝึกทักษะในการ
แก้โจทย์ปัญหาฟิสิกส์ ควรมีความยืดหยุ่น ทั้งนี้
เนื่องจากผู้เรียนแต่ละคนมีความสามารถในการ
แก้โจทย์ปัญหาแตกต่างกัน
3. ควรมีการสอดแทรกกลวิธีอื่นๆ ที่หลากหลาย
ที่ใช้ในการเรียนการสอน เพื่อความน่าสนใจมากขึ้น
เช่นการแข่งขันเกี่ยวกับการเคลื่อนที่

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์ของนักศึกษากลุ่มเก่ง กลุ่มปานกลาง และกลุ่มอ่อน
2. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อแบบฝึกทักษะการแก้ปัญหาโจทย์ฟิสิกส์

เอกสารอ้างอิง

- [1] ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2552). 80 นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. กรุงเทพฯ: บริษัทแดนเนกซ์ อินเทอร์เน็ตโปรดักชั่น.
- [2] ชุติศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ไทเนรมิตกิจอินเทอร์เน็ตโปรดักชัน.
- [3] ทรงธรรม ควรสุวรรณ และ ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์. (2556). ผลการใช้แบบฝึกทักษะการคำนวณเบื้องต้นสำหรับฟิสิกส์ที่มีต่อความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาฟิสิกส์เรื่องการเคลื่อนที่แนวตรง ของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนประชารัฐธรรมคุณ จังหวัดลำปาง. การประชุมเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช ครั้งที่ 3. ณ อาคาร สัมมนา 1-2. วันที่ 3-4 กันยายน 2556.
- [4] ทศพล วงศ์อุดม และสุขสันต์ ใจเชื้อ. (2544). คู่มือ ม. 4-5-6 ฟิสิกส์ Entrance ระบบใหม่. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- [5] นิภาพร ช่วยธานี. (2556). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้วิชาฟิสิกส์ เรื่อง จลนศาสตร์ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา โดยใช้เมตาคอกนิชันสำหรับนักศึกษาของคณะ

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5. ณ ศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ ปทุมวัน กรุงเทพฯ. วันที่ 15-16 กรกฎาคม 2556.

- [6] ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- [7] Kulik. Stephen, & Reys, Robert E. (1980). *Problem Solving in School Mathematics*. Reston, Virginia: The National Council of Teachers of Mathematics.

ประสิทธิผลการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

The Effectiveness of Empowerment Capability of the Elderly Health Care Givers

นนทรี สัจจาธรรม

คณะวิทยาศาสตร์และสาขารณศาสตร มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, nontaree92@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลของโปรแกรมการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพต่อการรับรู้และความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นการศึกษาทดลองเกี่ยวกับ 1) การรับรู้เนื้อหาวิชาการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ 2) การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ 3) ความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ 4) ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ต่อเนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับ การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้ทำหน้าที่ช่วยเหลือดูแลสุขภาพประชาชนจากสถานบริการดูแลสุขภาพ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 80 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มทดลอง และกลุ่มเปรียบเทียบ กลุ่มละ 40 คน เครื่องมือประกอบด้วย แบบสอบถาม ก่อนและหลังการอบรม และแบบประเมินพฤติกรรมการอบรม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ผลการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มทดลอง รับรู้เนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุภายหลังการอบรม มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. กลุ่มทดลองรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ภายหลังการอบรม มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. กลุ่มทดลองมีความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุภายหลังการอบรม มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อเนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์ในทางบวก ($r=0.38$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบความสัมพันธ์ในทางบวก ระหว่างความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับ การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ($r=0.39$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น การรับรู้ต่อเนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับ การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ไม่พบความสัมพันธ์

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ การสร้างพลัง การรับรู้ ความสามารถ ผู้ดูแลผู้สูงอายุ

Abstract

The purposes of this research were to study the effectiveness of empowerment program towards the perception and capability of the elderly health care via semi experimental study that were about 1) the perception on content of elderly health care practice, 2) the perception on coordination capability with elderly health care units, 3) the capability in the elderly health care, 4) the relationship of the perception on content of empowerment elderly health care, capability in the elderly health care, and the perception on coordination capability with elderly health care units. The research sample was 80 health care givers from health care service centers by purposive selected and divided into 2 groups: 40 people in experimental group and another 40 people in comparative group. Data gathering by questionnaires before and after training, and training behavior assessment. The statistic methods in data analysis were Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, and Pearson's Correlation Coefficient. The result were founded as following;

- 1) The experimental group perceived contents of care givers empowerment practice on the elderly health care after training more than comparative group at .01 level.
- 2) The experimental group perceived coordination capability with other elderly health care units after training more than comparative group at .01 significant different level.
- 3) The experimental group enhanced the capability in elderly health care after training more than comparative group at .01 statistically significant different level.
- 4) The relationship of the perception on content of empowerment elderly health care capability in the elderly health care had positive relationship ($r=0.38$) at statistically significant different level .05 and founded positive relationship between the capability in elderly health care and the perception on coordination capability with elderly health care units ($r=0.39$) at statistically significant different level .05. On the other hand, the perception on content of elderly health care practice and the perception on coordination capability with elderly health care units had no relationship.

Keywords : The Effectiveness of Empowerment, Perception, Capability, the Elderly Health Care

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมีผลให้ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประชากรสูงขึ้นเนื่องจาก วัยแรกเกิด ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพจะสูง และลดต่ำลงในช่วงหนุ่มสาว จากนั้นจะสูงขึ้นในวัยกลางคน และสูงที่สุดในวัยชรา การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นผลให้แบบแผนการเจ็บป่วย และเสียชีวิตเปลี่ยนจากโรคติดต่อมาเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง จากการถดถอยของสมรรถภาพการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย และผลสะสมของพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสม เป็นสาเหตุของโรคเบาหวาน/ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ และมะเร็งเป็นต้นซึ่งส่วนใหญ่ยังไม่สามารถควบคุมอาการและดูแลรักษาตนเองได้อย่างถูกต้อง เมื่อเกิดภาวะทุพพลภาพต้อง

ได้รับการดูแลจากบุคคลในครอบครัวหรือสังคมต่อไป ดังนั้นการที่ผู้สูงอายุจะมีชีวิตยืนยาวอย่างมีคุณภาพ ต้องได้รับการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคในขณะที่ยังมีสุขภาพดี ให้มีสุขภาพแข็งแรงหรือทุเลาการเจ็บป่วย ลดความพิการหรือทุพพลภาพ

การบริการผู้สูงอายุ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 การสร้างสุขภาพ การป้องกันโรคและฟื้นฟูสภาพร่างกาย กลุ่มที่ 2 ด้านสันตนาการ ในผู้สูงอายุที่ยังมีร่างกายแข็งแรงและมีฐานะทางเศรษฐกิจดี บริการในรูปแบบกิจกรรมชมรมผู้สูงอายุ กลุ่มที่ 3 การรักษา และฟื้นฟูสุขภาพ เป็นบริการทั้งภาครัฐและเอกชน ในรูปโรงพยาบาล และคลินิก ซึ่งภาครัฐมีข้อจำกัดด้านบริการที่ไม่เพียงพอกับจำนวนผู้สูงอายุ ขณะที่ภาคเอกชนมีเครื่องมือทันสมัยและบุคลากร

พร้อม แต่ค่าบริการสูง และกลุ่มที่ 4 โดยศูนย์ดูแลผู้สูงอายุจัดส่งผู้ดูแลสุขภาพไปให้บริการที่บ้าน หรือสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันยังขาดการกำหนดมาตรฐานบริการ ทำให้คุณภาพบริการไม่สม่ำเสมอ⁽¹⁾

ดังนั้นเพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับบริการที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน ผู้วิจัย ได้นำโปรแกรมการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มาประยุกต์ ในการอบรมผู้ปฏิบัติหน้าที่ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ โดยบูรณาการเนื้อหาทฤษฎี จากการศึกษา เรื่อง รูปแบบการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ⁽²⁾ เป็นแนวทางการอบรมดังกล่าว เพื่อสร้างพลังให้ผู้ดูแลสุขภาพสามารถดูแลผู้สูงอายุ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาประสิทธิผลการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ โดยใช้โปรแกรมการสร้างพลังความสามารถผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มุ่งหวังให้เกิดประสิทธิผล ดังนี้

1. การรับรู้เนื้อหาทฤษฎี การสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มเปรียบเทียบภายหลังการอบรม

2. การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ระหว่าง กลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ ภายหลังการอบรม

3. ความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ด้านการส่งเสริมสุขภาพ การดูแลผู้สูงอายุ โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และด้านจริยธรรมของผู้ดูแลสุขภาพ ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ ภายหลังการอบรม

4. ความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ต่อเนื้อหาทฤษฎีการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับ การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้เนื้อหาทฤษฎี การสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ของกลุ่มทดลองภายหลังการอบรมมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

2. ภายหลังการอบรม กลุ่มทดลองรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

3. ภายหลังกการอบรม กลุ่มทดลองมีความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เนื้อหาทฤษฎีการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับ การรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์ต่อกัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1 แนวคิดการสร้างพลังความสามารถ เป็นการศึกษาที่เน้นผู้เรียน มีส่วนร่วมในการเรียนการสอน โดยการสนทนา แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นระหว่างผู้เรียน ระบุปัญหา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหาโดยใช้วิจารณ์ญาณการมองภาพสังคมที่ควรจะเป็น และพัฒนาวิถีแก้ปัญหามาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย การจัดการศึกษาตามรูปแบบดังกล่าว ช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีการนับถือตนเอง และมีความเชื่อในความสามารถของตนเอง การสร้างพลังเป็นกระบวนการที่สามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาบุคลากร การปรับปรุงคุณภาพชีวิต ก่อให้เกิดความเสมอภาคในสังคม⁽³⁾ การเสริมสร้างพลังอำนาจ จึงเป็นแรงจูงใจให้ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ และพึงพอใจ ได้รับการสนับสนุน ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากร และได้รับโอกาส⁽⁴⁾

องค์การบริการด้านสุขภาพ ได้นำแนวคิดการเสริมสร้างพลังอำนาจ มาใช้กับ ผู้ป่วย ครอบครัวของผู้ป่วย ญาติ ผู้ดูแล (Care Giver) และบุคลากร

ทางสุขภาพ ดังเช่นผลการวิจัยที่พบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจด้านโครงสร้าง จะช่วยผลักดันให้เกิดการเสริมสร้างพลังอำนาจด้านจิตใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานของพยาบาล⁽⁵⁾ และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน ส่วนการเสริมสร้างพลังอำนาจด้านจิตใจจะเน้นการรับรู้ในบทบาทของบุคคลนั้นๆ โดยให้ความสำคัญต่อการรับรู้ความหมายของงานความสามารถของตนเองในการทำงาน ซึ่ง Thomas & Velhouse⁽⁶⁾ ได้เสนอแบบแผนการรับรู้การเสริมสร้างพลัง (Cognitive Model of Empowerment) ประกอบด้วย เหตุการณ์แวดล้อม (Environmental Events) พฤติกรรม (Behavior) และการวัดประเมินงาน (Task Assessment)

2 แนวคิดการรับรู้ (Perception Concept)

การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญที่สุดของบุคคลในการตอบสนองพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับการรับรู้จากสภาพแวดล้อมของบุคคล และความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้น ๆ การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้ ได้แก่ ประสาทสัมผัส และปัจจัยทางจิตใจ ความรู้เดิมความต้องการและเจตคติ ดังที่ Assael⁽⁷⁾ ให้ความหมายว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของบุคคลในการเลือกประมวล และตีความสิ่งเร้าจนเกิดเป็นภาพรวมของสิ่งนั้น ๆ สอดคล้องกับ Bernstein⁽⁸⁾ ให้ความหมายการรับรู้ คือกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรับรู้ และถูกตีความ เป็นสิ่งที่มีความหมาย โดยใช้ความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจของบุคคลแต่ละคน ซึ่งวิกาพร มาพบสุข⁽⁹⁾ กล่าวถึงองค์ประกอบของการรับรู้ (แผนภาพที่ 1) และ กระบวนการรับรู้ ดังนี้

2.1 มีสิ่งเร้า (Stimulus) ทำให้เกิดการรับรู้ เช่นสถานการณ์ เหตุการณ์ และสิ่งแวดล้อม

2.2 ประสาทสัมผัส (Sense Organ) เช่น ตาหู จมูก ไต่กลิ่น ลิ้น รู้อรสผิวหนังรับรู้ ความร้อน เย็น

2.3 ประสบการณ์หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้อง

2.4 แปลความหมายของสิ่งที่สัมผัสเคยพบเห็นแล้วและอยู่ในความทรงจำ เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าสมองจะทำหน้าที่ทบทวนความรู้ที่มีอยู่เดิม

Stimulus → Sensing → Memory → Learning → Decision Making → Behavior

แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบของการรับรู้

ที่มา: วิกาพร มาพบสุข (2540).

กระบวนการรับรู้ (Process of Perception)

ระหว่าง ความเข้าใจ (Understanding) ความคิด (Thinking) การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision Making) และ พฤติกรรม (Behavior)

3 กระบวนการกลุ่ม เนื่องจากความต้องการของบุคคลไม่สามารถตอบสนองได้ในบางครั้ง ต้องอาศัยบุคคลอื่นที่มีความต้องการเหมือนกัน จึงเกิดการรวมกลุ่ม⁽¹⁰⁾ เพื่อช่วยให้ความต้องการนั้นประสบความสำเร็จโดยการทำงานร่วมกัน และดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน กลุ่มจึงเป็นระบบของสังคมที่บุคคลมารวมตัว ปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการ⁽¹¹⁾

4 โปรแกรมการสร้างพลังความสามารถผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

คือการจัดลำดับประสบการณ์ให้ผู้เรียนโดยอาศัยความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับการตอบสนอง ซึ่งมีการวางโปรแกรมให้เรียนรู้ด้วยตนเอง ผู้เรียนปฏิบัติกิจกรรม และทราบข้อติชมทันที มีความภูมิใจในความสำเร็จ ได้ไตร่ตรองตามลำดับขั้น และได้พัฒนาความสามารถ โดยมีหลักการคือ⁽¹²⁾

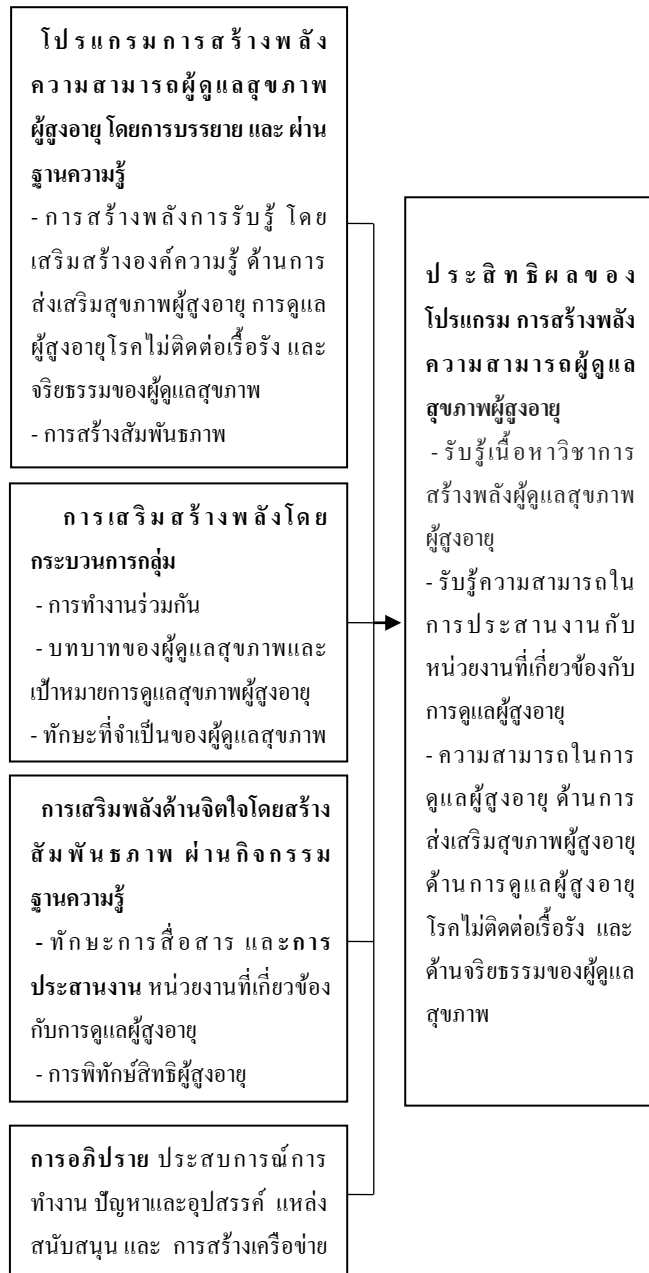
4.1 ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนทันที (Active Participation) เช่นการอ่านการตอบคำถาม อภิปราย การคิดค้น การปฏิบัติ

4.2 ให้ทราบผลการเรียนอย่างทันทีทันใด (Immediated Feedblack) โดยให้ข้อมูลย้อนกลับ

4.3 ประสบการณ์แห่งความสำเร็จ (Success Experience) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนอย่างต่อเนื่องและเสริมแรง (Reinforcement) ให้ผู้เรียนรู้สึกภูมิใจ

4.4 จัดลำดับเนื้อหาจากง่ายไปหายาก (Gradual Approximation)

โปรแกรมการสร้างพลังความสามารถผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ประกอบด้วยกิจกรรม ดังนี้
แผนภาพที่ 2 ประสิทธิภาพการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ



รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ผู้ดูแลสุขภาพในสถานบริการสุขภาพทั่วไป การศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยขอรายชื่อจากสถานบริการในจังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพฯ 21 แห่งรวม 80 คน แบ่งเป็น กลุ่มทดลอง และกลุ่มเปรียบเทียบ กลุ่มละ 40 คน ตามลำดับรายชื่อโดย กลุ่มทดลองคือเลขคี่ กลุ่มเปรียบเทียบคือเลขคู่ เก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมกันภายหลัง ซึ่งแจ้งวัตถุประสงค์ของโครงการและ รับเอกสารคู่มือการอบรมการเสริมสร้างพลังความสามารถผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ทั้งสองกลุ่ม และกลุ่มทดลอง เข้ารับการอบรม รวมสามวัน หลังการอบรมสามสิบวัน จัดส่งแบบทดสอบ ให้ทั้งสองกลุ่มทางไปรษณีย์ และให้ส่งกลับทางไปรษณีย์ภายในสองสัปดาห์

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะของกลุ่มทดลอง ส่วนใหญ่เพศหญิงร้อยละ 87.5 อายุเฉลี่ย 20.5 ปี ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 77.5 ระดับการศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษาปีที่ 6 ร้อยละ 95.0 ทำงานในโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 87.5 เป็นผู้ช่วยพยาบาล ร้อยละ 47.5 อยู่ระหว่างฝึกงานบริบาล ร้อยละ 40.0

2. คุณลักษณะของกลุ่มเปรียบเทียบ ส่วนใหญ่เพศหญิง ร้อยละ 90 อายุเฉลี่ย 21.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 75.0 ระดับการศึกษาสูงสุดคือมัธยมศึกษาปีที่ 6 และ สังกัดโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 100 อยู่ระหว่างฝึกปฏิบัติงานในโรงเรียนการบริบาล ร้อยละ 70 รองลงมาคือผู้ช่วยพยาบาล ร้อยละ 27.5

2. การรับรู้ต่อเนื้อหาการสร้างพลังผู้ดูแล

สุขภาพผู้สูงอายุ ของกลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบ

ก่อนอบรม คะแนนเฉลี่ยรวมการรับรู้ และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทั้งสองกลุ่มใกล้เคียงกัน คือ 3.40, 0.28 และ 3.47, 0.24 ตามลำดับ

หลังอบรม กลุ่มทดลองรับรู้เนื้อหาวิชาการ สร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่ม เปรียบเทียบ คะแนนเฉลี่ย 4.01 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 0.29 กลุ่มเปรียบเทียบ 3.42, 0.44 มีความ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดัง ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรวม การรับรู้ เนื้อหาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ระหว่าง กลุ่มทดลองและกลุ่มเปรียบเทียบภายหลังการอบรม

กลุ่มตัวอย่าง	N	\bar{X}	S.D.	t-value	p-value
กลุ่มทดลอง	40	4.01	0.29	-7.148	0.000*
กลุ่มเปรียบเทียบ	40	3.42	0.44		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. การรับรู้ความสามารถในการ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแล ผู้สูงอายุ

ภายหลังการอบรมกลุ่มทดลอง รับรู้ ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ โดย คะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.64, 0.29 และ 2.12, 0.57 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยรวม การรับรู้ ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มเปรียบเทียบภายหลังการอบรม

กลุ่มตัวอย่าง	n	\bar{X}	S.D.	t-value	p-value
กลุ่มทดลอง	40	2.64	0.29	-5.141	0.000*
กลุ่มเปรียบเทียบ	40	2.12	0.57		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

4. ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพ การดูแลผู้สูงอายุโรคไม่ติดต่อ เรื้อรัง และความสามารถด้านจริยธรรมของผู้ดูแล สุขภาพ

ก่อนอบรม ความสามารถทั้งสามด้านของ กลุ่มเปรียบเทียบมากกว่ากลุ่มทดลอง คือกลุ่ม เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ย 1.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.23 และกลุ่มทดลอง 1.68, 0.28

หลังอบรม ความสามารถในการดูแลสุขภาพ ผู้สูงอายุกลุ่มทดลองมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบคือ 1.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.09 กลุ่มเปรียบเทียบ 1.76, 0.3 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดัง ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 คะแนนเฉลี่ยความสามารถในการดูแล สุขภาพผู้สูงอายุ ระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่ม เปรียบเทียบภายหลังการอบรม

กลุ่มตัวอย่าง	n	\bar{X}	S.D.	t-value	p-value
กลุ่มทดลอง	40	1.95	0.09	-3.464	0.000*
กลุ่มเปรียบเทียบ	40	1.76	0.33		

เทียบ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อเนื้อหา การสร้างพลัง ผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ และความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ กับการรับรู้การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ

การรับรู้ต่อเนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ ($r=0.38$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ ความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับการรับรู้การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์ ($r=0.38$) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 แต่การรับรู้ต่อเนื้อหาวิชาการกับการรับรู้การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุไม่พบความสัมพันธ์ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อเนื้อหา โปรแกรมการสร้างพลัง และความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับการรับรู้การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ

ตัวแปร	ความสามารถทั้งสามด้าน		การรับรู้การประสานงาน	
	R	P-value	r	P-value
การรับรู้ต่อเนื้อหาวิชา	0.389	0.013	0.050	0.757*
การรับรู้การประสานงาน	0.390	0.013	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มทดลองส่วนใหญ่ เห็นว่าควรประสานงานกับ หน่วยงานภาครัฐ

เช่นกระทรวงสาธารณสุข พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โรงพยาบาลทุกระดับ หน่วยงานเอกชน เช่น มูลนิธิต่างๆ และเห็นว่าเนื้อหาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ ช่วยให้เลือกวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับวัย

7. ผลการประเมินพฤติกรรมกรรมการอบรม

โดยประเมินการปฏิบัติกิจกรรมของกลุ่มทดลอง รวม 3 กิจกรรม คือ การมีส่วนร่วมกิจกรรมฐานความรู้ ทักษะการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ และการอภิปราย การสร้างเครือข่าย และหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมชมรมผู้สูงอายุ พบว่า ผลการประเมินทักษะการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีคะแนนต่ำสุดร้อยละ 76.19 เนื่องจากผู้ดูแลสุขภาพ ขาดประสบการณ์ในการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ โดยงานประจำส่วนใหญ่ของผู้ดูแลสุขภาพ จะปฏิบัติหน้าที่อยู่ในที่ดั้งหลัก และไม่คุ้นเคยกับชุมชน ซึ่งมีบทบาทในการจัดกิจกรรมชมรมผู้สูงอายุ

อภิปรายผล
โปรแกรมการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ โดยการเสริมพลัง การดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ผ่านกิจกรรมฐานความรู้ ฝึกทักษะ โดยกระบวนการกลุ่ม และการอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวข้อง การสร้างพลังดังกล่าว มีผลต่อการรับรู้และความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ดังนี้

1. การรับรู้เนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มเปรียบเทียบ พบว่ากลุ่มทดลอง มีการรับรู้ ต่อเนื้อหาวิชา มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจด้านจิตใจ จะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจภายในของบุคคล และผลงานที่ได้จะสัมพันธ์กับการรับรู้ในบทบาทของบุคคลนั้น ๆ เช่น คำกล่าวของ Thomas & Velhouse⁽⁶⁾ โดยให้ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงาน ด้านการรับรู้ความหมายของงาน งานวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของดวงกมล วัตราคูล⁽¹³⁾ ศึกษาผลของโปรแกรมการ

เสริมสร้างศักยภาพผู้ดูแล ต่อการรับรู้ในบทบาทของ ผู้ดูแลและคุณภาพชีวิตของผู้ดูแลเด็กคิดเชื่อ เอชไอวี/ เอ็ดส์ พบว่า ผู้ดูแลมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ในบทบาท ของผู้ดูแลโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ดังนั้นจึงสอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 1. การรับรู้โปรแกรมการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพ ผู้สูงอายุ ของกลุ่มทดลองภายหลังการอบรมดีกว่า กลุ่มเปรียบเทียบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การรับรู้ความสามารถในการประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ภายหลังการอบรมกลุ่มทดลองรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแล สุขภาพผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบซึ่งไม่ได้รับการเสริมพลัง พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 แสดงว่ากลุ่มทดลองรับรู้ ความสามารถของตน มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ ดัง แนวคิดการเสริมพลังอำนาจด้านจิตใจ ซึ่งใช้ในการ สร้างพลังด้านแรงจูงใจภายในให้กับผู้ปฏิบัติงาน ได้รับความรู้ความสามารถของตนเอง และรับรู้ ความสำคัญต่อภาระงานที่ได้รับ เช่นเดียวกับการ ศึกษาของ ปัทมาภรณ์ พรหมวิเศษ และ คณะ⁽¹⁴⁾ ศึกษาผลของโปรแกรมการสร้างพลังอำนาจของ ผู้ดูแลหลัก ต่อการดูแลเด็กป่วยโรคมะเร็งเม็ดเลือดขาว วัยก่อนเรียนที่บ้าน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ดูแลหลัก ในกลุ่มทดลอง รับรู้สมรรถนะในตนสูงกว่ากลุ่ม เปรียบเทียบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมากกว่าก่อนทดลอง สอดคล้องกับสมมติฐานข้อ 2. ภายหลังการอบรมกลุ่มทดลอง รับรู้ความสามารถ ในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ ดูแลผู้สูงอายุมากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

3. ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ ด้าน การส่งเสริมสุขภาพ การดูแลผู้สูงอายุโรคไม่ติดต่อ เรื้อรัง และจริยธรรมของผู้ดูแลสุขภาพ ระหว่างกลุ่ม ทดลอง และกลุ่มเปรียบเทียบ ภายหลังการอบรม

พบว่ากลุ่มทดลองมีความสามารถในการดูแล ผู้สูงอายุ มากกว่า กลุ่มเปรียบเทียบอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแนวคิดแบบแผนการรับรู้การ เสริมสร้างพลังอำนาจของเหตุการณ์แวดล้อม (Environmental Events) จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับ บุคคลแวดล้อมด้วย เช่น หัวหน้างานกลุ่มเพื่อน ร่วมงาน กลุ่มเพื่อนสนิท และการจัดฝึกอบรม เป็นต้น เหตุการณ์แวดล้อมจะส่งผล 4 ด้าน คือ ผลกระทบต่อ งาน (Impact) ความสามารถในการงาน (Competence) ความหมาย ของงาน (Meaningfulness) และ โอกาส ทางเลือก (Choice) สอดคล้องกับการศึกษาของ กัท รา แสนธรรมมา⁽¹⁵⁾ เรื่องการเสริมพลังอำนาจของ ครอบครัวต่อบทบาทครอบครัวในการดูแลผู้ป่วย โรคมะเร็ง ชนิดที่ 2 โรงพยาบาลบุรีรัมย์ ภายหลัง การทดลอง พบว่า ผู้ดูแลสามารถให้การดูแลเพิ่มขึ้นกว่า ก่อนการเสริมพลัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความเชื่อมั่น ในความสามารถของตนเอง สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรัง เช่นเบาหวานได้ ดังเช่นสมมติฐานของการวิจัยข้อ 3 ภายหลังการอบรม กลุ่มทดลองมีความสามารถในการ ดูแลผู้สูงอายุ มากกว่ากลุ่มเปรียบเทียบ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อ เนื้อหาวิชาการรูปแบบการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุและ ความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับการ รับรู้ ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เนื้อหาวิชา กับความสามารถในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มี ความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r=0.38$) สอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยลักษณ์ คล้ายคล้ายและ สุชาดา รัชชกุล⁽¹⁶⁾ ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจด้าน โครงสร้าง ความพึงพอใจในการทำงานกับความสามารถในการ ปฏิบัติ บทบาทด้านการบริหารของหัวหน้าหอผู้ป่วย

โรงพยาบาลระดับตติยภูมิ กรุงเทพมหานครพบว่า การได้รับการเสริมพลังอำนาจมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของหัวหน้าหอผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเสริมพลังอำนาจ โดยได้รับข่าวสาร การส่งเสริมสนับสนุนทรัพยากร ทำให้หัวหน้าหอผู้ป่วยสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับเอมอร์โตสปีนตีและ ยูพิน อังสุโรจน์⁽¹⁷⁾ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความเครียดในบทบาท การได้รับการเสริมสร้างพลังอำนาจกับความสามารถในการปฏิบัติบทบาทของหัวหน้าหอผู้ป่วยโรงพยาบาลรัฐ กรุงเทพมหานคร พบว่า การได้รับการเสริมพลังอำนาจมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ของหัวหน้าหอผู้ป่วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นการเสริมพลังอำนาจให้กับผู้ดูแลผู้สูงอายุ โดยบูรณาการการเรียนการสอน ให้ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมสนับสนุน จัดประสบการณ์การเรียนรู้ ให้แสดงความคิดเห็น ตั้งเป้าหมายความสำเร็จในการทำงานทำให้เกิดความมั่นใจ และสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ กับการรับรู้ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = 0.39$) เช่นเดียวกับการศึกษาของ นิตยา อินทกลั่นพันธ์⁽¹⁸⁾ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานความรู้สึกรับพลังอำนาจในงาน ความพึงพอใจในปัจจัยการทำงาน กับการรับรู้สมรรถภาพกับการปฏิบัติงานของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาลชยันต พบว่าความรู้สึกรับพลังอำนาจในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพยาบาล

แต่การรับรู้ต่อเนื้อหาวิชาการสร้างพลังผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ กับการรับรู้ความสามารถใน

การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุไม่มีความสัมพันธ์ ($r = 0.050$) เนื่องจากกลุ่มทดลอง อายุโดยเฉลี่ย 20.5ปี ยังขาดประสบการณ์การทำงาน ไม่คุ้นเคยกับผู้นำชุมชน และบางคนอยู่ระหว่างฝึกปฏิบัติงาน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ในเชิงนโยบาย ควรนำโปรแกรมการสร้างพลังความสามารถผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุใช้ในการเรียนการสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ โดยบูรณาการ ในการจัดการเรียนการสอน และเผยแพร่ไปสู่สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับมัธยมศึกษา ระดับอาชีพ และระดับอุดมศึกษา เพื่อการต้นตัวและเตรียมความพร้อมเมื่อต้องดูแลบุคคลในครอบครัวที่สูงอายุ

2. ในเชิงพาณิชย์ โดยการทำตลาดกับโรงเรียนหรือ สถานบริบาลผู้สูงอายุ ในการจัดอบรมโปรแกรมการสร้างพลังความสามารถของผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุให้กับ นักเรียนหลักสูตรการบริบาลผู้สูงอายุเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติม การสร้างพลังความสามารถผู้ดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ใน กลุ่มวิชาชีพ เช่น พยาบาลวิชาชีพ และนักวิชาการสาธารณสุข โดยเน้นการดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ในประเด็นที่เป็นปัญหาในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ เช่นการส่งเสริมป้องกันทันตสุขภาพ ให้ผู้ดูแลสามารถให้คำแนะนำเบื้องต้น เมื่อตรวจพบความผิดปกติในผู้สูงอายุได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน และสามารถตัดสินใจส่งต่อผู้สูงอายุให้ได้รับการรักษาที่เหมาะสม กลุ่มเป้าหมาย เช่นผู้ป่วยคลินิกโรคเรื้อรัง (คลินิกเบาหวาน และความดันโลหิตสูง) เป็นต้น

2. ควรศึกษาบทบาทของพยาบาลประจำหอผู้ป่วยด้านการประสานงานกับหน่วยงานในชุมชน และการสร้างเครือข่ายผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำผู้สูงอายุ ด้านการขอรับสวัสดิการ การเข้าร่วมกิจกรรมชมรมผู้สูงอายุ และการสนับสนุนผู้สูงอายุให้ใช้ความรู้ความสามารถช่วยเหลือสังคมในรูปของจิตอาสาเป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ดร.อนาวุฒิ ชูทรัพย์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ประธานกรรมการพิจารณาทุนอุดหนุนการวิจัย และ กรรมการทุกท่าน ที่ได้กรุณาอนุมัติทุน อุดหนุนการวิจัยให้กับข้าพเจ้า

เอกสารอ้างอิง

- (1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). การพัฒนาศักยภาพธุรกิจบริการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของประเทศ. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 และแนวโน้มปี 2552.
- (2) นนตรี สัจจาธรรม และคณะ. (2557). รูปแบบการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- (3) นิตยา เพ็ญศิริินภา. (2542). แนวคิด ทฤษฎี และการนำไปใช้ในการดำเนินงานสุขศึกษา และพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ. กองสุขศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. นนทบุรี: โรงพิมพ์กองสุขศึกษา.
- (4) Kanter, R. M. (1997). *Frontiers of Management*. United States of American: A Harvard Business Review Book.
- (5) Laschinger, H. K. S., Finegan, J. E., Shamian, J., & Wilk, P. (2004). *A Longitudinal Analysis*

of the Impact of Workplace Empowerment on Work Satisfaction *Journal of Organizational Behavior*, 25: 527-545.

- (6) Thomas, K. W., & Velhouse, B. A. (1990). Cognitive element of empowerment. *Journal of Nursing Administration*, 23(1): 18-23. <http://www.kamsondeedee.com>. สืบค้น 10/06/2557.
- (7) Assael. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Cincinnati, Ohio: South Western College Pub.
- (8) Bernstein, D. A. (1999). *Essentials of Psychology*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- (9) วิภาพร มาพบสุข. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- (10) สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). *จิตวิทยา สังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- (11) ฉัญพันธ์ เขจรนันท์ และคณะ. (2546). *การสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- (12) บุญเอื้อ ควรหาเวช. การสอนแบบโปรแกรม สืบค้น 10/12/2558 จาก senarax.Tripod.com/program.htm.
- (13) ดวงกมล วัตราคูลย์ และคณะ. (2553). ผลของโปรแกรมการเสริมสร้างศักยภาพผู้ดูแลต่อการรับรู้ในบทบาทของ ผู้ดูแลและคุณภาพชีวิตของผู้ดูแลเด็กติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. *วารสารสภาการพยาบาล* ปีที่ 25 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน 2553, 46.
- (14) ปัทมาภรณ์ พรหมวิเศษ และ คณะ. (2556). ผลของโปรแกรมการสร้างพลังอำนาจของผู้ดูแลหลัก ต่อการดูแลเด็กป่วยโรคมะเร็งเม็ดเลือดขาววัยก่อนเรียนที่บ้าน. *วารสาร*

พยาบาลสาธารณสุข ปีที่ 27 ฉบับที่ 1 ม.ค.-
เม.ย. 2556, 95.

(15) กัทธา แสนธรรมา. (2552). การเสริมสร้างพลัง
อำนาจของครอบครัวต่อบทบาทครอบครัว
ในการดูแลผู้ป่วยเบาหวาน จังหวัดบุรีรัมย์.
[http://www.rir.nrct.go.th/drupal-
ir/nade/51773](http://www.rir.nrct.go.th/drupal-ir/nade/51773) สืบค้น 24/03/2557.

(16) กัลยลักษณ์ คลับคล้ายและ สุชาดา รัฐภูณ.
(2553). ความสัมพันธ์ระหว่าง
การเสริมสร้างพลังอำนาจด้านโครงสร้าง ความ
พึงพอใจในการทำงานกับความสามารถใน
การปฏิบัติ บทบาทด้านการบริหารของ
หัวหน้าหอผู้ป่วย โรงพยาบาลระดับตติยภูมิ
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พยาบาล
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการ
พยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

(17) เอมอร โดสบัณฑิต และ ยูพิน อังสุโรจน์. (2554).
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล
ความเครียดในบทบาท การได้รับการ
เสริมสร้างพลังอำนาจกับความสามารถใน
การปฏิบัติบทบาทของหัวหน้าหอผู้ป่วย
โรงพยาบาลรัฐกรุงเทพมหานคร. วารสาร
พยาบาลศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีที่ 23 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม- สิงหาคม
2554,50.

(18) นิตยา อินทกลีนพันธ์. (2540) ความสัมพันธ์
ระหว่างปัจจัยพื้นฐานความรู้สึกรู้สึกมีพลัง
อำนาจในงาน ความพึงพอใจ ในปัจจัยการ
ทำงาน กับการรับรู้สมรรถภาพกับการ
ปฏิบัติงานของพยาบาลประจำการ
โรงพยาบาลชยันต. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาการพยาบาลผู้ใหญ่
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้
ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรี เขต 1

The effectiveness of using a tablet PC in the course of the 5 groups of
subjects Student's grade 1 school in Lethbridge District 1 area of
Nonthaburi

พฤษภูมิ ธีรานุตร

คณะบริหารธุรกิจ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, prdhee@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซี และเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซี ในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรี เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ ครูผู้สอนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 จาก 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ เลือกกลุ่มละ 2 คน ทั้งหมด 36 โรงเรียน และผู้บริหารโรงเรียนละ 1 คน ทั้งหมด 36 โรงเรียน รวมทั้งจำนวน 396 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 52.0 อยู่ในกลุ่มอายุ 35-44 ปี ร้อยละ 52.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 78.8 ตำแหน่งหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ และครูประจำกลุ่มสาระการเรียนรู้ ร้อยละ 45.4 กลุ่มสาระการเรียนรู้ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา และวัฒนธรรม ร้อยละ 18.2 ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{x}=3.85$) ด้านเนื้อหาตามหลักสูตรในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{x}=3.74$) ด้านความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี ($\bar{x}=3.71$) และด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{x}=3.61$) ผลการเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอน จำแนกตามเพศ วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ : แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอน ประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอน

Abstract

This research was to study the effectiveness of using a tablet PC in the course of the 5 groups of grade 1 students in the Office of Education Nonthaburi 1 and to compare the effectiveness of using a tablet PC in the course of the 5 groups of grade 1 students in the Office of Education Nonthaburi District 1. 396 people were the sample. Collected data by questionnaire. The statistics used to analyze the frequency, percentage and standard deviation of the t-test and One - way ANOVA.

It was found that respondents are female 52%. Undergraduate education 52.8%. The strand of 78.8%. And the facilitators of subject content 45.4%. The Learning group, The Learning of Thai, The learning of English, The learning of mathematics, The learning of Science, The Learning society, religion and culture, 18.2%. The effectiveness of using a tablet PC in the teaching of 5 studies strand of students 1 public schools in the area under the office of Nonthaburi District 1 in Four of all at rather high level. By means of the sort descending: Management ($\bar{x} = 3.85$) content in the curriculum in the form of electronic ($\bar{x} = 3.74$) in readiness to use technology ($\bar{x} = 3.71$) and environment ($\bar{x} = 3.61$) comparing the effectiveness of using a tablet PC in the education. Population by gender, education, workposition and strand of different parts in different age were significantly different. 05

Keywords : Tablet PC in the course, The effectiveness of using a tablet PC in the course.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology หรือ ICT) ได้มีการพัฒนาและนำมาประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวาง ทั้งด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การบริการสังคม สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และการศึกษา ซึ่งการนำ ICT มาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละด้านนั้น ได้มีการใช้ผ่านช่องทางการสื่อสารในระบบเครือข่าย เช่น สัญญาณระบบ Wi-Fi, 3G และอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต (Tablet) อันจะทำให้ผู้ส่งสารสามารถส่งข้อมูลข่าวสารถึงผู้รับสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย จากความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารที่ทันสมัย ได้มีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์แบบพกพาหรือคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เปลี่ยนเป็นคอมพิวเตอร์พกพารูปแบบใหม่ได้แก่ Tablet ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางทั่วโลก

จากนโยบายของรัฐบาลไทยภายใต้การนำของ นายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ที่ได้แถลงต่อที่ประชุมรัฐสภา เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2554 มีนโยบายข้อหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของประเทศคือ นโยบายการแจก Tablet ประจำตัวนักเรียน “One Tablet Per Child” โดยเริ่มทยอยแจกในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการเรียนยุคใหม่ นโยบายของรัฐบาลดังกล่าว เป็นแนวคิดที่จะนำเอาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มาประยุกต์ใช้กับการเรียนรู้ของนักเรียนรูปแบบใหม่ โดยการใช้ Tablet เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้ผู้เรียนมีโอกาสศึกษาค้นคว้าความรู้ ฝึกปฏิบัติ และสร้างองค์ความรู้ต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง ซึ่งการจัดการเรียนการสอนในลักษณะดังกล่าวได้เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ ส่วนในประเทศไทยมีการจัดการเรียนการสอนอยู่บ้างในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา บางแห่ง (ไพฑูริย์ ศรีฟ้า, 2554)^[1]

ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ธาดาธำรงเวช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการได้กล่าวรายงานต่อนายกรัฐมนตรีในพิธีเปิดว่า นับตั้งแต่ได้รับมอบนโยบายพร้อมคำขวัญ “เติมปัญญาด้วยเทคโนโลยี” จากนายกรัฐมนตรี เมื่อเดือนธันวาคมปีที่ผ่านมา กระทรวงศึกษาธิการ (ศษ.) และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ได้ประชุมหารือวางแผน และดำเนินงานเรื่องแท็บเล็ตมาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ภารกิจใหญ่ 4 ประการ คือ การจัดหาแท็บเล็ตพีซีและการบริหารจัดการ การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาครูและบุคลากร และการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดย ICT เป็นผู้ดำเนินการจัดหาเครื่องแท็บเล็ตพีซี และศษ. โดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) เป็นผู้ดูแลเรื่องหลักสูตร การพัฒนาบุคลากรและการจัดส่งคู่มือผู้เรียน ซึ่งที่ผ่านมาการจัดหาแท็บเล็ตพีซี ได้ดำเนินการจนถึงการส่งมอบเครื่องจำนวน 2,000 เครื่อง สำหรับใช้ในการอบรมวิทยากรแกนนำในทุกพื้นที่ ให้มีความพร้อมในการพัฒนาครูกว่า 50,000 คน ที่จะนำสู่การส่งเสริมเด็กให้ใช้แท็บเล็ตพีซี เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ อย่าง มี คุณ ภาพ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2555)^[2]

จากผลการศึกษาของเบ็คค้ำ ไอซีที รีเสิร์ช ซึ่งได้ศึกษาผลการใช้งานแท็บเล็ตพีซีประกอบการเรียนการสอนในโรงเรียนระดับประถมศึกษา จำนวน 12 แห่ง ในประเทศอังกฤษช่วงระหว่างปี ค.ศ.2004-2005 ซึ่งมีผลการศึกษาสำคัญหลายประการที่ควรพิจารณาและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับบริบทด้านการศึกษาของไทย

การใช้แท็บเล็ตพีซี โดยให้ผู้เรียนและผู้สอนมีแท็บเล็ตพีซีเป็นของตนเองอย่างทั่วถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้เกิดการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยพบว่าการใช้แท็บเล็ตพีซีช่วยเพิ่มแรงจูงใจของผู้เรียนและมีผลกระทบในทางบวกต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ช่วยส่งเสริมให้เกิดการค้นคว้าและการเข้าถึงองค์ความรู้ นอกห้องเรียนอย่างกว้างขวาง รวมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของผู้เรียน

สำหรับในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนของผู้สอนนั้น พบว่าการใช้แท็บเล็ตพีซีนั้น ช่วยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน และส่งเสริมให้มีการพัฒนาหลักสูตรหรือการจัดการเรียนการสอนที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นส่วนประกอบมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การสร้างให้เกิดผลสำเร็จดังกล่าวนั้นต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนและการจัดการด้านต่าง ๆ จากผู้บริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนให้มีเครือข่ายสื่อสารแบบไร้สาย (Wireless Network) และเครื่องฉายภาพแบบไร้สาย (Wireless Data Projector) ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถสร้างให้เกิดประโยชน์การใช้งานสูงสุด รวมทั้งควรจัดให้มีการวางแผนจัดหาทรัพยากรสนับสนุนอย่างเป็นระบบ ซึ่งท้ายที่สุดจะพบว่าการใช้แท็บเล็ตพีซีนั้น จะสามารถสร้างให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลายและมีความคุ้มค่ามากกว่าการใช้คอมพิวเตอร์เดสก์ทอป และแล็ปทอปประกอบการเรียนการสอนที่มีใช้งานกันอยู่ในสถานศึกษาโดยทั่วไป (กระทรวงศึกษาธิการ, 2554)^[3]

สิ่งที่จะเกิดขึ้นกับนักเรียนไทยตามนโยบายของรัฐบาลเป็น โอกาส และสิ่งที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง

เพียงแต่ปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามมาหลังจากที่มีการแจก Tablet คือ

1. ขณะนี้ประเทศไทยยังไม่มีหลักสูตรการเรียนการสอน โดยการใช้ Tablet
2. ครูผู้สอนยังไม่มีความรู้เพียงพอ ต่อการใช้อุปกรณ์ Tablet เพื่อการจัดการเรียนการสอน ในขณะที่ผู้เรียนมีความพร้อมที่จะเรียน
3. ยังไม่มีการสร้างเนื้อหาบทเรียนและกิจกรรมที่ใช้ประกอบการเรียนการสอน
4. ด้านการบำรุงรักษา การแก้ปัญหาเรื่องอุปกรณ์ และการใช้งาน จะมีหน่วยงานใดเป็นผู้รับผิดชอบ
5. อุปกรณ์ Tablet เปลี่ยนรุ่นเร็วมากและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น Tablet ที่จัดหามาแจกนั้นมีความเป็นมาตรฐานรองรับกับ Applications มากน้อยเพียงใด
6. ทำไมจึงต้องจำกัดไม่ให้ผู้เรียนเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ (อินเทอร์เน็ต) ได้อย่างอิสระ จากข้อความข้างต้นนั้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ถึงประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ซึ่งผลวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่สถานศึกษา และหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน โดยการใช้แท็บเล็ตพีซี จะได้นำไปเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้

ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1

เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ต่อเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 และโรงเรียนในสังกัด ในการนำผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ไปวางแผนการจัดการเรียนการสอนและทำกิจกรรมของสถานศึกษา
2. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 นำไปปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมในการจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับการใช้แท็บเล็ตพีซีของโรงเรียนในสังกัด

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยในที่นี้ ด้านประชากรคือ ผู้บริหารและ ครูใน โรงเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ในปี พ.ศ. 2556 จำนวน 396 คน จาก 36 โรงเรียน ผู้วิจัยจึงสุ่มครูผู้สอนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ทั้ง 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ เลือกกลุ่มละ 2 คน ทั้งหมด 36 โรงเรียน และผู้บริหารโรงเรียนละ 1 คน ทั้งหมด 36 โรงเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ทั้งหมด ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การคำนวณหาข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด ตำแหน่ง กลุ่มสาระการเรียนรู้ที่เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ใช้การหาค่าความถี่และสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ

2. อธิบายระดับประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 โดยจำแนกตามกลุ่มสาระการเรียนรู้ ทั้ง 5 วิชา ใช้สถิติการวิเคราะห์ทางสถิติ t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายกลุ่มกรณีพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ LSD

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ ดังนี้

- 4.50-5.00 หมายถึง มีประสิทธิผลในระดับสูง
- 3.50-4.49 หมายถึง มีประสิทธิผลในระดับค่อนข้างสูง
- 2.50-3.49 หมายถึง มีประสิทธิผลในระดับปานกลาง
- 1.50-2.49 หมายถึง มีประสิทธิผลในระดับค่อนข้างต่ำ
- 1.00-1.49 หมายถึง มีประสิทธิผลในระดับต่ำ

สรุปผลการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวม เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่ามีรายละเอียดดังนี้

1.1 พบว่าประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

1.2 พบว่าประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ด้านการบริหารจัดการโดยภาพรวมมีประสิทธิผล ระดับค่อนข้างสูงค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

1.3 พบว่าประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษานานทุริเขต 1 ด้านความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีโดยภาพรวมมีประสิทธิภาพ ระดับค่อนข้างสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

1.4 พบว่าประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ด้านเนื้อหาตามหลักสูตรในรูปแบบของ อิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมมีประสิทธิภาพ ระดับค่อนข้างสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

1.5 พบว่าประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ด้านสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมมีประสิทธิภาพ ระดับค่อนข้างสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

2. การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ทั้งเพศชาย และเพศหญิงด้านการบริหารจัดการ ด้านความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี ด้านเนื้อหาตามหลักสูตรในรูปแบบของ อิเล็กทรอนิกส์ และด้าน สภาพแวดล้อม มีประสิทธิผลไม่แตกต่างกัน

2.2 การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1

โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน ที่มีความแตกต่างกันทางอายุ โดยภาพรวมและรายด้านมีประสิทธิภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

2.3 การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ทั้ง 4 ด้านที่มีวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันโดยภาพรวมและรายด้านมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างกัน

2.4 การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน ที่มีตำแหน่งที่แตกต่างกันโดยภาพรวม และรายด้านมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างกัน

2.5 การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุริเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน ที่มีกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่แตกต่างกันโดยภาพรวมและรายด้านมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเด็นที่ได้ค้นพบในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ผลจากการศึกษาประสิทธิภาพของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษานานทุรีเขต 1 ประเด็นสำคัญในการ
อภิปรายผลดังนี้

1. การวิเคราะห์ประสิทธิผลของการใช้แท็บ
เล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการ
เรียนรู้อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียน
รัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานานทุรี
เขต 1

1.1 ด้านการบริหารจัดการพบว่ามี
ประสิทธิผล ระดับค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากการ
แต่งตั้งคณะกรรมการและการกำหนดนโยบาย เพื่อ
เตรียมความพร้อมในการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียน
การสอน ฝึกอบรมการใช้เครื่องแท็บเล็ตพีซีเพื่อ
จัดการเรียนการสอน ตามหลักสูตรแก่ครูผู้สอน
ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับ
กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ (2536:32-33)^[4] ได้สนับสนุน
แนวคิดและความหมายของประสิทธิผลว่า
ประสิทธิผลของโรงเรียนไม่น่าจะหมายถึง
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหรือความพึง
พอใจในการทำงานเพียงอย่างเดียว แต่ประสิทธิผล
ของโรงเรียน คือ ความสามารถของโรงเรียนในการ
ผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง และ
สามารถพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก
ตลอดจนความสามารถในการปรับให้โรงเรียนให้เข้า
กับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก รวมทั้ง
สามารถแก้ปัญหาภายในโรงเรียนได้ซึ่งทำให้เกิด
ความพึงพอใจในการทำงาน โดยถือว่าการมอง
ประสิทธิผลของทั้งระบบ

1.2 ด้านความพร้อมในการใช้
เทคโนโลยีโดยภาพรวมมีประสิทธิผลระดับค่อนข้าง
สูง เนื่องจากสามารถเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายได้
สะดวก สามารถใช้เมนูคำสั่งค้นหา และเข้าถึง
บทเรียนที่ต้องการได้มีความสะดวกรวดเร็ว ซึ่ง
สอดคล้องกับ ศรีวรรณ ชูรินทร์ และกิตติพันธ์ อุดม
เศรษฐ์ (2554)^[5] ศึกษาผลการใช้แท็บเล็ตพีซีในการ

เรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ และวิชาภาษาไทยกับ
นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนปรินทร์รอย
แยลส์วิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าใน
กระบวนการของการจัดการเรียนการสอนแท็บเล็ต
พีซีถือว่าเป็นทั้งสื่อ และอุปกรณ์การเรียนรู้อย่างหนึ่ง
ที่ถือว่าทันสมัยในปัจจุบัน แต่การที่จะนำมาใช้ให้เกิด
ประโยชน์อย่างเหมาะสม และคุ้มค่าจำเป็นต้องมีการ
วางแผน และการดำเนินงานอย่างจริงจัง สื่อที่ดีจะ
เป็นผู้ช่วยที่ดีของครู สื่อที่น่าสนใจจะทำให้เด็กมีความ
กระตือรือร้นในการเรียน แต่การเรียนการสอน
ที่ดี และมีความหมายเกิดจากปฏิสัมพันธ์ที่ดี ระหว่าง
ครูกับนักเรียน หรือนักเรียนกับนักเรียน ไม่ใช่
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนกับสื่อ ครูยังต้องมี
บทบาทในการเรียนการสอนอยู่มาก ถึงแม้ว่ารูปแบบ
การเรียนการสอนจะเปลี่ยนไปและเน้นผู้เรียนเป็น
สำคัญมากขึ้น แต่ครูก็ยังถือว่ามบทบาทสำคัญในการ
เรียนการสอน ดังนั้นบทบาทของครูกับสื่อควรจะอยู่
ในลักษณะที่ครูเป็นผู้กำหนดการใช้สื่อ ใช้สื่อเป็นผู้
ช่วยเหลือในการเรียนการสอน มากกว่าที่จะให้สื่อ
เป็นผู้สอนเอง การเลือกใช้อุปกรณ์จะต้องขึ้นอยู่กับวิธี
สอนภาระงานของนักเรียน และลักษณะการเรียนรู้
ของนักเรียนแต่ละคน ไม่มีสื่อชนิดใดที่ดีที่สุด และใช้
สอนได้ทุกอย่างหรือใช้สอนได้ตลอดไป แต่สื่อที่ดี
ที่สุดควรกระตุ้นความสนใจของนักเรียน และ
ตอบสนองผู้เรียนได้ตามที่เขาต้องการ ตลอดจน
สามารถส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างมี
ประสิทธิภาพ เป็นผู้ช่วยที่ดีในการสอนของครูและ
การเรียนรู้ของนักเรียน

1.3 ด้านเนื้อหาตามหลักสูตรใน
รูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมมี
ประสิทธิผล ระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการ
ออกแบบและพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน โดย
ใช้เครื่องแท็บเล็ตพีซีให้เหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละ
กลุ่ม มีการนิเทศและติดตามการใช้เครื่องแท็บเล็ต

พีซีให้กับครูผู้สอนและ เนื้อหาสาระในบทเรียนทำ ความเข้าใจง่าย นักเรียนสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ดังที่ ณัฏฐ์สิตา ศิริรัตน์ (2548:3)^[6] ได้กล่าวว่า e-Learning เป็นคำที่ครอบคลุมไว้กว้างมาก คือ หมายถึงการเรียนการสอนในลักษณะใด ๆ ที่มีการ ถ่ายทอดเนื้อหาทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะ เป็นคอมพิวเตอร์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต ทางสัญญาณ โทรศัพท์ สัญญาณดาวเทียม ฯลฯ ก็ได้ แต่ในปัจจุบันความหมายของ e-Learning ได้จำกัดวง แคบลง โดยจะมีความหมายเฉพาะถึงการเรียนจาก สารสนเทศ ซึ่งออกแบบมาสำหรับการสอนหรือการ ฝึกอบรม โดยใช้โปรแกรม สื่อหลายมิติ หรือ เทคโนโลยีของเว็บ (Web Technology) มาถ่ายทอด เนื้อหาบริหารจัดการงานสอนส่งเสริมสนับสนุนให้ ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ ที่สำคัญคือมีการเชื่อมโยง เครือข่ายให้มีลักษณะที่ผู้สอนและผู้เรียนมี ปฏิสัมพันธ์กันผ่านระบบและผู้เรียนยังสามารถ เรียนรู้ได้ ณ สถานที่ หรือเวลาใดก็ได้

1.4 ด้าน สภาพแวดล้อม โดย ภาพรวมมีประสิทธิผลระดับค่อนข้างสูง เรียงจาก ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรกดังนี้ ภายใน บริเวณ โรงเรียน และ ห้องเรียนมีการติดบอร์ด ประชาสัมพันธ์วิธีการใช้ แท็บเล็ตพีซีในการเรียน การสอน อุปกรณ์ปลั๊กไฟ และอุปกรณ์ชาร์ตไฟ มี เพียงพอและปลอดภัยต่อการใช้งาน และมีการติดตั้ง สัญญาณ Wi-Fi อย่างเพียงพอ และรวดเร็วต่อการใ้ งานสอดคล้องกับ ธารณัฐธรรมนูญ (2550)^[7] ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์สังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ผลการศึกษาพบว่าสถานที่ใ้ บริการอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ คือที่พักส่วนตัว โดย จุดประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง อันดับแรก คือค้นคว้าทางวิชาการส่วนประเภทของ เว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าเยี่ยมชมหรือใช้บริการมาก

คือเว็บไซต์สังคมออนไลน์ และเว็บไซต์สังคม ออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการมาก คือ His ซึ่ง ส่วนมากเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยที่ ทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ เนื่องมาจากใช้บริการฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย และมี พฤติกรรมในการใช้บริการคอมพิวเตอร์ เพื่อ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ซึ่ง ผลกระทบที่เกิดจากการใช้บริการเว็บไซต์ คือทำให้ ใกล้ชิดและรู้สึกสนิทกันมากขึ้นระหว่างเพื่อนใน กลุ่มจากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิด การใช้บริการอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง คือการ ไม่เสียค่าใช้จ่ายมากที่สุด ทำให้ทราบได้ว่าปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่าง คือปัจจัยทางด้านราคา ซึ่ง หากผู้ประกอบการให้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ มีการเก็บค่าบริการในการใช้ อาจทำให้ผู้ใช้บริการ ลดลงได้ ผลกระทบจากการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และเว็บไซต์สังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง คือทำ ให้รู้สึกใกล้ชิดและสนิทกันมากขึ้นระหว่างเพื่อนใน กลุ่มแสดงว่าในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง มีการ ใช้บริการเพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนมาก ซึ่งอาจ เป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมในการ ติดต่อสื่อสารขึ้นในเว็บไซต์สังคมออนไลน์เพื่อเพิ่ม จำนวนผู้ใช้บริการ

2. การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้ แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระ การเรียนรู้ของนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบประสิทธิผล ของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้าน ทั้งเพศชาย และ เพศหญิง โดยภาพรวมมีประสิทธิผลไม่แตกต่างกัน

ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับ จันทรานี สงวนนาม (2545: 112-114)^[8] ซึ่งชัดเจนไปว่า เกณฑ์ที่ใช้ประเมินเพื่อตัดสินควมมีประสิทธิภาพ ขององค์การมีหลายรูปแบบทั้งเกณฑ์เดี่ยว และเกณฑ์ รวม เกณฑ์เดี่ยว (Single Criterion) เกณฑ์เหล่านี้มัก ได้รับการยอมรับจากบุคคลโดยทั่ว ๆ ไป เกณฑ์ เหล่านี้ได้แก่ การมีผลกำไรสูง ความพึงพอใจ ผลการ ปฏิบัติงานในภาพรวม ผลผลิตขององค์การ การ ตลาดออก ฯลฯ ส่วนเกณฑ์รวม (Multiple Criterion) การใช้หลายเกณฑ์เพราะองค์การต่าง ๆ มักจะมีการ กำหนดเป้าหมายไว้หลายประการ ดังนั้น เกณฑ์ ในการประเมินประสิทธิผลขององค์การจึงต้องมีหลาย ประการ จึงมักจะมีการใช้เกณฑ์เดี่ยวหลาย ๆ เกณฑ์ รวมกันเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การ เช่น เกณฑ์ที่รวมเอาความพึงพอใจ การมีผลกำไรสูง รวมทั้งความเจริญเติบโตขององค์การร่วมกัน

2.2 การเปรียบเทียบประสิทธิผล ของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้านที่มีความแตกต่าง ทางอายุ โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ ภรณ์ ภิรัตน์ บุตร (2529:185-187)^[9] ที่เสนอแนวทางประเมิน ประสิทธิภาพองค์การ 3 แนวทางด้วยกัน คือ 1) การ ประเมินประสิทธิผลในแง่ของเป้าหมาย เป็นการ พิจารณาว่าองค์การนั้นมี ประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานว่าบรรลุเป้าหมายขององค์การ หรือไม่ โดยใช้เป้าหมายขององค์การเป็นเกณฑ์ 2) การ ประเมิน ประสิทธิภาพในแง่ของระบบ ทรัพยากร เป็นการประเมินประสิทธิผลขององค์การ โดยอาศัยแนวคิดว่าองค์การเป็นระบบเปิดซึ่งมี ความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ในการแลกเปลี่ยน และแข่งขันกันจึงประเมินโดยพิจารณาความสามารถ

ขององค์การ ในการแสวงหาผลประโยชน์จาก สภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่ต้องการ 3) การประเมินประสิทธิผลโดยใช้หลายเกณฑ์ เป็น การวัดประสิทธิผลองค์การ โดยใช้เกณฑ์หลายอย่าง เพื่อพิจารณาผลสำเร็จขององค์การ

2.3 การเปรียบเทียบประสิทธิผล ของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้านที่มีวุฒิการศึกษาที่ แตกต่างกันโดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเรือง ศรีเหรียญ (2542:27)^[9] สรุปว่า ประสิทธิภาพ ของโรงเรียน หมายถึง ผลที่เกิดจากการกำหนด นโยบายและแนวปฏิบัติของโรงเรียนที่ทำให้นักเรียน เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพุทธิศึกษาจริยศึกษา และการปฏิบัติส่งผลให้นักเรียนเกิดการพัฒนาทั้ง ทางร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และลักษณะ นิสัย มีทักษะ มีบุคลิกภาพ และมีเจตคติที่เหมาะสม กับการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข

2.4 การเปรียบเทียบประสิทธิผล ของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้านที่มีตำแหน่งที่ แตกต่างกันโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สุภชัย สุขะนิพันธ์ (2545:19)^[11] การ เรียนทางไกล เป็นการเรียนรู้ที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มี บนโลกมาใช้เรียนผ่านทางคอมพิวเตอร์ โดยอาศัย เครื่องข่ายของอินเทอร์เน็ตมาช่วย ดังนั้นจึงเป็น การศึกษาที่ไร้ขอบเขตสามารถที่จะทำกิจกรรมบน ห้องเรียนระบบออนไลน์ได้ และจะเป็นที่นิยมเพราะ ไม่มีข้อจำกัดของเรื่องเวลา ระยะทาง และสถานที่ใน

การเรียนการสอน นอกจากนั้นยังสามารถตอบสนองต่อศักยภาพ และความสามารถของผู้เรียนได้อีกด้วย

2.5 การเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้แท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอนของ 5 กลุ่มสาระการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนรัฐบาลในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรีเขต 1 ทั้ง 4 ด้านตามกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน โดยภาพรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ฅนอมพร (ต้นพิพัฒน์) เหล่าจรัสแสง (2545:4-5)^[12] การเรียนในลักษณะใดก็ได้ซึ่งใช้การถ่ายทอดเนื้อหาผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต เอ็กซ์ทราเน็ตสัญญาณโทรทัศน์ หรือสัญญาณดาวเทียม (Satellite) ก็ได้ ซึ่งเนื้อหาสารสนเทศ อาจอยู่ในรูปแบบการเรียนที่เราคุ้นเคยกันมาพอสมควร เช่น คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (Computer Assisted Instruction) การสอนบนเว็บ (Web-Based Instruction) การเรียนออนไลน์ (On-line Learning) การเรียนทางไกลผ่านดาวเทียม หรืออาจอยู่ในลักษณะที่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก เช่น การเรียนจากวิดีโอทัศน์ตามอรรถศาสตร์ (Video On-Demand) เป็นต้น และอีกความหมายหนึ่ง คือ ความหมายเฉพาะเจาะจง หมายถึง การเรียนเนื้อหาหรือสารสนเทศดังนั้น การสอนจากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ หรือการอบรมซึ่งใช้นำเสนอด้วยตัวอักษร ภาพนิ่งผสมผสานกับการใช้ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์และเสียง โดยอาศัยเทคโนโลยีของเว็บ (Web Technology) ในการถ่ายทอดเนื้อหา รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีระบบการจัดการคอร์ส (Course Management System) ในการบริหารจัดการงานสอนด้านต่าง ๆ เช่น การจัดทำมีเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ เช่น E-mail, Web board สำหรับตั้งคำถาม หรือแลกเปลี่ยนแนวคิดระหว่างผู้เรียนด้วยกัน หรือกับวิทยากร การจัดทำให้มี

แบบทดสอบหลังจากเรียนจบเพื่อวัดผลการเรียน รวมทั้งการจัดให้มีระบบบันทึก ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการเรียน โดยผู้เรียนที่ เรียนจาก e-Learning นี้ ส่วนใหญ่แล้วจะศึกษาเนื้อหาในลักษณะออนไลน์ ซึ่งหมายถึงจากเครื่องที่มีการเชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถานศึกษา ควรมีการ จัดประชุมสัมมนาผู้ปกครองนักเรียน เพื่อเตรียมความพร้อมและทำความเข้าใจในการใช้เครื่องแท็บเล็ตพีซี
2. ควรมีการพัฒนาคู่มือเพื่อใช้ในการเรียนการสอนสำหรับเครื่องแท็บเล็ตพีซีในการเรียนการสอน
3. ควรมีการจัดสถานที่สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียนสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอเหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนกับเครื่องแท็บเล็ตพีซี

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการใช้แท็บเล็ตพีซีในโรงเรียนสังกัดอื่น เพื่อพิจารณาผลของการใช้ แท็บเล็ตพีซีของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ที่ 1 ในโรงเรียนเอกชนอื่นๆ ว่ามีความจำเป็นในการใช้ แท็บเล็ตพีซีหรือไม่
2. ควรนำผลของงานวิจัยมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อให้ ได้ แนวทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการวิจัยศึกษาในการใช้ แท็บเล็ตพีซีในกลุ่ม มตัวอย างเดิมปี การศึกษาต่อไป เพื่อจะได้ ข้อมูลว่านักเรียนมีทักษะ และความ

ชำนาญเพิ่มเติมมากขึ้นหรือไม่ และ การใช้งานของแท็บเล็ตพีซีมีความเหมาะสมกับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 หรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- [1] ไพฑูรย์ ศรีฟ้า. (2554). เปิดโลก Tablet สู่วิศวกรรม การวิจัยด้านเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาจากแนวคิดสู่กระบวนการปฏิบัติ. บรรยาย ณ ม.ทักษิณ วิทยาเขตสงขลา 9 มกราคม 2555.
- [2] กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). เปิดโครงการแท็บเล็ตพีซีเพื่อการศึกษาไทย "One Tablet per Child : OTPC" สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2558 จาก <http://suksa2.moe.go.th>
- [3] กระทรวงศึกษาธิการ. (2554). รายงานผลการใช้งานแท็บเล็ตพีซีในโรงเรียน. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2558 จาก www.moc.moe.go.th/ViewContent.aspx?ID=3302/
- [4] กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ. (2536). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชน. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาการอุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- [5] ศรีวรรณ ชูรินทร์, กิตติพันธ์ อุดมเศรษฐี. (2554). ศึกษาผลการใช้แท็บเล็ตพีซี ในการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทยกับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนปิ่นสร้อยแยลส์วิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่. วิจัยในชั้นเรียน. โรงเรียนปิ่นสร้อยแยลส์วิทยาลัย.
- [6] ณัฐฐิติดา ศิริรัตน์. (2548). แนวทางการสร้างและพัฒนาบทเรียน E-Learning. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา.
- [7] ธยานันธร จงกะสิกิจ. (2550). พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์สังคมออนไลน์

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- [8] จันทรานี สงวนนาม. (2545). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. กรุงเทพฯ: บุคพอยท์
- [9] ภรณ์ กิรีติบุตร. (2529). การประเมินประสิทธิผลขององค์การ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- [10] บุญเรือง ศรีเจริญ. (2542). การศึกษาองค์ประกอบทางการศึกษาที่สัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อผลการเรียนรู้และประสิทธิผลของโรงเรียนโดยใช้รูปแบบระดับชั้นลดหลั่นสอดแทรกเชิงเส้น. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- [11] ศุภชัย สุชนะนรินทร์. (2545). เปิดโลก E-Learning การเรียนการสอนบนอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ: ซี-เอ็ดยูเคชั่น.
- [12] ถนอมพร (ต้นพิพัฒน์) เหล่าจรัสแสง. (2545). หลักการออกแบบและการสร้างเว็บเพื่อการเรียนการสอน (Designing E-Learning). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี เขตจังหวัดปทุมธานี

The Knowledge Management Efficiency on Performance Quality of Accountants in Pathumthani Province

นพภัทร ทองเรือนดี¹

บทคัดย่อ:

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการความรู้ต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชี ในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 300 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ F-test การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวม และเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ และด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดเก็บความรู้ นักบัญชีธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการปฏิบัติงานโดยภาพรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ ด้านคุณภาพผลงาน ด้านความชำนาญ และด้านความคิดสร้างสรรค์ สถานประกอบการที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวม ด้านการสร้างความรู้ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพผลงานและด้านความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน นักบัญชีธุรกิจที่มีประเภทของกิจการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวม ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ และด้านการจัดเก็บความรู้แตกต่างกันและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านความรับผิดชอบ และด้านความคิดสร้างสรรค์ แตกต่างกัน และพบว่า ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ด้านการแสวงหาความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการปฏิบัติงานด้านคุณภาพผลงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความชำนาญ และด้านความคิดสร้างสรรค์ ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ ด้านการจัดเก็บความรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพผลงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความชำนาญ และด้านความคิดสร้างสรรค์ ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ ด้านการถ่ายทอดความรู้ และการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการปฏิบัติงาน ด้านคุณภาพผลงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความชำนาญ และด้านความคิดสร้างสรรค์ โดยสรุป นักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการความรู้ เพราะถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการปฏิบัติงาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในแนวทางในการกำหนดทิศทางกระบวนการจัดการความรู้ในองค์กรเพื่อสอดคล้องกับคุณภาพในการปฏิบัติงานและนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์

นโยบาย วางแผนการปฏิบัติงานและพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาองค์กร สร้างความเป็นเลิศ และความได้เปรียบ
ทางการแข่งขันของธุรกิจ

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพการจัดการความรู้, คุณภาพการปฏิบัติงาน

ABSTRACT:

Thus the researcher conducted a study of the knowledge management efficiency on performance quality of accountant in Phatumthani Province Thailand by collecting data from 300 accountants in Phatumthani Province and using a questionnaire as an instrument. The statics used for analyzing the collected data were F-test, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results of the study revealed that the business accountants agreed with having knowledge management efficiency as a whole and in each of these 3 aspects at a high level: knowledge seeking, knowledge creation, and knowledge transference and utilization. They agreed with having knowledge management efficiency as a whole and in the aspect of knowledge storage at a medium level. The business accountants agreed with having performance quality as a whole and in each of these aspects at a high level: responsibility, work quality, expertise and creative thinking. The business accountants with the different numbers of employees agreed differently with having knowledge management efficiency as a whole and in the aspect of knowledge creation; and agreed differently with having performance quality as a whole and in each of the aspects of work quality, and creative thinking. The business accountants with the different business types agreed differently with having knowledge management efficiency as a whole and in each of these aspects: knowledge seeking, knowledge creation, and knowledge storage; and agreed differently with having performance quality as a whole and in each of these aspects: responsibility, and creative thinking. And the following were found. Knowledge management efficiency in the aspect of knowledge seeking had positive relationship with and effects on performance quality in the aspect of work quality, responsibility expertise and creative thinking. Knowledge management efficiency in the aspect of knowledge storage had positive relationship with and effects on performance quality in the aspect of work quality, responsibility expertise and creative thinking. And Knowledge management efficiency in the aspect of knowledge transference and utilization had positive relationship with and effects on performance quality in the aspect of work quality, responsibility expertise and creative thinking.

In conclusion, the accountant in Phatumthani Province Thailand should give the importance to knowledge management efficiency because it is regarded as an important factor of development of performance quality. The results obtained from this study could be used as a guideline for determining the direction of knowledge management process in the organization to be in accordance with performance quality and the results could be used for determining strategies, policy, making operational plans and developing the personal and organization, creating excellence and competitive advantage of business

KEYWORDS: Knowledge Management Efficiency, Quality of performance

1. รายละเอียดทั่วไป

บทนำ

การดำเนินงานของธุรกิจจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของคน และคุณภาพของการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร นักบัญชีเป็นบุคลากรที่ต้องมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในทางวิชาชีพ มีหน้าที่จัดทำข้อมูลทางการเงินบัญชีเพื่อนำเสนอต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง และผลงานที่จัดทำต้องมีคุณภาพสนองความพึงพอใจของลูกค้าและมีความรับผิดชอบต่อสังคม (กฤษฎ์ อุทัยรัตน์. 2545 : 211) ดังนั้น การปฏิบัติงานที่มีคุณภาพต้องเป็นไปด้วยความถูกต้อง เรียบร้อย และสมบูรณ์ครบถ้วน ในการปฏิบัติงานนักบัญชีต้องมีความรับผิดชอบ สนใจ เอาใจใส่ และตั้งใจปฏิบัติงานในหน้าที่อยู่เสมอ เพื่อสร้างความรอบรู้ชำนาญการ ในขั้นตอน วิธีการดำเนินงานทั้งงานในหน้าที่และงานที่เกี่ยวข้องโดยนำความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เข้ามาช่วยในการปรับปรุงระบบงาน และวิธีการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (สมใจ ลักษณะ. 2548 : 249) ดังนั้น กระบวนการจัดการความรู้ในองค์กรอย่างเหมาะสมจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้นักบัญชีทำงานอย่างเต็มขีดความสามารถเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (กรกนก ทิพรส และพิชัย ตั้งภิญโญพิศุณ. 2548 : บทคัดย่อ) ทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาและสร้างความเป็นเลิศทางด้านธุรกิจ เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการ

ความรู้ที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ มีผลกระทบต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินงาน การพัฒนาส่งเสริมประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี และสามารถใช้เป็นข้อเสนอแนะให้กับองค์กรในการเพิ่มคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการความรู้ของนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความรู้กับคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานรายได้สุทธิต่อเดือน และ

ตำแหน่ง ข้อมูลทั่วไป ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยครอบคลุมรูปแบบธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ พื้นที่ที่ประกอบธุรกิจ จำนวนพนักงานทั้งหมดทุนจดทะเบียนเริ่มต้นระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการความรู้ของธุรกิจในนิคมอุตสาหกรรม บางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ ด้านการจัดเก็บความรู้ และด้านการถ่ายทอดความรู้ และการใช้ประโยชน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการปฏิบัติงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย ด้านคุณภาพผลงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความชำนาญ และด้านความคิดสร้างสรรค์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ คุณภาพการปฏิบัติงานนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 99-100)

สถิติพื้นฐาน ร้อยละ (Percentages) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การหาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation และ สถิติที่ใช้ทดสอบคุณลักษณะตัวแปร คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยใช้ Variance Inflation Factors (VIFs)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

นักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,209 คน กลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตาราง Morgan ได้กลุ่มประชากร 219 คน ในการสุ่มครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับนักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบกลับ หลังจากที่ได้รับแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ และด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี

ประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดเก็บความรู้

นักบัญชีธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ ด้านคุณภาพผลงาน ด้านความชำนาญ และด้านความคิดสร้างสรรค์

นักบัญชีธุรกิจที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวม ด้านการสร้างความรู้ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีคุณภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม ด้านคุณภาพผลงานและด้านความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน ($p < .05$)

นักบัญชีธุรกิจที่มีประเภทของกิจการแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวม ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ และด้านการจัดเก็บความรู้แตกต่างกันและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม ด้านความรับผิดชอบ และด้านความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน ($p < .05$)

นักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการจัดการความรู้ โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ เช่น กิจการให้ความสำคัญกับการรวบรวมข้อมูลลูกค้า คู่แข่งขันเพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับปรุง แก้ไขและพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กิจการมุ่งเน้นประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วยการวิเคราะห์งาน

อย่างเป็นระบบ เพื่อจุดบกพร่องและใช้กระบวนการที่เป็นระบบในการแก้ไขข้อบกพร่อง ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และกิจการให้ความสำคัญในการติดตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีเพื่อใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์และการวางแผนการทำงานให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่า เป็นต้น ด้านการสร้างความรู้ เช่น กิจการส่งเสริมให้พนักงานแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบโดยมีการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อเป็นการลดความยุ่งยาก ประหยัดเวลาและเกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น กิจการมุ่งเน้นให้พนักงานนำความรู้ที่มีอยู่ไปแบ่งปัน แลกเปลี่ยนกับพนักงานคนอื่นๆ ในองค์กรเพื่อเกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น และกิจการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากองค์กรเสมอโดยการทำศนศึกษาดูงาน การฝึกอบรม เพื่อนำความรู้ที่ได้มาปรับปรุง พัฒนาการทำงาน เป็นต้น ด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ เช่น กิจการให้ความสำคัญกับการประชุมภายในองค์กร ก่อนและหลังการปฏิบัติงานเพื่อสรุปปัญหาและหาแนวทางในการปฏิบัติงาน กิจการส่งเสริมให้มีการจัดระบบการทำงานที่เน้นระบบที่เรียบง่าย เพื่อสอนงานพนักงานใหม่ เพื่อเพิ่มความมั่นใจ ความถูกต้องเป็นการแนะนำแนวทางการดำเนินงานและกิจการส่งเสริมให้สรุปข่าวสารทำคำสำคัญแล้วติดประกาศแจ้งให้พนักงานทราบ โดยทั่วถึงกัน เพื่อเป็นการลดข้อผิดพลาดในการสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและปฏิบัติงานในแนวเดียวกันอย่างถูกต้อง เป็นต้น

นักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขต จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี คุณภาพการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพผลงาน เช่น นักบัญชีให้ ความสำคัญกับผลงานต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน และสมบูรณ์ นักบัญชีมีการวางแผนการทำงาน เพื่อให้ งานสำเร็จตามแผนงานและเป้าหมายที่องค์กรกำหนด ไว้ และนักบัญชีมีการศึกษาหาความรู้และฝึกทักษะใน การทำงานเสมอเพื่อพัฒนาผลงานให้มีคุณภาพและ เป็นไปตามมาตรฐานการปฏิบัติงานที่รับรอง โดยทั่วไป เป็นต้น ด้านความรับผิดชอบ เช่น นักบัญชี มีความตั้งใจที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับ ต่างๆ ขององค์กรเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการ ปฏิบัติงาน นักบัญชีมีความเต็มใจที่จะทุ่มเททำงาน เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณภาพ และนักบัญชีปฏิบัติงาน ด้วยความมุ่งมั่น ตรงต่อเวลาและอุทิศเวลาในการ ปฏิบัติงานให้สำเร็จอยู่เสมอ เป็นต้น ด้านความชำนาญ เช่น นักบัญชีได้รับความเชื่อถือ ยอมรับในความ คิดเห็นและความสามารถจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ที่มา ขอคำปรึกษา นักบัญชีมีความขวนขวาย สนใจใฝ่รู้ เพื่อ นำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน และนักบัญชี สามารถแสดงความคิดเห็นในทางสร้างสรรค์ เพื่อให้ เพื่อนร่วมงานและผู้บริหารรับรู้ถึงความสามารถของ พนักงานที่มีอยู่ เป็นต้น และด้านความคิดสร้างสรรค์ เช่น นักบัญชีมีความกระตือรือร้นในการทำงาน โดย พยายามลดความผิดพลาดเท่าที่จะสามารถทำได้ นัก บัญชีสามารถพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ มากกว่าเดิม และนักบัญชีมีการปรับเปลี่ยนตัวเองให้ เป็นคนช่างสังเกต จดจำรายละเอียด ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง

งานหรือเพื่อนร่วมงานเพื่อช่วยให้การทำงานดำเนิน

ประสิทธิ ภาพ การจัดการ ความรู้	คุณภาพ การปฏิบัติงานโดยรวม		t	p- value
	สัมประ สัมฤทธิ์ การ ถดถอย	ความค ลาด เคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.969	0.129	15.32 2	0.000 *
ด้านการ แสวงหาความรู้	0.235	0.050	4.743	0.000 *
ด้านการสร้าง ความรู้	0.039	0.052	0.756	0.450
ด้านการจัดเก็บ ความรู้	0.111	0.038	2.940	0.004 *
ด้านการ ถ่ายทอดความรู้ และการใช้ ประโยชน์	0.168	0.048	3.539	0.000 *

ไปอย่างราบรื่น เป็นต้น

การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับคุณภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของนักบัญชีใน นิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขตจังหวัดปทุมธานี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. นักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขต จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมี ประสิทธิภาพการจัดการความรู้โดยรวมและเป็นราย ด้าน ได้แก่ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้าง ความรู้ ด้านการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากประสิทธิภาพการจัดการ ความรู้ เป็นการพิจารณาถึงความสามารถของบุคลากร ในการจัดการเรียนรู้เพื่อบรรลุเป้าหมายการ ประเมินผล ได้แก่ ด้านคน ด้านกระบวนการ เทคโนโลยี ซึ่งกระบวนการนี้มุ่งเน้นในการเพิ่ม ประสิทธิภาพขององค์กรสร้างความได้เปรียบในการ แข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ธุรกิจสร้างความ แตกต่างคือ ทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ ผู้ปฏิบัติงานที่ มีการแสวงหาความรู้ มีการสร้างความรู้ในงาน และ การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์จากความรู้ จะทำให้เกิดการพัฒนาขององค์กรและเกิดคุณภาพการ ปฏิบัติงานของคน

2. นักบัญชีในนิคมอุตสาหกรรมบางกะดี เขต จังหวัดปทุมธานี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ด้านการจัดเก็บความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากองค์กรไม่ส่งเสริมให้ นักบัญชีมีการเก็บรวบรวมความรู้จากการวิเคราะห์ งานอย่างเป็นระบบในรูปของหนังสือ การจัดทำ แฟ้มข้อมูลผู้เชี่ยวชาญงานต่างๆและแหล่งจัดเก็บ ความรู้ เพราะการจัดเก็บความรู้ เป็นการเก็บรวบรวม จัดเก็บความรู้จากการสร้างความรู้ที่อยู่ในระบบ หมวดยุค การใช้สารสนเทศ และมีการเก็บรักษาที่ดี

ซึ่งสามารถนำความรู้ที่นำมาใช้ประโยชน์ได้ใน ภายหลัง

ประสิทธิภาพการจัดการความรู้ ด้านการ แสวงหาความรู้ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการ ปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพผลงาน ด้านความ รับผิดชอบ ด้านความชำนาญ และด้านความคิด สร้างสรรค์ เนื่องจากคนและกระบวนการจัดการ ความรู้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จ องค์กร ซึ่งแสวงหาความรู้เป็นกระบวนการของนัก บัญชีในด้านค้นหาความรู้ ข้อมูล สารสนเทศ จาก ภายในและภายนอกองค์กร และการแสวงหาความรู้ เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาคนในองค์กรให้เกิด คุณภาพในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญดี บุญญาภิจ และคณะ (2548: 7) กล่าวว่า ประสิทธิภาพสูงสุดของคุณภาพการปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับ ความสามารถขององค์กรในการทำวงจรการเรียนรู้ ที่อยู่เฉพาะตัวบุคคล ถ้ามีการเรียนรู้มากย่อมสร้าง ความรู้ใหม่ได้มาก ถ้าวงจรความรู้หมุนได้เร็วและ ต่อเนื่องจะเกิดกระบวนการที่เป็นระบบในการค้นหา สร้าง รวบรวมจัดเก็บ เผยแพร่ ถ่ายทอด แบ่งปันและ ใช้ความรู้ สอดคล้องกับแนวคิดของ วรพงษ์ ธีรวิรัฐ (2546: 32) กล่าวว่า คนเป็นทรัพยากรที่มีค่าต่อ ความสำเร็จของธุรกิจโดยเปิดโอกาสให้พนักงานได้ เรียนรู้อย่างมีจุดหมาย ส่งเสริมทักษะ และความ เชี่ยวชาญในงาน สร้างความกระตือรือร้นในการ ทำงาน สนับสนุน สร้างความเชื่อมั่นในการกล้าแสดง ความคิดเห็นและการเสนอความคิดเห็นใหม่ ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณก ทิพรส และพิชัย ตั้งภิญโญพิศุคุณ (2548: 94) พบว่า องค์กรมี

การสนับสนุนให้เกิดบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคลากรอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กร ทำให้องค์กรมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของชัญญา สิ้นชื่น (2548: บทคัดย่อ) พบว่า ความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชี มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสอบบัญชี ดังนั้นควรเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของคุณภาพการสอบบัญชี ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบัญชี ด้านการสอบบัญชี ด้านกฎหมายและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงาน และให้เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ranhunandan, Rama and Scarbrough (1998: Abstract) พบว่า ระดับความรู้ด้านบัญชีและการสอบบัญชี ทำการทดสอบจากประสบการณ์ทำงาน ซึ่งความสามารถส่วนตัวมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน ความสามารถในการรอบรู้ จะทำให้เกิดความมีประสิทธิภาพในการทำงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีธุรกิจอื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. การศึกษาตัวแปรแทรกซ้อนอื่นๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการความรู้ เช่น ความเครียด ความผูกพันต่อองค์กร หรือวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น

3. การศึกษาตัวแปรกลางอื่นที่ไม่ใช่คุณภาพการปฏิบัติงาน เช่น ความเป็นมืออาชีพในการทำงาน ความสำเร็จองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากร

เอกสารอ้างอิง

[1] กรกนก ทิพรส และ พิษัย ตั้งภิญโญพัฒน์คุณ. (2548). “KM ก้าวต่อไปของการพัฒนาหน่วยราชการ.(KM:the next step of official institutions development),” จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์.103 (มกราคม-มีนาคม 2548), 89-95.

[2] กฤษณ์ อุทัยรัตน์.(2545). **คัมภีร์หัวบริหารยอดคนยอดบริหาร**.กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).

[3] บุญชม ศรีสะอาด.(2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่8). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

[4] บุญดี บุญญากิจ, และคณะ.(2548). **พิมพ์ครั้งที่ 2. การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

[5] วรพงษ์ วรรณรัฐ.(2546). **การวางแผนทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย.

[6] สมใจ ลักษณะ.(2548). **การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน**. พิมพ์เพิ่มเติม. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

[7] Raghunandan K., Rama D.V, Scarbrough D.P, (1998), ‘Accounting and Auditing Knowledge Level of Canadian Audit Committees: Some Empirical Evidence’, *International Accounting, Auditing & Taxation*, 181-194

ปัจจัยเชิงเหตุและผลลัพธ์ของความพึงพอใจของลูกค้า: การทดสอบด้วยโมเดล TCSI ในบริบทของกิจการไฮเปอร์มาร์ท ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction: A Test of TCSI Model within the Context of Hyper-mart Firm in Hatyai District, Songkhla Province

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต สงสม¹

¹สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Email: sanuwat52@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลลัพธ์ของความพึงพอใจของลูกค้าในบริบทของกิจการไฮเปอร์มาร์ท ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าผู้ใช้บริการ จำนวน 480 ราย ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ตัวแปรของการวิจัยนำมาจากโมเดล TCSI ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวแปรแฝง คือ ความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพบริการ คุณค่าบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า การร้องเรียนของลูกค้า และความภักดีของลูกค้า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ ผลการวิจัยพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2/df=1.91$, CFI=0.95, RMSEA=0.047, SRMR=0.045) และพบว่าคุณภาพบริการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.75 ขณะเดียวกันความพึงพอใจของลูกค้า ยังมีอิทธิพลเชิงลบต่อการร้องเรียนจากลูกค้า และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า ด้วยขนาดอิทธิพล -0.39 และ 0.89 ตามลำดับ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001

คำสำคัญ: แบบจำลอง TCSI ความพึงพอใจของลูกค้า ไฮเปอร์มาร์ท

Abstract

The purpose of this research was to study the influence of antecedents and consequences of customer satisfaction within the context of hyper-mart firm in Hatyai district, Songkhla province. The samples were 480 hyper-mart's customers from the multi-stage sampling. The research was analyzed by using TCSI model that consisted of 6 latent variables: Customer expectation, perceived quality, perceived value, customer satisfaction, customer complaint, and customer loyalty. The questionnaires were used as a research instrument which measured on five-point Likert scales. The structural equation model (SEM) had a good fit with the empirical data ($\chi^2/df=1.91$, CFI=0.95, RMSEA=0.047, SRMR=0.045). Perceived quality factor was the highest direct effect on customer satisfaction with 0.75 effect sizes

while customer satisfaction had negative effect on customer complaint and positive effect on customer loyalty with -0.39 and 0.89 effect sizes at significant level .001

Keywords : TCSI Model, Customer Satisfaction, Hyper-mart

1. บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะกิจการประเภทไฮเปอร์มาร์ท (Hyper-mart) ซึ่งเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มีสินค้าหลากหลายทั้งชนิด และขนาด การจัดเรียงสินค้าจัดวางแบบคลังสินค้า และการจัดการขายเป็นแบบบริการตนเอง ได้แก่ กิจการของเทสโก้โลตัส และบิ๊กซี โดยกิจการดังกล่าวมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้น โดยในปี 2558 มีสาขาของทั้งสองกิจการดังกล่าว จำนวน 168 และ 124 สาขาตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) และกระจายอยู่เกือบทุกจังหวัด ขณะเดียวกันยังมีการปรับพื้นที่ในสาขาเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ทั้งในส่วนของ การเพิ่ม โชนศูนย์การค้า การเพิ่มสินค้าแบรนด์ต่างประเทศ อุปกรณ์กีฬา เสื้อผ้า รวมถึงการมีโรงภาพยนตร์ในบางสาขา ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Customer Satisfaction) เพราะความพึงพอใจนั้นถูกกำหนดว่าเป็นทัศนคติเชิงบวกที่เป็นการพิจารณาในภาพรวมถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง กับสิ่งที่ได้รับจริงคือสินค้าหรือบริการ (Gerpott, et al., 2001; Auh & Johnson, 2005)

การสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้า จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรไฮเปอร์มาร์ท เพราะผลลัพธ์ของความพึงพอใจจากลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อชื่อเสียงขององค์กรและความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร (El-Garaihy, et al., 2014) ขณะเดียวกันยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า (Beerli, et al., 2004) ซึ่งครอบคลุมทั้งความภักดีเชิงทัศนคติที่เป็นความรู้สึกที่ดีต่อกิจการ และความภักดีเชิง

พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบอกต่อแบบปากต่อปาก และการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ

จากความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้ จึงต้องการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงเหตุหรือปัจจัยนำที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และตัวแปรที่เป็นผลลัพธ์ของความพึงพอใจดังกล่าว โดยนำโมเดลการวัดความพึงพอใจที่เรียกว่า “Thailand Customer Satisfaction Index หรือ TCSI” ซึ่งพัฒนาโดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติมาปรับใช้ และเลือกศึกษาในบริบทของกิจการไฮเปอร์มาร์ทในจังหวัดสงขลา ซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดที่มีสาขาของกิจการไฮเปอร์มาร์ทอยู่จำนวนมาก และเป็นศูนย์กลางทางการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งในภาคใต้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

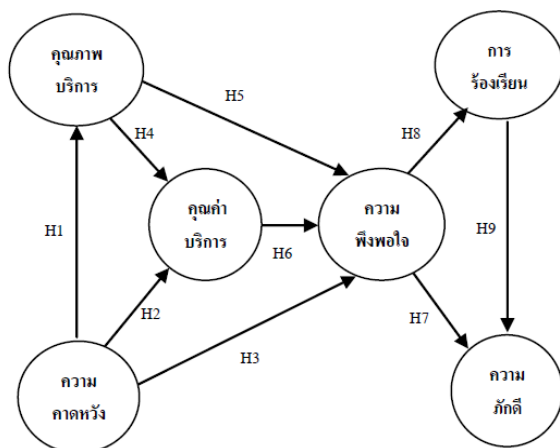
เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเชิงเหตุและผลลัพธ์ของความพึงพอใจลูกค้ากิจการไฮเปอร์มาร์ทในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้โมเดล TCSI

3. การทบทวนวรรณกรรม

ตัวแปรสำคัญของงานวิจัยนี้ คือ ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่ง Lam, et al. (2004) นำเสนอว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระดับความปลื้มปิติยินดีต่อคุณ ภาพของสิ่งที่ได้รับ (Consumption Related Fulfillment) และวัดความพึงพอใจดังกล่าวใน 2 ลักษณะ คือการวัดแบบหลายแง่มุม (Transaction Specific Satisfaction) จากองค์ประกอบต่างๆ เช่น ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการ ความเหมาะสมของราคา ความสามารถของพนักงานผู้

ให้บริการ เป็นต้น และการวัดอีกลักษณะหนึ่ง คือ วัดแบบภาพรวม (Cumulative or Overall Transaction) ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์จากการเข้ามาเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือผู้ให้บริการ

สำหรับการวัดปัจจัยเชิงเหตุหรือปัจจัยนำที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และตัวแปรที่เป็นผลลัพธ์ของความพึงพอใจ งานวิจัยฉบับนี้เลือกใช้โมเดลที่เรียกว่า “Thailand Customer Satisfaction Index หรือ TCSI” ซึ่งเป็นโมเดลที่สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติใช้ในโครงการนำร่อง (Pilot Project) ในการสร้างดัชนีวัดความพึงพอใจผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย (ทศพล ระบุรังสรรค์, 2552) โดยโมเดลดังกล่าว มีลักษณะเป็น โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวแปรแฝง (Latent Variable) คือ ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) คุณภาพบริการ (Service Quality) คุณค่าของบริการ (Perceived Value) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การร้องเรียนของลูกค้า (Customer Complaint) และความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) โดยงานวิจัยฉบับนี้ นำโมเดล TCSI ดังกล่าว มาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย และกำหนดสมมติฐาน H1-H9 ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 โมเดล TCSI

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยคือลูกค้าผู้ใช้บริการของกิจการไฮเปอร์มาร์ท ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ขณะที่กลุ่มตัวอย่างคือตัวแทนของประชากรซึ่งได้มาจากสุ่มตัวอย่าง 480 ราย ซึ่งการกำหนดจำนวนตัวอย่างดังกล่าว เป็นไปตามข้อกำหนดของ Jackson (2003) ที่เสนอว่าอัตราส่วนระหว่างจำนวนตัวอย่างและตัวแปรสังเกตได้ ควรเท่ากับ 20:1 และยังเป็นไปตามข้อกำหนดของ Hair, et al. (2010) ซึ่งระบุว่าควรพิจารณาจำนวนตัวอย่างจากค่าพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าใน โมเดล และต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5-10 คน ต่อ 1 ค่าพารามิเตอร์ ดังนั้น จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมจึงเท่ากับ 480 ตัวอย่าง ซึ่งผ่านข้อกำหนดของทั้งสองนักวิชาการดังกล่าว

4.2 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างเป็นแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งกิจการไฮเปอร์มาร์ทออกเป็น 2 กลุ่มตามองค์กร คือ เทสโก้โลตัส และบิ๊กซี จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) กำหนดจำนวนตัวอย่างของแต่ละองค์กรจำนวนเท่าๆ กัน คือ 240 ตัวอย่าง โดยแบ่งตามจำนวนสาขาของแต่ละกิจการๆ ละ 120 ตัวอย่าง คือ เทสโก้โลตัส สาขา 1 (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) สาขา 2 (สาขาหาดใหญ่ใน) บิ๊กซีสาขาลองแห และบิ๊กซีเอ็กซ์ตรา และในแต่ละสาขาของกิจการเหล่านั้น ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก โดยให้ได้จำนวนตัวอย่างที่กระจายจากการสุ่มตัวอย่างในวันธรรมดา วันหยุด เสาร์หรืออาทิตย์ และช่วงเวลาต่างๆ ของวัน (เช้า บ่าย เย็น และค่ำ) ในจำนวนเท่าๆ กัน เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าทุกประเภทและได้ทราบพฤติกรรมของลูกค้าที่ใกล้ชิดความเป็นจริงมากที่สุด

4.3 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลของกิจการไฮเปอร์มาร์ท ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการวัดตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งข้อคำถามเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่าตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามดังกล่าว จะมีการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถาม (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีค่า IOC มากกว่า 0.6 ทุกข้อ หลังจากนั้นจะนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกิจการไฮเปอร์มาร์ทในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 48 ชุด เพื่อพิจารณาค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแต่ละข้อคำถาม และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแต่ละตัวแปรแฝง เพื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องภายใน ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่า ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแต่ละตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง 0.812-0.945 ซึ่งถือว่ามี ความสอดคล้องภายในอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม ส่วนแรกซึ่งเป็น ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลของ กิจการไฮเปอร์มาร์ท ใช้ค่าความถี่และร้อยละ เพื่อ อธิบายลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ส่วน ข้อมูลตามแบบ สอบถามใน ส่วน ที่สอง วิเคราะห์ค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรสังเกตได้ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และ ความโด่ง เพื่อตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปร และประมาณค่าด้วยวิธี Maximum Likelihood โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับการทดสอบ โมเดลสมการ โครงสร้างที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิง

ประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง ที่สำคัญ เช่น ค่าไคสแควร์ องศาอิสระ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่ายกกำลังสอง (RMSEA) เป็นต้น และทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป LISREL เพื่อพิจารณาเส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ ในโมเดล

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ลูกค้าของกิจการไฮเปอร์มาร์ทส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60.5) มีอายุระหว่าง 26-30 ปี (ร้อยละ 38.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 39.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ 34.2) ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 40.5) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000-1,500 บาท (ร้อยละ 40.1) สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นของใช้ในครัวเรือน (ร้อยละ 45.3)

5.2 ผลการทดสอบโมเดลการวัด

โมเดลการวัด (Measurement Model) ประกอบด้วย 6 ตัวแปรแฝง และ 18 ตัวแปรสังเกตได้ พบว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2/df = 1.85$, CFI=0.96, RMSEA=0.045, SRMR=0.043) ค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของมาตรวัด (Construct Reliability) มากกว่า 0.60 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มากกว่า 0.50 แสดงว่าองค์ประกอบมีค่าความเชื่อมั่นสูง และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในองค์ประกอบได้ดี (Hair, et al., 2010) หรือสามารถกล่าวได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 18 ตัวแปร ที่นำมาใช้วัดตัวแปรแฝงในโมเดล มีความคงเส้นคงวา และความคลาดเคลื่อนอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

5.3 ผลการทดสอบโมเดลสมการ โครงสร้าง

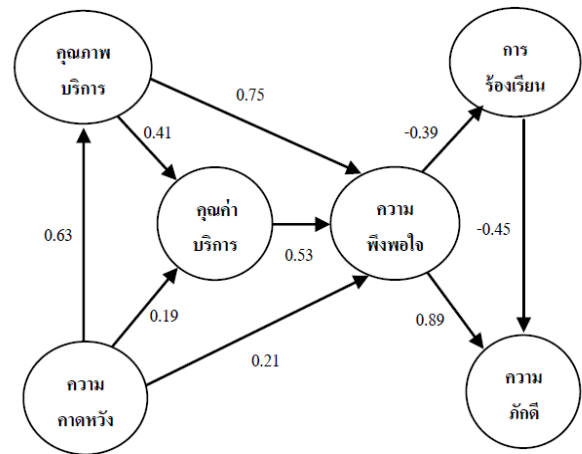
โมเดลสมการ โครงสร้าง (SEM Model) พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2/df = 1.91$, CFI=0.95, RMSEA=0.047, SRMR=0.045) โดยตัวแปรแฝงความพึงพอใจด้านราคามีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ 0.93 ($p < .001$) รองลงมา คือ คุณภาพบริการด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า และความภักดีด้านการซื้อหรือใช้บริการซ้ำ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.89 ($p < .001$) และ 0.74 ($p < .001$)

ผลการทดสอบสมมติฐานมีการยอมรับสมมติฐานทุกข้อ ดังตารางที่ 1 และรูปที่ 2 เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า ปัจจัยเชิงเหตุหรือปัจจัยนำที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด คือ คุณภาพบริการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.75 รองลงมาคือคุณค่าบริการ และความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.53 และ 0.21 ตามลำดับ ขณะที่ผลลัพธ์ของความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.89 และยังมีอิทธิพลเชิงลบต่อการร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.39

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	t	ยอมรับ/ปฏิเสธสมมติฐาน
H1	0.63***	7.83	ยอมรับ
H2	0.19**	3.18	ยอมรับ
H3	0.21**	3.19	ยอมรับ
H4	0.41***	0.52	ยอมรับ
H5	0.75***	10.20	ยอมรับ
H6	0.53***	6.48	ยอมรับ
H7	0.89***	13.55	ยอมรับ
H8	-0.39***	-3.93	ยอมรับ
H9	-0.45***	-3.96	ยอมรับ

*** $p < .001$, ** $p < .01$



รูปที่ 2 อิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝง

6. การอภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยเชิงเหตุหรือปัจจัยนำที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ พบว่า ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมาคือคุณค่าบริการ ซึ่งการรับรู้คุณภาพบริการและคุณค่าบริการดังกล่าว เป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริงอันเกิดขึ้นโดยผ่านประสบการณ์ของลูกค้า ผ่านกระบวนการรับรู้ การตีความการรับรู้ และการสรุปการรับรู้ (Perceptual Inference) หากคุณภาพบริการอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ (Zone of Tolerance) จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจตามมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chao, et al. (2010) และ Kassim & Abdullah (2010)

ขณะที่ความคาดหวังของลูกค้า สามารถมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยกรณีที่มีอิทธิพลทางอ้อมนั้น จะมีตัวแปรคุณภาพบริการและคุณค่าบริการเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) สามารถอภิปรายได้ว่า ก่อนการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังในด้านต่างๆ เช่น ความคาดหวังให้ผู้ขายสินค้ามีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค คาดหวังต่อการตอบสนองที่รวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีว่าด้วยการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของผู้บริโภค (Risk Avoidance)

โดยเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มของพฤติกรรมที่มีเหตุผล (Substantive Theories) (Schiffman & Kanuk, 2007) ที่อธิบายว่าความคาดหวังต่างๆ ของผู้บริโภค เป็นการป้องกันความเสี่ยงให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด และส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพบริการ และคุณค่าบริการที่ตนเองได้รับ หากกิจการไฮเปอร์มาร์ทสามารถตอบสนองสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ได้ หรือการที่กิจการพยายามลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้ากับประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับรู้จริงจากบริการให้ใกล้เคียงกันได้มากที่สุด ระดับการรับรู้คุณภาพบริการ และคุณค่าบริการก็จะสูงตามไปด้วย

สำหรับผลลัพธ์ของความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้า และมีอิทธิพลเชิงลบต่อการร้องเรียนของลูกค้า ซึ่งผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ Ghane, et al. (2011) และ Shpetim (2012) สามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เกิดจากการพิจารณาคุณภาพของสินค้าหรือบริการ หรืออาจเรียกว่าเป็นการพิจารณาประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product Performance) หากความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกัน หรือการรับรู้ผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ที่ดี จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งอาจยกระดับเป็นความชื่นชมยินดี (Delighted) ความไว้วางใจ (Trust) และความภักดี (Loyalty) ตามลำดับ โดยความพึงพอใจดังกล่าวทำให้ข้อร้องเรียนจากลูกค้าลดลง ขณะเดียวกันยังมีอิทธิพลต่อการซื้อหรือการใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของความภักดีของลูกค้า และยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไขในการปฏิบัติ (Instrument Conditioning or Operant Conditioning Theory) (Schiffman & Kanuk, 2007) ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าผลของความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการตอบสนองหรือ

การเสริมแรงเชิงบวกแก่ลูกค้า (Positive Reinforcement) เป็นการเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำของลูกค้า รวมถึงการแนะนำและบอกต่อจากลูกค้าไปยังบุคคลอื่นๆ

7. บทสรุป

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงเหตุหรือปัจจัยนำและผลลัพธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าในบริบทของกิจการไฮเปอร์มาร์ท ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้โมเดล TCSI มาเป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า ได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมาคือคุณค่าบริการ และความคาดหวังของลูกค้า ตามลำดับ ขณะที่ผลลัพธ์ของความพึงพอใจ คือ ระดับความภักดีของลูกค้าที่สูงขึ้น และข้อร้องเรียนที่ลดลง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าว สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) เพื่อยกระดับคุณภาพบริการให้สูงขึ้น พร้อมทั้งเชื่อมโยงไปยังความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไป ในข้อเสนอแนะของการนำผลการวิจัยไปใช้

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยซึ่งพบว่าปัจจัยเชิงเหตุหรือปัจจัยนำที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุดคือคุณภาพบริการ ดังนั้น ธุรกิจไฮเปอร์มาร์ทจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพบริการให้ครอบคลุมทั้ง 5 มิติ กล่าวคือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเที่ยงตรงของบริการ ความสามารถในการตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ตลอดจนการรู้จักหรือมีความเข้าใจในตัวลูกค้า ซึ่งอาจดำเนินการโดยผ่านโปรแกรมการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในรูปแบบต่างๆ เพื่อรับรู้ข้อมูลหรือความต้องการของลูกค้า ขณะเดียวกันอาจนำข้อมูลจากพฤติกรรมการใช้จ่ายของลูกค้า ซึ่งบันทึกไว้ผ่านบัตรสมาชิก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพราะการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้น ขณะเดียวกันธุรกิจไฮเปอร์มาร์ทควรเพิ่มช่องทางและบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรงกับการจัดการข้อร้องเรียนจากลูกค้า มีการติดตามและประเมินผลการจัดการข้อร้องเรียนต่างๆ อย่างใกล้ชิด เพราะระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงขึ้นและการร้องเรียนที่ลดลงดังกล่าว จะส่งผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า ที่มีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นๆ ถึงคุณภาพบริการ และการกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งต่อไป อาจมีการทดสอบโครงสร้างกลุ่มพหุ (Multiple Group) เพื่อพิจารณาความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล โดยแยกทดสอบระหว่างกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน เพื่อการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) และจะได้กำหนดกลยุทธ์ด้านการสร้างความพึงพอใจที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ อาจนำโมเดลสมการโครงสร้างนี้ไปทดสอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทของธุรกิจบริการประเภทอื่นๆ

9. เอกสารอ้างอิง

[1] คมวุฒิ อัญญชานกร. (2555). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออนไลน์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- [2] ทศพล ระเบิดังศ์. (2552). Customer and market focus: วัตถุประสงค์จากมุมมองของลูกค้า. *Productivity World*. 14(1), 48-52.
- [3] Auh, S., & Johnson, M. D. (2005). Compatibility effects in evaluations of satisfaction and loyalty. *Journal of Economics Psychology*. 26(1), 35-57.
- [4] Beerli, A., Martin, J. D., & Quintana, A. (2004). A model of customer loyalty in the retail banking market. *European Journal of Marketing*. 38(1), 253-275.
- [5] Chao, Y., Lee, G. Y., & Ho, Y. C. (2010). Customer loyalty in virtual environments: An empirical study in e-bank. *Advance in Computational Science*. 1148(2), 497-500.
- [6] El-Garaihy, W. H., Mobarak, A. M., & Albahussain, S. A. (2014). Measuring the impact of corporate social responsibility practices on competitive advantage: A mediation role of reputation and customer satisfaction. *International Journal of Business and Management*. 9(5), 109-124.
- [7] Gerpott, T.J., Rams, W., & Schindler, A. (2001). Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German mobile cellular telecommunications market. *Telecommun Policy*, 25(4), 249-269.
- [8] Grane, S., Fathian, M., & Gholamian, M. R. (2011). Full relationship among e-satisfaction, e-trust, e-service quality, and e-loyalty: The case of Iran e-banking. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 33(1), 1-6.

- [9] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [10] Jackson, D. L. (2003). Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the N: q hypothesis. *Structural Equation Modeling*. 10(1), 128-141.
- [11] Kassim, N., & Abdullah, N. A. (2010). The effect of perceived service quality dimensions on customer satisfaction, trust, and loyalty in e-commerce settings: A cross cultural analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 22(3), 351-371.
- [12] Lam, S. Y., Shanker, V., Erramili, M. K., & Musthy, B. (2004). Customer value, satisfaction, loyalty, and switching costs: An illustration from business-to-business service context. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 32(3), 293-311.
- [13] Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- [14] Shpetim, C. (2012). Exploring the relationships among service quality, satisfaction, trust and store loyalty among retail customers. *Journal of Competitiveness*. 4(4), 16-35.
- [15] Yu, C.M., Wu, L.Y., Chiao, Y.C., & Tai, H.S. (2005). Perceived quality, customer satisfaction, and customer loyalty: The case of Lexus in Taiwan. *Total Quality Management*. 16(6), 707-719.

“ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขต อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ”

“Market factors in the decision to rent an apartment of the consumer in Bang Phli District Samut Prakan”

จุฑามาศ เขียวนิล¹ และ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ²

¹นักศึกษาลูกศรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, chutamasoommee@gmail.com

²อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, somyos.av@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ” จำนวน 400 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วยวิธี t-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัวต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ: อพาร์ทเมนท์, ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

This research was aimed to study “The Customers’ Decision Making on Renting the Apartment in Bang Phli District, Samut Prakan Province.” The data was collected from 400 samples, selected through Convenience Sampling by using the questionnaire. The statistics..... (see in article).

The result of the study were as follows : the differences in gender, age, marital status, education level, occupation, and monthly family income had affected on the differences of customers' decision making on renting the apartment in Bang Phli District, Samut Prakan Province which was based as the assumption.

KEYWORDS: Apartment: Marketing Mix

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปัจจุบัน ความต้องการที่อยู่อาศัยในเมืองหลวง หรือ แหล่งชุมชน อุตสาหกรรม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรในประเทศ ประกอบกับราคาที่ดินที่สูงมากทำให้แนวโน้มของการพัฒนาที่อยู่อาศัยทั้งประเทศเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นลักษณะของบ้านจัดสรร หรือบ้านเดี่ยว กลายเป็นที่พักอาศัย แบบอาคารชุด

จึงส่งผลให้นักธุรกิจในภาคเอกชนหันมาสนใจลงทุนด้านที่อยู่อาศัย และด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์มากขึ้น โดยเฉพาะการลงทุนในโครงการอพาร์ทเมนต์ให้เข้าย่านใจกลางเมืองหรือในย่านชุมชนที่ใกล้แหล่งที่ทำงาน และย่านธุรกิจหรืออุตสาหกรรม เพื่อรองรับความต้องการด้านที่พักอาศัยของผู้ที่มีรายได้น้อยและปานกลางที่ต้องการที่อยู่อาศัยใกล้แหล่งงาน เพื่อความประหยัดและสะดวกในการเดินทาง (ศักดิ์ทวี จิตไพศาลวัฒนา, 2554,1)

จะเห็นได้ว่า สถานการณ์ตลาดอพาร์ทเมนต์ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง และในบางพื้นที่ผู้ประกอบการอพาร์ทเมนต์เริ่มเผชิญกับปัญหาในเรื่องของจำนวนห้องเช่าที่มีจำนวนสูงกว่าความต้องการเช่า สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเกิดใหม่ของจำนวนอพาร์ทเมนต์ที่เข้ามาสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในช่วงที่ผ่านมา มีโครงการคอนโดมิเนียมเกิดใหม่เป็นจำนวนมาก ที่มุ่งใจให้ผู้เช่าหันมาซื้อที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง และส่วนหนึ่งได้ถูกนำมาปล่อยเช่าในตลาดทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มลูกค้าเกิดขึ้น

ผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจอพาร์ทเมนต์ ควรทำการศึกษาดูตลาดเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการต้องหาจุดเด่นที่ผู้เช่าต้องการแต่คู่แข่ง

ไม่มีมาใช้ในการจูงใจ เช่น รูปแบบของอพาร์ทเมนต์ที่มีความเป็นส่วนตัว การออกแบบห้องพักที่แตกต่างจากห้องพักรธรรมดา เช่น สีสดดูสดใส สามารถใช้พื้นที่ใช้สอยได้อย่างคุ้มค่า เป็นต้น

แหล่งที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

http://www.ksmeccare.com/News_Popup.aspx?ID=9705

ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ของผู้บริโภคในเขต อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จะช่วยให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ และยังสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาอาคารสถานที่เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้บริหาร ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนด้านการตลาด เพื่อให้บริหารโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

อพาร์ทเมนต์ หมายถึง อาคารพักอาศัยเพื่อเช่า ที่มีลักษณะเป็นตึกสูงไม่เกิน 5 ชั้นประกอบด้วยห้องย่อยตั้งแต่ 2 ห้องขึ้นไป ซึ่งแบ่งเป็นห้องอยู่อาศัยจำนวนหลายห้องแล้วแต่ขนาด อาศัยอยู่กันหลายครอบครัวมีทางเข้าออก ทางขึ้นลงทางเดินและส่วนอื่นๆ ร่วมกัน ส่วนมากเป็นอาคารชุดระดับล่าง ส่วนใหญ่คิดค่าเช่าในลักษณะรายเดือน

การเช่า หมายถึง การที่ผู้ให้เช่าตกลงให้ผู้เช่าได้รับประโยชน์จากทรัพย์สินอย่างใดอย่างหนึ่ง ชั่ว

ระยะเวลาอันมีจำกัด โดยผู้เช่าตกลงจะให้ค่าเช่าตอบแทนในการที่ตนได้รับประโยชน์จากทรัพย์สินที่เช่า

ด้านลักษณะห้องพัก หมายถึง มีการจัดสรรพื้นที่ของห้องพักให้สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างคุ้มค่า รูปแบบของอพาร์ทเมนท์ที่มีความเป็นส่วนตัว การออกแบบห้องพักที่แตกต่างจากห้องพักธรรมดา เช่น สีสีนคู่สดใส มีความเป็นส่วนตัว มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้ เตียง เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น เคเบิลทีวี เป็นต้น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

ด้านราคา หมายถึง ราคาของค่าเช่ามีความเหมาะสมกับห้องพักของอพาร์ทเมนท์หรือไม่ เมื่อเทียบกับคุณภาพ การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่อพาร์ทเมนท์มีให้

ด้านทำเลที่ตั้ง หมายถึง สถานที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์ รวมถึงทำเล เส้นทางคมนาคมที่สะดวกในการเดินทางเข้าออกหรือไปยังสถานที่ที่ไปสม่ำเสมอความสะดวกในการติดต่อสื่อสารทั้งด้านข้อมูลและเสียง (อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์)

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจมาใช้บริการของอพาร์ทเมนท์ ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า

ด้านการบริการ หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการในด้านต่างๆ ในที่นี้ หมายถึง วิธีการในการให้บริการด้านการเสนอบริการ ขณะบริการ และหลังจากรับบริการของผู้บริโภค ทั้งในด้านความถูกต้อง รวดเร็ว ได้มาตรฐาน

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ หมายถึง เจ้าหน้าที่พนักงาน และเจ้าของมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเป็นอย่างดี มีความจริงใจ แนะนำข้อมูลต่างๆ มีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำไปใช้วางแผนทางการตลาด
2. เพื่อนำไปใช้วางกลยุทธ์ทางการตลาด
3. เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไข และ พัฒนาการดำเนินงานทางการตลาด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล
1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. การศึกษา
5. อาชีพ
6. รายได้

ตัวแปรตาม

ปัจจัยด้านการตลาด ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์
- ลักษณะของห้องพัก
- สถานที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์
- ราคาเช่าของอพาร์ทเมนท์
- บุคลากรผู้ให้บริการ
- การส่งเสริมการตลาด
- ลักษณะทางกายภาพการบริการ
- ด้านกระบวนการการให้บริการ

รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

สมมติฐานของการวิจัย

ผู้บริโภคในเขต อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีเพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, และรายได้ครอบครัวต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์แตกต่างกัน

วิธีการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั่วไป ที่ปัจจุบันเช่าอาศัยอพาร์ทเมนท์อยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่ม

ผู้บริโภคนั้น ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด 2558: 185-186) ได้กลุ่มตัวอย่าง 384.16 คน โดยใช้ช่วงความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จึงได้ใช้สมการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากร

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั่วไป ที่ปัจจุบันเช่าอพาร์ทเมนต์อยู่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546: 6) ด้วยการใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenience sampling) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (อีก 5% คือค่าความคลาดเคลื่อนที่ได้รับ) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ครอบครัวต่อเดือน มีลักษณะให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านลักษณะห้องพัก (product) ด้านสถานที่ตั้งของอพาร์ทเมนต์ (place) ด้านราคาเช่าของอพาร์ทเมนต์ (price) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (people) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ (physical evidence) ด้านกระบวนการการให้บริการ (process) ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่นๆ ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยในส่วนนี้ได้แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญไว้ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

เกณฑ์การประเมินผลเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) มีน้ำหนักระดับความสำคัญของคะแนน 5 ระดับ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548 : 77)

ค่าเฉลี่ย	4.51-5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51-2.50	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.50	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเพศหญิง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีสถานภาพสมรสและพักอาศัยอยู่ด้วยกัน จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม

ตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 196คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอาชีพอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5

2.ปัจจัยด้านการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ของผู้บริ โภค ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้บริ โภคตัดสินใจเลือกเช่าอันดับแรกได้แก่ ด้านราคาเช่าต่อห้องพักมีความเหมาะสม มีการคิดค่าสาธารณูปโภคในอัตราที่เหมาะสม รองลงมาคือด้านด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย อันดับสาม คือ ด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร มีที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนห้องพัก อันดับสี่ คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ การบริการ มีการทำงานอย่างเป็นระบบ อันดับห้า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการลดราคาห้องพักเมื่อมีการเหม่าจ่าย มีบริการเคเบิลทีวีฟรี อันดับหก คือ ด้านกระบวนการการให้บริการ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของอพาร์ทเมนท์มีความน่าเชื่อถือ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะของอพาร์ทเมนท์ ที่ห้องพักแยกชาย/หญิง เพราะกลุ่มผู้บริ โภคส่วนมากมีสถานภาพสมรส และพักอาศัยอยู่ด้วยกัน

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยด้านการตลาด ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านการตลาด		\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1	ด้านลักษณะของห้องพัก	3.85	.513	มาก
2	ด้านสถานที่ตั้งของอพาร์ทเมนท์	4.30	.500	มาก
3	ด้านราคาเช่าของอพาร์ทเมนท์	4.61	.489	มากที่สุด
4	ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	4.57	.537	มากที่สุด
5	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.27	.567	มาก
6	ด้านลักษณะทางกายภาพการบริการ	4.28	.518	มาก
7	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.93	.426	มาก
รวม		4.26	.384	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมาคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านลักษณะของห้องพัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

3.การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ครอบครัวยุคต่อเดือน ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ของผู้บริโภคนในเขต อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันจิรา ตั้งทรงเจริญ ศรีบุญญา ตั้งทรงเจริญ และวรรณธิดา ยิ้มแย้ม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ ในเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเช่า

อพาร์ทเมนท์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่มีระดับรายได้สูง มักจะได้รับการยกย่องจาก คนทั่วไป ส่งผลให้การเลือกใช้สินค้าและบริการ มีคุณภาพสูงตามไปด้วย

สถานภาพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลิกแตกต่างกัน เนื่องจากคนที่มีสถานภาพโสด การตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการ จะนึกถึงตัวเองเป็นหลัก ในขณะที่คนที่มีสถานภาพสมรส จะต้องนำครอบครัว มาเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจ

การอภิปรายผล

ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนท์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเช่าห้องพักมีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณา เตชะอาณาจักรกุล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อธุรกิจอพาร์ทเมนท์ให้เช่าในพื้นที่คลองขวาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี ได้ให้ความสำคัญด้านราคาเช่าห้องพัก เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด

ด้านการบริการ ที่มีการทำงานอย่างเป็นระบบ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีการส่งเสริมการตลาด การลดราคา ห้องพักเมื่อมีการเหม่าง่าย มีบริการเคเบิลทีวีฟรี ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุษา สุขวิบูลย์ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนท์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการผู้เช่าอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความต้องการให้ผู้ประกอบการ ปรับปรุงสภาพแวดล้อม ระบบรักษาความปลอดภัย สวัสดิการ การแจ้งข่าวสารต่างๆ ปรับลดค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ลดค่ามัดจำล่วงหน้า การเพิ่มที่จอดรถ และการพิจารณาเลือกผู้เช่าพักอาศัยเป็นสำคัญ

ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร ที่ตั้งอพาร์ทเมนท์ อยู่ใกล้ที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ก้องกาญจน ฉันทปริดา (2544) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่เช่าพักอาศัยในโครงการสราสิณีแมนชั่น ผลการศึกษา พบว่า ผู้เช่าพักอาศัยส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการที่อยู่ใกล้ที่ทำงาน หรือ สถานศึกษามากที่สุด

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า อพาร์ทเมนท์หลายแห่งมีทำเลที่ตั้งที่ค่อนข้างอยู่ในตรอกซอย ผู้ที่ไม่มียานพาหนะส่วนตัว เข้า-ออกลำบาก และอันตราย ควรจัดให้มีกล้องวงจรปิดตลอดทาง เข้า-ออก และจัดให้มีรถประจำทาง หรือวินมอเตอร์ไซค์รับจ้างเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค

2. ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ผู้บริโภค มีความเห็นว่าบุคลากรที่ให้บริการ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับอพาร์ทเมนท์ อพาร์ทเมนท์หลายแห่งมีการบริหารงานอย่างไม่เป็นระบบ ทำให้การบริการล่าช้า ไม่ชัดเจน

3. ด้านการบริการ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า อพาร์ทเมนต์ให้เช่าหลายแห่ง ไม่มีช่างผู้ชำนาญการประจำอพาร์ทเมนต์ เวลาเกิดปัญหา ต้องโทรตามช่างจากข้างนอก ก่อให้เกิดความล่าช้าในการแก้ปัญหา ผู้ประกอบการควรจะแก้ไขในจุดนี้

4. ด้านราคา ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ค่าน้ำค่าไฟของทางอพาร์ทเมนต์ ส่วนมากมีการคิดราคาเกินจริงจากที่ทางรัฐบาลเรียกเก็บ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาผู้บริโภคให้ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคอำเภออื่นๆ ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

2. ควรทำการศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้เช่าอพาร์ทเมนต์ เพื่อนำผลวิจัยมาช่วยวางแผนปรับปรุง และพัฒนา กลยุทธ์ทางการตลาด

3. ควรศึกษา ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ได้อ้างอิง ตลอดจนผู้วิจัยและนักวิชาการทุกท่าน ที่ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของท่านมาอ้างอิงถึงผลงาน การวิจัยในรายงานวิจัยเล่มนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูล ตลอดจนทราบแนวทางในการศึกษาวิจัย จนวิจัยเล่มนี้ได้สำเร็จ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนตรวจสอบ และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในวิจัยเล่มนี้ และผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ให้การสนับสนุนให้งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องกับทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยเหลือ ทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] กฤษฎา เตชะอาภากรณ์กุล (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ที่มีผลต่อธุรกิจอพาร์ทเมนต์ให้เช่าในพื้นที่คลองขวาง
- [2] จันจิรา ตั้งทรงเจริญ ศรีธัญญา ตั้งทรงเจริญ และวรรณธิดา ยิ้มแย้ม (2557) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าอพาร์ทเมนต์ ในเขตมีนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- [3] นิรุช ปิณฑะรุจิ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง อุปสงค์สำหรับอพาร์ทเมนต์ ให้เช่าในเขต บางพลี กรุงเทพมหานคร
- [4] ปิติ โชติสุกานต (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของชาวต่างชาติในการเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ในประเทศไทย เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- [5] รัตติกาลกา เหน็ดศรี (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร
- [6] มุฮัมมีน บาเหะ และวิไลลักษณ์ รัตนเพียร ชัมมะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ ของผู้บริโภค ในเขตเมือง จังหวัดยะลา: 6.
- [7] อภิขญา โดประพันธ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดเลือกและความพึงพอใจต่อหอพัก 40 ปีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [8] อรุยา สุขวิบูลย์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่า อพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

Market factors affecting the decision to purchase products and services through the online store.in Muang Lamphun.

ปทุมวัลย์ เตโช และ สตราณินิตย์ เล็กสุทธิ

คณะบริหารธุรกิจสาขาวิชาการจัดการ ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรีวิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ
จังหวัดลำพูน

Beebee666@windowslive.com¹Tacho_31@hotmail²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือในการศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า 1) ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 2) ข้อมูลด้านปัจจัยพฤติกรรมส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เลือกสถานที่ใช้บริการออนไลน์เป็นบ้านพักส่วนตัว ความถี่ในการใช้บริการออนไลน์มากกว่า 4 สัปดาห์ต่อครั้ง ระยะเวลาในการใช้บริการออนไลน์ 1-3 ชั่วโมง ช่วงเวลาในการใช้บริการออนไลน์เวลา 18.01-21.00 น. การเลือกซื้อประเภทของสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์มากที่สุดคือ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่ม และเครือข่ายที่เลือกใช้บริการในการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์น้อยที่สุดคือ Facebook 3) ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าภาพรวมของระดับการตัดสินใจเลือกบริการซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์ของประชากรใน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์($\bar{X} = 4.13$)รองลงมาคือ ด้านราคา($\bar{X} = 4.00$) ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.99$)ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ($\bar{X} = 3.89$)และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการ($\bar{X} = 3.70$) 4) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์

Abstract

This study aimed to identify individual factors. Personal behavior and marketing mix factors that influence service selection of shopping online shop in Muang Lamphun. The sample in this research is that the population in the district, Lamphun 400 acquired by sampling. Query tool is descriptive statistics. The statistics used to analyze the standard deviation percentage one-way ANOVA (One Way ANOVA) results showed that: 1) The personal data of the sample. Most are female aged between 25-34 years, with employees / employee organizations. The average income per month 10,001-15,000 baht. 2) Information on the personal behavior of the sample. Found that most choose to use the online service as a private residence. The frequency of use of the online service over the last four weeks. Time to take a 1-3 hour period of online service online at 18.01-21.00. The most favorite selection of product through an online store is costume. Food and drink and networks choose to shop online most frequently by Facebook. 3) Information on the marketing mix. Found that the overall level of the decision to purchase the service online population in Muang Lamphun at a high level (\bar{X} = 3.94) and considering that aspect. Each factor appeared with the highest mean score: The product (\bar{X} = 4.13), followed by price (\bar{X} = 4.00), the distribution (\bar{X} = 3.99) for security and reliability (\bar{X} = 3.89) and the average low. It is most at marketing and services promotion (\bar{X} = 3.70). 4) The hypothesis testing found that personal factors affect the choice of products available to buy online: Product, price, distribution channel, marketing and services promotion, security and reliability different significance at 0.05

Keywords: Purchasing decision through the online store.

1. ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

สังคมปัจจุบัน มีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เพราะสภาพแวดล้อมของชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาวิธีการดำรงชีวิตก็ต้องเปลี่ยนไปตามสภาพใหม่ที่เกิดขึ้น การดำรงชีวิตของคน ที่พึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญอย่างมาก และเติบโตอย่างรวดเร็วมาก โดยเฉพาะ เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงติดต่อสื่อสารข้อมูลไปได้ทั่วโลกเป็นสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่มีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง และข้อความ ผ่านเครื่องมือที่รองรับอินเทอร์เน็ตทำให้ประชากรมีแนวโน้มหันมาใช้เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่ออัตราการเจริญเติบโตของการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์กรภาคเอกชน บริษัทห้างร้าน สถาบันการศึกษา มองเห็นความสำคัญและประโยชน์

จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ในภาคการศึกษา ก็มีการใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้ออนไลน์สังคมโลกมีการพัฒนาไปสู่การขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ เพื่อเป็นการขายตรงสู่ผู้บริโภค เพราะไม่ต้องลงทุนด้านอาคารสถานที่ เพียงแค่มีระบบจัดจำหน่ายสินค้าระบบรับชำระเงินออนไลน์และการจัดส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อปลายทางอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนวิธีการดำรงชีวิตของทุกคนไม่ว่าจะเป็นวิธีศึกษาหาความรู้ วิธีการติดต่อสื่อสาร หรือวิธีการทำมาค้าขายจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยี และระบบเครือข่ายสัญญาณต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จึงเกิดการนำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ โดยข้อเด่นชัดของธุรกิจรูปแบบนี้ คือ สามารถลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร จึงช่วยลดข้อจำกัดด้านระยะทาง ด้านเวลา และด้านต้นทุนในการทำ

ธุรกรรมลงได้อย่างมาก รวมถึงสินค้ามีราคาต่ำกว่า
ท้องตลาดด้วย

ปัจจุบันสังคมไทย มีแนวโน้มซื้อของผ่านทาง
ร้านค้าออนไลน์กันมากขึ้น การชำระเงินค่าสินค้าผ่าน
ทางอินเทอร์เน็ตด้วยบัตรเครดิต หรือระบบ
Telebanking ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การขายสินค้า
สามารถจะกระทำได้ทั้งระบบ ออฟไลน์และ ออนไลน์
กระแสการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น
รวมถึงผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในจังหวัดลำพูนมี
สินค้าต่างๆที่ทำการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ เช่น
สินค้าอุปโภค บริโภค สินค้าโอท็อปสินค้าที่มี
นวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีการประดิษฐ์ขึ้นเอง รวมทั้งสินค้า
ชนิดอื่นอีกเป็นจำนวนมาก โดยมีการจำหน่ายสินค้า
ผ่านทางระบบออนไลน์ที่เป็น Social network เช่น
Facebook, Line, IG (Instagram), Twitter, Youtube,
Google และผ่านทาง Application ของผู้ประกอบการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ
ของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและ
บริการผ่านทางร้านค้าออนไลน์ของประชากร อำเภอ
เมือง จังหวัดลำพูนเพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยมาใช้ในการ
วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการขายสินค้า
ของผู้ประกอบการในจังหวัดลำพูนเพื่อช่วยให้
ผู้ประกอบการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการทำตลาด และ
เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขัน

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการ
เลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่อ
การเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้า
ออนไลน์ของในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

สมมติฐานการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อการ
เลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์แตกต่าง
กัน
- 2) ปัจจัยพฤติกรรมส่วนบุคคลแตกต่างกัน มี
ผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์
แตกต่างกัน
- 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่าง
กัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้า
ออนไลน์แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ
การให้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ของ
ผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 2) ทำให้ทราบพฤติกรรมส่วนบุคคลที่มีผลต่อ
การให้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ของ
ผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 3) ทำให้ทราบปัจจัยด้านส่วนประสมทาง
การตลาด ที่มีผลต่อการให้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้า
ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 4) ทำให้ทราบข้อมูลที่สามารถนำมาปรับกล
ยุทธ์ทางการตลาด สำหรับผู้ที่ประกอบกิจการ
ค้าขายทางร้านค้าออนไลน์ได้

2.แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการ
ค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและบริโภค
เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการซื้อและการใช้ของ
ผู้บริโภค คำถามที่จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์ทาง
การตลาดได้ และสามารถตอบสนองความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม มีดังนี้1) มีใครอยู่ใน
ตลาดเป้าหมาย2) ผู้บริโภคซื้อ3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

- 4) ใครมีส่วนร่วมในการ 5) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร
6) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด 7) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

2.2 ทฤษฎีกล่องดำ

กล่องดำ หรือความรู้ที่นึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้ที่นึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้ที่นึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้ที่นึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.3 ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 6Ps ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product): P1 คือ ผลิตภัณฑ์สินค้า หรือบริการ โดยพิจารณาจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2) ราคา (Price) : P2 คือ ราคา ความเหมาะสมของราคา กับคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) : P3 คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งจะพิจารณาจากความสะดวกและปริมาณของลูกค้า

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion): P4 คือ การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขาย ที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า

5) กระบวนการ (Process) : P5 คือ กระบวนการให้บริการ กระบวนการในการจัดการด้านการบริการ ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า

6) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) : P6 คือ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การจราจรต้องสุภาพอ่อนโยนและ

การให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส. (2548) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit Model) โดยวิธีการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) และวิธี Marginal Effects ผลจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีเพียง 9 ปัจจัยดังต่อไปนี้คือ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการประเภทของสินค้าและบริการที่ซื้อขาย ระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตวิธีการชำระเงินหน่วยงานในการรับส่งสินค้า การให้บริการตอบคำถามแก่ลูกค้าของเว็บไซต์สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตและช่วงระยะเวลาในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ทัศนทิมา เชื้อเขียว. (2550) ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 รายการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยจากศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลามากกว่า 6 ปี ปัจจุบันใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed) สินค้าจำเป็นต้องได้เลือกซื้อสินค้าและบริการผ่าน

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือความสะดวกในการซื้อ เพราะมีบริการตลอด 24 ชั่วโมงสำหรับวัตถุประสงค์อื่นนอกจากการซื้อและบริการคือเพื่อการติดต่อสื่อสาร (เช่นการรับอีเมลล์ส่งข้อความหรือแชท ฯลฯ) โอกาสในการซื้อคือซื้อไม่จำกัดโอกาสซื้อสินค้าและบริการจำนวน 1-3 ครั้งภายใน 1 ปีข้อมูลที่ทราบเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทราบจากเว็บไซต์ค้นหา (Search Engines) เช่น www.google.co.th และการชำระเงินจากการซื้อสินค้าและบริการผ่านบัตรเครดิตจากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการใช้อินเตอร์เน็ตเลือกซื้อสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านสินค้าและด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสินค้า

ศิริเพ็ญ มโนศิลป์กร. (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศและระดับการศึกษา และเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านพฤติกรรมศาสตร์จำแนกตามสถานะของผู้ซื้อที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น ปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือสินค้าและบริการที่คุณสมบัติตรงตามความต้องการ ปัจจัยด้านราคาคือราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือเว็บไซต์ที่ให้บริการมีรูปภาพและการนำเสนอที่น่าสนใจและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือเว็บไซต์ผู้ประกอบการมีการรับประกันสินค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินงานวิจัย

วิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาและการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสำรวจ ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าสถิติ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ของปัจจัยที่ทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้ที่เลือกใช้บริการซื้อสินค้าร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนเนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ลักษณะแบบปลายเปิดและปลายปิด

แบบสอบถามเบื้องต้นประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์ ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติมาทำการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่กำหนด ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน t-test และ One - Way ANOVA

4. สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย จำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.25 จำแนกตามอายุมีระดับอายุอยู่ในช่วง ตั้งแต่ 25-34 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40 จำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.75 จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28.00 จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.75 จำแนกตามสถานภาพพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.75

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมส่วนบุคคล การจำแนกตามสถานที่ใช้บริการออนไลน์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ใช้บริการออนไลน์บ้านพักส่วนตัวมากที่สุดคิด

เป็นร้อยละ 55.00 จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการออนไลน์พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการออนไลน์มากกว่า 4 สัปดาห์ ต่อครั้งมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.25 การจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการออนไลน์พบว่า ใช้ระยะเวลา 1-3 ชั่วโมงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.00 จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 18:01-21:00 น. มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.25 การจำแนกตามการเลือกซื้อประเภทของสินค้าส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.50 จำแนกตามเครือข่ายที่เลือกใช้บริการพบว่า ส่วนใหญ่มีการเลือกใช้บริการ Facebook มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 62.75

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ของประชากรในเขต อำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ทั้ง 5 ด้าน พบว่าภาพรวมระดับการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.94$) และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.13$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.00$) ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.99$) ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 3.89$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการ ($\bar{x} = 3.70$) แสดงในตาราง

	ระดับการตัดสินใจ	
--	------------------	--

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
---------------------------	-----------	------	----------

1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	0.76	มาก
2. ด้านราคา	4.00	0.92	มาก
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.99	0.87	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการ	3.70	1.10	มาก
5. ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ	3.89	0.86	มาก
รวม	3.94	0.90	มาก

ตารางที่ 1 สรุปค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์ในภาพรวมแต่ละด้าน

5. อภิปรายผล

1. ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลพบว่าปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลประกอบด้วยอาชีพ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนแตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลต่างกันให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ จึงแตกต่างกัน

2. ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยพฤติกรรมส่วนบุคคลพบว่าปัจจัยพฤติกรรมส่วนบุคคลประกอบด้วยสถานที่ใช้บริการออนไลน์ ความถี่ในการใช้บริการออนไลน์ และระยะเวลาใน

การใช้บริการออนไลน์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการใช้บริการซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์ ของประชากรในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนแตกต่างกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการมีปัจจัยพฤติกรรมส่วนบุคคลต่างกันให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาด้านการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ จึงแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัยของ จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส (2548) ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและบริการและที่ซื้อขายระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต

3. ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสินค้าทางร้านค้าออนไลน์มีความหลากหลาย รวมทั้งมีความแปลกใหม่และความทันสมัยของสินค้าจึงทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์

4. ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนด้านราคาอยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์สามารถเปรียบเทียบราคาสินค้ากับผู้ขายรายอื่นได้ง่าย เนื่องจากมีการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ชัดเจน รวมทั้งราคาสินค้าถูกกว่าท้องตลาดภายนอกทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์

5. ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางระบบร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์มีความสะดวกและรวดเร็วในการเลือกซื้อสินค้า และสามารถเข้าถึงการให้บริการได้หลากหลายช่องทาง ดังนั้นความสะดวกสบายในการรับบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์

6. ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การชำระค่าสินค้าทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว มีการลดราคาสินค้า และ โปรโมชันต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์

7. ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางระบบร้านค้าออนไลน์ เขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสามารถติดต่อกับผู้ขายได้ง่าย สะดวกตลอดเวลา มีหลากหลายช่องทางในการติดต่อ ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเข้าถึงการบริการได้หลากหลายช่องทางอีกด้วย อีกทั้งเครือข่ายออนไลน์มีการอัพเดทข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้บริโภคสามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้า

ทางร้านค้าออนไลน์ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าทางร้านค้าออนไลน์ ควรปรับปรุงด้านบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดความแปลกใหม่และทันสมัยของสินค้า เพื่อเป็นการจูงใจให้กับผู้บริโภคประทับใจและซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นเช่นออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามเทศกาลต่างๆและด้านรายละเอียดของสินค้า ควรเพิ่มข้อมูล รายละเอียดของสินค้าให้ชัดเจน ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

2. ด้านราคาควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับปริมาณ และคุณภาพมาตรฐานของสินค้าสำหรับกรณีการตั้งราคาเพื่อจูงใจในการซื้อเพื่อเพิ่มยอดขายหรือต้องการให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำทางร้านควรจัดช่วงลดราคาเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้า

3. ด้านการจัดจำหน่ายควรมีการสร้างมั่นใจในการจัดส่งสินค้าที่มีความปลอดภัยให้กับลูกค้า เพื่อลูกค้าจะได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เช่น ส่งสินค้าแบบลงทะเบียน รวมทั้งสร้างความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่ายให้สามารถบริการผู้บริโภคได้หลายช่องทาง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดและการบริการทางร้านควรมีการปรับปรุงในเรื่องการบริการหลังการขาย ได้แก่ การรับประกันสินค้าเมื่อเกิดการเสียหาย สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าได้ ส่วนด้านการชำระเงินควรจัดให้สามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น การโอนเงินผ่านทางธนาคาร การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ในระบบ E-Commerce การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส และการชำระเงินปลายทาง

5. ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือทางร้านควรมีการปรับปรุงในส่วนขึ้นทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขึ้นทะเบียนกับธนาคารหรือสถาบันทางการเงินสร้างความมั่นใจในระบบความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านเครือข่ายออนไลน์ และควรมีการอัปเดตข้อมูลให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภค

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์เท่านั้น ดังนั้นจึงควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์เพิ่มเติม เพื่อศึกษาถึงสาเหตุของการไม่ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางที่จะสามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้มากขึ้น

2. ควรทำการศึกษาปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบจากการใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงจากการใช้บริการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงการให้บริการซื้อสินค้าทางระบบออนไลน์

3. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เท่านั้นจึงอาจทำให้ผลการศึกษานี้ไม่สามารถสื่อความหมาย หรือความน่าเชื่อถือของข้อมูลในด้านระดับการศึกษากับระดับการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าทางร้านค้าออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มข้อมูล

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงลงโดยการสนับสนุนจากทุนสนับสนุนการวิจัย ภายใต้นโยบายส่งเสริมการทำวิจัยของอาจารย์ มหาวิทยาลัยธนบุรี ขอขอบคุณ ดร.ฟ้าวิกร อินลวง ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาการวิจัย ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทำให้สามารถพัฒนางานวิจัยเพื่อเกิดการสร้างสรรค์งานนี้ได้

8. เอกสารอ้างอิง

- [1]กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558, สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, ค้นเมื่อวันที่ 09 ธันวาคม 2558 จาก <http://www.it24hrs.com/2015/etda-survey-e-commerce-2558/>.
- [2]จิราภรณ์ เลิศจิระจรัส, 2548, ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่, วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชา เศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- [3]ชนนิกานต์จตุลมกร, 2555, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี, คณะวิทยาศาสตร์ วิทยาศาสตร์บัณฑิต ภาควิชาคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2558
- [4]เฉชา ล้วนโค, 2544, ทักษะคตินของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่มีต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต, วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการ
บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คันเมื่อ
วันที่ 12 ธันวาคม 2558

[5] ทัดtima เชื้อเขียว, 2550, พฤติกรรมในการซื้อ

สินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัด

เชียงใหม่, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คันเมื่อวันที่ 12

ธันวาคม 2558

[6] บทความไอที 24 ชั่วโมง, 2558, สถิติพฤติกรรม

การซื้อสินค้าออนไลน์, คันเมื่อวันที่ 11

ธันวาคม 2558 จาก

<http://www.it24hrs.com/2015/thailand-internet-user-profile-2015-2558/>.

[7] บริษัท อีสานคอตคอม จำกัด, 2558, การ

ประชาสัมพันธ์โฆษณาสินค้าและบริการ, คัน

เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2558 จาก

www.esarn.com/มารู้จักกับ-online-offline-marketing.

[8] นุชบา มาลาศรี, 2544, พฤติกรรมการบริโภคผ่าน

ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย,

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต

ศาสตราจารย์สาขาเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คัน

เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2558

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภค

ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Factors related to the eco-car purchase decisions of consumers, Lat Krabang District, Bangkok

ดร.นเรศ ล้วนไพรินทร์

คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

E-mail : noonbeeg12@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Window ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบสมมุติฐานใช้สถิติการทดสอบของChi-Square และการทดสอบหาขนาดความสัมพันธ์ด้วยสถิติCramer’s V และ Somer’s D

ผลการวิจัยพบว่าอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ

บทนำ

คำว่า Eco Car มาจากศัพท์คำว่า Ecology Car ซึ่งหมายถึง รถที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งในส่วนของประเทศไทยได้ใช้ข้อกำหนดตามมาตรฐานของยุโรป ทั้งในส่วนของ Euro 4 ซึ่งกล่าวถึงเรื่องมลพิษ และ UNECE94-95 ที่กล่าวถึงเรื่องความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีในส่วนของ Global standard Eco car ที่กำหนดในเรื่องของอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันต่อลิตร และยังมีข้อกำหนดที่ในบางประเทศกำหนดเพิ่มเติม เช่น อัตราภาษี เป็นต้น

คุณสมบัติ ของรถยนต์ประหยัดพลังงาน

มาตรฐานสากล (ECO Technology)

1. ความประหยัดน้ำมัน โดยจะต้องมีอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตร/100 กม. หรือ น้ำมัน 1 ลิตรวิ่งได้ระยะทาง 20 กม.

2. การรักษาสีสิ่งแวดล้อม มาตรฐานมลพิษปลอดภัยระดับยูโร 4 คือ มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัม/ระยะทาง 1 กม. โดยรถยนต์

ในกลุ่มประเทศยุโรป มีเพียง 5% ที่ผ่านมาตรฐานระดับยุโรป 4 นี้

3. ความปลอดภัยในระดับสูง ได้มาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป (UNECE 94 และ 95) ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยจากการชนด้านหน้าและด้านข้าง

4. ความคล่องตัว เพื่อให้เป็นรถยนต์ขนาดเล็กเหมาะสำหรับการขับในเมือง จึงกำหนดความจุกระบอกสูบไม่เกิน 1,300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน และไม่เกิน 1,400 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ปัจจุบันในท้องตลาดรถอีโคคาร์ (Eco car) ของเมืองไทยมีการแข่งขันกันที่ค่อนข้างรุนแรง

ด้วยคุณลักษณะและคุณสมบัติของรถยนต์อีโคคาร์จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจอีกทางหนึ่งในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ทั้งยังเหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในกรุงเทพมหานครที่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็วในสภาวะที่เร่งด่วน อีกทั้งประหยัดน้ำมัน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และราคาคู่แข่งกับการใช้งาน ดังนั้นจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคโดยเฉพาะในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นการปรับกลยุทธ์การตลาดและการวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านนประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อรถยนต์อีโคคาร์ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานในการวิจัย

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
3. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
4. รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
5. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
6. ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
7. ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
8. ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

9. ส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

รถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

10. ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

11. ส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

12. ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตภาคกระบี่ กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องดังนี้

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory)

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ชิฟฟ์แมน และคานุก (Schiffman; & Kanuk. 2000: G - 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้บริการประเมินผล เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพ.ศ.2535 (2525: 580) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า

การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า

โดยสรุป พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้า หรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายคนที่แสดงออกซึ่งสิทธิที่จะต้องการและบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาด ผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของตนเองและครอบครัว ซื้อเพื่อสร้างความพอใจให้กับกลุ่มสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ อย่างไรก็ตามในแง่ของนักการตลาด ไม่สามารถสรุปว่าทุกคน คือ ผู้บริโภคของกิจการ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกำหนดองค์ประกอบของผู้บริโภคที่จะเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย 4 ประการ คือ (ยูทมนา ธรรมเจริญ, 2541: 5)

1. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีความต้องการ (Needs)
2. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ

(Purchasing Power)

3. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมซื้อ

(Purchasing Behavior)

4. ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรม

บริโภค (Consumption Behavior)

คุณสมบัติ ของรถยนต์ประหยัดพลังงาน

มาตรฐานสากล (ECO Technology)

1. ความประหยัดน้ำมัน โดยจะต้องมีอัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตร/100 กม. หรือ น้ำมัน 1 ลิตรวิ่งได้ระยะทาง 20 กม.

2. การรักษาลังแวดล้อม มาตรฐานมลพิษปลอดภัยระดับยูโร 4 คือ มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัม/ระยะทาง 1 กม. โดยรถยนต์

ในกลุ่มประเทศยุโรป มีเพียง 5% ที่ผ่านมาตรฐานระดับยุโรป 4 นี้

3. ความปลอดภัยในระดับสูง ได้มาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป (UNECE 94 และ 95) ซึ่งเป็นมาตรฐานความปลอดภัยจากการชนด้านหน้าและด้านข้าง

4. ความคล่องตัว เพื่อให้เป็นรถยนต์ขนาดเล็กเหมาะสำหรับการขับในเมือง จึงกำหนดความจุกระบอกสูบไม่เกิน 1,300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน และไม่เกิน 1,400 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ปัจจุบันในท้องตลาดรถอีโคคาร์ (Eco car) ของเมืองไทยเรามีการแข่งขันกันที่ค่อนข้างรุนแรง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่มีอำนาจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ในเขตภาคกระบ้ง กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อส่วนประสมด้านการตลาด โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมโดยลักษณะคำถามแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Window ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบสมมุติฐาน ใช้สถิติการทดสอบของ Chi-Square และการทดสอบหาขนาดความสัมพันธ์ด้วยสถิติCramer's V และ Somer'D

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 เพศหญิง จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี □ จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 และมีรายได้ระหว่าง 15,001- 25,000 บาท จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภค ในเขตภาคกระบ้ง กรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตภาคกระบ้ง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องรูปปลั๊กภายนอกสวยงาม การตกแต่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ด้านตราสินค้า เรื่องตราสินค้ามีชื่อเสียง เป็นที่นิยม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และด้านความเชื่อถือของตราสินค้า เรื่องระยะเวลาในการเข้ารับบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญด้านราคา ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตภาคกระบ้ง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่อง
ราคาเครื่องยนต์ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญ
ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขต
ลาดกระบัง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญใน
เรื่องศูนย์บริการหลักการขายที่ดีและบริการ ได้รวดเร็ว
มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความสำคัญด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญต่อ
การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขต
ลาดกระบัง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า
ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่อง
ให้ส่วนลดเงินสดในการซื้อ มากสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.35

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีความสำคัญ
ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขต
ลาดกระบัง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า
ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในเรื่อง
บริการรถทดสอบขับให้ มากสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความสำคัญด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีความสำคัญ
ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขต
ลาดกระบัง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญใน

เรื่องพนักงานในโชว์รูมหรือศูนย์บริการมีความเอาใจ
ใส่ในการต้อนรับที่ดี มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีระดับ
ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีความสำคัญ
ต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขต
ลาดกระบัง กรุงเทพฯ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญใน
เรื่องศูนย์บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้ลูกค้า
ได้ใช้ขณะรอเวลารถเข้าซ่อม เช่น อินเทอร์เน็ต บริการ
นวด หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.24

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมในการซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภค ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อ
รถยนต์ไอโคคาร์เพราะประหยัดน้ำมัน และต้องการซื้อ
รถยนต์ไอโคคาร์ชนิดเครื่องยนต์เบนซินมากกว่าชนิด
เครื่องยนต์ดีเซล ส่วนราคารถยนต์ไอโคคาร์ที่ต้องการ
ซื้อมากที่สุด คือ ราคาต่ำกว่า 400,000 บาท สำหรับ
วิธีการชำระเงินจะเลือกชำระด้วยการผ่อนชำระ และ
ผู้บริโภคจะซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ ในช่วง 3-6 เดือนมาก
ที่สุด

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ สมมุติฐาน

1. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ด้าน
เหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน และ
ด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน
ที่ตั้งไว้

2. อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านราคา ด้านระยะเวลา ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่อายุไม่มีความสัมพันธ์ ด้านชนิด ด้านวิธีการชำระเงิน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

3. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ ด้านวิธีการชำระเงิน และด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

4. อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านเหตุผล และด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

5. รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

6. ส่วนประชากรตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน และด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

7. ส่วนประชากรตลาดด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด

ด้านราคา และด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่มีความสัมพันธ์ กับด้านวิธีการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

8. ส่วนประชากรตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน และด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

9. ส่วนประชากรตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน และด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

10. ส่วนประชากรตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงินและด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

11. ส่วนประชากรตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงินและด้านระยะเวลาในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้

12. ส่วนประชากรตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ในการตัดสินใจซื้อ ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน ซึ่งไม่

สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ แต่มีความสัมพันธ์กับ
ด้านระยะเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้
อภิปราย

ผลการวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ
การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขต
ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญ
สามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ ดังนี้

1. เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ เนื่องมาจากเพศเพียงอย่างเดียวไม่สามารถ
บอกให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของ
ผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงไร เพราะทุกคนต่าง
ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพคุ้มกับเงินที่จ่าย

2. อายุ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ เนื่องมาจากการตัดสินใจของผู้ซื้อ
ส่วนมากได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของใน
ทางด้านต่างๆ

3. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ กับ
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มี
อำนาจในการตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคที่การศึกษาสูง
อยากได้รถยนต์ในราคาสูง เพราะคุณภาพดี

4. อาชีพ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ อาชีพของจะนำไปสู่ความจำเป็นและ
ความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน

5. รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มี
อำนาจในการตัดสินใจซื้อ ผู้มีรายได้สูงอยากได้รถ
ราคาสูง เน้นประหยัดน้ำมัน

6. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

รถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่ง
ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ปัจจัยที่ทำให้
ตัดสินใจซื้อสินค้าน่าจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน

7. ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์
ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากเห็น
ว่าอัตราดอกเบี้ยต่ำ ราคาชำระเงินดาวน์ไม่สูงมาก

8. ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ เพราะพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อส่วนมาก
คำนึงถึงราคา การส่งเสริมการขาย เป็นสำคัญ

9. ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม
การตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ
ซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
เพราะทุกบริษัทมีการแข่งขันและมีนโยบายข้อเสนอ
พิเศษต่างๆ ที่หลากหลายเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจ
กระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้ง่ายและรวดเร็ว

10. ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ
ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ ปัจจัยในด้านนี้มักจะถูกไปพิจารณาเป็น
ลำดับหลัง เพราะเป็นเรื่องที่ไม่ค่อยมีความสำคัญ

11. ส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานผู้
ให้บริการ ไม่มีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
ตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ

12. ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะ
ทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ
ซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
เนื่องมาจากผู้ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก เพราะ
ปัจจุบันภายในโชว์รูมหรือตัวแทนจำหน่ายต่างมีบริการ

เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เมื่อได้เข้ามาใช้
บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต บริการนวด หนังสือพิมพ์
โทรทัศน์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ผลิตรถยนต์อีโคคาร์ ควรมีการสร้างกลยุทธ์
ให้เกิดความแตกต่างในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดที่จะนำมาตอบสนองความต้องการของ
ผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งที่มี
มีในธุรกิจ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่มีอำนาจในการ
ตัดสินใจซื้อ ตัดสินใจซื้อได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น เพื่อ
เป็นการสร้างรายได้และผลกำไร อีกทั้งเป็นการพัฒนา
ธุรกิจอุตสาหกรรมยานยนต์ในอนาคต

บรรณานุกรม

- [1] โกสิย์ รุ่งจำกัฒ. (2550). พฤติกรรมการตัดสินใจ
เลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า ยาริส ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร.
- [2] สุวีณา สุริยประภากร. (2551). ความรู้ความเข้าใจ
และทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจ
ซื้อรถยนต์อีโคคาร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.
- [3] เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรม
ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ <http://www.thairentecocar.com>

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของชุมชนผ่าน ประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ

The Factors related to the Collaboration for Water Resource Conservation of the Community through Pee-Khun-Nam Tradition

ธนพล บุญปลูก¹

¹คณะบริหารธุรกิจ/มหาวิทยาลัยธนบุรี, thanapol.b@thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของชุมชนผ่านประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ และ 2) สังเคราะห์รูปแบบความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำโดยอาศัยความเชื่อตามประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ เพื่อสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยได้ลงเก็บข้อมูลภาคสนามระหว่างวันที่ 16 ธันวาคม 2558 ถึง 12 มีนาคม 2559

เป็นการศึกษาวิจัย 2 ด้าน คือวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในชุมชนตำบลตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เจ้าหน้าที่สำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และตัวแทนพนักงานบริษัทเอกชนที่เข้าร่วมงานประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ และกิจกรรมสร้างฝายชลอน้ำ จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One Way ANOVA และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีศึกษาข้อมูลจากบทความเกี่ยวกับเรื่องผีขุนน้ำและข้อมูลจากเว็บไซต์ของเทศบาลตำบลมะเขือแจ้ การจัดเสวนากลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการวิเคราะห์สรุปอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุป

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือด้านเป็นผู้รักความสามัคคี อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.18, S.D.= 0.548) เป็นผู้มีจิตอาสา อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.16, S.D.= 0.550) มีแนวความคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.17, S.D.= 0.554) และปัจจัยภายนอกได้แก่ การสนับสนุนจากองค์การภายนอก อยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.47, S.D.= 0.540) กฎระเบียบของรัฐสนับสนุน อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.52, S.D.= 0.550) และการให้การยอมรับจากบุคคลภายนอก อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.74, S.D.= 0.660) การวางแผนร่วมกันอยู่ในระดับระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.80 (S.D.=0.822) ด้านการแบ่งปันช่วยเหลือกันระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.82 (S.D.=0.733) และด้านการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย คะแนนเฉลี่ย 3.94 (S.D.=0.698) และพบว่าปัจจัยภายในส่วนบุคคลของผู้เข้าประเพณีไหว้ผีขุนน้ำและกิจกรรมสร้างฝายชลอน้ำเป็นผู้รักความสามัคคี เป็นผู้มีจิตอาสา มีแนวความคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ให้ความร่วมมือในกิจกรรมระดับมาก และปัจจัยภายนอกได้แก่ การสนับสนุนจากองค์การภายนอก กฎระเบียบของรัฐ และการให้การยอมรับจากบุคคลภายนอก ช่วยเสริมให้เกิดความร่วมมือมากขึ้น และพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความร่วมมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากผลการ

สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าเห็นว่าหน่วยงานที่จัดกิจกรรม มีการวางแผนงานที่ดีและค่อนข้างสมบูรณ์ มีการแบ่งปันช่วยเหลือกันในกลุ่มสมาชิกด้วยความเต็มใจ และแต่ละคนมุ่งหมายที่จะให้งานสำเร็จบรรลุตามจุดประสงค์ และเชื่อมั่นว่ากิจกรรมสร้างฝายผ่านประเพณีไหว้ผีขุนน้ำสามารถช่วยปลูกจิตสำนึก ส่งเสริมแนวคิดในการอนุรักษ์ให้มีทรัพยากรมีเพียงพอ สมดุล และยั่งยืน และยังมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป

คำสำคัญ : ความร่วมมือ, ชุมชนตำบลมะเขือแจ้ จังหวัดลำพูน, ผีขุนน้ำ

Abstract

This research aims to 1) study the factors related to the Collaboration for Water Resource Conservation of the Community through Pee-Khun-Nam Tradition, and 2) synthetic Collaborative Model for water resource conservation of the community through the believing in Pee-Khun-Nam Tradition, and to use the result to explain the procedure of participation management which this research can be used as Sustainable community development. This research had been collected from December 16th, 2015 to March 12th, 2016.

This was two side researches which was Quantitative Research by using a specific questionnaire to the sample groups of people in Makhuea Chae Sub-district Muang Lamphun. Three hundred eighty-five people of the officers of Northern Region Industrial Estate Agent and the representatives of employees in private companies who join the Pee-Khun-Nam Tradition and built a check dam. The tools were questionnaires, descriptive analysis. Statistical methods used to analyze the mean (\bar{X}), percentage and standard deviation (SD) and statistics used to hypothesis testing T-Test and a One-Way ANOVA (Analysis of Variance), and Qualitative Research which studied from the article about Pee-Khun-Nam and from the website of Makhuea Chae Municipal District, from the small group discussion and in-depth interviewed by using Analytic Induction to analyze and summarize the data. The results showed that the internal factors associated with the collaboration for being unity were at a high level of 4.18, S.D. = 0.548, as a volunteer at a high level of 4.16, S.D. = 0.550), as a natural resource conservation at a high level of 4.17, S.D. = 0.554. The external factors were supported by external organizations were at moderate of 3.47, S.D. = 0.540), state regulatory at a high level of 3.52, S.D. = 0.550) and the acceptance of others at a high level of 3.74, SD = 0.660) joint planning at the level of 3.80 (SD = 0.822), sharing and helping each at a high level of 3.82 (SD = 0.733), and the action to achieve at 3.94 (SD = 0.698). In personal factors, we found that the people who join the Pee-Khun-Nam Tradition and built the check dam were volunteering and had the ideas of conserving natural resources cooperated in activities were in a high level. The external factors were supported by external organizations; State Regulatory and got recognition from others which strengthen the cooperation even more. We also found that the differences of personal factors affected the collaboration in water resource conservation significantly at 95 %. From the in-depth interviews, most of those interviewees agreed that the activities were good at planning and helping one another, and somewhat complete. There were sharing and helping in the group willingly. Each person intended to make the event be successful to support the ideas of natural resource conservation for balanced and sustainable. There were also feedbacks provided on the developments of places to be eco-tourism in the future.

Keywords : Collaboration, Makhuea Chae Sub-district Community Lamphun, Pee-Khun-Nam

1. บทนำ

ปัจจุบันหลายประเทศประสบปัญหาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาทรัพยากรน้ำ ซึ่งน้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา

คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ประเทศไทยก็ประสบปัญหาเช่นกัน และมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นทุกปี ทำให้หลายภาคส่วนหันมาให้ความสำคัญในการบริหารจัดการน้ำอย่างเป็นระบบ

จากการประชุมวิชาการวิศวกรรมแหล่งน้ำแห่งชาติ ครั้งที่ 6 และการประชุมวิชาการนานาชาติวิศวกรรมแหล่งน้ำ ครั้งที่ 3 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 5-7 สิงหาคม 2558 ที่ผ่านมา ณ โรงแรมเซ็นทารา โฮเต็ล แอนด์ คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ จังหวัดอุดรธานี โดยคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม คณะอนุกรรมการสาขาวิศวกรรมแหล่งน้ำ วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และการประสานครหลวง โดยผู้เชี่ยวชาญเรื่องน้ำ กล่าวว่าการแก้ปัญหาทำให้เกิดความยั่งยืนมีความเกี่ยวพันกันหลายมิติ ปัจจุบันมีเทคนิค และนักวิชาการมากกว่าในอดีต แต่ยังคงเข้าภาพในการบริหารจัดการน้ำในภาพรวมการขาดแคลนน้ำเป็นภาวะทางธรรมชาติที่ควบคุมไม่ได้ จึงจำเป็นต้องมีกระบวนการที่เหมาะสม มีการบริหารวิกฤติที่ดี และต้องสร้างกฎหมายขึ้นมาควบคุมและกำหนด การจัดการน้ำให้รอบคอบ เราจำเป็นต้องเข้าใจธรรมชาติ ปรับตัวเข้ากับธรรมชาติ ไม่ฝืนธรรมชาติ อย่างเช่นในอดีต ที่ไปปิดกั้นทางเดินน้ำ จนเกิดเหตุการณ์มหาอุทกภัยขึ้น

และจากรายงานบันทึกเหตุการณ์ภัยแล้งปี 2557/2558 โดยสถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร(องค์การมหาชน) กล่าวว่า ปี 2558 ภาพรวมทั้งประเทศมีฝนน้อยกว่าค่าเฉลี่ย โดยมีฝนตกกระจุกตัวเป็นหย่อม ในพื้นที่เขตภาคเหนือตกอยู่ในสภาพนี้เช่นกัน ปริมาณน้ำในเขื่อนของภาคเหนือมีปริมาณน้อยกว่าปกติ รายงานเขื่อนแม่กวงอุดมธารา จ.เชียงใหม่ มีปริมาณน้ำ 35 ล้านลูกบาศก์เมตร หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของความจุอ่าง(ข้อมูลสถานการณ์น้ำกรมชลประทาน ณ วันที่ 8 พ.ค. 58) และปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำแม่ติบ เขตตำบลมะเขือแจ้มีปริมาณลดลงด้วย (รายงานสถานการณ์และการ

แก้ไขปัญหาภัยแล้งปี 2558/59 ของศูนย์อำนวยการเฉพาะกิจ แก้ไขปัญหาวิกฤตภัยแล้ง ระดับจังหวัด ปี 2558/59 (ศก.กจ.) ประจำปี 2558) 3 ธันวาคม 2558)

อย่างไรก็ตามในบางพื้นที่ของประเทศกลับประสบปัญหาน้ำท่วมฉับพลัน แสดงให้เห็นว่าสภาพปัญหาการขาดความสมดุลที่มาจากความผันผวนของปริมาณน้ำฝนที่น้อยหรือมากเกินไปจนเกิดภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย อันเนื่องมาจากฝีมือของมนุษย์ที่ขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบและการจัดการที่ดีเกี่ยวกับการรักษาป่าไม้และแหล่งน้ำ แต่ผู้วิจัยสังเกตเห็นเห็นว่าชุมชนตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยการนำของเทศบาลตำบลมะเขือแจ้ มีการจัดการป่าและน้ำของชุมชนให้เกิดความสมดุลโดยอาศัยการจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านความเชื่อในประเพณีไหว้ผีขุนน้ำได้เป็นอย่างดี

ประเพณีการไหว้ผีขุนน้ำของชุมชนมะเขือแจ้มีจุดประสงค์หลักเพื่อเป็นการบูชาคุณน้ำและผีขุนน้ำ และเพื่อให้ฝนตกตามฤดูกาลเพื่อใช้น้ำในการเกษตรกรรม โดยการทำพิธีไหว้ผีขุนน้ำจะกำหนดทำพิธีในวันแรม 9 ค่ำ เดือน 9 หรือประมาณเดือนมิถุนายนของทุกปี และยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา เป็นการจัดการภูมิปัญญาในเรื่องผีขุนน้ำเพื่อสร้างความสมดุลของทรัพยากรป่าและน้ำ เป็นกระบวนการจัดการที่ชาวบ้านอาศัยภูมิปัญญาของตนเองและความเชื่อดั้งเดิมของชุมชนที่มีการสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ และมีจิตสำนึกร่วมกันของคนในชุมชนที่จะร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสร้างความสมดุลของป่าและน้ำในชุมชนของตน และยังมีกิจกรรมหลังพิธีกรรมไหว้ผีขุนน้ำ โดยการสร้างฝายน้ำล้นแบบธรรมชาติเพื่อชะลอน้ำและเก็บกักน้ำไว้ใช้ในฤดู

แล้ว โดยการนำของนายกเทศมนตรีของเทศบาล ตำบลมะเขือแจ้ ร่วมกับสำนักงานการนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ บริษัทเอกชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ และโรงเรียนในเขตพื้นที่ใกล้เคียง โดยแต่ละภาคส่วนมีส่วนร่วมและความร่วมมือในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของท้องถิ่นเป็นอย่างดี (ชนพล บุญปลูก, 2557)

ผู้วิจัยจึงสนใจปัจจัยที่สัมพันธ์กับความร่วมมือของชุมชน และสนใจประเมินผลรูปแบบความร่วมมือของชุมชนในการจัดการทรัพยากรน้ำของชุมชนตำบลมะเขือแจ้ อ.เมือง จ. ลำพูน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของชุมชนผ่านประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ และเพื่อสังเคราะห์รูปแบบความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำโดยอาศัยความเชื่อตามประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ เพื่อสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความร่วมมือ

ความร่วมมือ (Collaboration) หมายถึง ความร่วมมือหรือความช่วยเหลือ (ชนิด โสรัตน์, April. 2007) โดยรูปแบบของความร่วมมือประกอบด้วย 1. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน (Co-ordination) 2. การร่วมมือในการปฏิบัติงาน (Co-operation) 3. การร่วมกันดำเนินภารกิจ (Collaboration) (นครินทร์ เมฆไตรรัตน์, June.2011) การประสานงานระหว่างหน่วยงาน (co-ordination) ประกอบด้วยประสานแผน ประสานข้อมูล การพบปะพูดคุย การปรึกษาหารือ และการประชุมทางการ การร่วมมือในการปฏิบัติงาน (co-operation)

เป็นการให้ความร่วมมือโดยการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตน และการร่วมกันดำเนินภารกิจ (collaboration) ประกอบด้วย การจัดทำข้อตกลง การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การแบ่งสรรงบประมาณ การแบ่งสรรทรัพยากร การแบ่งสรรทรัพยากรบุคคล การออกกฎหมายหรือกฎกติการ่วมกัน และการวางเป้าหมายภารกิจร่วมกันเพื่อดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของความร่วมมือ (พิสิฐ เทพไกรวัล, 2554: 24) อ้างถึงผลสรุปการวิจัยของ Graham & Wright (1999) โดยผลการวิจัยสรุปได้ว่าความร่วมมือ หมายถึง การทำงานร่วมกันและการมีส่วนร่วมในกิจกรรม การวางแผน การแบ่งปัน และการบรรลุเป้าหมายของกิจกรรม ส่วนตัวบ่งชี้ของความร่วมมือประกอบด้วย 1) การวางแผน (Planning) 2) การแบ่งปัน (Sharing) และ 3) การดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Goal Achieving Activities)

เครือข่ายความร่วมมือแห่งชาติ (National Network for Collaboration) เขียนองค์ประกอบของ Collaboration โดยให้ความหมายของแต่ละตัวอักษรไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้คือ Communication การสื่อสาร, Organization เป็น องค์การ, Leadership ผู้นำ, Learning เรียนรู้ร่วมกัน, Authority มอบหมายอำนาจหน้าที่, Balance แบ่งปัน สมดุล, Ownership ความเป็นเจ้าของ, Resource ทรัพยากรร่วมกัน, Accountability รับผิดชอบ, Time ให้ความเวลาร่วมกัน, Interest สนใจสิ่งเดียวกัน, Opportunities ให้โอกาส, Needs ความต้องการความสำเร็จ

2.2 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม (Participation theory)

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนร่วมมือกันการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการ

ประเมินผลร่วมกันเป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานเพื่อพัฒนา หรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความเชี่ยวชาญของแต่ละคนในการแก้ปัญหาของชุมชนและพัฒนางานในกลุ่ม ให้มีความโปร่งใสและให้มีประสิทธิภาพยิ่ง ๆ ขึ้น (วิชิตวิชร งามละม่อม, 2557)

2.3 แนวคิดนิเวศวัฒนธรรม (Cultural Ecology)

แนวคิดนิเวศวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางวัฒนธรรมและปรากฏการณ์ทางสภาพแวดล้อมที่มนุษย์อยู่รอดในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้โดยอาศัยวัฒนธรรมเป็นเสมือนอุปกรณ์หลักในการปรับตัวให้ชีวิตและสภาพแวดล้อมมีความสมดุล (อมฤต หมดทอง, 2548) ซึ่งอ้างอิง ชนัญ วงษ์วิภาค (2532) ว่าแนวคิดนิเวศวัฒนธรรมมาจาก นิเวศวิทยาที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งมีชีวิตพืชและสัตว์กับสภาพแวดล้อม และมานุษยวิทยาที่ศึกษาพฤติกรรมทั้งหลายของมนุษย์ใน ความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม นิเวศวิทยาวัฒนธรรมจึงเป็นการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาศัยวัฒนธรรมที่ตนสร้างขึ้น เช่น ภาษา เทคโนโลยี รูปแบบและการจัดระเบียบกลุ่ม ตัดแปลงหรือปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมตามความต้องการของตน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำเภา สมบูรณ์, 2555 ศึกษาเรื่องการศึกษาแนวทางการจัดการส่งเสริมความร่วมมือภายในองค์กร กรณีศึกษาสำนักงานศึกษาธิการภาค 8 ผลการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการให้ความร่วมมือในองค์กรแตกต่างกัน ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์

ของบุคลากรภายใน ปัจจัยด้านผู้นำมีอิทธิพลต่อการให้ความร่วมมือในองค์กรแตกต่างกัน

จักรพงษ์ พวงงามชื่น และคณะ, 2556 ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการป่าชุมชน:กรณีศึกษา บ้านทาป่าเปา ตำบลทาปลาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า ชาวบ้านมีประวัติในการจัดการป่าในระดับหนึ่งผ่านมิติของวัฒนธรรม ประเพณี พิธีกรรม และความเชื่อต่าง ๆ ก่อให้เกิดกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง ในภาพรวมชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการป่าชุมชนระดับกลาง การประเมินผลการพัฒนาการมีส่วนร่วม พบว่าชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจก่อนและหลังการพัฒนาไม่แตกต่างกัน ส่วนการดำเนินงานด้านรับผลประโยชน์ และการประเมินผล ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นหลังการพัฒนาการมีส่วนร่วม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยประชาชนในเขตตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ตัวแทนสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ตัวแทนพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ โดยจำนวนประชากรโดยประมาณ 10,286 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) $n = \frac{N}{1+N(e)^2}$ ได้ตัวอย่างจำนวน 385 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ทั้งเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง และวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาวิจัยเอกสาร(Documentary research) ข้อมูลทางทฤษฎี

การจัดเสวนากลุ่มย่อย (Small group seminar) และ
การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interview)

3.3 การสร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย บทความที่
เกี่ยวกับความร่วมมือของชุมชน ความเชื่อทาง
พิธีกรรมไหว้ผีขุนน้ำ

3.3.2 หาข้อมูลจากผู้นำชุมชน และบุคคลสำคัญซึ่ง
เป็นผู้นำความคิดความเชื่อของชุมชน สร้าง
ความคุ้นเคย เพื่อเตรียมสัมภาษณ์ และเตรียมจัด
เสวนากลุ่มย่อยในชุมชน

3.3.3 ออกแบบสอบถามโดยคำถามเน้นเป็นคำถาม
ปลายเปิด และออกแบบสัมภาษณ์เบื้องต้น เพื่อช่วย
ให้การรวบรวมข้อมูลครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ
และเป็นการสนทนาแบบธรรมชาติที่สุดเพื่อให้ได้
ข้อมูลที่แท้จริง ด้วยความเข้าใจ

3.3.4 เข้าสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participation
observation) มีการซักถามและการจดบันทึกข้อมูล มี
การสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง การสัมภาษณ์แบบ
เจาะลึกกับผู้นำชุมชนทั้งผู้นำแบบเป็นทางการและไม่
เป็นทางการ

3.3.5 จัดเวทีเสวนากลุ่มย่อยโดยคัดตัวแทนแต่ละภาค
ส่วนที่เคยเข้าร่วมงานประเพณีไหว้ผีขุนน้ำและ
กิจกรรมสร้างฝายชลอน้ำของชุมชน

4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น
ข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพดังนี้

5. ผลการศึกษา

5.1 ข้อมูลพื้นฐานของชุมชน และความเชื่อเกี่ยวกับ
ประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ

เทศบาลตำบลมะเขือแจ้ อ.เมือง จ.พิจิตร

มีภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับพื้นราบ เป็นสังคมที่มีคน
มาจากหลากหลายท้องถิ่นมาพักอาศัย พื้นที่ส่วนใหญ่
เป็นภูเขาและเป็นเขตป่าสงวนแห่งชาติ มีแม่น้ำสำคัญ
ไหลผ่าน คือ แม่น้ำกวาง และลำน้ำแม่ติบ พร้อมทั้งมี
อ่างเก็บน้ำแม่ติบ อาชีพดั้งเดิมของชุมชนส่วนใหญ่
อยู่ในภาคเกษตรกรรม นับถือศาสนาพุทธเป็นส่วน
ใหญ่ ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ของคนในชุมชนดั้งเดิม
เป็นชาวพื้นเมืองที่เรียกตัวเองว่า ยอง ชุมชนมีความ
ผูกพันกับลำน้ำ และให้ความสำคัญกับน้ำมาตั้งแต่
สมัยโบราณ มีการสั่งสอนบอกกล่าวต่อกันมาถึง
ความกตัญญูที่มีต่อแม่น้ำ และเชื่อว่ามีผีหรือเทวดา
รักษาน้ำ ซึ่งเรียกว่าผีขุนน้ำ การประกอบพิธีกรรม
ไหว้ผีขุนน้ำมุ่งปลุกจิตสำนึกให้คนในชุมชนมีความ
กตัญญูรู้คุณของแม่น้ำที่หล่อเลี้ยงชีวิตของคน และ
พิธีกรรมดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอม
คนในชุมชนให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข มีความรัก
ความสามัคคี รู้จักแบ่งปัน มีการจัดสรรการใช้
น้ำอย่างยุติธรรม (ชนพล บุญปลูก, 2557)

5.2 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่เป็นเพศ
หญิง ร้อยละ 53.5 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31-40 ปี
ร้อยละ 23.4 วุฒิการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับ
มัธยมศึกษา ร้อยละ 41.6 อาชีพส่วนใหญ่เป็น
เกษตรกร ร้อยละ 27 ภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยเป็นคนเกิด
ในท้องถิ่นร้อยละ 72 เป็นสมาชิกของครอบครัวร้อย
ละ 79 เป็นหัวหน้าครอบครัวร้อยละ 21 เป็นสมาชิก
ชุมชนร้อยละ 73 คณะกรรมการชุมชนร้อยละ 18.4
และเป็นผู้นำชุมชนร้อยละ 8.6 มีรายได้ส่วนใหญ่อยู่
ในช่วง 10,001-20,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 43.4

5.2.2 ข้อมูลความคิดเห็นส่วนบุคคลด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือ พบว่าปัจจัยปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือด้านเป็นผู้รักความสามัคคี อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.18, S.D.= 0.548) เป็นผู้มีจิตอาสา อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.16, S.D.= 0.550) มีแนวความคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.17, S.D.= 0.554) และปัจจัยภายนอก ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กรภายนอก อยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.47, S.D.= 0.540) กฎระเบียบของรัฐสนับสนุน อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.52, S.D.= 0.550) และการให้การยอมรับจากบุคคลภายนอก อยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.74, S.D.= 0.660)

5.3 ระดับความร่วมมือของชุมชน

5.3.1 ด้านการวางแผน ประกอบด้วย การสื่อสาร (Communication) โอกาสในการร่วมวางแผน (Opportunity) เวลา (Time) และความสนใจร่วมมือวางแผน (Interest) มีคะแนนระดับความร่วมมือรวมเฉลี่ย 3.80 (S.D.=0.822) แสดงผลดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 ระดับความร่วมมือด้านการวางแผน

ด้านการวางแผน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน
ได้รับข้อมูลสื่อสารในการเข้าร่วมวางแผนเพียงพอ	3.81	0.856
ได้รับโอกาสในการร่วมวางแผนกิจกรรม	3.64	0.761
มีเวลาพอในการร่วมวางแผน	3.84	0.823
มีความสนใจร่วมมือในการวางแผน	3.90	0.826
รวมเฉลี่ย	3.80	0.822

5.3.2 ด้านการแบ่งปัน ประกอบด้วย การแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ (Learning) ความเชื่อมั่น (Believe) การจัดแบ่งทีมงาน (Organization) การแบ่งปันทรัพยากร (Resource) มีคะแนนระดับความร่วมมือรวมเฉลี่ย 3.82 (S.D.=0.733) แสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความร่วมมือด้านการแบ่งปัน

ด้านการแบ่งปัน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน
มีการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์	3.75	0.856
ความเชื่อมั่นในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม	3.82	0.864
การจัดแบ่งทีมงานที่แข็งแกร่งเพื่อความสำเร็จ	3.83	0.738
การแบ่งปันทรัพยากร และช่วยเหลือกัน	3.48	0.797
รวมเฉลี่ย	3.82	0.733

5.3.3 ด้านการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วยเป็นผู้นำความคิด (Leadership) รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของร่วม (Ownership) ได้ทำตามบทบาทหน้าที่ (Authority) การต้องรับผิดชอบร่วมกัน (Accountability) ความต้องการความสำเร็จ (Needs) มีคะแนนระดับความร่วมมือรวมเฉลี่ย 4.12 (S.D.=0.647) แสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความร่วมมือด้านการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย

ด้านการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน
มีผู้นำที่สามารถนำความคิด	3.86	0.730
รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของร่วม	3.77	0.719
ได้ทำตามบทบาทหน้าที่ของตนเต็มที่	4.12	0.647

มีความรับผิดชอบร่วมกัน	3.85	0.688
มีความต้องการร่วมมือเพื่อความสำเร็จของส่วนรวม	4.08	0.657
รวมเฉลี่ย	3.94	0.698

5.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้คือ ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อระดับความร่วมมือแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยด้านเพศที่ต่างกัน มีผลต่อระดับความร่วมมือด้านการวางแผนไม่แตกต่างกัน (P-Value=0.302) ด้านการแบ่งปันไม่แตกต่างกัน (P-Value=0.331) แต่ด้านการดำเนินการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายแตกต่างกัน (P-Value= 0.000) ปัจจัยด้านภูมิภานาที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความร่วมมือการแบ่งปันแตกต่างกัน (P-Value =0.000) เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อระดับความร่วมมือแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.5 บทวิเคราะห์ผลจากการจัดเสวนากลุ่มย่อย และสัมภาษณ์เชิงลึก

สมาชิกที่ร่วมเสวนาแสดงความคิดเห็นว่า คนในชุมชนมีพื้นฐานความเชื่อเรื่องผิขุนน้ำตั้งแต่เดิมอยู่แล้ว และสืบต่อกันมายาวนานหลายรุ่น เมื่อมีการจัดประเพณีไหว้ผิขุนน้ำ และต่อด้วยกิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำ จึงสามารถสร้างความร่วมมือได้ไม่ยาก เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกัน น้ำมีความสำคัญต่ออาชีพของคนในชุมชนมาก สมาชิกแสดงความคิดเห็นว่าควรขยายผลความร่วมมือที่ได้อยู่แล้วเพื่อพัฒนาแหล่งน้ำและป่าของชุมชนให้ยั่งยืนและเป็นต้นแบบของการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เป็นแหล่งสำหรับให้คนรุ่นหลังได้ศึกษาธรรมชาติเชิงนิเวศน์ และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงตัวอย่าง ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าหน่วยงานที่จัดประเพณีไหว้ผิขุนน้ำและ

กิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำ มีการวางแผนงานที่ดีและค่อนข้างสมบูรณ์ จัดให้มีการแบ่งปันช่วยเหลือกันในกลุ่มสมาชิกด้วยความเต็มใจ แต่ละคนมีจุดมุ่งหมายที่จะให้งานสำเร็จบรรลุตามจุดประสงค์ และมีความเชื่อมั่นว่ากิจกรรมสร้างฝายผ่านประเพณีไหว้ผิขุนน้ำสามารถช่วยปลูกจิตสำนึก ส่งเสริมแนวคิดในการอนุรักษ์ให้มีทรัพยากรมีเพียงพอ สมดุล และยั่งยืนได้

5.6 บทสรุป

สรุปผลการวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของชุมชนผ่านประเพณีไหว้ผิขุนน้ำได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับระดับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ และปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อระดับความร่วมมือแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. อภิปรายผลการวิจัย

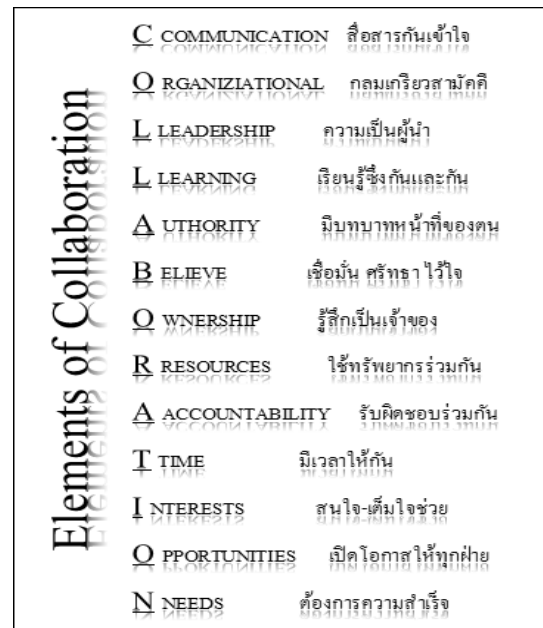
จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยภายในได้แก่ ความเป็นผู้รักความสามัคคี เป็นผู้มั่งใจอาสา และมีแนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และปัจจัยภายนอกได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กรภายนอก กฎระเบียบของรัฐสนับสนุน และการให้การยอมรับจากบุคคลภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้มีความร่วมมือในกิจกรรมในระดับมาก

พบว่าระดับการมีส่วนร่วมด้านการวางแผนด้านการแบ่งปัน และด้านการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายอยู่ในระดับมากทุกด้าน อาจเป็นไปได้ว่าผู้นำชุมชนสามารถอาศัยความผูกพันของชุมชนกับลำน้ำ และความเชื่อ ความกตัญญูรู้คุณของแม่น้ำที่หล่อเลี้ยงชีวิตของตน และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ทุกคนตระหนักในเรื่องภัยแล้ง จึงสามารถสร้างรูปแบบความร่วมมือของชุมชนได้สำเร็จ

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของความร่วมมือ (พิสิษฐ์ เทพไกรวัล, 2554: 24) ซึ่งอ้างอิงผลสรุปการวิจัยของ Graham & Wright (1999) ที่กล่าวว่าตัวบ่งชี้ของความสำคัญของร่วมมือประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การแบ่งปัน (Sharing) และการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Goal Achieving Activities) และสอดคล้องกับแนวคิดนิเวศวัฒนธรรม (Cultural Ecology) (อมฤต หมวดทอง, 2548) อ้างถึงชญ์ วงษ์วิภาค (2532) เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางวัฒนธรรมและปรากฏการณ์ทางสภาพแวดล้อมที่มนุษย์อยู่รอดในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้โดยอาศัยวัฒนธรรมเป็นเสมือนอุปกรณ์หลักในการปรับตัวให้ชีวิตและสภาพแวดล้อมมีความสมดุล

สิ่งที่ค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถเขียนองค์ประกอบความร่วมมือตามหัวข้อย่อยในแบบสอบถามในแต่ละองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน ดังแสดงในหัวข้อที่ 5.3 ได้แก่ ด้านการวางแผน ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสาร (Communication) โอกาสในการร่วมวางแผน (Opportunity) เวลา (Time) และความสนใจร่วมมือวางแผน (Interest) ด้านการแบ่งปัน ประกอบด้วย การแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ (Learning) ความเชื่อมั่นในการแบ่งปัน (Believe) การจัดแบ่งทีมงาน (Organization) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Resource) และด้านการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย เป็นผู้นำความคิด (Leadership) รู้สึกถึงการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของร่วม (Ownership) ได้ทำตามบทบาทหน้าที่ (Authority) การต้องการรับผิดชอบ (Accountability) ความต้องการความสำเร็จ (Needs) ทำให้เห็นภาพ

ความหมายของความร่วมมือ ร่วมกันดำเนินการกิจให้สำเร็จลุล่วง คือ Collaboration ซึ่งสามารถสร้างเป็น Elements ของ Collaboration ได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 องค์ประกอบของคำว่า Collaboration ภาพตัวอย่างจากการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย



รูปที่ 2 ผู้เข้าร่วมประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ



รูปที่ 3 สมาชิกร่วมมือร่วมใจสร้างฝายชลอน้ำ



รูปที่ 4 เสวนากลุ่มย่อยกับชุมชนตำบลมะเขือแจ้

7. กิตติกรรมประกาศ

รายงานผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำของชุมชนผ่านประเพณีไหว้ผีขุนน้ำ (The Factors related to the Collaboration for Water Resource Conservation of the Community through Pee-Khun-Nam Tradition) สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ ดร.ณัฐรัตน์ ประเทือง ที่กรุณาสละเวลาในการให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ รวมทั้งตรวจและแก้ไขงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณท่านนายกเทศมนตรีตำบลมะเขือแจ้ นายวัฒนา จันทนุพาน นายประเสริฐ อุดตระพยอม รองนายกเทศมนตรี และนายบำรุง วงศ์วาร กำนันตำบลมะเขือแจ้ ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อวิจัยและอนุญาตให้เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลวิจัย ขอขอบพระคุณหัวหน้าฝ่ายบริหารการศึกษานายนพดล เดียวตระกูล ที่ให้ความช่วยเหลือข้อมูลและนำทางเพื่อเข้าพื้นที่สำรวจข้อมูล และสัมภาษณ์บุคคลในพื้นที่ชุมชน และขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านและผู้มีส่วนร่วมทุกท่านที่ทำให้กำลังใจในการทำงานวิจัยนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] จักรพงษ์ พวงงามชื่น (2556). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการป่าชุมชน:กรณีศึกษา บ้านทาป่าเปา ตำบลทาปลาดุก อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. ปีที่ 36 ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2556 หน้า 215. มหาวิทยาลัยแม่โจ้ หนองหาร สันทราย เชียงใหม่
- [2] ธนพล บุญปลูก (2557). การจัดการทรัพยากรป่าและน้ำอย่างสมดุลผ่านความเชื่อเรื่องผีขุนน้ำ:บทเรียนจากชุมชนตำบลมะเขือแจ้ :การประชุมเบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 4 29 มีนาคม 2557. วิทยาลัยราชพฤกษ์ จ. นนทบุรี.
- [3] ธนิต โสรรัตน์ (24 เมษายน 2550). *Collaboration Management*. www.tanitsorat.com
- [4] พิสิฐ เทพไกรวัต (2554). การพัฒนารูปแบบเครือข่ายความร่วมมือเพื่อคุณภาพการจัดการศึกษาในโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก :2554. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- [5] สำเภา สมบูรณ์ (2555).การศึกษาแนวทางการจัดการส่งเสริมความร่วมมือภายในองค์กร กรณีศึกษา สำนักงานศึกษาธิการภาค 8. : สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงศึกษาธิการ ประจำปี 2555
- [6] อมฤต หมวดทอง (2548). *นิเวศวิทยาวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับภูมิทัศน์สถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในชุมชนริมคลองรางจรเข้ อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

Relationships between Factors and Academic Achievement in Quantitative Analysis Subject of Accounting Students, Thonburi University

นิพนพิชฌน์ กมลธีระวิทย์¹, รุจิรัตน์ ปาลีพัฒน์สกุล², จิราพรรณ พูลศรีเอี่ยม³

1คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, nippit_bird@hotmail.com

2,3คณะบัญชี, ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ จังหวัดลำพูน,

2rujirat_paew@hotmail.com, 3soon_ac@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี โดยสอบถามกับนักศึกษาที่ได้เรียนรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณในภาคการเรียนที่ผ่านมา จำนวน 105 คน ด้วยแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยปรับปรุงขึ้น ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเกรดเฉลี่ยสะสม เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ และการเห็นประโยชน์ของรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยมีความสัมพันธ์สูงมากกับเกรดเฉลี่ยสะสม ผลการวิเคราะห์ถดถอย พบว่า เกรดเฉลี่ยเป็นปัจจัยเพียงตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้มากถึงร้อยละ 61.5

คำสำคัญ : ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

Abstract

The objectives of this research were to study the relationships between factors and academic achievement in quantitative analysis subject of accounting students, Thonburi University. The sample of this study was 105 accounting students who studied this subject on the previous academic term by questionnaire. The results showed that the academic achievement positively correlated with GPA, attitude toward Mathematics, and worthiness of quantitative analysis subject. GPA as previous background knowledge was highly correlated with academic achievement. Moreover, GPA was the only one factor affecting the academic achievement of quantitative analysis subject. GPA can explain the variance of academic achievement by 61.5 percent.

Keywords : Academic Achievement, Quantitative Analysis

1. บทนำ

วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นรายวิชาในกลุ่มวิชาแกนตามหลักสูตรบัณฑิตที่มุ่งศึกษาตัวแบบและวิธีการทางคณิตศาสตร์ เพื่อสร้างทักษะในการวิเคราะห์ปัญหา หรือทางเลือกของระบบงานทางธุรกิจต่างๆ เช่น การผลิต การลงทุน และการตลาด ประกอบกับการคำนวณหาผลลัพธ์ที่ดีที่สุด (Optimization) ที่จะทำให้นักศึกษาเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเรียน เพื่อให้นักศึกษา (1) มีความรู้ความเข้าใจตัวแบบเชิงปริมาณ และวิธีการทางคณิตศาสตร์ที่ใช้ช่วยในการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ (2) มีทักษะในการวิเคราะห์ปัญหา หรือเลือกหนทางในการแก้ปัญหาทางธุรกิจด้านต่างๆ ในอันที่จะให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด เช่น การผลิต การลงทุน และการตลาด (3) ตระหนักถึงความสำคัญ ประโยชน์ของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบ และสามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือ/ตัวแบบการตัดสินใจ ช่วยในการปฏิบัติงานในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ [1]

วิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณมีความเกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี โดยเป็นทักษะที่จำเป็นของวิชาชีพบัญชี ที่มีการระบุในมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 เรื่องทักษะทางวิชาชีพ ที่ได้กำหนดทักษะทางวิชาชีพออกเป็น 5 ประเภท ซึ่งในส่วนของทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่งานนั้น ได้กล่าวถึงทักษะเรื่องความชำนาญทางตัวเลข คือการใช้คณิตศาสตร์และสถิติ และการวิเคราะห์แบบจำลองการตัดสินใจและความเสี่ยง [2] อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยที่เป็นทั้งอาจารย์ประจำและอาจารย์ที่ปรึกษาแก่นักศึกษาคณะบัญชีได้ทราบถึงความกังวล ความเครียด และการไม่เห็น

ประโยชน์ของรายวิชานี้ของนักศึกษาบ่อยครั้ง ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ นี้มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรใด มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ตลอดจนความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อรายวิชานี้ เพื่อความเข้าใจก่อนพิจารณาแนวทางการลดข้อกังวล ความรู้สึกที่ไม่ดีต่อรายวิชานี้ของนักศึกษา อันจะทำให้ นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชานี้ดีขึ้นได้ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณของนักศึกษาคณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

สัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง การเข้าถึงความรู้หรือทักษะทางการเรียน ซึ่งโดยปกติพิจารณาจากคะแนนสอบหรือคะแนนที่ได้จากงานที่ครูมอบหมายให้ หรือทั้งสองอย่าง [3] ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้คะแนนรวมที่นักศึกษาทำได้จากการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

3.2 ความรู้พื้นฐานเดิม

ความรู้พื้นฐานเดิม หมายถึง ความรู้ในเรื่องต่างๆ ที่เป็นความรู้พื้นฐานในการเรียนเรื่องต่อไป ความรู้พื้นฐานเดิมเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเรียนเรื่องใหม่เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการเรียนมากที่สุดตัวหนึ่ง โดยมีอิทธิพลทั้งที่เป็นสาเหตุทางตรงและทางอ้อม [4] ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้เกรดเฉลี่ยสะสมเป็นการวัดพื้นฐานความรู้เดิมของนักศึกษาคณะบัญชี

3.3 เจตคติต่อคณิตศาสตร์

เจตคติต่อคณิตศาสตร์ เป็นความรู้สึกรู้สึกหรือความคิดเห็นที่บุคคลแสดงออกในลักษณะที่ชอบ ไม่ชอบ หรือเฉยๆ ต่อการเรียนรู้คณิตศาสตร์ โดยมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ เนื้อหา และประโยชน์ที่ได้จากวิชาคณิตศาสตร์ ซึ่งเจตคติต่อการเรียนนี้เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในท้ายที่สุด [5]

3.4 นิสัยในการเรียน

นิสัยในการเรียน เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างสม่ำเสมอ ที่แสดงออกถึงความพึงพอใจ และมุ่งมั่นที่จะศึกษาหาความรู้ พฤติกรรมนี้ประกอบด้วย ความตั้งใจ ความเอาใจใส่ในการเรียน การวางแผนการเรียน และการจัดระบบการเรียน โดย มีความมุ่งมั่นหมายที่จะแสวงหาความรู้และพัฒนาการให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีความคิดริเริ่ม ขยัน อดทน มีความรับผิดชอบ พึ่งตนเอง และมีความภูมิใจในผลการเรียนของตน [6]

3.5 การเห็นถึงประโยชน์ในการเรียน

การเห็นถึงประโยชน์ในการเรียน เป็นการตระหนักถึงผลที่จะได้รับจากการเรียนทั้งประโยชน์ที่ได้ในปัจจุบันและในอนาคต หากผู้เรียนตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้จากการเรียนมาก จะมีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น มีความตั้งใจในการเรียนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการเรียนของผู้เรียน โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะสอบถามถึงการเห็นประโยชน์ในการเรียนรายวิชานี้ในหัวข้อต่างๆ ตามเค้าโครงการสอน ได้แก่ กำหนดการเชิงเส้น ปัญหาควมคู่และการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ตัวแบบการขนส่ง ปัญหาการกำหนดงาน ตัวแบบพัสดุดคลัง การ

วางแผนและควบคุมโครงการ ตัวแบบแถวคอย ตัวแบบการตัดสินใจ ทฤษฎีการแข่งขัน ตัวแบบการพยากรณ์ ตัวแบบการจำลอง และสถานการณ์และตัวแบบมาร์คอฟ [1]

จากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ คณะผู้วิจัยจึงได้ตัวแปรอิสระ ที่ประกอบด้วย เกรดเฉลี่ยสะสม เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ นิสัยในการเรียน การเห็นประโยชน์ของการเรียนในรายวิชา ใช้ในการอธิบายตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ที่วัดจากคะแนนที่ได้จากการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

4. ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่ได้เรียนรายวิชา 20 2108 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ในภาคการเรียนที่ผ่านมา (ภาคการเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2558) โดยได้ทำการสอบถามจากนักศึกษาดังกล่าว จำนวน 3 ห้องเรียน ได้แบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 105 คน โดยเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 15 -31 มีนาคม 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม และสถานภาพการทำงานระหว่างเรียน (2) เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ ซึ่งสร้างขึ้นโดยศุภกร ศรีนุต [5] มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อคำถาม ที่ได้ทำการทดสอบค่าอำนาจจำแนก และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.888 (3) นิสัยในการเรียน ซึ่งสร้างขึ้นโดย อนุวัติ คุณแก้ว [7] เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ

คำถาม ที่ได้ทำการทดสอบค่าอำนาจจำแนก และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.881 (4) การเห็นถึงประโยชน์ในการเรียนวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ที่สอบถามถึงการเห็นประโยชน์ที่ได้จากการเรียนในหัวข้อต่างๆ ตามเค้าโครงของการเรียนในรายวิชา 20 2108 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ และ (5) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่มีต่อการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

เมื่อ ได้แบบ สอบถามตอบกลับมาแล้ว คณะผู้วิจัย ได้ทำการจับคู่แบบสอบถามของนักศึกษาแต่ละรายกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่นักศึกษาได้เรียนในภาคการเรียนที่ผ่านมา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมข้อมูลได้ ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ด้วยการบรรยายสิ่งที่ศึกษาจากค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยมีเกณฑ์ของค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล คือ ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความหมายว่ามีคุณลักษณะนั้นในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีคุณลักษณะนั้นในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีคุณลักษณะนั้นในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีคุณลักษณะนั้นในระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีคุณลักษณะนั้นในระดับน้อยที่สุด

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการสอบถามนักศึกษาทั้งหมด จำนวน 105 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ

98.1 เกรดเฉลี่ยสะสมของนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.64 แบ่งเป็นเกรดเฉลี่ย 2.51 – 3.00 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา มีเกรดเฉลี่ย 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 24.8 โดยเป็นนักศึกษาที่มีการทำงานประจำ คิดเป็นร้อยละ 92.4 ทำงานนอกเวลาและว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และ 4.8 ตามลำดับ

5.2 เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์และนิสัยในการเรียน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย ของเจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์และนิสัยในการเรียน

ปัจจัย	Mean	S.D.	ความหมาย
เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์	3.45	0.56	มาก
นิสัยในการเรียน	3.66	0.54	มาก

ผลการศึกษา ตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษามีเจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ ด้วยคะแนน 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.56 กล่าวคือ นักศึกษามีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อคณิตศาสตร์ในระดับมาก และนักศึกษามีนิสัยในการเรียนด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.54 กล่าวคือ นักศึกษามีการกระทำที่ดีในการเรียนในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า นักศึกษามีความรับผิดชอบในการเรียนในระดับมาก โดยมีการเข้าเรียนทุกครั้งและตรงเวลา และมีการทำและส่งการบ้าน/รายงานตามกำหนดเวลา ด้วยคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และ 4.02 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม พบว่านักศึกษามีการอ่านหนังสือล่วงหน้าก่อนเรียนในแต่ละครั้ง และมีการทบทวนบทเรียนทุกครั้ง

ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และ 3.30 ตามลำดับ

5.3 การเห็นถึงประโยชน์ในการเรียนวิชาการ วิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการเห็นถึงประโยชน์ในการเรียนวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

หัวข้อ	Mean	S.D.	ความหมาย
1. กำหนดการเชิงเส้น	3.58	0.78	มาก
2. ปัญหาควบคุมและการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง	3.59	0.73	มาก
3. ตัวแบบการขนส่ง	3.65	0.82	มาก
4. ปัญหาการกำหนดงาน	3.72	0.79	มาก
5. ตัวแบบพัสดุคงคลัง	3.69	0.81	มาก
6. การวางแผนและควบคุมโครงการ	3.70	0.81	มาก
7. ตัวแบบแถวคอย	3.64	0.87	มาก
8. ตัวแบบการตัดสินใจ	3.79	0.78	มาก
9. ทฤษฎีการแข่งขัน	3.56	0.82	มาก
10. ตัวแบบการพยากรณ์	3.66	0.83	มาก
11. ตัวแบบการจำลองสถานการณ์และตัวแบบมาร์คอฟ	3.50	0.80	มาก
โดยเฉลี่ย	3.64	0.67	มาก

ผลการศึกษา ตารางที่ 2 พบว่า หัวข้อต่างๆ ในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณมีประโยชน์ต่อการทำงานในปัจจุบันหรือในอนาคตในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 คะแนน ซึ่งนักศึกษามีความเห็นว่าคุณหัวข้อที่เรียนในรายวิชานี้มีประโยชน์ในระดับมาก โดยเฉพาะหัวข้อตัวแบบการตัดสินใจ ที่มี

ประโยชน์อยู่ในระดับมาก ด้วยคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 คะแนน ส่วนหัวข้อที่เห็นว่าไม่ประโยชน์น้อยกว่าหัวข้ออื่นๆ คือ ตัวแบบการจำลองสถานการณ์และตัวแบบมาร์คอฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 คะแนน

5.4 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ผลการศึกษา พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่นักศึกษาได้เรียนในภาคการเรียนที่ผ่านมา พบว่า ด้วยคะแนนเต็ม 100 คะแนน นักศึกษามีคะแนนผลการเรียนเฉลี่ย เท่ากับ 64.5 คะแนน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 16.4 คะแนน โดยมีนักศึกษาที่ได้เกรดมากกว่าหรือเท่ากับ B ของรายวิชานี้ คิดเป็นร้อยละ 44.8 และได้เกรดต่ำกว่า C คิดเป็นร้อยละ 29.5

5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตัวแปร	1	2	3	4
1. เกรดเฉลี่ยสะสม				
2. เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์	0.21*			
3. นิสัยในการเรียน	0.20*	0.27**		
4. การเห็นถึงประโยชน์ๆ	0.16	0.31**	0.52**	
5. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	0.79**	0.17*	0.14	0.21*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการศึกษา ตารางที่ 3 พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเกรดเฉลี่ยสะสม เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ และการเห็นประโยชน์ของรายวิชานี้ โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับเกรดเฉลี่ยสะสม ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จะเห็นได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ที่มีค่าเท่ากับ 0.79 รองลงมามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการเห็นประโยชน์ของรายวิชานี้ และเจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ มีค่าสหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.21 และ 0.17 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่าตัวแปรปัจจัยอื่นๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นเกรดเฉลี่ยสะสมไม่มีความสัมพันธ์กับการเห็นประโยชน์ของรายวิชานี้

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักการถดถอยมาตรฐานของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการ วิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตัวแปรอิสระ	β	t	Sig.
1. เกรดเฉลี่ยสะสม	0.79	12.39	0.00
2. เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์	0.01	0.17	0.86
3. นิสัยในการเรียน	0.08	1.05	0.30
4. การเห็นถึงประโยชน์ฯ	0.12	1.69	0.09

ผลการศึกษา ตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักการถดถอยมาตรฐานจากการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า เกรดเฉลี่ยเป็นปัจจัยเพียงตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าน้ำหนักการถดถอยมาตรฐานที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.79 โดยเกรดเฉลี่ยสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการ

วิเคราะห์เชิงปริมาณได้มากถึงร้อยละ 61.5 (Adjusted $R^2 = 0.615$)

5.6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

นักศึกษามีความคิดเห็นต่อรายวิชานี้ว่า เนื้อหาของรายวิชาเป็นประโยชน์ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือชีวิตประจำวันได้ เช่น การพยากรณ์ อย่างไรก็ตาม เนื้อหาของวิชานี้ถือว่ายากที่ต้องมีพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ที่ดี ประกอบกับมีเนื้อหาที่เรียนหลากหลายหัวข้อ ดังนั้น การเรียนในเวลาจำกัดนี้จึงทำให้นักศึกษาเรียนแล้วไม่เข้าใจ

6. สรุปและอภิปรายผล

นักศึกษามีเจตคติที่ดีหรือมีความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อคณิตศาสตร์ในระดับมาก และนักศึกษามีนิสัยในการเรียนหรือมีการกระทำที่ดีในการเรียนในระดับมาก ที่พบว่านักศึกษามีความรับผิดชอบในการเรียน โดยมีการเข้าเรียนทุกครั้งและตรงเวลา และมีการทำและส่งการบ้าน/รายงานตามกำหนดเวลา อย่างไรก็ตาม พบว่านักศึกษามีการอ่านหนังสือล่วงหน้าก่อนเรียน และมีการทบทวนบทเรียนน้อย นักศึกษาเห็นว่ารายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณมีประโยชน์ต่อการทำงานในปัจจุบันหรือในอนาคตในระดับมาก โดยเฉพาะหัวข้อตัวแบบการตัดสินใจ และหัวข้อที่เห็นว่ามีความสำคัญน้อยกว่าหัวข้ออื่นๆ คือ ตัวแบบการจำลองสถานการณ์ และตัวแบบมาร์คอฟ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับเกรดเฉลี่ยสะสม เจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ และการเห็นประโยชน์ของรายวิชานี้ โดยมีความสัมพันธ์สูงมากกับเกรดเฉลี่ยสะสม รองลงมามีความสัมพันธ์กับการเห็นประโยชน์ของรายวิชานี้ และเจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ ผลการ

วิเคราะห์ถดถอย พบว่า เกรดเฉลี่ยเป็นปัจจัยเพียงตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในรายวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณได้มากถึงร้อยละ 61.5

นักศึกษามีความคิดเห็นว่า เนื้อหาของรายวิชาเป็นประโยชน์ แต่เนื้อหาของวิชานี้ถือว่ายากที่ต้องมีพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ที่ดี ประกอบกับมีเนื้อหาที่เรียนหลากหลายหัวข้อจึงทำให้นักศึกษาเรียนแล้วไม่เข้าใจ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาที่พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์กับเกรดเฉลี่ยสะสม และเจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ และเกรดเฉลี่ยสะสมเป็นปัจจัยเดียวที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ในการเรียนวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณสูงมาก สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้ถึงร้อยละ 61.5 ผลการศึกษาที่ได้นี้ จะเป็นข้อสังเกตกับผู้สอนที่ต้องให้ความสำคัญกับนักศึกษาที่มีพื้นฐานความรู้เดิมน้อยเป็นอย่างมาก กล่าวคือ นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมมากหรือมีพื้นฐานความรู้มากจะสามารถเรียนรู้วิชานี้ และมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง ในทางกลับกันนักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมน้อย จะมีโอกาสเรียนรู้วิชานี้ได้น้อย ซึ่งจะต้องให้เวลา ให้ความสำคัญในการอธิบายทำความเข้าใจเนื้อหาแก่นักศึกษากลุ่มนี้ให้มากเป็นพิเศษ โดยเฉพาะเนื้อหาในรายวิชานี้ ที่นักศึกษานำข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ว่าประกอบด้วยหลากหลายหัวข้อ ที่ต้องเรียนทั้งหมดภายในหนึ่งภาคการศึกษา และเป็นเนื้อหาที่ยาก ผู้สอนจึงต้องวางแผนการสอน กำหนดกลยุทธ์ในการสอนให้เหมาะสมกับ

นักศึกษาในแต่ละกลุ่มพื้นฐานความรู้เดิมต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศุภกร ศรีนุต [5] ที่พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีความสัมพันธ์กับความรู้พื้นฐานเดิม และเจตคติที่มีต่อคณิตศาสตร์ โดยพบว่าปัจจัยทั้งสองส่งอิทธิพลทางตรงต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยธนบุรี ประจำปีการศึกษา 2558

เอกสารอ้างอิง

- [1] สมชาย น้อยพิทักษ์. *เค้าโครงการสอน รายวิชา 20 2108 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ. ปีการศึกษา 2557 ภาคการเรียนที่ 2. มหาวิทยาลัยธนบุรี.*
- [2] สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 เรื่องทักษะทางวิชาชีพ. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2559, จาก http://fap.or.th.a33.readyplanet.net/images/column_13_59010350/3.pdf*
- [3] Good (1973:7) อ้างถึงใน กุลธร เสน่หา (2549:19). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้เรียนและครอบครัวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. ปรินญาณิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- [4] บุญชม ศรีสะอาด. (2524). *รูปแบบของผลการเรียนในโรงเรียน. ปรินญาณิพนธ์การศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- [5] ศุภกร ศรีนุต. (2553). *ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบูรณ์ เขต 2.
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต (วิจัยและประเมินผล
การศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบูรณ์.

[6] ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2538). สุขภาพจิตเบื้องต้น.
กรุงเทพฯ : โครงการส่งเสริมการแต่งตั้งตำรา
ทบทวมหาวิทยาลัย.

[7] อนุวัติ คุณแก้ว. (2555). การวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อผลการเรียนสูงและต่ำของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. คณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555

The Factors Related to the Reasons for Decision Making in Election of Local Administrators of Borngern Municipal District Administrative Organization, Lat Lum Kaeo district, Pathumthani Province in 2012

วิยะดา วรรณท้วนิช

คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, wiyada.wa@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555 นั้นมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีสมมติฐานในการวิจัย คือ 1) ปัจจัยด้านเพศ อายุ และ รายได้ ที่ต่างกันมีผลต่อการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลแตกต่างกัน 2) ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่น ความคิดเห็นด้านผลของนโยบายการกระจายอำนาจ และความคิดเห็นด้านผลของนโยบายการกระจายอำนาจต่อการการบริหารงานมีความสัมพันธ์กับการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีประชาชนตำบลบ่อเงินเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 366 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนา และสถิติอ้างอิง โดยใช้การทดสอบความแตกต่าง ได้แก่ t-test , F-test และหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Chi-square Test ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 28-37 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงรายได้อยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาท ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นในระดับความรู้สูง ส่วนผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นและผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อระบบการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลโดยรวมทั้งหมดมีความคิดเห็นเหมือนเดิม และมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยพิจารณาจากคุณสมบัติผู้รับสมัครเลือกตั้งมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย พบว่า ประชาชนที่มีเพศ และอายุที่แตกต่างกันมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล ด้านคุณสมบัติของผู้รับสมัครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, การเลือกตั้ง ,ผู้บริหารท้องถิ่น, องค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

The Factors Related to the Reasons for Decision Making in Election of Local Administrators of Borngern Municipal District Administrative Organization, Lat Lum Kaeo district, Pathumthani Province in 2012. The purpose of the research are: 1) to study the reason for decision of election of local administrators 2) to identify factors are associated with the use of reason for decision of election of local administrators. The hypothesis of the research is as follows: 1) Factors as gender, age and income differences affect the reasoning for decision making in election of local administrators are different. 2) Knowledge' level of population about the local elections. The result of the decentralization policy and opinion of the policy decentralization results is relation to the use of reason for decision of election of local administrators different. The sample group are people rest in Borngern municipal district 366 peoples, The Analytical data use descriptive statistics and t-test, F-test and Chi-square Test. The results showed that mostly female, 28-37 year olds and had revenues of 5,001-10,000 baht. Most people have high-level knowledge about local administration. The result of the decentralization policy to election of local administrators and the policy of decentralized system has no change of opinion. The results of reasoning for decision to vote of local administrators is candidate qualification. The analysis showed the using the reason for decision making in election of local administrators by sex, age are no different of statistical significance level . 05. The people that different income have reason for decision making in election of local administrators of statistical significance at level . 05.

Keywords : Decision Making, Election, Local Administrator, Municipal District Administrative Organization

ความเป็นมา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเอกราช มีบรรพบุรุษที่เสียเลือดเนื้อในการป้องกันและรักษาอธิปไตยสืบเนื่องมายาวนาน และคงไว้ซึ่งอำนาจอธิปไตย การปกครองระบอบประชาธิปไตย คือ การปกครองที่อำนาจอสูงสุดเป็นของประชาชน โดยประชาชนจะมีส่วนร่วมในการปกครองตนเอง แต่ในทางปฏิบัตินั้นเป็นไปได้ที่ประชาชนทุกคนจะทำหน้าที่เป็นผู้ปกครองด้วยตนเองโดยตรง ดังนั้นจึงทำให้ต้องใช้ระบบตัวแทนในการปกครอง กล่าวคือ การให้ประชาชนเลือกตั้งผู้แทนไปทำหน้าที่ใช้อำนาจอธิปไตยแทนตนเอง โดยมีเงื่อนไขว่าจะดำรงตำแหน่งได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ หรือที่เรียกว่าวาระ คือ คราวละ 4 ปี ซึ่งถ้าหากปฏิบัติหน้าที่ได้ไม่มีประสิทธิภาพ ประชาชนก็จะเป็นคนตัดสินใจเลือกคนที่คิดว่าต่อไปในการมาปฏิบัติหน้าที่ ดังนั้น “การเลือกตั้ง” จึงถือเป็นหัวใจที่สำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย และแสดงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนทางการเมือง

สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี นั้นมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารระดับท้องถิ่นในทุกวาระ ซึ่งแตกต่างจากผู้บริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเช่น จังหวัดนนทบุรี ในหลาย ๆ อบต. หรือหลาย ๆ เทศบาลที่ผู้บริหารองค์การส่วนท้องถิ่นไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก จึงทำให้เกิดความสนใจที่จะ ทำ การ ศึกษา วิจัย ใน ครั้ง นี้ ว่า ปัจจัย ที่ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีนั้นเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นของ

องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุม แก้ว จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านเพศ อายุ และ รายได้ ที่ต่างกัน มีผลต่อการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

2. ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่นที่ต่างกันมีผลต่อการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

3. ความคิดเห็นด้านผลของนโยบายการกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งที่ต่างกันมีผลต่อการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

4. ความคิดเห็นด้านผลของนโยบายการกระจายอำนาจต่อการบริหารงานที่ต่างกันมีผลต่อการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านเพศ อายุ รายได้ ความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่น ความคิดเห็นด้านผลของนโยบายการกระจายอำนาจต่อการบริหารงาน มีความสัมพันธ์กับการใช้เหตุผลการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ดังนี้

1) แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายอำนาจ ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจในทางการปกครองของประเทศจากส่วนกลางในการบริหารงานบางอย่างโอนไปให้กับประชาชนในส่วนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการเลือกบริหารประเทศโดยผ่านระบบตัวแทนหรือที่เรียกว่าการเลือกตั้งผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นองค์กรนิติบุคคล มีอำนาจอิสระในการดำเนินการปกครองได้เองตามสมควร และมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานของตนเองพร้อมทั้งมีงบประมาณท้องถิ่นของตนเอง

2) แนวคิดว่าด้วยการปกครองท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นการกระจายอำนาจทางการเมือง ซึ่งการปกครองท้องถิ่นนั้นจะมีส่วนช่วยอย่างยิ่งในการทำให้เกิดการพัฒนาทางการเมืองของประเทศให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น คือ เป็นการปูพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองเบื้องต้น และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งถือเป็นจุดสำคัญในการพัฒนาการเมือง กล่าวคือ ถ้าการปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรย่อมส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังพัฒนาการเมืองด้วย เพราะการปกครองส่วนท้องถิ่นทำให้ประชาชนได้รับความรู้และความเข้าใจในระบอบการปกครอง ระบอบการเมือง และที่สำคัญคือประชาชนได้มีส่วนร่วมในการปกครองตนเอง

3) แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากเดิมไปสู่พฤติกรรมใหม่ที่ค่อนข้างถาวร และพฤติกรรมใหม่นี้เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือการฝึกฝนมิใช่การตอบสนองตามธรรมชาติ พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจะต้องเปลี่ยนไปอย่างค่อนข้างถาวร จึงจะถือว่าเกิดการเรียนรู้เกิดขึ้น หากเป็นการเปลี่ยนแปลง

ชั่วคราวก็ยัง ไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้ (Bloom , 1959) ซึ่งแบ่งการเรียนรู้ออกได้เป็น 6 ระดับ คือ ความรู้ที่เกิดจากการจำ ความเข้าใจ การประยุกต์ใช้ การวิเคราะห์สามารถแก้ปัญหา ตรวจสอบได้ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า

4) แนวคิดเกี่ยวกับการวัดความรู้ ไพศาลหวังพานิช (2526) กล่าวว่า การวัดความรู้เป็นการวัดความสามารถในการระลึกถึงเรื่องราวข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ต่าง ๆ หรือเป็นการวัดการระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับคำสอน การบอกกล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งจากตำรา จากสิ่งแวดลอมต่าง ๆ ด้วยคำถามวัดความรู้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ ถ้ามความรู้ในเรื่อง เรื่อง ความรู้ในวิธีการดำเนินการ และถ้ามความรู้รวบยอด ซึ่งการวัดความรู้ในวิจัยครั้งนี้ถือเป็นการวัดความสามารถของประชาชนในการระลึกรู้ถึงเรื่องราว จากประสบการณ์ ซึ่งคำถามที่ใช้จะอยู่ในระดับความจำ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือ จากแบบสอบถาม ที่ถามจากประชาชน โดยตรง และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น แนวคิด ทฤษฎี เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี เป็นต้น ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำนวน 7 หมู่บ้าน มีประชากรที่มีสิทธิทั้งสิ้น 3,461 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2558)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี จำนวน 359

คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณด้วยสูตรสำเร็จแบบทราบจำนวนประชากรของ ทาโร่ ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane, 1973) แต่ผู้วิจัยได้ปรับเศษขนาดกลุ่มตัวอย่างแต่ละหมู่บ้านเพื่อความเหมาะสมจึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 366 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนา หาความถี่ ค่าเฉลี่ย และสถิติอ้างอิง โดยใช้การทดสอบความแตกต่าง ได้แก่ t-test , F-test หากพบความแตกต่างรายคู่จะทดสอบด้วยวิธี LSD และหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้ Chi- square Test

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 28-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือช่วงอายุ 38-47 ปี และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงรายได้อยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาท รองลงมาคือ ช่วงรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นในระดับความรู้สูง ร้อยละ 70.20 รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจ ระดับความรู้ปานกลาง 26.20

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น พบว่าโดยรวมทั้งหมดมีความคิดเห็นเหมือนเดิม ($\bar{x} = 2.28$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ การมีทางเลือกมากขึ้น ใน

การหาคนที่มาทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาในท้องถิ่นของตน ($\bar{x} = 2.63$) การได้รับรู้ถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเองในการพัฒนาท้องถิ่นและการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ($\bar{x} = 2.59$) การสามารถรับรู้ถึงข่าวสารการบริหารงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลได้ง่ายและทั่วถึง ($\bar{x} = 2.31$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การได้รับทราบนโยบายที่ชัดเจนในการทำงานหรือการบริการงานของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ($\bar{x} = 2.07$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อระบบการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า โดยรวมทั้งหมดมีความคิดเห็นเหมือนเดิม ($\bar{x} = 2.16$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ผลของนโยบายการกระจายอำนาจทำให้องค์การบริหารงานส่วนตำบลมีการจัดเก็บรายได้โดยชอบกฎหมายเพื่อเป็นค่าดำเนินการต่าง ๆ ($\bar{x} = 2.39$) องค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจในการตัดสินใจจัดหาพนักงานด้วยตนเอง ($\bar{x} = 2.24$) และองค์การบริหารส่วนตำบลได้จัดให้มีบริการสาธารณะที่ดีสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ($\bar{x} = 2.14$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555 พบดังนี้

การใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล	\bar{x}	S.D.	แปลผลระดับการให้ ความสำคัญ
1.ด้านคุณสมบัติผู้รับสมัครเลือกตั้ง	4.08	.526	มาก

2.ด้านการหาเสียงของผู้รับสมัครเลือกตั้ง	3.83	.521	มาก
3.ด้านคุณสมบัติหัวหน้าคณะ	3.22	.517	มาก
4.ด้านการให้รางวัล	3.81	.430	มาก
5.ด้านบทบาทหน้าที่ของ อบต. และสิ่งแวดล้อม	3.60	.484	มาก
รวม	3.71	.297	มาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Chi-square test ระหว่างปัจจัยเพศของประชาชนกับผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น อายุของประชาชนกับผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น และ รายได้ของประชาชนกับผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น ไม่พบความสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นกับการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555 พบว่า ผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงของประชาชนในการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นด้านคุณสมบัติของผู้รับสมัครเลือกตั้ง และด้านการ

ให้รางวัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อระบบการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลกับการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555 พบว่า ผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อระบบการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลผลของนโยบายกระจายอำนาจต่อระบบการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลมีความสัมพันธ์กับการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นด้านคุณสมบัติของผู้รับสมัครเลือกตั้ง ด้านคุณสมบัติของหัวหน้าคณะกรรมการให้รางวัล ด้านบทบาทหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ และอายุที่แตกต่างกันมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ปี 2555 ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล ด้านคุณสมบัติของผู้รับสมัครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยของการมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ($\bar{x} = 3.74$) มีค่าเฉลี่ยมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 ($\bar{x} =$

3.64) บาท และประชาชนที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ($\bar{x} = 3.51$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และค่าเฉลี่ยของการมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ 10,000-15,000 บาท ($\bar{x} = 3.49$) มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าประชาชนที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 ($\bar{x} = 3.64$) บาท และประชาชนที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ($\bar{x} = 3.74$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี นั้นพบว่า ประชาชนจะเลือกผู้สมัครโดยพิจารณาทางด้านคุณสมบัติของผู้รับเลือกตั้ง โดยดูจากฐานะทางเศรษฐกิจของผู้สมัคร นโยบายของผู้สมัคร และการเป็นบุคคลที่มีพรรคการเมืองสนับสนุน ระดับการศึกษาของผู้สมัคร บุคลิกท่าทาง น่าเชื่อถือ มีความซื่อสัตย์ และชื่อเสียงทางสังคมของผู้รับสมัคร ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วุฒิพงศ์ ชุมเสนา (2551) ที่ได้ศึกษาถึงความเข้าใจ ทศนะหรือความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่น และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเมืองคง อำเภอกง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกผู้สมัครนายกเทศมนตรี ส่วนใหญ่แล้วจะเลือกที่ผู้สมัครมีผลงานดี มีความรู้ ความสามารถและพร้อมจะเสียสละเพื่อส่วนร่วม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิตรา พรหมชุตติมา (2541) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเมืองและพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ของประชาชน ที่ผ่านมา สิ่งที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเมืองของประชาชนในประเด็นแง่มุมของปัจจัย ที่เกี่ยวกับคุณ สมบัติของผู้สมัคร คุณสมบัติของผู้สมัครมีผลต่อพฤติกรรมเลือกตั้งของประชาชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมเกียรติ บุพาพิน (2548) ที่พบว่า การตัดสินใจของประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งจะเลือกผู้นำที่มีความซื่อสัตย์ มีความรู้ความสามารถ และผลการวิจัยของ ธนาภรณ์ ว่องไว (2548) ที่พบว่า ประชาชนเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโดยเชื่อมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตความรู้และความสามารถของผู้ที่จะมาเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งจะเห็นได้ว่าการที่ประชาชนจะตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นได้นั้น องค์ประกอบหรือปัจจัยที่ประชาชนพิจารณาเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจ คือ คุณสมบัติของผู้รับเลือกตั้ง ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เหตุที่ประชาชนพิจารณาตัวผู้รับสมัครรับเลือกตั้งเป็นเหตุผลหลักในการลงคะแนนเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่น เนื่องจากความเป็นเครือญาติหรือรู้จักมีความสนิทสนมกันเป็นส่วนใหญ่ และน่าจะเป็นเหตุผลในการจูงใจต่อการตัดสินใจได้ง่ายกว่าเหตุผลด้านอื่น ๆ เพราะสามารถเห็นได้เป็นรูปธรรมว่าคนที่จะเลือกตั้งเป็นใคร มีอุปนิสัยใจคออย่างไร มีการออกงานสังคม ร่วมช่วยเหลืองานในชุมชนมากน้อยเพียงใด เป็นต้น และยังประกอบกับเป็นคนที่มีพรรคการเมืองสนับสนุน และมีนโยบายที่ชัดเจนก็ยิ่งผนวกเข้าไปกับเหตุผลในด้านคุณสมบัติผู้รับสมัครเลือกตั้งให้เด่นชัดยิ่งขึ้น

เหตุผลในด้านการหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็นการคิดป้ายหาเสียงขนาดใหญ่ การเสียงตามสาย การใช้โฆษณาถ่วงประกาศทั่วหมู่บ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้รับสมัครเลือกตั้ง

ออกเดินหาเสียงตามบ้านแล้วนั้นจะเป็นเหตุผลหลักที่ตอกย้ำให้ประชาชน ไปเลือกผู้รับสมัครหมายเลขนั้นยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความสำนึกเชิงเหตุผล (Consciously Rational Theory) ของ Downs (1957) ในประเด็นของอิทธิพลของ “ความสำนึกเชิงเหตุผล” ของบุคคลที่มีผลต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียง การแถลงนโยบาย รวมถึงอิทธิพลของเทคนิคต่างๆ ของการบริหารการเลือกตั้ง

เหตุผลด้านการให้รางวัลแก่ประชาชนนั้น ไม่ว่าผู้สมัครจะให้รางวัล เป็นเงินทอง สิ่งของก่อนหรือหลังการเลือกตั้ง การให้สัญญาว่าจะพัฒนาท้องถิ่น หากได้รับเลือกนั้นเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกผู้บริหารท้องถิ่นด้วยอีกเหตุผลหนึ่งซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการซื้อสิทธิขายเสียง ที่ได้อธิบายไว้ในหนังสือ “เลือกตั้งวิกฤต : ปัญหาและทางออก” ของ สมบัติ จันทรวงศ์ (2536) ได้อธิบายว่า บุคคลที่มีผลต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยให้ความสำคัญไปที่การซื้อสิทธิขายเสียง อิทธิพลเงินทอง และการแจกจ่ายสิ่งของ ซึ่งจากผลการสรุปของการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งเท่าที่ผ่านมาได้ให้ข้อสรุป ที่คล้ายคลึงกันว่า การจ่ายเงินซื้อสิทธิขายเสียงไม่ว่าจะเป็นทางตรงและทางอ้อมของผู้สมัครนั้น เงินทอง หรือผลประโยชน์ตอบแทนจากผู้สมัครได้กลายเป็น “ประเพณี” หรือ “วัฒนธรรมทางการเมือง” ของสังคมไทยไปแล้ว

ปัจจัยด้านรายได้ของประชาชนที่แตกต่างกันมีการใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลแตกต่างกันนั้นสอดคล้องกับ การศึกษาของ พจน์ จันดีวงศ์ (2551) ที่ พบว่าระดับรายได้มีผลต่อการตัดสินใจ

เลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงจะดูจากนโยบายที่ดีและความมีชื่อเสียงของสมัคร ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าจะดูจากการออกงานหรือการช่วยเหลืองานต่าง ๆ ของหมู่บ้าน

เอกสารอ้างอิง

- จิตรา พรหมชุตติมา. (2541). พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในชุมชนแออัดในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ. : สำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
- ชนกรณัฏ ว่องไว. (2548). การตัดสินใจเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดและสมาชิก สภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด ศึกษากรณีเขตเลือกตั้งที่ 1 อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พจน์ จันตะวงศ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบลสันทราย อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไพศาล หวังพานิช. (2526). การวัดผลการศึกษา. กรุงเทพฯ. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- วุฒิพงษ์ ชุมเสนา. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับเลือกตั้งนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเมืองคง อำเภอกง จังหวัดนครราชสีมา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมเกียรติ ชูพาพิน (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออกเสียงเลือกนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมบัติ จันทรวงศ์. (2536). เลือกตั้งวิกฤต : ปัญหาและทางออก. กรุงเทพฯ : คบไฟ.

สำนักบริหารการทะเบียน สืบค้นจาก

www.bora.dopa.go.th เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2558

Bloom ,B.S. (1959). *Toxonomy of educational objectives handbook 1: Cognitive*. New York: David Mckay.

Downs, Anthony. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York : Harper and Row.

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

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงทางการเงินของผู้บริหาร

ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี

Factors influence financial risk management of executive of Nava Nakorn industrial estates, Pathum Thani Province

(สุกัญญา ศิริโท¹, นายเอกชิพร นามวงศ์²)

¹คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, sukunya_si@northbkk.ac.th

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ sukunya_si@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ:

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1 เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจผู้บริหารในการนำเครื่องมือทางการเงินมาใช้จัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ 2 ศึกษาแนวทางที่ใช้ในการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทในเขตอุตสาหกรรมที่มีธุรกรรมระหว่างประเทศจำนวน 49 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า 1 ผู้บริหารของทุกบริษัทมีความรู้ความเข้าใจในการนำเครื่องมือทางการเงินมาใช้จัดการความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ 2 แนวทางที่ใช้ในการเลือกใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมากที่สุด รองลงมาคือ การนำเข้าเครื่องจักรหรือเครื่องมือซึ่งมีราคาสูงจากต่างประเทศนอกจากนั้นคือ เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก มีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศโดยใช้สกุลเงินต่างประเทศ ระยะเวลาในการกู้ยืมเงินมีระยะเวลายาวนาน ระยะเวลาการให้เครดิตแก่ลูกค้าเป็นระยะเวลานาน ราคาของวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศทุกครั้ง ระยะเวลาในการชำระหนี้ค่าสินค้าให้กับเจ้าหนี้ต่างประเทศมีระยะเวลานาน การซื้อขายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้กับลูกค้าต่างประเทศตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยนั้น ให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยต่างประเทศมีความผันผวนมากที่สุด รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยในต่างประเทศมาก นอกจากนั้นคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากต่างประเทศมีความผันผวน และมีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศเป็นแบบอัตราดอกเบี้ยลอยตัวตามลำดับ สำหรับปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียม ให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมที่เสียไปคู่กับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับกิจการมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมของเครื่องมือทางการเงินที่ใช้มากกว่าค่าธรรมเนียม นอกจากนั้นคือ เลือกใช้เครื่องมือทางการเงินที่มีอัตราค่าธรรมเนียมที่ต่ำและยอมจ่ายค่าธรรมเนียมในอัตราที่สูงถ้ามีความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมากตามลำดับ สุดท้ายคือปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคาร โดยให้ความสำคัญกับการได้รับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และธนาคารคิดค่าธรรมเนียมทำสัญญาต่างๆ ในอัตราพิเศษมากที่สุด รองลงมาคือ ธนาคารให้คำแนะนำการใช้เครื่องมือทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ที่เป็น

ประโยชน์กับกิจการ และได้รับข้อมูลการรายงานความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้คือ ธนาคารเสนอทางเลือกในการให้บริการเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางการเงินและธนาคารที่มีการติดต่อทางด้านธุรกรรมทางการเงินกับกิจการเป็นประจำ ตามลำดับ

คำสำคัญ : การจัดการความเสี่ยง นิคมอุตสาหกรรมนวนคร

ABSTRACT :

This study aimed to investigate the cognitive one executive in the financial instruments used to hedge business operations of two approaches to using financial instruments to hedge exchange rate risk. This study is a survey research by population in this study is that companies in the industry with a number of international transactions, 49 of the statistical methods used to analyze the clocking frequency is rumored percent average.

The study found that factors influence financial risk management of executive Nava Nakorn industrial estates, Pathum Thani Province were the exchange rate factor which focused the most on the period of the fluctuated exchange rate, importing expensive machine/instruments from foreign countries. Besides, when company purchased great amount of materials from foreign countries, the company took a loan by foreign currency and the loan period was long, credit offered to customer was long, importing material cost was fluctuated. When purchase material from foreign country, the period of refinance to creditor was long, and selling goods as credit to foreign customers, respectively. For interest rate, inter-interest rate factor, the executive focused the most on the fluctuated foreign interest rate, intra-interest rate which was very much different from foreign interest rate, fluctuated foreign loan interest rate, intra-interest rate which was very much different from foreign interest rate, fluctuated foreign loan interest rate, foreign loan was floating rate note, respectively. For premium factor, the executive focused the most on the paid premium which will be worthwhile for the financial risk, used financial instrument appropriate, used financial which have low premium rate, and pay high premium rate if foreign currency fluctuated, respectively. For the the bank services factor, the executive focused the most on modern technology and fast service as well as special bank's premium for contracts, the bank suggested various kinds of financial instrument which would be benefit for company, company received continuously report of foreign exchange rate, the bank offered choices of service about financial instrument, and band that have regular financial transaction with company, respectively

KEYWORDS: risk management , Nava Nakorn industrial

1. บทนำ

ปัจจุบัน นิคมอุตสาหกรรมนวนคร มีโรงงานอุตสาหกรรม 5 ประเภท รวม 49 บริษัท ซึ่งจะต้องมีการทำธุรกรรมระหว่างประเทศทั้งในธุรกรรมด้านส่งออกและธุรกรรมด้านนำเข้า การชำระเงินตราต่างประเทศมิได้กระทำในวันเดียวกับวันที่ทำสัญญาตกลงทำธุรกรรมนั้นๆ แต่จะมีระยะเวลาการส่งมอบเงินเข้ามาเกี่ยวข้องตามแต่ตกลงกัน ซึ่งอาจเป็น 1,3,6 เดือนข้างหน้า ซึ่งทำให้ธุรกิจได้รับความ

เสี่ยงจากการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนในอนาคต เพราะว่าอัตราแลกเปลี่ยนในอนาคตอาจมีค่ามากกว่าน้อยกว่าในปัจจุบันก็ได้เช่น กรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทกับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเพิ่มเป็น 40 บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ แสดงว่าค่าเงินบาทลดลง เมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์สหรัฐฯ หรือกล่าวได้ว่าค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินบาท

ด้วยเหตุนี้บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นเขตอุตสาหกรรมส่งออก อีกทั้งเป็นบริษัท

ผลิต วัตถุดิบบางอย่างมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ในการติดต่อซื้อขายระหว่างกันต้องใช้สกุลเงินต่างประเทศเป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้า รวมถึงการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศภายใต้ระบบค่าเงินบาทลอยตัว เกิดความไม่แน่นอนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและอัตราดอกเบี้ยที่ผันผวนขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้บริษัทเกิดความเสียหายทางการเงิน โดยเฉพาะความเสี่ยงที่สำคัญของผู้กู้ยืมต่างประเทศที่ต้องเผชิญอย่างน้อย 2 ประการ ประการแรกคือการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และประการที่สองคือการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย ผลของการเปลี่ยนแปลงของอัตราทั้งสองอย่างนี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้และความสามารถทำกำไรของบริษัทด้วย ซึ่งผู้บริหารทางการเงินของบริษัทมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดการกระแสเงินสด (Cash Flow) ของเงินสกุลต่างๆ โดยวิถีทางที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและกำไรสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้นผู้บริหารทางการเงินของบริษัทต้องการหาวิธีในการป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

ในโลกธุรกิจการเงินยุคใหม่ เครื่องมือทางการเงินจึงเข้ามามีบทบาทในการเป็นเครื่องมือในการช่วยบริหารความเสี่ยงให้กับผู้บริหาร บทบาทที่เด่นชัดของเครื่องมือทางการเงินคือ ช่วยแยกกระจายและส่งต่อความเสี่ยงทางการเงินเพื่อลดต้นทุนในการบริหารสินทรัพย์หรือหนี้สินเครื่องมือทางการเงินประกอบด้วย ปฐมพันธ์ทางการเงิน (Primary Instruments) ได้แก่ เงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ สัญญาเช่าทางการเงิน หุ้นหุ้น หุ้นกู้ เป็นต้น และอนุพันธ์ทางการเงิน (Derivative Instrument) หรือตราสารอนุพันธ์ ซึ่งเป็นสัญญาระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่าย ซึ่งประกอบด้วยตราสารทางการเงินหลาย

ลักษณะโดยวัตถุประสงค์เพื่อบริหารความเสี่ยง ตราสารอนุพันธ์ที่สำคัญได้แก่ สัญญาซื้อขายล่วงหน้า (Forwards) สัญญาซื้อขายเงินต่างประเทศเพื่อส่งมอบในอนาคต (Futures) สิทธิจะซื้อขายเงินตราต่างประเทศ (Options) สัญญาแลกเปลี่ยน (Swap) ซึ่งผู้บริหารทางการเงินสามารถเลือกใช้เครื่องมือทางการเงินต่างๆ เหล่านี้ให้เหมาะสมกับธุรกรรมแต่ละประเภท ทางเลือกเหล่านี้ช่วยให้บริษัทสามารถผลักดันความเสี่ยงประเภทต่างๆ ไปให้กับสถาบันการเงินรับแทนตน โดยยอมเสียค่าธรรมเนียมตายตัวแต่ต้น การแยก กระจายและส่งต่อความเสี่ยงนี้จะช่วยเพื่อความเสี่ยงนี้จะช่วยเพิ่มความสะดวกและความคล่องตัวให้แก่บริษัทในการบริหารการเงิน

ดังนั้น เพื่อหลีกเลี่ยงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนในอนาคตให้เหลือน้อยที่สุด และเพื่อให้ทราบถึงจำนวนเงินในการธุรกรรมที่แน่นอนในอนาคต การนำเครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงมาใช้ในธุรกิจจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ และมีประโยชน์ต่อธุรกิจนั้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจในการนำเครื่องมือทางการเงินมาจัดการความเสี่ยงทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงของผู้บริหารในการดำเนินธุรกิจในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จ.ปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือทางการเงิน

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 ได้ทราบ ว่าผู้บริหารในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร มีความรู้ และความเข้าใจในการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงมากน้อยแค่ไหน

2. เป็นแนวทางในการที่ภาคีรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงธนาคารจะได้จัดให้มีการอบรมสัมมนาเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือทางการเงินอย่างถูกต้อง

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาประมวลผลให้ได้ผลลัพธ์ โดยศึกษาจาก ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้อำนวยการรับผิดชอบงานขององค์กรการธุรกิจมาทำการวิเคราะห์ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test, f-test และอภิปรายผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในรูปแบบของสำรวจ โดยอาศัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงทางการเงิน มาเป็นกรอบแนวทางในการออกแบบสำรวจ โดยแบ่งรายละเอียดของคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลทั่วไปได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และอำนาจในการบริหารการเงินของบริษัท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการปัจจัยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลในการเก็บแบบสำรวจ โดยใช้ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และผู้มีอำนาจรับผิดชอบงานขององค์กรการธุรกิจในเขตนิคมอุตสาหกรรมนคร มีจำนวน 49 บริษัท จังหวัดปทุมธานี

การประมวลผล

นำข้อมูลที่ได้นำมาศึกษาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ในการวิจัย

5. ผลการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความเสี่ยงทางการเงินของผู้บริหารในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาสามารถแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล และผู้มีอำนาจในการบริหารการเงินของบริษัท ผลการศึกษาแสดงได้ดังนี้ ว่าเป็นเพศหญิงมาก

จำแนกตามอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำแนกตามระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ตำแหน่งพนักงาน จำแนกตามตำแหน่งของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหารการเงินมากที่สุดคือ ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์มากที่สุด มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ

ละ 26.53 จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ระหว่าง 11 ปี-15 ปี

จำแนกตามจำนวนทุนจดทะเบียน พบว่าบริษัทส่วนใหญ่จะมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ล้านบาท

สกุลเงินที่ใช้ในการส่งออกสินค้าและสกุลเงินที่ใช้นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกมีการใช้สกุลเงินในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศมากที่สุดคือ สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ

สกุลเงินในการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศมากที่สุดคือ สกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาคือเงินสกุล ระยะเวลาในการให้เครดิตแก่ลูกค้าต่างประเทศและระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าให้กับเจ้าหนี้ต่างประเทศ พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออก มีระยะเวลาในการให้เครดิตแก่ลูกค้าต่างประเทศมากที่สุดคือ 30 วัน ส่วนระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าให้กับเจ้าหนี้ต่างประเทศมากที่สุดคือ 30 วัน เงินกู้ยืมจากต่างประเทศ พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออก มีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ มีจำนวน 19 ราย เงินกู้ยืมจากต่างประเทศ พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกมีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ จำนวน 19 ราย ระยะเวลาการจ่ายเงินกู้ของบริษัทที่มีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกมีการกู้ยืมเงินจากต่างประเทศ จำนวน 19 ราย ซึ่งมีรูปแบบของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมจากต่างประเทศแบบคงที่

การใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกมีการจัดการความเสี่ยงทางการเงินโดยใช้

เครื่องมือทางการเงินมากที่สุดคือ สัญญาซื้อขายล่วงหน้า รองลงมาคือ สัญญาแลกเปลี่ยนสกุลเงิน

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

เครื่องมือทางการเงิน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมส่งออกมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน ดังนี้คือ ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบคำถามถูกในแต่ละข้อสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 เครื่องมือทางการเงินเป็นเครื่องมือจัดการความเสี่ยงทางการเงินที่เกิดจากการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการลงทุน การซื้อขาย การกู้ยืม หรือ การทำสัญญาต่างๆ อันดับ 2 คือ อนุพันธ์ทางการเงิน (Derivative Instrument) เป็นเครื่องมือทางการเงินที่ใช้บริหารความเสี่ยงทางการเงินอยู่ในรูปของตราสารทางการเงินหรือสัญญาชนิดหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าขึ้นอยู่กับสินทรัพย์พื้นฐาน เช่นอัตราแลกเปลี่ยน ราคาสินค้า ราคาหลักทรัพย์ เป็นต้น อันดับ 3 เลือกลิทธิทางการเงิน (Option) เป็นตราสารที่สิทธิแก่ผู้ถือในการที่จะซื้อหรือขายสินทรัพย์อย่างใดอย่างหนึ่งตามเงื่อนไขในราคาที่ตกลงกัน

ระดับคะแนนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมส่งออกมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน มีระดับคะแนนที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับ คือ ระดับคะแนน 60-79 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทาง

การเงินในระดับมากคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31-40 ปี

รู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงินในระดับมากคือ ระดับการศึกษาปริญญาตรี

รู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงินในระดับมาก คือ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินมีจำนวนมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกจำนวน 49 ราย มีบริษัทที่ใช้เครื่องมือทางการเงินการ 23 ราย ซึ่งมีความเห็นว่าปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยเห็นว่าปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมากคือ ในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน

ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกจำนวน 49 ราย มีบริษัทที่ใช้เครื่องมือทางการเงินจำนวน 23 ราย ซึ่งมีความเห็นว่าปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมที่ผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน พบว่าบริษัทในเขต

อุตสาหกรรมส่งออกจำนวน 49 ราย มีบริษัทที่ใช้เครื่องมือทางการเงินจำนวน 23 ราย ซึ่งมีความเห็นว่าปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน พบว่าบริษัทในเขตอุตสาหกรรมส่งออกจำนวน 49 ราย มีบริษัทที่ใช้เครื่องมือทางการเงินจำนวน 23 ราย ซึ่งมีความเห็นว่าปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามอายุ เห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามอายุ พบว่าในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการได้รับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินใน

ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารคิดค่าธรรมเนียมให้การทำสัญญาต่างๆ เป็นกรณีพิเศษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลการรายงานความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบคำถามที่มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน ทุกครั้งที่มีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศ เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ราคาของวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศมีราคาขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา มีการกู้ยืมจากต่างประเทศโดยใช้สกุลเงินต่างประเทศ และระยะเวลาในการกู้ยืมเงินมีระยะเวลายาวนาน

ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมากที่สุด การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินใน

ระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราดอกเบี้ย

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากต่างประเทศมีความผันผวน

ปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก คือการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมที่เสียไปคู่กับความเสี่ยงทางการเงินที่จะเกิดขึ้นกับบริษัท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านการให้บริการของ

ธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความเห็นว่าการศึกษาด้านการให้บริการของธนาคาร มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารคิดค่าธรรมเนียมให้การทำสัญญาต่างๆ เป็นกรณีพิเศษ

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่าการศึกษาด้านการให้บริการของธนาคาร มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลการรายงานความเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่าง

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมากที่สุด

ผู้จัดการทั่วไป มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวน นำเข้าเครื่องจักรหรือเครื่องมือซึ่งมีราคาสูงจากต่างประเทศ

พนักงานบัญชี มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้

เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมากที่สุด

ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน ในระดับระดับมาก ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยต่างประเทศมีความผันผวนมากที่สุด

ผู้จัดการทั่วไป มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในเรื่องมีการกู้เงินจากต่างประเทศเป็นแบบอัตราดอกเบี้ยลอยตัวมากที่สุด

พนักงานบัญชี มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยในประเทศมีความแตกต่างจากอัตราดอกเบี้ยในต่างประเทศมาก

ปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมที่มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าการศึกษาด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมที่เสียไปคู่มากับความเสียหายทางการเงินที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทมากที่สุด

ผู้จัดการทั่วไป มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการเลือกใช้เครื่องมือทางการเงินมีอัตราค่าธรรมเนียมที่ต่ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบัญชี มีความเห็นว่าปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการคำนึงถึงความเหมาะสมของเครื่องมือทางการเงินที่ใช้มากกว่าค่าธรรมเนียม

ปัจจัยทางการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงิน จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่าผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าปัจจัยทางการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน มีความเห็นว่าปัจจัยทางการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารคิดค่าธรรมเนียมให้การทำสัญญาต่างๆ เป็นกรณีพิเศษมากที่สุด

ที่เป็นผู้จัดการทั่วไป มีความเห็นว่าปัจจัยทางการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารมีแนะนำการใช้เครื่องมือทางการเงินในรูปแบบต่างๆที่เป็นประโยชน์กับบริษัท ได้รับความสะดวกเร็วในการให้บริการและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยธนาคารที่จะมีการติดต่อทางด้านธุรกรรมทางการเงินกับบริษัทเป็นประจำ และได้รับข้อมูลการรายงาน

ความคลาดเคลื่อนไหวของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศอย่างต่อเนื่องซึ่งอยู่ในระดับน้อย

พนักงานบัญชี มีความเห็นว่าปัจจัยทางการให้บริการของธนาคารมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการได้รับความสะดวกเร็วในการให้บริการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90

6.สรุปและการอภิปรายผล

ปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความผันผวนมากที่สุด รองลงมาคือการนำเข้าเครื่องจักรหรือเครื่องมือซึ่งมีราคาสูงจากต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับทักขยา ภู่งแดง. (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงของผู้บริหารในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ซึ่งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในช่วงที่อัตราดอกเบี้ยต่างประเทศมีความผันผวนมากที่สุด รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยในประเทศมีความแตกต่างจากอัตราดอกเบี้ยในต่างประเทศมาก

ปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยงทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้

ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมที่เสียไปคุ้มค่ากับความ
เสี่ยงทางการเงินที่จะเกิดขึ้นกับบริษัทมากที่สุด

ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารมีผล
ต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อจัดการความเสี่ยง
ทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้
ความสำคัญกับการได้รับความสะดวกรวดเร็วใน
การให้บริการและมีเทคโนโลยีที่น่าสมัย ซึ่ง
สอดคล้องกับ ประสิทธิภาพ โขติวิศาล. (2544)
พฤติกรรมของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม
ภาคเหนือต่อการใช้บริการทางการเงินเกี่ยวกับ
การค้าระหว่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์. โดยให้
ความสำคัญกับการได้รับความสะดวกรวดเร็วใน
การให้บริการและมีเทคโนโลยี

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา
ต่างประเทศมีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินใน
ระดับมาก อายุระหว่าง 31- 40 ปี มีความเห็นว่า
ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้เครื่องมือ
ทางการเงินในระดับปานกลาง

อายุมากกว่า 40 ปี มีความเห็นว่าปัจจัย
ทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการใช้เครื่องมือ
ทางการเงินในระดับมาก

อายุระหว่าง 31- 40 ปี มีความเห็นว่าปัจจัย
ทางด้านบริการของธนาคารมีผลต่อการใช้
เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

การศึกษาระดับปริญญาตรี มีความเห็นว่า
ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญา มีความเห็น
ว่าปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการใช้
เครื่องมือทางการเงินในระดับมากที่สุด

การศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเห็นว่า
ปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อการ
ใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และ
การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นว่า
ปัจจัยทางด้านบริการของธนาคารมีผลต่อ
การใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงินมีความเห็นว่า
ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
มีผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการ
ตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมมีผลต่อ
การตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ปัจจัยด้านการให้บริการของธนาคารมี
ผลต่อการใช้เครื่องมือทางการเงินในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนั้นมีความยุ่ง
ยาก และซับซ้อนมากขึ้น เป็นการยากที่จะทราบ
ว่าในอนาคตจะมีปัญหาอะไรเกิดขึ้นบ้าง ดังนั้น บริษัท
จึงจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบที่จะดูแลอย่างเป็น
ระบบ เมื่อมีปัญหาค่าที่ต้องเกิดขึ้นในอนาคตจะได้หา
วิธีจัดการความเสี่ยง เพื่อให้ความสูญเสียที่จะเกิดขึ้น
ในอนาคตมีน้อยที่สุด ซึ่งเครื่องมือทางการเงินก็เป็น
มาตรการหนึ่งในการนำมาใช้จัดการความเสี่ยงทาง
การเงินทำให้ผู้บริหารสามารถใช้เวลาในการ
บริหารงานได้โดยไม่ต้องกังวลกับเรื่องความผัน
ผวนของอัตราแลกเปลี่ยน อัตราดอกเบี้ย และราคา
สินค้า แต่การใช้เครื่องมือทางการเงินก็มีข้อเสีย ถ้า
นำไปใช้ป้องกันความเสี่ยงอย่างไม่เหมาะสม หรือ
ผู้บริหารต้องการรายงานผลกำไรสูงขึ้น เพราะคน
ส่วนใหญ่ก็ยังไม่ค่อยเข้าใจมากนัก เป็นผลทำให้

การตัดสินใจเกิดความผิดพลาดได้ง่าย ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงจึงมีความจำเป็นต้องหาวิธีควบคุมการดำเนินงานของพนักงานที่มีหน้าที่เกี่ยวกับเครื่องมือทางการเงิน นอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงผู้บริหารการเงิน และกรรมการบริษัทจะต้องมีความรู้ในเรื่องของเครื่องมือทางการเงินที่บริษัทได้นำมาใช้ ควรมีกระบวนการตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่ามีการนำเครื่องมือทางการเงินไปใช้ตามนโยบายของบริษัท มีการรายงานให้ผู้ถือหุ้นได้ทราบว่าจะขณะนี้บริษัทได้มีการจัดการความเสี่ยงโดยใช้เครื่องมือทางการเงินประเภทใดบ้าง และพนักงานผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องจะมีความรู้และนำเครื่องมือทางการเงินนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ประโยชน์สูงสุดแก่บริษัท

ศุภศรี นุ่นมี .(2553) การจัดการความเสี่ยงของธุรกิจในเขตนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร .สารนิพนธ์ ,มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ทักษยา ภู่งแดง. (2549) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อป้องกันความเสี่ยงของผู้บริหารในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน .สารนิพนธ์ .มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประสิทธิ์ โชติวิศาล. (2544) พฤติกรรมของผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือต่อการใช้บริการทางการเงินเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์. การค้นคว้าแบบอิสระ, เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พิเชษฐ์ พรหมผุย.(2541) การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าพรีเมียมและค่าชดเชยความ

เสี่ยงในการซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้า. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ศุภกรจิรา ทำนุศิลป์.(2541) การวิเคราะห์เทคนิคการใช้เครื่องมือป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาวิททยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
suwan.kh@northbkk.ac.th
"สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ,
nissara.pr@northbkk.ac.th

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรี

ที่ โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก

Factors affecting Parents' Decision Making for Allowing Children to Learn Music at Hukhna Music School

สุมิตตา จอมวิเชียร

คณะบริหารธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง, Email: Sjomwichain@gmail.com

บทคัดย่อ:

วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิกประชากร จำนวน 45 ราย (100%) เครื่องมือที่ใช้โดยการสร้างแบบสอบถาม ออกภาคสนาม สัมภาษณ์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยไมโครคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

สรุปผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ผู้ปกครองตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองเป็นอันดับแรก ซึ่งผู้ปกครองส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราค่าเรียนมีความเหมาะสมและพึงพอใจในระบบการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ ปัจจัยด้านสถานที่ ผู้ปกครองส่วนใหญ่เห็นว่าโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทางมาส่งบุตรหลาน มีความปลอดภัยและสะอาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรหลานมีทักษะด้านดนตรีและเห็นว่าโรงเรียนมีครูผู้สอนที่มีคุณภาพ มีความสามารถ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองด้านสุดท้าย ได้แก่ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ปกครองเห็นว่าโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนซึ่งผู้ปกครองเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและใช้สื่อที่ไม่หลากหลาย

คำสำคัญ: การตัดสินใจ ผู้ปกครองของบุตรหลาน โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก

ABSTRACT:

The purpose is researching decision making factors of parent in sending children to learn music at Hukhna Music School. We use 45 people (100%), survey and interviewing. Statistic for analyzing data are percentage and SPSS/PC+ Micro computer program for analyzing descriptive data.

Conclusions for the research found that decision making factors of parent in sending children to learn music at Hukhna Music School are pricing as the first factor. Most of Guardians are satisfied for tuition and can separate payment. Place factor is the another factor. Most of guardians found that they are satisfied for sending and picking up children. Moreover, it is safe and clean place. Product also affects parent decision. Parent want their children having music skill and school teacher has music

skill and good ability. The last factor is marketing, parent found that they and their children have good relationship with the school but advertising is not enough and unvarious.

KEYWORDS: Decision making, Parent of children, Hukhna Music School.

1. ความเป็นมาและเหตุผลหลักของการวิจัย

ดนตรีเป็นศาสตร์ทางศิลปะแขนงหนึ่งซึ่งอยู่ควบคู่กับมนุษยศาสตร์ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาด้านร่างกายและจิตใจของมนุษย์ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ไชแสง สุขะวิฒนะ (2554: หน้า 1-3) ได้กล่าวว่าดนตรีมีความเกี่ยวข้องกับมนุษย์ตั้งแต่แรกเกิดโดยแม่จะร้องเพลงกล่อมลูก ครั้นเมื่อถึงวันสุดท้ายของชีวิต ก็มีการใช้ดนตรีในพิธีกรรมต่างๆ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างดนตรีกับมนุษย์ได้มีมานานแล้วเสียงของดนตรียังสามารถถ่ายทอดความรู้สึกผ่านไปยังประสาทสัมผัสของร่างกายยังช่วยให้เกิดสุนทรียะและผ่อนคลายอารมณ์จากภาวะความตึงเครียด ปัจจุบันมีผู้นำมาใช้ในทางการแพทย์เพื่อบำบัดผู้ป่วยประกอบการรักษาทางวิทยาศาสตร์อีกทางหนึ่งเพราะเชื่อว่ามีส่วนช่วยให้ผู้ป่วยฟื้นฟูสุขภาพได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ดนตรีเป็นวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลสูงต่อระดับพลังงาน และความรู้สึกของมนุษย์ ที่สามารถแสดงออกได้ทางพฤติกรรมในหลายรูปแบบ โดยทั่วไปแล้วมีการแสดงออกทางเสียง บทเพลง และการเต้นรำ ดังนั้นดนตรีจึงเข้ามามีส่วนสำคัญในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ทุกชาติทุกภาษา ดนตรีช่วยมอบความบันเทิงและกล่อมเกลาจิตใจของมนุษย์ให้มีความละเอียดอ่อนและมีสมาธิกับสิ่งที่ทำมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ได้ศึกษา

เรียนรู้วิชาดนตรีตั้งแต่วัยเด็กจะช่วยส่งเสริมพัฒนาการเรียนรู้ด้านอื่น ๆ ได้ดีและลึกซึ้งกว่าคนทั่วไป ดังนั้นจะเห็นว่าปัจจุบันทั่วโลกต่างก็ให้ความสำคัญกับการเรียนดนตรีกันอย่างกว้างขวาง

ปัจจุบันการเรียนการสอนดนตรีในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการมีความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการเรียนวิชาดนตรีมากขึ้น จึงนิยมส่งบุตรหลานเขาเรียนดนตรีเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจโรงเรียนดนตรีเองก็มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการประเภทนี้จะต้องให้ความสนใจและเอาใจใส่ในด้านคุณภาพการให้บริการเป็นพิเศษ เนื่องจากงานบริการเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้แต่สามารถวัดคุณภาพได้จากความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งมีระดับความคาดหวังที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ต้องเอาใจใส่ในการปรับปรุงคุณภาพไม่ปล่อยให้คุณภาพในการให้บริการแตกต่าง เพราะจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร การที่จะทำให้ผู้บริโภคประทับใจมีความประทับใจและจดจำในภาพลักษณ์ขององค์กรทางบวกและบอกต่อ นั่นองค์กรจะต้องสร้างบรรยากาศและคุณภาพการบริการให้เป็นเลิศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุดจนเกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจและเข้ามาใช้บริการ

โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิกก่อตั้งขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่าสภาพการณ์ปัจจุบันสังคมยอมรับบุคคลที่มีความสามารถพิเศษด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะ

ความสามารถด้านดนตรี ดังจะเห็นได้จากมีรายการหรือเวทีประกวดต่าง ๆ มากมาย ทั้งในระดับประเทศและในระดับภูมิภาค นอกจากนั้นดนตรียังมีส่วนช่วยสร้างเสริมสมาธิ ชัดเกล้าจิตใจให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์ความงามให้กับชีวิต และพัฒนาเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพได้นอกจากนั้นยังมีเป้าหมายด้านคุณภาพที่จะสร้างสังคมดนตรีที่ผู้เล่นเล่นอย่างมีความสุข สามารถถ่ายทอดความสุขนั้นผ่านเสียงดนตรีให้ผู้ฟังรับรู้ได้ ไม่ได้เล่นเพราะเป็นแฟชั่นหรือเล่นเพื่อการแข่งขัน เท่านั้น

งานวิจัยนี้เมื่อศึกษาแล้วจะเป็นประโยชน์ต่อโรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก ที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์หาคำความต้องการของลูกค้ำ เพื่อการพัฒนาโรงเรียนต่อไปในอนาคต และยังเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการจะทำธุรกิจโรงเรียนดนตรีอีกด้วย

2. คำถามหลักในการวิจัย

ปัจจัยด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก?

3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่ โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตประชากร

ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก จำนวน 45 ราย

4.2 ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่เลือกให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

5. ระเบียบวิธีวิจัยและการวางแผนการวิจัย

ผู้วิจัยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

5.1 แผนงานวิจัย

วิจัยขั้นนี้เป็นการวิจัยพื้นฐาน ใช้สถิติในการวิจัย ไม่ทดสอบข้อสมมติฐาน

5.2 จำนวนประชากร

ศึกษาจากประชากร คือ ผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเรียนดนตรีที่ โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก จำนวน 45 ราย (100%)

5.3 สมมติฐาน

ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลาน เรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก ด้วยปัจจัยที่ไม่แตกต่างกันตามอายุ

5.4 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุของผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าเรียนที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1) อายุต่ำกว่า 40 ปี จำนวน 21 ราย

2) อายุ 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 24 ราย

รวมทั้งหมด จำนวน 45 ราย

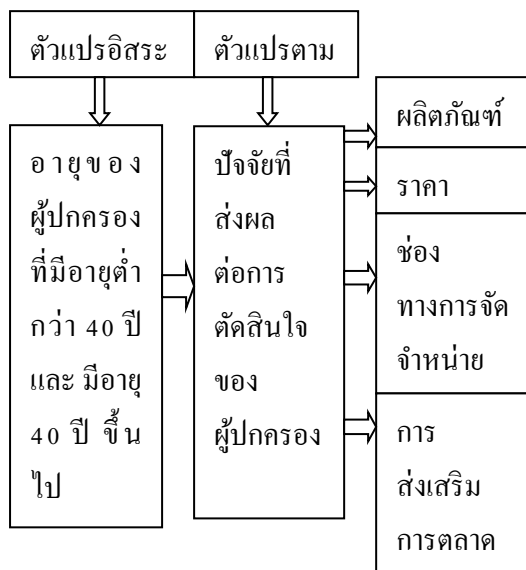
ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนดนตรี ที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิก

5.5 นิยามศัพท์ตัวแปร

ผู้ปกครอง หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เลี้ยงดูอุปการะ และอบรมสั่งสอนเด็กอย่างใกล้ชิดที่บ้าน ผู้ปกครองอาจจะเป็น บิดา มารดา ญาติ หรือ ผู้ที่บิดา มารดา ไร้เวียงใจจนฝากบุตร ธิดา มาอยู่ด้วยและมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการศึกษาของเด็ก

ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ในเชิงกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5.6 กรอบแนวความคิด



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา	ตัวชี้วัด	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
--------------------------------	-----------	---------------------

1. ผลิตภัณฑ์	1. เหตุผลในการส่งบุตรหลานเรียนดนตรี เพื่ออะไร 2. หลักสูตรมีคุณภาพมาตรฐาน 3. มีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ 4. มีเครื่องดนตรีที่ทันสมัย ครบครัน 5. ปรับปรุงพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ 6. รับฟังความคิดเห็นและนำไปปรับปรุง 7. ความไว้วางใจโดยภาพรวมที่มีต่อโรงเรียน 8. บุคลากรครูมีคุณภาพ	1. โรงเรียนเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพการเรียนการสอน 2. ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียน โดยผู้เรียนนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันให้เกิดประโยชน์ เป็นผู้มีสมาธิ และมีความสุขในการดำรงชีวิต
2. ราคา	1. อัตราค่าเรียนมีความเหมาะสม 2. มีอัตราค่าบริการให้เลือกหลายราคา	1. มีตัวเลือกหลากหลายให้ผู้ปกครองง่ายแก่การตัดสินใจ
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา	ตัวชี้วัด	ผลที่คาดว่าจะได้รับ

	3. โรงเรียนมีระบบการแบ่งชำระค่าเรียน 4. เงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงินมีความเหมาะสม	2. การแบ่งชำระช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับผู้ปกครอง		6. ความสะอาดภายในและภายนอกโรงเรียน 7. มีความปลอดภัย	
3. สถานที่	1. สะดวกในการเดินทาง 2. ที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน ห้างสรรพสินค้าและสถานศึกษา 3. พื้นที่ใช้สอยของโรงเรียนเป็นสัดส่วน 4. มีการให้ข้อมูลข่าวสารและการนำเสนอบริการที่ทั่วถึง 5. มีการต้อนรับดูแล อำนวยความสะดวกอย่างทั่วถึง	1. การเดินทางสะดวก มีที่จอดรถกว้างขวาง 2. ขณะบุตรหลานเรียนคนตรีผู้ปกครองสามารถรอหรือทำภารกิจอื่น ๆ ได้ที่ห้างสรรพสินค้าใกล้โรงเรียน 3. นักเรียนสามารถเรียนได้ทั้งทฤษฎีและคนตรีเนื่องจากสถานที่ใกล้เคียงกัน	4. การส่งเสริมการขาย	1. มีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต 2. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง 3. มีการส่งเสริมการขาย เช่น ให้ชั่วโมงเรียนฟรี ลดราคาค่าเรียนเป็นต้น 4. ครูและโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนและผู้ปกครอง 5. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม	1. ผู้ปกครองสามารถติดตามข่าวสารจากโรงเรียนได้หลายช่องทางทั้งเฟสบุ๊กและไลน์ 2. ผู้ปกครองเกิดความไว้วางใจ 3. มีแรงจูงใจให้นักเรียนอยากเรียนต่อเนื่องในระยะยาว
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	ตัวชี้วัด	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	<p>5.7 เครื่องมือที่ใช้</p> <p>เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ (percentage) ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้</p>		

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวลิก

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

6. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวลิก ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ประชากร ซึ่งเป็นผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวลิก ส่วนใหญ่เพศหญิงร้อยละ 75.6 เพศชายร้อยละ 24.4 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อายุ 40 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 53.3 มากกว่าช่วงอายุอื่น ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 62.2 มากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 20,00 บาท ร้อยละ 28.9 มากกว่าช่วงรายได้อื่น ๆ อาชีพส่วนใหญ่รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.3 มากกว่าอาชีพอื่น ๆ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวลิก

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมปัจจัยในด้านนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40

ปี ร้อยละ 91.2 ไม่ส่งผล ร้อยละ 8.8 ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผล ร้อยละ 90.1 ไม่ส่งผล ร้อยละ 9.9 ตามลำดับ ปัจจัยด้านนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวลิก ร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี อยากให้บุตรหลานมีทักษะด้านดนตรี โรงเรียนมีการรับฟังความคิดเห็น ผู้ปกครองมีความไว้วางใจต่อโรงเรียน ครูมีคุณภาพมีความสามารถพัฒนาการสอนอยู่เสมอเอาใจใส่ผู้เรียนมีการใช้สื่อที่ทันสมัยและแต่งกายเหมาะสม โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดีและพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนอยู่เสมอ ส่วนร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป อยากให้บุตรหลานมีความสามารถพิเศษและมีทักษะด้านดนตรี ครูมีความสามารถ โรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดีและใช้เครื่องดนตรีที่มีคุณภาพในการสอน เสมอ

2. ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า โดยรวม ผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผล ร้อยละ 91.2 ไม่ส่งผล ร้อยละ 8.8 ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผล ร้อยละ 90.1 ไม่ส่งผล ร้อยละ 9.9 ตามลำดับ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวลิก ร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่าอัตราค่าเรียนมีความเหมาะสม ฟังพอใจในอัตราค่าเรียนและระบบการแบ่งชำระค่าเรียนเป็นงวด ๆ ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไปเห็นว่าค่าเรียนมีความเหมาะสม ฟังพอใจในอัตราค่าเรียนระบบการแบ่งชำระและระยะเวลาในการแบ่งชำระค่าเรียน ร้อยละ 95.8 เท่ากัน

3. ปัจจัยด้านสถานที่ผลการศึกษาโดยรวม พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ร้อยละ 96.1 ไม่ส่งผล ร้อยละ 3.9 ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยด้านนี้ส่งผล ร้อยละ 93.2 ไม่ส่งผล ร้อยละ 6.8 ตามลำดับ ปัจจัยด้านสถานที่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก ร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่าที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกในการเดินทางมีและมีความพึงพอใจ โรงเรียนมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน พึงพอใจในการตกแต่งสถานที่ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องเรียน ภายในโรงเรียน และ เห็นว่าโรงเรียนมีความปลอดภัย รองลงมาเห็นว่าโรงเรียนมีการต้อนรับ ดูแล อำนวยความสะดวกอย่างทั่วถึง ร้อยละ 95.2 ส่วนร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่าที่ตั้งของโรงเรียนสะดวกในการเดินทาง มีการต้อนรับ ดูแล อำนวยความสะดวกอย่างทั่วถึง พึงพอใจในการตกแต่งสถานที่ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องเรียน ภายในโรงเรียน และ เห็นว่าโรงเรียนมีความปลอดภัย รองลงมามีความพึงพอใจที่ตั้งของโรงเรียน เห็นว่าโรงเรียนมีพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วน ร้อยละ 95.8 เท่ากัน

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่าโดยรวม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก ผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผล ร้อยละ 59.5 ไม่ส่งผล ร้อยละ 40.5 ส่วนผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านนี้ส่งผล ร้อยละ 50.4

ไม่ส่งผล ร้อยละ 49.6 ตามลำดับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก ร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี เห็นว่าโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนผู้ปกครองและชุมชน รองลงมาพึงพอใจการจัดแสดงคอนเสิร์ตผลงานนักเรียน ร้อยละ 95.2 ตามลำดับ ส่วนร้อยละ 100 ของผู้ปกครองที่มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป เห็นว่าโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนและผู้ปกครอง รองลงมาพึงพอใจการจัดแสดงคอนเสิร์ตผลงานนักเรียนและเห็นว่าโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ร้อยละ 95.8 เท่ากัน

จากคำถามหลัก ปัจจัยด้านใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิก สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองเป็นอันดับแรก ต่อด้วยปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

7. อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ปกครองมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันตามอายุ ซึ่งส่วนใหญ่ตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนดนตรีเพราะต้องการให้บุตรหลานมีทักษะทางด้านดนตรีและเลือกให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักหนามิวสิกเพราะครุมีคุณภาพและมีความสามารถรวมถึงโรงเรียนมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ปณิศา อุบลน้อย (2554: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้า

ศึกษาในระดับประถมศึกษา (หลักสูตรสองภาษา) ของโรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ความสำเร็จโดยภาพรวมที่มีต่อโรงเรียน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฟ้าใส นามเทียน (2556:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชนขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยบ่งชี้ว่าผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนด้วยปัจจัยด้านหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนมีคุณภาพ บุคลากรมีความสามารถ และโรงเรียนมีชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดี แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนา ยั่งยืน (2555:วิจัยพัฒนางาน) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนเป็นนักเรียนประจำของโรงเรียนอัสสัมชัญศรัทธา ที่มีผลการวิจัยกล่าวว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ความมีระเบียบวินัย ความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจของผู้ปกครอง

2. ปัจจัยด้านราคา ผลการวิจัยในภาพรวมมีความคิดเห็นว่าการเรียนมีความเหมาะสม และพึงพอใจที่โรงเรียนดนตรีฮักนามิวสิกมีระบบการแบ่งชำระค่าเล่าเรียนทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องราวได้พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของฟ้าใส นามเทียน (2556) และ รัตนา ยั่งยืน (2555) ว่าด้วยเรื่องค่าธรรมเนียมไม่ใช่สิ่งสำคัญสำหรับผู้ปกครองในการตัดสินใจเลือกโรงเรียน นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ ปณิศา อุบลน้อย (2554) ซึ่งผู้ปกครองมีความพึงพอใจด้านราคากับเงื่อนไขระยะเวลาในการชำระเงิน

3. ปัจจัยด้านสถานที่ ผลจากการวิจัยพบว่าผู้ปกครองตัดสินใจให้บุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีฮักนามิวสิก ด้วยเหตุผลสถานที่ตั้งของโรงเรียนมีความสะดวกในการเดินทาง โรงเรียนมีความสะอาดและมีความปลอดภัย แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจเลือกโรงเรียนดนตรีให้บุตรหลาน ผู้ปกครองจะพิจารณาถึงความสะดวกในการเดินทาง เนื่องจากปัจจุบันผู้ปกครองต้องทำงานแข่งกับเวลาและนักเรียนบางคนต้องทำกิจกรรมหลายอย่างในแต่ละวันสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา ยั่งยืน (2555) และ ปณิศา อุบลน้อย (2554) คือ ผู้ปกครองคำนึงถึงทำเลที่ตั้งโรงเรียน ด้านความสะดวกในการรับ ส่ง นักเรียนเป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับ ฟ้าใส นามเทียน (2556) ที่ปัจจัยด้านสถานที่นั้นผู้ปกครองพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมมากกว่าความสะดวกในการรับส่งบุตรหลาน

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายผู้ปกครองส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เหมือนกัน คือ โรงเรียนดนตรีฮักนามิวสิกมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนและผู้ปกครองแต่การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและใช้สื่อที่ไม่หลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิศา อุบลน้อย (2554) ที่กล่าวว่า ความสัมพันธ์ที่ดีของครูและโรงเรียนที่มีต่อนักเรียนและผู้ปกครองเป็นปัจจัยเด่นในด้านการส่งเสริมการขาย แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา ยั่งยืน (2555) และ ฟ้าใส นามเทียน (2556) ที่ผลการวิจัยไม่พบว่าด้านส่งเสริมการขายไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครอง

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ปกครองส่วนใหญ่เห็นถึงความสำคัญของการเรียนดนตรี ดังนั้นนี่คือโอกาสทางธุรกิจโรงเรียนดนตรี

2. โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิกมีบุคลากรครูที่มีคุณภาพ มีความสามารถ มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัย ทางโรงเรียนจึงควรรักษามาตรฐานนี้ไว้หรือพัฒนาให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป และควรสรรหาหรือสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด

3. ความสะดวกในการเดินทาง ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าโรงเรียนอื่นในด้านสถานที่

4. ทางโรงเรียนถึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับนักเรียนและผู้ปกครองเนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นผู้ดูแลและบริหารเองทั้งหมด นับว่าเป็นจุดแข็งหนึ่งของโรงเรียน

5. โรงเรียนมีจุดอ่อนด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ควรเพิ่ม การ ประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาด้านการตลาด เรื่องความต้องการเรียนดนตรีของเยาวชนในจังหวัดลำปาง

9. กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของการค้นคว้าแบบอิสระเล่มนี้เกิดจากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะความกรุณาของท่านรองศาสตราจารย์จินตนา สุนทรธรรม ประธาน

กรรมการ และกรรมการทั้ง 2 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์อุเทน ปัญโญ และ ดร.ชติยา กัณทวงศ์ ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ความช่วยเหลือ ให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนชี้แนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้า จนทำให้การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี ซึ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสามท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ปกครองที่มีบุตรหลานเรียนดนตรีที่โรงเรียนดนตรีอักษณามิวสิกทุกท่าน สำหรับการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามและได้อนุเคราะห์สละเวลาในการให้สัมภาษณ์แก่ผู้วิจัย ซึ่งช่วยให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ นอกจากนั้นผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ พี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ MBA-LIT ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และให้กำลังใจข้าพเจ้าเสมอมาจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวเล็ก ๆ ที่แสนน่ารักของข้าพเจ้า ขอบคุณสามีและลูก ๆ ที่เข้าใจเวลานั่งทำงานวิจัยจนดึก ขอบคุณที่เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ประโยชน์อันใดที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ข้าพเจ้าขอมอบเป็นเครื่องบูชาแด่พระคุณบุพการี พระคุณบูรพาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

10. เอกสารอ้างอิง

อัสสัมชัญศรียาชา 2555 (เข้าถึง 6 กุมภาพันธ์

การประชุมวิชาการระดับชาติ “เบญจมิตรวิชาการ”

2558). จาก http://swis_acs.acs.ac.th

ครั้งที่ 5. (2558). *รูปแบบการส่งบทความ*.

สืบค้นจาก <http://www.bsc.ac.th/v6/bjm5/>

Index.php/2015-01-20-12-19-31

ไวยแสง สุชะวัฒนะ. *สังคีตนิยม ว่าด้วย: ดนตรีตะวันตก*

พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2554.

ปณิตา อุบลน้อย. *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่*

ส่งผลต่อการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาใน

ระดับประถมศึกษา (หลักสูตรสองภาษา) ของ

โรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี.

ค้นคว้าอิสระ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

ศิลปากร, 2554.

เสรี วงษ์มณฑา. *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.*

กรุงเทพฯ: บริษัทดวงกมลสมัยจำกัด, 2542.

ฟ้าใส นามเทียร. *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ*

ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าเรียน

โรงเรียนอนุบาลเอกชนขนาดเล็กใน

กรุงเทพมหานคร (ออนไลน์). วารสาร

อิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา, 2557. (เข้าถึง 6

กุมภาพันธ์ 2558). จาก

<http://www.edu.chula.ac.th/ojed>

รัตนา ชัยยืน. *ความคิดเห็นของผู้ปกครองในการ*

ตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนเป็นนักเรียน

ประจำของโรงเรียนอัสสัมชัญศรียาชา

(ออนไลน์). วิจัยพัฒนางาน โรงเรียน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานที่นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง

ของคนต่างจังหวัด

Factors Affecting the Decision to Work in Lat Krabang Industrial Estates of the Rural Person

สุภาภรณ์ จันทโชติ1 พัชรี ไชยแสง2 วราภรณ์ ช.น.ยอด3

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังของคนต่างจังหวัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.37$)

คำสำคัญ : การตัดสินใจทำงาน

Abstract

This research aims to study the factors that influence the decision to work of rural person in Lat Krabang, Bangkok. The 400 samples were used to collect data by questionnaires. The statistics used in this research is the percentage, standard deviation, maximum, and minimum, The results showed that overall factors affecting the performance was the highest level ($\bar{x} = 3.37$).

Keyword: decision to work

บทนำ

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงและนครที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร และความเจริญของประเทศ เป็นเมืองที่มีชื่อยาวที่สุดในโลก ตั้งอยู่บนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำเจ้าพระยา มีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านและแบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี โดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด

1,568.737 ตารางกิโลเมตร มีประชากรตามทะเบียนราษฎรกว่าห้าล้านคน ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นเอกนคร (primate city) จัด และศูนย์กลางชุมชนอื่นของประเทศไทยด้วยมีความสำคัญ มีผู้กล่าวว่า กรุงเทพมหานครเป็น "เอกนครที่สุดในโลก" เพราะมีประชากรมากกว่านครที่มีประชากรมากเป็นอันดับสองถึงสี่สิบเท่า

สืบเนื่องจาก ภายในกรุงเทพมหานครมีจำนวนพนักงานที่เป็นคนต่างจังหวัดจำนวนมาก เพราะเหตุใดคนต่างจังหวัดเหล่านี้ถึงเลือกมาทำงานที่กรุงเทพมหานครทำไมไม่ทำงานที่ถิ่นฐานบ้านเกิดของตนนับตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วจึงได้มีการสนับสนุนการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม ซึ่งผลการสนับสนุนอย่างจริงจัง คั้งนั้นจึงทำให้โรงงานในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 กระทั่งเมื่อเริ่มมีการประกาศบังคับใช้ผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2535

และสืบเนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตั้งแต่กลางปี พ.ศ.2540 ส่งผลให้โรงงานในเขตกรุงเทพมหานครลดลง และโดยที่พื้นที่กรุงเทพมหานครมีนิคมอุตสาหกรรมตั้งอยู่ 4 แห่งคือ นิคมอุตสาหกรรมบางชัน นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง นิคมอุตสาหกรรมอัญธานี และนิคมอุตสาหกรรมอัญธานี (โครงการ2) ส่งผลให้การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมลดการก่อมลพิษและเหตุเคือคร้อนราคาผู้น้อยลง เพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบและดูแลการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมคือการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ดำเนินการจัดสรรพื้นที่สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมเข้าไปอยู่ร่วมกันเป็นระบบมีระเบียบ และกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาคในรูปของนิคมอุตสาหกรรมตามนโยบายของรัฐบาลในการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคและกระทรวงอุตสาหกรรมก็มีนโยบายส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มการประกอบอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีการรวมกันเขตประกอบการอุตสาหกรรมชุมชนอุตสาหกรรมและสวนอุตสาหกรรมที่กรุงเทพมหานครยังเป็นแหล่งที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก เพราะมีปัจจัยเอื้ออำนวยในนักลงทุนประกอบอุตสาหกรรมเลือกเป็นทำเลที่ตั้งโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งที่ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ประเภทต่างๆปี พ.ศ. 2544 เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาการวางแผนและจัดทำผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร

ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังของคนต่างจังหวัดในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เนื่องจากในปัจจุบันสังคมเริ่มเปลี่ยนแปลงไปการแข่งขันเริ่มสูงขึ้นปัญหาคนว่างงานเพิ่มมากขึ้นและปัญหาเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนเราจึงต้องศึกษาหาสถานประกอบการที่มีความมั่นคงและมีสวัสดิการที่พร้อมสำหรับการทำงาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานที่นิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังของคนต่างจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คนที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง โดยการสุ่มจำนวนประชากรตรงตามลักษณะที่กำหนดจะศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่ม หรือแบ่งตามพื้นที่ โดยเป็นการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์หรือตามพื้นที่ คณะวิจัยเก็บข้อมูลจากทุกหน่วยภายในกลุ่มที่เป็นตัวแทนเป็นแบบการสุ่มแบบชั้นตอนเดียว ดังนั้นได้ตัวอย่างที่ต้องการใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีเดินแจกแบบสอบถาม และรอรับ ณ ที่ตรงนั้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามมาจำนวน 400 ฉบับ จากที่แบบสอบถามทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเป็นการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

- 1.) เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.5
- 2.) อายุ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.0
- 3.) สถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่สมรส คิดเป็นร้อยละ 40.0
- 4.) ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ระดับป.ว.ช คิดเป็นร้อยละ 65.5
- 5.) อายุการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 4-7 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.5
- 6.) รายได้ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.3
- 7.) ถิ่นกำเนิด พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 44.0

ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยต่าง ๆ

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานด้านต่าง ๆ พบว่า ส่วนใหญ่ พนักงานทำงานตรงตามความ

ถนัดของงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.3700$, S.D. = .85142)

ผลการวิเคราะห์ด้านความสำเร็จของงาน

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลด้านความสำเร็จของงาน พบว่า ส่วนใหญ่ พนักงานใช้ความรู้ในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.3575$, S.D. = .81631)

ผลการวิเคราะห์ด้านความรับผิดชอบ

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลด้านความรับผิดชอบ พบว่า ส่วนใหญ่ พนักงานได้โอกาสแสดงความสามารถ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.5225$, S.D. = .64462)

ผลการวิเคราะห์ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่า ส่วนใหญ่ พนักงานได้โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.4600$, S.D. = .72090)

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบังของคนต่างจังหวัด อภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานด้านต่าง ๆ พบว่า ส่วนใหญ่ พนักงานทำงานตรงตามความถนัดของงาน อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากเจตคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่องานหรือกิจกรรมที่เขาทำซึ่งเป็นผลให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อ

ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น ความพึงพอใจในงานจึงมีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรเป็นอย่างมากที่จะสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าและนำความสำเร็จตามเป้าหมายมาสู่องค์กร การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมองเป็นช่องทาง หรือโอกาสที่ตนจะสามารถ ตอบสนองแรงจูงใจที่ตนมีอยู่แล้ว ก็จะทำให้ความพึงพอใจของเขาดีขึ้นหรืออยู่ในระดับสูง หากฝ่ายบริหารจัดการให้คนทำงานได้มีโอกาส ตอบสนองแรงจูงใจ ของตนแล้ว ความพึงพอใจของคนทำงานจะสูงและผลงานก็จะดีตามไปด้วย ปัจจัยการจูงใจจากภายในและปัจจัยการจูงใจจากภายนอก พบว่า ปัจจัยการจูงใจจากภายใน เป็นการจูงใจที่เกิดจากความท้าทายในงาน และความสนุกสนานเพลิดเพลินในการทำงาน ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยการจูงใจจากภายนอก เป็นการจูงใจที่เกิดจากการได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน ซึ่งองค์การส่วนใหญ่นิยมใช้ปัจจัยการจูงใจภายในทางด้านความท้าทายในการทำงานเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ จาก การทบทวนวรรณกรรมของนักวิจัยต่างประเทศปรากฏ ผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรกับประสิทธิผลองค์กรหลากหลาย โดยได้แก่งานวิจัยของ Mak and Sockel (2001) ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับการจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อการรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กร โดยผลการวิจัยพบว่าปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์อย่างมากต่อการรักษาบุคลากรให้คงอยู่ในองค์กรเนื่องจากบุคลากรจะเกิดความพึงพอใจในการทำงานและในที่สุดก็จะส่งผลให้

เกิดประสิทธิผลกับองค์กรด้วย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ปึงจัยที่มีผลด้านความสำเร็จของงาน พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานใช้ความรู้ในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด การที่องค์กรจะผลักดันและกระตุ้นให้พนักงานในองค์กรทำงานกันอย่างขยันขันแข็ง รวมถึงทุ่มเทแรงกาย แรงใจให้กับองค์กรอย่างเต็มที่เพื่อจะมีส่วนผลักดันให้องค์กรเจริญก้าวหน้า จะต้องทำให้พนักงานรู้สึกว่าเขาเป็นผู้มีคุณค่า และองค์กรจะต้องอาศัยการสร้างแรงจูงใจ (พวงเพชร วัชรอยู่, 2537) ได้กล่าวไว้ว่า “ถ้ายังมีแรงจูงใจมากเพียงใดคนก็ยังมีผลงานที่เกิดจากการกระทำที่มีแต่การสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามให้เกิดขึ้นต่อตนเองและสังคม” ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการสร้างแรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่ควรทำให้เกิดขึ้นองค์กร และจากการดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาด้านมนุษยธรรมเช่น ผลผลิตและคุณภาพของงานลดลง โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึทางด้านจิตใจตลอดจนการคิดหาวิธีการในการสร้างแรงจูงใจในการ ทำงานให้กับพนักงาน เสถียรภาพหรือความเป็นปึกแผ่นของหน่วยงานจะเกิดขึ้นไม่ได้ ฉะนั้น องค์กรจึงต้องสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้พนักงานมีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ทำงานให้ สำเร็จลุล่วง โดยไม่รู้สึกว่าตนเองถูกบีบบังคับให้ทำงานและพร้อมที่จะทำงานด้วยความเต็มใจ จึงทำให้งานที่ออกมามีคุณภาพ และสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและรวดเร็ว (ไพศาล มาระพฤกษ์วรรณ และคณะ, 2542)

แรงจูงใจ จึงเป็นสิ่งสำคัญมากอย่างหนึ่งต่อ

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ในองค์กร (อุทัย หิรัญโต, 2543) ถ้าองค์กรใดบุคลากรมีแรงจูงใจอยู่ในระดับสูงเสมอ ก็จะมี ความเต็มใจในการปฏิบัติงานอย่างจริงจัง มีความอดทน มีปัญหาขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงานน้อยมาก และไม่คิดหนีงาน ดังนั้น การบริหารบุคลากรจะต้องพิจารณาและคำนึงถึงความบริสุทธิ์ ยุติธรรม ความเสมอภาค เพื่อให้เกิดแรงจูงใจที่ดีในการปฏิบัติงาน จะทำให้บุคลากรในองค์กรตั้งใจ

ด้านความรับผิดชอบ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ปึงจัยที่มีผลด้านความรับผิดชอบ พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานได้โอกาสแสดงความสามารถ อยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากการจูงใจพนักงานให้มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร หัวหน้างานควรมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการจูงใจพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ หากสิ่งจูงใจให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน และมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพของตนเอง การจูงใจด้วยผลตอบแทน ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นเงินเดือน หรือการเลื่อนตำแหน่งงาน อาจได้ผลในระยะเวลาเพียงสั้น ๆ เท่านั้น เพราะหากมีองค์กรอื่นเสนอผลตอบแทนที่มากกว่า พนักงานย่อมรับข้อเสนออื่นด้วยเช่นกัน องค์กรจะต้องมีการสนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสได้ทำงานร่วมกัน เปิดใจ แสดงความคิดเห็นกันได้อย่างเปิดเผย มีการทำงานเป็นทีมที่ดี ไม่มีความขัดแย้งกันทั้งในระดับพนักงาน และระดับหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้

พนักงานได้แสดงความเห็น และมีความสัมพันธ์ที่ดี
ร่วมกับผู้อื่นที่ทำงานด้วยกัน ซึ่งความรู้สึกที่ดีตรงนี้เอง
ที่จะทำให้พนักงานเกิด Passion ในการทำงานได้

ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ปัจจัยที่มี
ผลด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่า ส่วน
ใหญ่ พนักงานได้โอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน อยู่
ในระดับมากที่สุด ความต้องการต่าง ๆ ของคนที่
ทำงานเหล่านี้จะเป็นผลมาจากปัจจัยพื้นฐานหลาย ๆ
ประการ เช่น ด้านครอบครัว, ทัศนคติ, พื้นฐานด้าน
การศึกษา ฯลฯ ซึ่งในด้านการบริหารงานบุคคลแล้ว
แต่มีความจริงอยู่ประการหนึ่ง ซึ่งมักจะมีผู้กล่าวอยู่
เสมอคือ “งานที่ดีที่สุด ไม่ใช่งาน
ที่เราทำอยู่, นายที่ดีที่สุด ไม่ใช่นายที่เรามีอยู่, สวัสดิการ
และผลตอบแทนที่ดีที่สุด ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่” จากการ
ที่คนมักจะเห็นสิ่งอื่นดีกว่าสิ่งที่ตนเองยืนอยู่เป็น
สาเหตุของการเปลี่ยนงานและกล่าวอ้างในการ
เปลี่ยนงานที่นำมาใช้บ่อย ๆ ก็คือ “ขาดโอกาสก้าวหน้า
ในหน้าที่การงาน”

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การศึกษาปัจจัยที่
มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาทำงานในนิคมอุตสาหกรรม
ลาดกระบัง ประชากรที่อยู่ต่างจังหวัดส่วนใหญ่อยาก
เข้ามาทำงานในกรุงเทพมหานคร ตามนิคม
อุตสาหกรรมต่าง ๆ เนื่องจากปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน ที่
ส่งเสริมทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น และโอกาสในการ
ทำงานต่าง ๆ ดีกว่าถิ่นที่กำเนิด เนื่องจากในเมืองหลวง

มีความเจริญในด้านต่าง ๆ มากมาย ทำให้มีโอกาสและ
งานรองรับมากมาย และค่าตอบแทนในการทำงานสูง
กว่าถิ่นที่อยู่อาศัย ทำให้ประชากรในต่างจังหวัดหันเข้า
มาทำงานในเมืองกรุงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า ประชากรใน
ต่างจังหวัดหันเข้ามาทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมาก
ขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่า

1.) ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอย่างอื่นที่
เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้ามา
ทำงานในกรุงเทพมหานคร

2.) ควรมีการศึกษาแนวคิดของประชากรที่ต้อง
กรแก้ไขการดำเนินชีวิต

3.) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมแบบอื่นของ
ประชากรทั่วไปเพื่อประโยชน์ในการเรียนรู้ทางด้าน
ปัญหาของสังคมโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

พวงเพชร วัชรอยู่. (2537). **แรงจูงใจกับการทำงาน**.
กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

ไพศาล มะระพฤษย์วีรรณและคณะ. (2542). **การ
จัดการ**. กรุงเทพฯ.

อุทัย หิรัญโต. (2543). **หลักการบริหารงานบุคคล**.
กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

Mak, L. B. & Sockel, H. (2001). A Confirmatory
Factors Analysis of Employee Motivation
and Retention. **Information &
Management**, 38 (5), 265-276.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น

ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

FACTOR AFFECTING THE PURCHASING DECISION OF SMART PHONE IN TEENAGERS, LADKRABANG DISTRICT, BANGKOK

วันวิสาข์ จันทร์ทรัพย์¹ และดร.ณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา² และดร.ปติ พุทธิวิบูลย์³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamood@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ คัสซานี (Khazanie) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ (= 4.67, S.D. = 0.495) อยู่ในระดับมากที่สุด 2.ด้านการบริการของพนักงานขาย (= 4.50, S.D. = 0.646) อยู่ในระดับมากที่สุด 3.ด้านช่องทางการจำหน่าย (= 4.43, S.D. = 0.620) อยู่ในระดับมากที่สุด 4.ด้านกระบวนการ (= 4.42, S.D. = 0.659) อยู่ในระดับมากที่สุด 5.ด้านราคา (= 4.29, S.D. = 0.407) อยู่ในระดับมากที่สุด 6.สิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ (= 4.20, S.D. = 0.742) อยู่ในระดับมากที่สุด 7.ด้านการส่งเสริมการตลาด (= 4.18, S.D. = 0.797) อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : กลุ่มวัยรุ่น, โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ

Abstract

The study aims to 1) study the differences in demographic factors that affecting the purchasing decision of a smart phone in teenagers, Ladkrabang District, Bangkok, 2) study consumer behavior of teenagers of a smart phone, Ladkrabang District, Bangkok, and 3) study the effect of

marketing mix activities that affecting the purchasing decision of a smart phone in teenagers, Ladkrabang District, Bangkok. This study is a quantitative research.

The study gathered the data by using Khazannie sampling method. The questionnaire survey was 400 set. The data was analyzed by using statistical software. The result was reported with descriptive statistics, t-statistic, and F-statistic. Scheffé and Tamhane's T2 were also applied to test the hypotheses.

The study found that most of the samples were female (15-17 years old). Their education are lower than Bachelor's degree and still university and high school students. Their income was less than 10,000 baht per month. The factor that affect the purchasing decision of a smart phone in teenagers, Ladkrabang District, Bangkok, respectively, 1.Product ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.495) 2.Service ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.646) 3. Distribution channel ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.620) 4. Process ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.659) 5.Price ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.407) 6. Physical ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.742) 7. Promotion ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.797)

Key Word: TEENAGERS, SMART PHONE

บทนำ

โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะเป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ ด้วยคุณสมบัติเฉพาะพิเศษที่ช่วยสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ในด้านต่าง ๆ ทำให้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา จะเห็นได้จากตลาดเครื่องโทรศัพท์ที่ภาพรวมในปี พ.ศ. 2555 มีอัตราการเติบโตร้อยละ 9.7 และมูลค่าในปี พ.ศ. 2556 มีอัตราการเติบโตลดลงเหลือร้อยละ 3.7 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบพบว่าในปี พ.ศ. 2555 มีอัตราลดลงอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากมูลค่าตลาดโทรศัพท์ประจำที่ และโทรศัพท์มือถือแบบธรรมดาที่มียอดขายจำหน่ายลดลงอย่างมาก โดยมีแรงขับเคลื่อนมาจากการเปลี่ยนโทรศัพท์มือถือแบบธรรมดาเป็นการใช้งานโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะมากขึ้น ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2557 จำนวนโทรศัพท์มือถือของคนไทยมีจำนวนสูงกว่าจำนวนประชากรของประเทศถึง 94.3 ล้านเครื่องจาก

จำนวนประชากร 67.9 ล้านคนสำหรับยอดผู้ใช้มือถือประเภทโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะพบว่าเฉลี่ยแล้วคนไทยใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะราว 37.7% ของโทรศัพท์มือถือทั้งหมด (ฝ่ายวิจัยนโยบาย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ) ศูนย์เครือข่ายกลางการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบครบวงจร (IDC) คาดการณ์ว่าผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในประเทศไทยจะมีจำนวนเป็นครึ่งหนึ่งของจำนวนประชากรในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจะช่วยให้บริษัทชั้นนำได้ตระหนักถึงโอกาสที่จะเข้าถึงลูกค้าผ่านโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ โดยบริษัทเหล่านี้จะใช้กลยุทธ์แบบการนำโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะเข้ามาเป็นหนึ่งในช่องทางสำคัญในการติดต่อ และเข้าถึงลูกค้า (โมบายล์เฟิร์ส) ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบเว็บไซต์ที่เอื้อต่อการแสดงผลบนโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะวิธีการชำระเงินรูปแบบ

ใหม่ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าใหม่ ๆ และการเชื่อมต่อกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งนี้ตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศ ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 การตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะมีแนวโน้มเติบโต 10.6% สูงกว่าปี พ.ศ. 2557 (กรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์: 28 พฤศจิกายน 2557) ซึ่งเป็นสัญญาณที่ชัดเจนว่าตลาดกำลังฟื้นตัวจากการเติบโตที่ค่อนข้างน้อยในปีที่แล้ว โดยมีปัจจัยหลักจากตลาดอุปกรณ์โทรคมนาคมซึ่งสืบเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคจับจ่ายซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ และมีแรงเสริมการใช้จ่ายและการลงทุนด้านการให้บริการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

จากผลการสำรวจในด้านพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของสำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม: 2557 พบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างแบบสำรวจที่มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี ไม่จำกัดวุฒิ จำนวน 1,076 คน ในระหว่างวันที่ 9 – 15 พฤษภาคม 2557 พฤติกรรมที่นิยมทำผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ สูงสุด 5 กิจกรรม ได้แก่ ติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 83.83 เข้าระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูล/รับ - ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 81.88 รับ/ส่งข้อความ/ภาพ/วิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 79.83 ติดต่อพูดคุย คิดเป็นร้อยละ 77.7 เล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 73.88 ในด้านความ คิดเห็นต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งซึ่งคิดเป็นร้อยละ 59.57 คิดว่าตนเองเป็นคน

ติดการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างมากกว่าหนึ่งในสามหรือคิดเป็นร้อยละ 34.85 ระบุว่าตนเองจะรู้สึกกระวนกระวายหากไม่ได้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะทำกิจกรรมต่างๆ ติดต่อกันเป็นระยะเวลา 2 – 3 วัน รองลงมาร้อยละ 25.19 ระบุว่าเพียงวันเดียว ฉะนั้นโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ จึงเป็นอุปกรณ์สื่อสารหลักที่ผลักดันให้อัตราการเติบโตการใช้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นพื้นฐานไปสู่การทำงานแบบระบบการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ขององค์กรต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ และการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นได้

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร” เพื่อทราบข้อมูลที่แท้จริงจากผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคนำไปใช้ในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะให้เหมาะสมกับการใช้งาน ให้เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ได้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการเลือกใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภค กลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

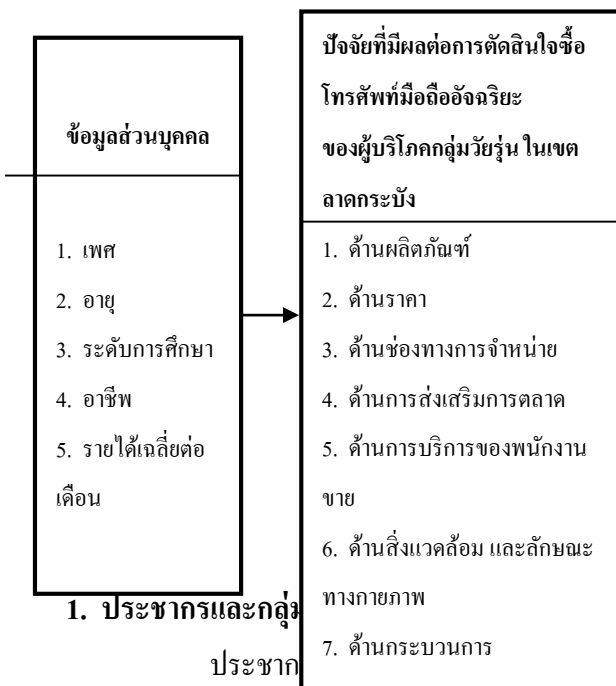
1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตัวประอิสระหรือตัวแปรต้น ตัวแปรตาม

(Independent variable) (Dependent variable)



1. ประชากรและกลุ่มประชากร

วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ คัสซานี (Khazanie) โดยใช้สูตรคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) มี 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงานขาย ด้านสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ลักษณะของแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 34 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น 0.96 โดยมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้ 4.21-5.00 มีระดับปัจจัยมากที่สุด 3.41-4.20 มีระดับปัจจัยมาก 2.61-3.40 มีระดับปัจจัยปานกลาง 1.81-2.60 มีระดับปัจจัยน้อย 1.00-1.80 มีระดับปัจจัยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบคำถามปลายเปิดเพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์วิจัยเพิ่มเติม จำนวน 1 ข้อ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้การประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) ซึ่งมี

ขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) นำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ 2) วิเคราะห์ข้อมูลด้านข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความถี่และร้อยละ (Percentage) 3) วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์บริการหลังการขาย โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยเกณฑ์ระดับความพึงพอใจจะใช้สูตรคำนวณช่วงความกว้างของชั้น (องอาจ นัยวัฒน์, 2548 :88) และค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม ใช้ t-test ในการหาค่าความแตกต่างตัวแปรระหว่าง 2 กลุ่ม ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) หาค่าความแตกต่างตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 เพศชายจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 มีอายุระหว่าง 15 – 17 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 18 – 21 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และมีอายุระหว่าง 22 – 25 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และมีระดับการศึกษาปริญญาโท มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน

จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ธุรกิจส่วนตัว/ประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

2. ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงานขาย ด้านสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือ ด้านการบริการของพนักงานขาย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และด้านการ

ส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ตามลำดับ

3. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวม 7 ด้าน ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงานขาย ด้านสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ สามารถสรุปการอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้ซื้อนั้นได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน อายุที่แตกต่างกัน จะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน อาชีพแต่ละบุคคล จะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน สภาพเศรษฐกิจหรือโอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า (Armstrong, G., & Kotler, P., 2003 อ้างถึงใน วารุณี ต้นดวงศ์วานิช และคณะ 2552, หน้า 68) และฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544) ได้กล่าวไว้ว่า การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ทั้งนี้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในปัจจุบัน มีส่วนเข้ามาอำนวยความสะดวกใน

ชีวิตประจำวันมากขึ้น แอปพลิเคชัน ต่าง ๆ อาทิการนัดหมาย ติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ที่รวดเร็วการสั่งจองตั๋วโดยสาร ระบบนำทาง หรือแม้กระทั่งการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ลดระยะเวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ลงได้มากจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้คนปัจจุบัน มีกระบวนการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัด กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการบริการของพนักงานขาย ด้านสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินดา บุญพิทักษ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์ไอโฟน โฟร์เอส ของผู้บริโภคในย่านรังสิต” ผลการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับสีสีนรูปร่างที่สวยงามและความทันสมัยของผลิตภัณฑ์มากที่สุด ด้านราคาให้ความสำคัญเรื่องราคาสินค้าที่คุ้มค่ากับประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายให้ความสำคัญที่ร้านมีความทันสมัยน่าเข้าไปใช้บริการและมีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้มากที่สุด

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำแนกได้ดังนี้ **ด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตตลาดกระบี่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดในเรื่องรูปแบบสวยงาม สะดวกต่อการพกพา รองลงมาคือยี่ห้อของโทรศัพท์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ คุณสมบัติของเครื่อง เช่น CPU หน่วยความจำ วัสดุที่นำมาใช้มีความคงทน, มีฟังก์ชันในการใช้งานหลากหลาย, เชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นได้ง่าย และลำดับสุดท้ายมีแอปพลิเคชันรองรับหลากหลาย อาจเนื่องมาจากปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะมากมายหลายยี่ห้อทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อให้สอดคล้องกับความต้องการได้มากที่สุดโดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะเปรียบเสมือนเครื่องประดับชนิดหนึ่ง ทำให้ผู้บริโภคคำนึงถึงรูปแบบสวยงาม สะดวกต่อการพกพา มากกว่าข้ออื่นในด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินดา บุญพิทักษ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์ไอโฟนโพรเอส ของผู้บริโภคในย่านรังสิต” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศของผู้บริโภคมีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคเพศชาย และเพศหญิง มีรสนิยมในการเลือกซื้อและพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกันจึงเป็นผลทำให้ระดับปัจจัยแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เมื่ออายุมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นจะ ส่งผลให้โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกใช้

โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในด้านผลิตภัณฑ์ลดลงจึงเป็นผลทำให้ระดับปัจจัยแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ต่างก็มีความต้องการในการให้ความสำคัญในผลิตภัณฑ์เหมือนกัน จึงทำให้ระดับปัจจัยไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน ต่างก็ความจำเป็นและความต้องการในผลิตภัณฑ์เหมือนกัน ซึ่งอาจเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรม และค่านิยมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันจึงทำให้ระดับปัจจัยไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองตรงตามความต้องการ และให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มบุคคลอื่นในสังคม จึงไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีอิทธิพล

ด้านราคา พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดในเรื่องราคา เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ และมีราคาให้เลือกหลายระดับ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์ยี่ห้ออื่นอยู่ในระดับมากที่สุด และลำดับสุดท้ายคือ การขายคืนมีราคาไม่แตกต่างจากราคาที่ซื้อมาอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้บริโภคได้

คำนึงถึง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับราคาต้องมีความคุ้มค่าและตอบสนองความต้องการได้อย่างชัดเจน จึงให้ความสำคัญกับเรื่องของราคากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งราคาต้องมิให้เลือกหลายระดับให้เหมาะสมกับอำนาจในการซื้อของผู้บริโภคด้วย ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีดถกร เป็รอด (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถือ Smart Phone ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้คือ อันดับ 1 ราคาของตัวเครื่องโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 เป็นค่าเฉลี่ย ที่มากที่สุดในด้านของราคา

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเนื่องจากไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิงต่างก็มองว่าการใช้โทรศัพท์มือถือที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันจึงมองว่าราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 15 – 17 ปี ซึ่งอาจยังไม่สามารถที่จะทำงานหรือมีรายได้เป็นของตนเองจึงทำให้ในส่วนทางด้านราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกบริโภค เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาสามารถวิเคราะห์ถึง

ความเหมาะสมด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มอาชีพมีความจำเป็นที่จะต้องซื้อโทรศัพท์มือถือตามความเหมาะสมของการใช้งาน จึงทำให้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านราคา เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเฉลี่ยเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญของระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคามากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยจะให้ความสำคัญด้านราคาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่า

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดในเรื่องมีสินค้าจำหน่ายสามารถรับเครื่องได้โดย สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวก มีตัวแทนจำหน่ายหลายแห่ง และลำดับสุดท้าย มีการจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะที่ตั้งของร้านหรือช่องทางในการจัดจำหน่ายต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงจึงทำให้ผลการวิจัยออกมาอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรวีร์พรพิชยานุรักษ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า

ด้านช่องทางจัดจำหน่ายกับปัจจัยด้านช่องทางการใช้
บริการที่หลากหลายที่สามารถติดต่อสื่อสารผ่านทาง
โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตได้มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.463)

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัย
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของ
ผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัด
กรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้าน
เพศ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อ อาจเป็นเพราะเพศชายและเพศหญิงมีความคิดว่า
ช่องทางการจำหน่ายที่มีอยู่อาจยังไม่เหมาะสม จึงมี
ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบลักษณะ
ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่
มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจุบันมี
ร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายมากมาย รวมถึงการซื้อขาย
ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคแต่ละกลุ่มอายุ
สามารถเลือกซื้อได้ตามช่องทางที่ต้องการ จึงทำให้แต่ละ
กลุ่มอายุมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เมื่อ
เปรียบเทียบลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับ
การศึกษา พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มี
ระดับการศึกษาปริญญาตรี ไม่ได้ให้ความสำคัญของ
ช่องทางการจำหน่ายเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท และผู้ที่มี
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เมื่อเปรียบเทียบ
ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า มีผลต่อ
ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็น
เพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา
คำนึงถึงความสามารถในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้จาก
ช่องทางการจำหน่ายต่างๆ ได้ไม่สะดวกเท่ากับกลุ่ม
อาชีพอื่น จึงให้ความสำคัญมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบ
ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย
ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อาจจะต้องคำนึงถึง
ค่าใช้จ่ายเพื่อการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของกร
เดินทางเพื่อไปยังผู้จำหน่าย หรือแม้แต่การซื้อผ่าน
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผล
ต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของ
ผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัด
กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบ
แบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ในระดับมากที่สุดในเรื่องมีศูนย์บริการหรือศูนย์ซ่อม
หลายแห่ง รองลงมาคือ มีการรับประกันเครื่อง สามารถ
แบ่งจ่ายเป็นงวดได้อยู่ในระดับมาก ขยายร่วมกับ
แพ็คเกจอินเทอร์เน็ต และลำดับสุดท้าย ลดราคาพิเศษ
หรือมีของสมนาคุณ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็น
เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าหากมี
ศูนย์บริการหรือศูนย์ซ่อมหลายแห่ง และมีการ
รับประกันเครื่องนั้น สามารถนำมาใช้เป็นทางเลือกใน
การตัดสินใจซื้อได้ เนื่องจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
แต่ละตัวแทนจำหน่ายต่างก็เหมือนกัน ผู้บริโภคจึงให้
ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในการกระตุ้น
การตัดสินใจซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตร
เฉลิม ร่วมเจริญชัย (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
ซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร”
ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด
ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัย
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของ
ผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเนื่องมาจากเพศหญิง และเพศชายมีพฤติกรรมและความสนใจในการใช้ผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน จึงอาจให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 15 – 17 ปี จำเป็นต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ปกครองก่อน จึงให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่า ผู้บริโภคกลุ่มอายุ 18 – 21 ปี และ อายุ 22 – 25 ปี เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นเพราะแต่ละกลุ่มอาชีพต้องการการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น อาจเป็นเพราะต้องการมูลค่าของผลิตภัณฑ์มากกว่าเงินที่จ่ายไป

ด้านการบริการของพนักงานขาย พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ในเรื่องการบริการของ ฝ่าย

สนับสนุนด้านเทคนิค (Technical Support) มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแก้ปัญหา รองลงมา คือ พนักงานอิมเมี่ยมแจ่มใสมีอัธยาศัยไมตรี พนักงานให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องชัดเจน และลำดับสุดท้ายพนักงานแต่งกายสุภาพสวยงาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการรับข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ที่ชัดเจน ตรงตามความต้องการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัดถกร เป็รอด (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการใช้พนักงานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์ Smart Phone ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.615 ซึ่งอยู่ในระดับสำคัญอย่างยิ่ง

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง ต่างก็ต้องการให้บุคลากรบริการด้วยความเสมอภาค และต้องการการบริการที่ประทับใจ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุ มีความคาดหวังในการให้บริการของบุคลากร เพื่อสร้างความประทับใจที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวัง

ในด้านของการให้บริการของบุคลากรมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลเมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ ต่างก็ต้องการรับบริการบริการด้วยความเสมอภาค และต้องการการบริการที่ประทับใจ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคาดหวังในการให้บริการของบุคลากรเพื่อสร้างความประทับใจที่แตกต่างกัน หรือบางกลุ่มอาจไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการให้บริการ

ด้านสิ่งแวดล้อม และลักษณะทางกายภาพ พบว่าระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในเรื่องมีมาตรฐานความปลอดภัยกับลูกค้าที่มารับบริการ รองลงมาคือจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ให้รายละเอียดบริการชัดเจน การตกแต่งร้าน ที่ดึงดูดใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายอยู่ในระดับมากคือ การรับประกันความพอใจ และการคืนเงิน อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแล้ว ก็ยังต้องการมาตรฐานของสิ่งแวดล้อม และลักษณะทางกายภาพ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อีกด้วย ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ บุญยัง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ศูนย์บริการมีความโปร่งสบาย อากาศถ่ายเทที่ดี สวยงามทันสมัย อยู่ในระดับ มากที่สุด ศูนย์บริการมีเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีบุคลิกภาพ ลักษณะความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุ ต่างก็มีสิ่งที่สนใจกับสิ่งแวดล้อม และลักษณะทางกายภาพรอบ ๆ ตัวต่างกัน จึงทำให้มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาจชื่นชอบสถานที่ที่มีการตกแต่งร้านแบบทันสมัย น่าสนใจ ซึ่งต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาปริญญาโท เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงาน/นักศึกษา อาจชื่นชอบ

ชอบสถานที่ที่มีการตกแต่งร้านแบบทันสมัย คุณนำเสนอมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญ กับสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน หรือบางกลุ่มอาจไม่ได้ให้ความสำคัญ

ด้านกระบวนการ พบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลำดับแรกผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด ในรายละเอียดคุณสมบัติ ครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน รองลงมาตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด ความรวดเร็วในการให้บริการ และลำดับสุดท้ายมีการบริการหลังการขายมีประสิทธิภาพสามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีปัญหา อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามแล้วต้องการความรวดเร็ว และถูกต้องชัดเจนในการเข้าใช้บริการ

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ต่างก็ต้องการการบริการที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่มากขึ้น มีความเร่งรีบหรือต้องการความรวดเร็วในการเข้าใช้

บริการ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท ไม่ได้คำนึงถึงมาตรฐานของกระบวนการต่าง ๆ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ไม่มีผลต่อระดับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพอาจต้องการความถูกต้องชัดเจน ทั้งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการบริการ เมื่อเปรียบเทียบตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีผลต่อระดับปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกันให้ความสำคัญ กับกระบวนการต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน หรือบางกลุ่มอาจไม่ได้ให้ความสำคัญ

4. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า ภาพรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ในเขตลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านการบริการของพนักงานขาย ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านสิ่งแวดล้อม และลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทุก ๆ ด้าน ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษา คือผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้นควรคำนึงถึงพฤติกรรมการใช้งาน และผลกระทบจากการใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะด้วย ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรุงเทพธุรกิจ.(2555).ไอทีซีจีปี58'สมาร์ตโฟน'ดันยอดใช้"ไอที4แสนล้าน(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/620322>. 25 มีนาคม 2558.
- [2] ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. งานวิชาการคณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544
- [3] ฉัตรยาพร เสมอใจ. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด, 2550
- [4] ฉัตรเฉลิม ร่วมเจริญชัย. "ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง : 2557
- [5] ชวนชัย เชื้อสาธุชน. *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : พิสิกสเซ็นเตอร์, 2546
- [6] ชีรวีร์ พรพิชานนุรักษ์. "การตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ตโฟนเป็นโทรศัพท์เครื่องที่สองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต, 2557
- [7] บุญชม ศรีสะอาด. *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น, 2543
- [8] บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ. *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*: จามจุรีโปรดักท์, 2554
- [9] ปรีดถกร เป็รอด. "ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก." วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554.
- [10] ราชบัณฑิตยสถาน.เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2555). Smart Phone. สืบค้น 25 มีนาคม 2558 จาก
<http://www.thaiglossary.org/node/59286>
- [11] วารุณี ตันตวงศ์วานิช และคณะ. *หลักการตลาดฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2552
- [12] วิไลลักษณ์ บุญยัง. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร." วารสาร วไลยอลงกรณ์ปริทัศน์. ปีที่5. (มกราคม-มิถุนายน 2558), 2557
- [13] วรินดา บุญพิทักษ์. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์ไอโฟนไอเอสของผู้บริโภคในย่านรังสิต." วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, วิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลชัยบุรี, 2554.
- [14] ศีรวรรณ เสรีรัตน์. *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2538
-----*การบริหารการตลาดยุคใหม่*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร, 2549

- [15] งามอาจ นัยพัฒน์. *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สามลดา, 2548
- [16] เอกลักษณ์ ทองใหญ่. “ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อไอแพดของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2554
- [17] Alastair M. Morrison. (1989). *Hospitality and Travel Marketing*. New York: Prentice Hall.
- [18] Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Marketing and introduction*. (6th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- [19] Kotler, Philip. *Marketing Management*. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice Hall, 2003.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิหขิงเวล

Factors affecting to buying decisions home decorate and souvenirs products made from natural materials :
a case of Wishing Well Shop

เอกอุชกร งามละมัย

บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, surapong001@hotmail.com

บทคัดย่อ :

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิหขิงเวล 2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิหขิงเวล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ของร้านวิหขิงเวล จำนวน 108 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ที่มีค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.77 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิหขิงเวล ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านราคา 2) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลูกค้าที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิหขิงเวล ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ, การตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT:

The objectives of this study are to study and compare the factors affecting to buying decisions home decorate and souvenirs products made from natural materials : a case of Wishing Well Shop, classified according to personal factors. The sample group that was used the customer of Wishing Well Shop which was a total of 108 customers by accidental sampling. The tool of data compilation would be the questionnaire IOC 0.66-1.00 and reliability of 0.77 level. Data analysis used frequency, percentage, mean, standard deviation and also hypothesis testing by t-test and One-way ANOVA at statistically significance level of 0.05.

Study results found that 1) Factors affecting to buying decisions home decorate and souvenirs products made from natural materials : a case of Wishing Well Shop for overall, they were in high level while price having the highest mean following by product, place, promotion, and price aspect respectively. 2) Hypothesis testing results showed that for overall, different sex, ages, occupation, and income were similar opinions toward factors affecting to buying decisions home decorate and souvenirs products made from natural materials : a case of Wishing Well Shop at statistical significance level of 0.05.

KEYWORDS: Factors affecting to buying decisions, buying decisions

1. บทนำ

ปัจจุบันค่านิยมของการมีที่พักอาศัยมีการตกแต่งด้วยผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับที่พักอาศัยรวมทั้งคุณค่าทางจิตใจของเจ้าของบ้าน ผลิตภัณฑ์ที่นำมาตกแต่งเป็นสิ่งซึ่งบอกถึงฐานะ รสนิยมของผู้อยู่อาศัย คนรุ่นใหม่มักให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ๆ หลากหลาย แฟชั่น ส่วนผู้ที่มีฐานะดี คนรุ่นเก่า หรือผู้ที่ต้องการแสดงถึงความร่ำรวย มั่นคง มักให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านที่ทำจากวัสดุไม้ ถึงแม้ปัจจุบันจะมีกฎหมายห้ามารับรองเรื่องการตัดไม้แต่อย่างไรก็ตามแหล่งของวัตถุดิบอาจมีการนำเข้ามาจากต่างประเทศบ้างบางส่วน และผลิตภัณฑ์สินค้าตกแต่งบ้าน หรือผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ก็ยังทรงคุณค่าบ่งบอกถึงรสนิยมและฐานะของผู้ใช้

สินค้าหัตถกรรมไทยที่มีโอกาส และมีอนาคตในตลาดของตกแต่งบ้าน ได้แก่ สินค้างานไม้ เฟอร์นิเจอร์ไม้จริง โต๊ะ เก้าอี้ ของตกแต่งบ้าน เช่น งานไม้แกะสลักสำหรับตั้งโชว์ และสำหรับแขวนผนัง ผลิตภัณฑ์ไม้จริงได้รับความนิยมในหมู่ผู้มีฐานะ เพราะนอกจากจะแสดงออกถึงรสนิยมแล้วยังแสดงออกถึงความมีฐานะอีกด้วย โดยเฉพาะสินค้าที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมของไทย สินค้าที่เน้นประโยชน์ใช้สอย สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ได้แก่ รองเท้าเดินภายในบ้านทำจากวัสดุผ้าฝ้าย สินค้าของใช้ เครื่องเรือน เช่น ตะกร้า เครื่องจักสานจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ผักตบชวา หวาย กระเป๋าจักสาน สินค้าไม้แกะสลัก เช่น ช้าง เรือสำเภาจำลอง ผลิตภัณฑ์ดอกไม้เทียมจากวัสดุ

ธรรมชาติ เช่น ใยไม้ ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และดีบุก (Pewter) สำหรับประดับหรือใช้สอยในบ้าน [1]

ร้าน วิชชิงเวล เป็น ผู้ผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ตกแต่งบ้าน และของที่ระลึกที่ผลิตจากไม้ และวัสดุธรรมชาติ สินค้าบางประเภทมีการนำเข้ามาจำหน่ายจากต่างประเทศ นอกจากนี้ ร้านวิชชิงเวล ยังได้ให้การสนับสนุน ผลิตภัณฑ์ OTOP จากแหล่งชุมชนต่างๆ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และยังสร้างฐานการผลิตรองรับความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และป้องกันการเกิดสินค้าขาดมือในกรณีที่ อุปสงค์ เกิดขึ้นมากกว่า อุปทาน ช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน เป็นต้น ร้านวิชชิงเวล จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน และของที่ระลึกที่ผลิตจากไม้ โดยผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งขายตรง งานแสดงสินค้า และผ่านสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ให้จัดแสดงสินค้าที่คงความเป็นเอกลักษณ์ไทย ในหลายๆ ประเทศทั่วโลก แต่เนื่องจากในปัจจุบันคู่แข่งทางการค้าของประเทศไทยในด้านการผลิต ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน และของที่ระลึกที่ผลิตจากไม้ มีหลายประเทศในอาเซียน มุ่งเน้นการผลิตจากวัสดุธรรมชาติมากขึ้น เช่น เวียดนาม ลาว กัมพูชา และ จีน นอกจากนี้ ยังประสบกับปัญหา เศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้ร้านวิชชิงเวล ต้องคิดค้นกลยุทธ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้ารายใหม่

จากปัญหาของ ร้านวิชชิงเวล ดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้านวิชชิงเวล จึงสนใจที่จะศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชชิงเวล การศึกษาดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความ

ต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งปรับปรุงกลยุทธ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสมกับปัจจุบัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชชิงเวล
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชชิงเวล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. สมมติฐานของการวิจัย

ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชชิงเวล แตกต่างกัน

4. กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารั้วนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด [2] มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษารั้วนี้

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ของร้านวิชชิงเวล จำนวน 150 คน [3] กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ของร้านวิช

ซึ่งเวล จำนวน 108 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามตาราง Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$ และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) [4]

5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ และ 4) รายได้

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) อาชีพ และ 4) รายได้ แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิซซิงเวล จำกัด ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ 5 = การมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 4 = การมีผลต่อการตัดสินใจ

มาก 3 = การมีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 2 = การมีผลต่อการตัดสินใจน้อย และ 1 = การมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดลองใช้แล้วนำไปวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.77

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 ชุด พร้อมชี้แจงรายละเอียดให้เข้าใจตรงกัน และรอรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง และนำแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บรวบรวม มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้แล้วนำข้อมูลที่ได้อ้างอิง และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยโปรแกรมสำเร็จรูป

8. การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง มีผลการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2.50 - 3.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย

1.00 - 1.49 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่า t แบบ Independent samples t -test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชซึ่งเวล และการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชซึ่งเวล ดังแสดงตามตารางที่ 1 - 4

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ลูกค้ำที่ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	29	26.85
	หญิง	79	73.15
รวม		108	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	5	4.63
	21-30 ปี	9	8.33
	31-40 ปี	38	35.19
	41 ปีขึ้นไป	56	51.85
รวม		108	100.00
อาชีพ	เจ้าของกิจการ	16	14.81
	นักเรียน/นักศึกษา	6	5.56
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	29	26.85
	พนักงานบริษัทเอกชน	50	46.30
	อื่นๆ	7	6.48
รวม		108	100.00

รายได้			
ต่ำกว่า 10,000 บาท	8	7.41	
10,001-20,000 บาท	21	19.44	
20,001-30,000 บาท	45	41.67	
30,001 บาทขึ้นไป	34	31.48	
รวม	108	100.00	

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้ำร้านวิชซึ่งเวล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.15) มีอายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 51.85) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 46.30) และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 41.67) มากที่สุด

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชซึ่งเวล ในภาพรวมและรายด้าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	0.38	มาก
2. ด้านราคา	4.09	0.43	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.19	0.47	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.15	0.34	มาก
รวม	4.16	0.20	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชซึ่งเวล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$)

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ กรณี ร้านวิชซึ่งเวล ในภาพรวมจำแนกตามเพศ

การตัด สินใจซื้อ	เพศ				t	P- value
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ภาพรวม	4.15	0.17	4.16	0.21	0.14	0.28

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ภูมิ ร้านวิชซึ่งเวล ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ภูมิ ร้านวิชซึ่งเวล ในภาพรวม จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้

การตัด สินใจซื้อ	ข้อมูลทั่วไป					
	อายุ		อาชีพ		รายได้	
	F	P- value	F	P- value	F	P- value
ภาพรวม	0.89	0.45	1.11	0.98	1.49	0.22

*p ≤ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ภูมิ ร้านวิชซึ่งเวล ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ภูมิ ร้านวิชซึ่งเวลในระดับมาก

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ภูมิ ร้านวิชซึ่งเวล พบว่า ลูกค้ำของร้านวิช

ซึ่งเวลที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ภูมิ ร้านวิชซึ่งเวล ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ของร้านวิชซึ่งเวลมีรูปแบบหลากหลายให้เลือก มีการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานผลงานดีเป็นที่เชื่อถือได้ และผลิตภัณฑ์ของร้านวิชซึ่งเวลเหมาะที่จะนำไปมอบเป็นของที่ระลึก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วนิตา แก้วเนตร [5] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย ผลการวิจัยพบว่า ด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสถานที่จัดจำหน่ายมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้บริโภค โดยปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลได้แก่ ความหลากหลาย รูปแบบของสินค้า และคุณภาพ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย ตามลำดับ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อารยะ คุณาศิระ [6] ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ทำจากผ้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าบาร อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ทำจากผ้าของนักท่องเที่ยว นั้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการตกแต่งสถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ของร้านวิซซึ่งเวลมีราคาให้เลือกหลายระดับและราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการให้ส่วนลดตามเทศกาลต่างๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ ตรุษจีน และยังมีส่วนลดเงินสดกับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วนิตา แก้วเนตร [5] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย พบว่าผู้บริโภคต้องการราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อารยะ คุณาศิระ [6] ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ทำจากผ้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ ในทาบซาร์อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ทำจากผ้าของนักท่องเที่ยว นั้น มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการตกแต่งสถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ลูกค้าสามารถซื้อผลิตภัณฑ์ของร้านวิซซึ่งเวลจากช่องทางออนไลน์ อินเทอร์เน็ต และลูกค้ามีความสะดวกในการหาซื้อสินค้าของร้านวิซซึ่งเวลจากการจัดแสดงสินค้าตามศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ ร้านมีแคตตาล็อกสินค้าให้เลือกซื้อหรือสั่งจอง และทางร้านมีการแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสถานที่จัดแสดงสินค้าในครั้งต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา แก้วเนตร [5] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย พบว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และสถานที่จัดจำหน่ายมีอิทธิพลอย่างมาก

ต่อผู้บริโภค ปัจจัยสถานที่ ได้แก่ ความสะดวก ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะร้านวิซซึ่งเวลมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงสินค้าใหม่ๆ มีการส่งเสริมการขายโดยการให้ของแถมหรือส่วนลด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา แก้วเนตร [5] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย พบว่าปัจจัยการส่งเสริมทางการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดเชียงใหม่ การจัดหน้าร้านค้า และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นันทิยา ต้นตราสืบ [7] ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทย จากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยการตลาดให้ความสำคัญกับด้านราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

12. ข้อเสนอแนะ

12.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านวิซซึ่งเวล ควรพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลาย ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. ด้านราคา ร้านวิซซึ่งเวล ควรให้ความสำคัญของราคาผลิตภัณฑ์ไม่ควรตั้งราคาสินค้าสูงมากเกินไปเพราะลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาสินค้ามาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านวิซซึ่งเวล ควรให้ความสำคัญในช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ให้

เพิ่มขึ้นหลายช่องทางตามค่านิยมของลูกค้าในปัจจุบัน ซึ่งนิยมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากยิ่งขึ้น

4. ด้านส่งเสริมการตลาด ร้านวิซซิงเวล ควรจัดให้มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำ หรือมีส่วนลดของแถมในช่วงเทศกาลสำคัญๆ

12.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านและของที่ระลึกที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เพื่อที่จะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคุณภาพ และเป็นการขยายตลาดสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในอนาคตต่อไป

13. เอกสารอ้างอิง

[1] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.2558.โอกาสของสินค้าหัตถกรรมไทยในจินตวันตัก [Online]. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb%20Dbf2e%20D464e%20D97e5%20D440321040570&ID=1487>

[2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักยิตานนท์. 2552.การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพฯ :เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

[3] สุรัชชัย งามสะพรั่ง.2558.ให้สัมภาษณ์, // 26 กุมภาพันธ์ 2558.//เอกอุชุกร งามละมัย.//สถิติยอดขายสินค้าปี พ.ศ.2557.//ร้านวิซซิง เวล.

[4] พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2553). วิธีการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มิน เซอร์วิสเซ็พพลาย.

[5] วนิดา แก้วเนตร.2545. “ปัจจัยในการเลือกซื้อ

สินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวไทย.” ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[6] อารยะ คุณาศิระ.2547. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าที่ทำจากผ้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ ไนท์บาซาร์ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[7] นันทิยา ดันตราสืบ. 2545. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมของผู้บริโภคชาวไทยจากศูนย์หัตถกรรมภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่.” ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

Factors affecting Thai tourist decision on Ecotourism of Nonthaburi Province

วันทิกา หิรัญเทศ

สาขาวิชาการจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, wuhiru@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยช่องทางการรับสื่อ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเปรียบเทียบการทดสอบแบบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากและรายด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมเมื่อจำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ กลุ่มการศึกษา กลุ่มอาชีพ กลุ่มรายได้ และช่องทางการรับสื่อ ไม่พบความแตกต่าง ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ด้านพื้นที่ ควรมีการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหลัก และควรพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เรื่องการมีขนส่งสาธารณะรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ด้านการจัดการ ควรมีการเพิ่มความชัดเจนในเรื่องป้ายสื่อความหมายและเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ กิจกรรมและความหลากหลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีน้อย ไม่ว่าจะเป็น นก/สองสัตว์ ล่องแพ ศึกษาธรรมชาติ ปีนเขา ดำน้ำ เทียวถ้ำ/น้ำตก ตกปลา ขี่ม้า/ขี่ช้าง เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น และด้านการมีส่วนร่วม ควรมีการส่งเสริมอย่างจริงจังให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง เพื่ออนุรักษ์ให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนและชุมชนมีอาชีพ มีรายได้

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ นักท่องเที่ยวชาวไทย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

Abstract

The objectives were to study the level of factors affecting Thai tourist decision on Ecotourism of Nonthaburi Province and to compare factors affecting Thai tourist decision on Ecotourism of Nonthaburi Province by sex, age, education, occupation income and media channel variables.

The sample consisted of 400 Thai tourists who travel on Ecotourism in Nonthaburi Province. The tool for collecting data was a questionnaire concerned with factors affecting Thai tourist decision on Ecotourism.

The analyzed data by descriptive statistic and by inferential statistic for t-test and One-way ANOVA.

The result of the study found that the overall and each aspect of factor affecting the decision of travel on Ecotourism of Nonthaburi Province were high level.

The comparison of factor affecting Thai tourist decision on Ecotourism of Nonthaburi Province by sex, age, education, occupation income and media channel were not difference.

Keywords: Factors affecting Thai tourist decision, Thai tourists, Eco-tourism

บทนำ

จากการเจริญเติบโตของท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบจากการหวังผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้อง ทำให้มีผลกระทบต่อชุมชนในท้องถิ่นทั้งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จึงเกิดแนวคิดในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น นักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม เริ่มให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ทำลายธรรมชาติและเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และปัจจุบันการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้ได้มีการเผยแพร่อย่างหลากหลายผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับข่าวสารดังกล่าว ท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

จังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัดที่มีความเจริญในแทบทุกด้านเทียบเท่ากับกรุงเทพมหานครและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตแบบไทยดั้งเดิมและไทยผสมผสาน และทำเลที่ตั้งที่

อยู่ใกล้เมืองหลวง มีการคมนาคมสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ทำให้จังหวัดนนทบุรีกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมุ่งศึกษาในปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยช่องทางการรับสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี และเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยช่องทางการรับสื่อ

วิธีการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน

จังหวัดนนทบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 117,950 คนต่อเดือน [1] ใช้การคำนวณจากสูตรของ Yamane's ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 400 คน [2] โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยว 6 อำเภอ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มชั้น (Stratified Random Sampling) ของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน ดังตาราง 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

อำเภอ/แหล่งท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. วัดเฉลิมพระเกียรติ อ.เมือง	2,600	9
2. ตลาดน้ำวัดตะเคียน อ.บางกรวย	5,000	17
3. ตลาดน้ำไทรน้อย อ.ไทรน้อย	8,300	28
4. วัดสวนแก้ว อ.บางใหญ่	6,250	21
5. วัดบรมราชากาญจนาภิเษกอนุสรณ์ อ.บางบัวทอง	37,500	127
6. เกาะเกร็ด อ.ปากเกร็ด	58,300	198
รวม	117,950	400

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

รายได้ต่อเดือน และปัจจัยช่องทางการรับสื่อ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยแจกข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยวที่กำหนดด้วยตนเอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยช่องทางการรับสื่อวิเคราะห์ด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ

2. ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง [3] จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 - 5.00	มากที่สุด
3.51 - 4.50	มาก
2.51 - 3.50	ปานกลาง
1.51 - 2.50	น้อย
1.00 - 1.50	น้อยที่สุด

3. สถิติเปรียบเทียบการทดสอบแบบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คิดเป็นร้อยละ 53.2 เพศชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8

มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมา อายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และอายุ 66 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ระดับการศึกษาปริญญาตรีสูงสุด จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมา ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และอื่น ๆ คือ ไม่ได้ศึกษา น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

อาชีพบริษัท/ห้างร้าน/เอกชน สูงสุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา อาชีพพนักงานเรียน-นักศึกษา จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอาชีพอื่นๆ น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท สูงสุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

สื่อบุคคล ได้แก่ ญาติ/เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่รัฐ/เอกชน/บริษัท มากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา ได้แก่ สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร

แผ่นพับ, โบปปลิว จำนวน 109 คิดเป็นร้อยละ 27.2 และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่างๆ จำนวน 107 คิดเป็นร้อยละ 26.8

2. ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านพื้นที่ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ความอุดมสมบูรณ์ ทัศนียภาพ ความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมา ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตของวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (ที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมของชุมชน ระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม) และความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.05$) และศักยภาพของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.62$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านการจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า การกำหนดข้อปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวอย่างไม่รบกวนและทำลายทรัพยากรธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$) รองลงมา ได้แก่ ที่ตั้งของที่พักร้านค้าร้านอาหาร และร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกมีความเหมาะสมมีความเหมาะสมและกลมกลืนกับธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.71$) และการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.32$)

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่ง

ท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านกิจกรรมและกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมา ได้แก่ มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น โฆษณา แผ่นพับ นิทรรศการ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.78$) และกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างประสบการณ์และความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เช่น เที่ยวถ้ำ/น้ำตก ตกปลา จิมน้ำ/ขี่ช้าง ปีนเขา ดำน้ำ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.51$)

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านการมีส่วนร่วม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นในทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาได้แก่ การรวมกลุ่มของประชาชนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.67$) และการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.60$)

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยช่องทางการรับสื่อที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า เพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า อายุที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่รายด้านแตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน แต่รายด้านแตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่รายด้านแตกต่างกัน 2 ด้าน คือ ด้านพื้นที่และด้านการมีส่วนร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยช่องทางการรับสื่อ พบว่า ปัจจัยช่องทางการรับสื่อที่ต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

4. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยชี้แจงให้เห็นถึงข้อเสนอแนะความคิดเห็น อันจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนนทบุรี ดังสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านพื้นที่ จากผลสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นหลัก และควรพัฒนาศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เรื่องการมีขนส่งสาธารณะรับ-ส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย

2. ด้านการจัดการ จากผลสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการเพิ่มความชัดเจนในเรื่องป้ายสื่อความหมายและเส้นทางศึกษาธรรมชาติ

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ จากผลสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กิจกรรมและความหลากหลายทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังมีน้อย ไม่ว่าจะเป็น นก/สองสัตว์ ล่องแพ ศึกษาธรรมชาติ ปีนเขา ดำน้ำ เทียวถ้ำ/น้ำตก ตกปลา ขี่ม้า/ขี่ช้าง เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น

4. ด้านการมีส่วนร่วม จากผลสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรมีการส่งเสริมอย่างจริงจังให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง เพื่ออนุรักษ์ให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืนและชุมชนมีอาชีพ มีรายได้

สรุปและอภิปรายผล

1. ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

ด้านพื้นที่ ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความอุดมสมบูรณ์ ทัศนียภาพ ความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ อศวิน แสงพิบูล[4] กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ตลาดการท่องเที่ยวเติบโต ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และอาหารไทยที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก และยังคงสอดคล้องกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช [5] กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา แม่น้ำ ป่าไม้ เป็นต้น เป็นสิ่งดึงดูดความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้เดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้

ด้านการจัดการ ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าการกำหนดข้อปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวอย่างไม่รบกวนและทำลายทรัพยากรธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตต์วัฒนา [2] กล่าวว่าแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องมีการออกกฎ ข้อบังคับในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีการออกกฎระเบียบข้อบังคับให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติอย่างเคร่งครัดในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยจัดเจ้าหน้าที่ดูแลให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามระเบียบ เพื่อรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติให้คงความสวยงามตามธรรมชาติไว้ได้อย่างยั่งยืน และมีการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เนื่องจากต้องการให้ทุกฝ่ายร่วมมือในการอนุรักษ์ จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์โดยการจัดทำคู่มือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้ทราบถึงความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดี และสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้องในการเข้าไปท่องเที่ยวสถานที่แห่งนั้น คู่มือการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ข้อควรปฏิบัติและข้อควรระวังการปฏิบัติ เพื่อให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาตินั้นดำรงความเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเอื้อต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ [6]

กล่าวว่า ชุมชนสามารถมองถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวหากสามารถนำรายได้ระยะยาวมาสู่ชุมชน ได้ก็จะสร้างความมั่นใจและได้รับความร่วมมือจากชุมชน
2. ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวสามารถทำให้ชุมชนภูมิใจในท้องถิ่นของตนและอยากที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมชุมชน เพราะต้องการให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก
3. ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการเสริมสร้างความเสมอภาคและสันติภาพแก่ทุกฝ่าย รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตในสังคมของชุมชน
4. ด้านการเมือง ชุมชนมีสิทธิ์มีเสียงทางการเมืองเนื่องจากมีตัวแทนร่วมวางแผนและริเริ่มทางการท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนรู้สึกถึงว่าพวกเขาได้รับสิทธิ์และเกิดความรู้สึกหวงแหนและเป็นเจ้าของชุมชนอย่างแท้จริง
5. ด้านสิ่งแวดล้อม หากชุมชนตระหนัก จะเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรของชุมชน และยังสอดคล้องกับมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช [7] กล่าวว่า ผลจากการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีส่วนส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ดังนี้

1. ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการจัดการใช้ประโยชน์โดยคำนึงถึงความยั่งยืน ชุมชนมีการวางแผนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการเส้นทาง การไม่รบกวนสัตว์ป่า การกำจัดให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม เป็นต้น ชุมชนเกิดแนวร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม
2. ด้านวัฒนธรรม ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม ประเพณี และรู้จักคุณค่าในสิ่งที่ตนทำอยู่ ชุมชนเกิดการฟื้นฟูและสืบทอดวัฒนธรรมจากรุ่นอาวุโสสู่คนหนุ่มสาว
3. ด้านสังคม ชุมชน ได้ร่วมคิด ร่วมแลกเปลี่ยน เกิดการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เป็นการลดช่องว่างระหว่างชุมชนกับรัฐบาล ชุมชนคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีความเคารพซึ่งกันและกัน และยอมรับกัน 4. ด้านเศรษฐกิจ ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนมีกองทุนพัฒนาหมู่บ้าน

ด้านการมีส่วนร่วม ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนันทบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นในทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ฉันทขวรรณถนอม [8] กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค กล่าวคือ เมื่อมีการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ก็จะก่อให้เกิดรายได้กระจายสู่ชุมชนในแต่ละภูมิภาคของประเทศ ประชาชนในสถานที่ท่องเที่ยวต่างจังหวัดจึงมีรายได้เพียงพอและขยายบริการไปในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การขายของที่ระลึก การให้บริการในด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น และยังสอดคล้องกับพิมพระวี โรจนรุ่งสัจย์ [6] กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญในการสร้างรายได้สู่ชุมชนและยังได้นำเสนอเหตุผลที่ควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นฐานดังนี้

- การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการวางแผน และตั้งกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมของชุมชน นำสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในหลาย ๆ ทาง

- การมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้เพิ่มพูนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้นักวางแผนทางการท่องเที่ยวตัดสินใจหรือวางแผนท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

- การมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง

- การมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยให้ความต้องการชุมชนสำเร็จได้

- การมีส่วนร่วมของชุมชนทำให้เกิดกระบวนการทางประชาธิปไตยอย่างแท้จริงในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยช่องทางการรับข่าวสาร ที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนันทบุรี

เพศ ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนันทบุรี เมื่อจำแนกตามเพศชายและหญิง พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนันทบุรี ด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับพิรกานต์ ศิริรักษ์ [9] ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย (จำนวนวันต่อครั้ง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นอกจากนี้ผลยังไม่สอดคล้องกับ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช [5] ที่กล่าวว่า โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวจะมีพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยเพศชายเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากสามารถเดินทางได้ตามลำพังและเป็นกลุ่ม มักจะกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมที่

หลากหลายมากกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความคล่องตัวน้อยกว่า มักเดินทางมากับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย เดินทางได้สะดวก จากผลการวิจัยที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยคิดว่าเกิดจากกลุ่มตัวอย่าง พื้นที่ที่ศึกษา และวิธีการดำเนินการวิจัยที่แตกต่างกัน

กลุ่มอายุ ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พีรภานต์ ศิริรักษ์ [9] ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้านระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย (จำนวนวันต่อครั้ง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 นอกจากนี้ผลยังไม่สอดคล้องกับ บุญเลิศ พงษ์มงคลสาม [10] กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มีอายุหรือวัยที่แตกต่างกัน ก็ย่อมจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ตลาดจึงต้องจัดเสนอสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มอายุของผู้บริโภค และยังไม่สอดคล้องกับ Kotler and Armstrong [11] กล่าวว่า บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่าง อีกทั้งความชอบและรสนิยมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย โดยในแต่ละวัยจะแบ่งเป็นช่วงอายุที่แตกต่างกัน และยังไม่

สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ [12] กล่าวว่าผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ และด้านกิจกรรมและกระบวนการไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ [13] กล่าวว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย และยังไม่สอดคล้องกับ ปวี จัย ทา ง ป ระ ช า กร ศ า ส ต ร ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช [5] กล่าวว่า ส่วนใหญ่บุคคลที่มีการศึกษาสูงก็มักจะมีอาชีพและรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยครั้งกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อย

อาชีพ ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการและด้านกิจกรรมและกระบวนการไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกัน 1 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วม ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ [14] กล่าวว่า อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจจะเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้จ่ายสูงกว่าอาชีพอื่น ๆ และยังไม่สอดคล้องกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ [5] กล่าวว่า กลุ่มที่มีภารกิจหน้าที่การทำงานที่แตกต่างกันมีโอกาสในการเดินทางแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่

ทำงานในอาชีพระดับสูง จะมีโอกาสเดินทางได้มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า นอกจากนี้ภาระหน้าที่การงานก็มีส่วนกำหนดให้ต้องเดินทางไปติดต่อกันบ่อยครั้งเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในกลุ่มบริหาร กลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ ตัวแทนขาย

รายได้ ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านการจัดการและด้านกิจกรรมและกระบวนการไม่แตกต่างกัน แต่แตกต่างกัน 2 ด้านคือ ด้านพื้นที่และด้านการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับศุวิษ แยม์เฟื่อน [15] กล่าวว่า รายได้ที่ต่างกัน จะมีอำนาจซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีรายได้มากจะสามารถซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกได้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย และยังสอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ ปโกฎิประกา [16] กล่าวว่า ผู้บริโภคแต่ละคนย่อมมีรสนิยมที่ต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงและผู้ที่มีรายได้น้อยมีรสนิยมในการเลือกบริโภคสินค้าที่ต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงย่อมมีรสนิยมในการเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคาแพง และยังสอดคล้องกับ บัณฑิต ผังนิรันดร์ [17] กล่าวว่า รายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อและปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภค เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น เมื่อรายได้ของผู้บริโภคลดลงจะทำให้ซื้อสินค้าในปริมาณที่ลดลง

ปัจจัยช่องทางการรับสื่อ ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยช่องทางการรับสื่อ พบว่า ปัจจัยช่องทางการรับสื่อที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ด้านพื้นที่

ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ไม่แตกต่างกัน และพบว่าสื่อบุคคล ได้แก่ ญาติ/เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่รัฐ/เอกชน/บริษัท เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สุนิสา พักตร์เพียงจันทร์ [18] ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคล เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน คนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ทางราชการ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ เสถียร เขยประทับ [19] กล่าวว่า สื่อบุคคลมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว สามารถโต้ตอบได้ทันที ถ้าผู้รับไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน ทำให้มีประสิทธิภาพสูง และสามารถจูงใจให้คนเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ดี และยังสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ [13] กล่าวว่า การขายโดยพนักงานขายเป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง ซึ่งอาจจะเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยผู้ส่งข่าวสารจะสามารถรับและประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันที และยังสอดคล้องกับ สมยศ โองเคลือบ [20] ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า การที่สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ผู้รับและผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันที มีประสิทธิภาพสูง สามารถสร้างความเข้าใจ จูงใจให้เปลี่ยนทัศนคติได้ดีแล้ว การที่สื่อบุคคลมีอิทธิพลสูง

อาจเป็นเพราะลักษณะวิถีชีวิตของสังคมไทยที่อยู่กันอย่างเครือญาติ เมื่อมีเรื่องอะไรก็มักจะมีการปรึกษากันอยู่เสมอ ทำให้สื่อบุคคลยังคงมีบทบาทสูงต่อคนไทย

สรุป

ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี โดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากถึง 4 ด้าน ทำให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีนั้นมีปัจจัยต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จากผลการวิจัยนี้จึงสามารถให้หน่วยงานราชการ เอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รศ.ดร.วิรัช วรรณรัตน์ ที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิ และคณะกรรมการการวิจัยทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง งานวิจัยสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการเก็บข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานสถิติ จังหวัดนนทบุรี. (2556). สถิตินักท่องเที่ยวปี 2555. ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2556, จาก <http://nontburi.nso.go.th>.
- [2] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊คสแตนดาร์ด.
- [3] บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- [4] อัครวิน แสงพิบูล. (2552). *หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [5] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2548). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-7*. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [6] พิมพ์ระวี วิจารณ์รุ่งสัจย์. (2553). *การท่องเที่ยวชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- [7] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 9-15*. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [8] ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- [9] พิรกานต์ ศิริรักษ์. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ต*. ปรินญาณินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- [10] บุญเลิศ พงษ์มงคลสาม. (2546). *หลักเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พัฒนาวิชาการ (2535) จำกัด.
- [11] ปณิศลา ลัญจนนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- [12] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- [13] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ไดมอนด์อิน บิสซิเนส เวิร์ด.
- [14] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- [15] สุวิช แยมเพื่อน. (2537). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ตำราอาจารย์นิมิตร จิวะสันติการ.
- [16] เสาวลักษณ์ ปโกฎิประภา. (2548). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [17] บัณฑิต ผังนรินทร์. (2548). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- [18] สุนิสา พักตร์เพรงจันทร์. (2531). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทัศนคติต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [19] เสถียร เขยประทับ. (2539). *การสื่อสารและการพัฒนา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [20] สมยศ โอังก์เคลือบ. (2544). *พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของประชาชนในเขตลาดกระบัง

Factors affecting the consumption of healthy food in Lat Krabang, Bangkok

ปริญกา โทพิลา¹ ปริญญาพร งามารวม²

^{1,2}อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

**Corresponding author, E-mail: pranarung@hotmail.com*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของประชาชนในเขตลาดกระบัง กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริโภคที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยผู้วิจัยทำการจำนวนประชากร 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน คือ ไคส์ แสควร์ (Chi-Square Test) ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ของประชาชนในเขตลาดกระบัง

Abstract

This study aimed to investigate the factors that influence the consumption of healthy food. People in Lat Krabang, Bangkok The sample Consumer consumption of healthy food. The researchers conducted a population of 400 questionnaires to collect data. The statistics used for data analysis included descriptive statistics include percentage (Percentage) Average (Mean), standard deviation (Standard Deviation) and inferential statistics is Christchurch's Square (Chi-Square Test). The results showed that Marketing Mix and 4 side effects of consuming healthy food at a high level.

Keyword : Factors affecting the consumption of healthy food . People in Lat Krabang, Bangkok

บทนำ

ในปัจจุบัน คนรุ่นใหม่เริ่มหันมาใส่ใจในเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของการบริโภคอาหาร ดังนั้นจึงมีกระแสการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งหลายท่านคงเคยได้ยินคำว่า “อาหารคลีน” ซึ่งเป็นลักษณะการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบหนึ่ง ที่ส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกาย ซึ่งกำลังได้รับความนิยมจากผู้คนในปัจจุบันเป็นจำนวนมากจึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพว่าเป็นอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันนี้ที่มีความเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจโดยที่ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ได้เลยว่าสิ่งที่ท่านรับประทานไปนั้นจะมีคุณประโยชน์ หรือ อาจก่อให้เกิดโทษต่อสุขภาพของท่านอย่างไรบ้าง อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย นอกเหนือจากสารอาหารหลักที่จำเป็นต่อร่างกาย นอกจากนี้อาจช่วยลดอัตราเสี่ยงต่อโรคต่างๆ ปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพ ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย ทั้งในด้านการวิจัยและเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นมูลค่ามาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับอาหารและสุขภาพมากขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นปัจจัยและมีอิทธิพลต่อวิธีการทางการตลาด โดยเฉพาะการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนในเขตลาดกระบังว่าปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริหารที่จะพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุด อีกทั้งเกิดประโยชน์กับผู้ทำการตลาดและผู้สนใจโดยทั่วไปเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of Research)

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง

วิธีดำเนินการวิจัย

กรอบการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

คุณลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Independent Variable)

ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง

ประชากรที่ศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้บุคคลทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในเขตลาดกระบัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดประชากรของการศึกษา คือ ประชากรในเขตลาดกระบัง ทั้งหมดจำนวน 115,847 คน (ที่มา : สำนักงานเขตลาดกระบัง ณ วันที่ 16 มิถุนายน 2556) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดของตัวอย่าง 400 คน โดยใช้สูตร Taro Yamane การประมาณค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของเกร็ดและมอร์แมน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) (ประคอง วรรณสูตร,2538)

- 1.ขอบเขตด้านเนื้อหา คือปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง

2. มุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนที่บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ด้วยวิธีการเก็บข้อมูล ในเขตลาดกระบัง ซึ่งแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง
- ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อการวิจัยสามารถคำนวณค่าและแปลความหมายของข้อมูลดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแสดงผลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง โดยจำแนกเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้ข้อมูลการสร้างสเกลแบบ Likert Scale โดยแสดงลำดับความสำคัญมาก – น้อย (Scales Question) คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) โดยแสดงผลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3 ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนในเขตลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 และมีรายได้มากกว่า 15,001 บาทขึ้นไป จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชน ในเขตลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนในเขตลาดกระบัง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นโดยรวม ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 5 ลำดับคือ อาหารเพื่อสุขภาพมีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคุณภาพของอาหารเพื่อสุขภาพมีความสดใหม่ สะอาดอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 ควรรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพภายใน 1 สัปดาห์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 และรสชาติและความอร่อยของอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 2 ลำดับ คือ ราคา

วัตถุประสงค์ในการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพตามฤดูกาล โดยมีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ราคาในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 4 ลำดับ คือ การเดินทางสะดวกสบายสามารถซื้อได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพง่ายและสะดวกต่อการประกอบอาหารเองได้ทุกสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 สถานที่ในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 และมีร้านอาหารที่ประกอบอาหารเพื่อสุขภาพง่ายและสะดวกต่อการประกอบอาหารเองได้ทุกสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 4 ลำดับคือ มีการรณรงค์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพป้องกันโรค โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาจัดกิจกรรมให้ความรู้และความเข้าใจด้านคุณภาพ โดยค่าเฉลี่ย 4.14 มีฉลากกำกับคุณภาพของวัตถุดิบหรืออาหารที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีโปรแกรมการทานอาหารเพื่อสุขภาพในการลดน้ำหนัก 4.02 ตามลำดับ

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ตัวแปร ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนในเขตตลาดกระบี่ที่แตกต่างกันทดสอบสมมติฐานโดย วิธีIndependent t-test พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 66.8 มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.8 จำนวน 263 มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มีอาชีพพนักงานเอกชน

จำนวน 211 คนคิดเป็นร้อยละ 52.8 และมีรายได้มากกว่า 15,001ขึ้นไปจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 โดยใช้ค่า f-test โดยแบ่งตามเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพและรายได้ พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้าน ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่า sig 0.943 0.391 0.938 8.806 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่า sig 0.647 0.773 0.802 0.979 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้านสถานภาพ พบว่า สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่า sigเท่ากับ 0.824 0.695 0.819 0.849 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่า sigเท่ากับ 0.854 0.439 0.156 0.795 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้านอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่า อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่า sigเท่ากับ 0.725 0.493 0.316 0.457 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้านรายได้แตกต่างกัน พบว่า รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่า sigเท่ากับ 0.310 0.064 0.695 0.389 ตามลำดับ นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐาน ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพ ของประชาชนในเขตลาคกระบ้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.07 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 5 ลำดับคือ อาหารเพื่อสุขภาพมีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคุณภาพของอาหารเพื่อสุขภาพมีความสดใหม่ สะอาดอยู่เสมอ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 ควรรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพภายใน 1 สัปดาห์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 และ รสชาติและความอร่อยของอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ

ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.93 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 2 ลำดับ คือ ราคาวัตถุดิบในการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพตามฤดูกาล โดยมีค่าเฉลี่ย 4.03 และ ราคาในการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.05 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 4 ลำดับ คือ การเดินทางสะดวกสบายสามารถซื้อได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพง่ายและสะดวกต่อการประกอบอาหารเองได้ทุกสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12 สถานที่ในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 และมีร้านอาหารที่ประกอบอาหารเพื่อสุขภาพง่ายและสะดวกต่อการประกอบอาหารเองได้ทุกสถานที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.13 โดยพิจารณาองค์ประกอบ 4 ลำดับคือ มีการรณรงค์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพป้องกันโรค โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาจัดกิจกรรมให้ความรู้และความเข้าใจด้านคุณภาพ โดยค่าเฉลี่ย 4.14

มีผลต่อกำกับคุณภาพของวัตถุดิบหรืออาหารที่ชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 และมีโปรแกรมการทานอาหารเพื่อสุขภาพในการลดน้ำหนัก 4.02 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของประชาชนในเขตลาคกระบ้งผู้วิจัยได้รวบรวมมีข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพให้มีประสิทธิภาพและรณรงค์ในประชาชนบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยสรุปได้ดังนี้

1. พัฒนาการส่งเสริมทางการตลาดให้ประชาชนสนใจรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ
2. การพัฒนาด้านรสชาติและความหลากหลายในการเลือกรับประทานอาหารสุขภาพให้มากขึ้น
3. ควบคุมด้านราคาให้มีระดับที่มาตรฐานให้สามารถควบคุมได้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพภายในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพข้อเสนอแนะที่เหมือนกันหรือแตกต่างกัน ของแต่ละจังหวัด เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและการส่งเสริมการบริโภค อาหารเพื่อสุขภาพให้ประชาชนได้มีสุขภาพที่สมบูรณ์ แข็งแรง
2. ทำการศึกษาในเรื่องเดิม แต่เปลี่ยนแนวทางการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์แทน เพื่อได้ข้อมูลที่แตกต่างและได้ข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาปรับใช้ทางด้านอื่นต่อยอดการทำธุรกิจต่อไป

บรรณานุกรม

[1] กฤษณ์ แก้วชะญา . 2551. ปัจจัยด้านสังคม

พฤติกรรมผู้บริโภค . เข้าถึงจาก :

<http://elearning.bu.ac.th/mua/course/mk212/ch4.htm>, เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2558

[2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . ความรู้ที่นึกคิดของ

ผู้บริโภค . กรุงเทพมหานคร บริษัทธีระฟิล์ม

และไซเท็กซ์ จำกัด 2541

[3] ศิริญา บุญประชม. (2543). ความรู้ เจตคติ และ

การปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

[4] สุทธิชา คำพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม

การบริโภคอาหารชีวิตของสมาชิกชมรมชีวิต

ใน กรุงเทพมหานคร. “ คลื่นฟู้ด ” อีกริมติของการกินเพื่อสุขภาพ . เข้าถึงจาก : :

[http://www.thaihealth.or.th/Content/25051-](http://www.thaihealth.or.th/Content/25051-.html)

[.html](http://www.thaihealth.or.th/Content/25051-.html) เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2558

[5] กินคลีนเพื่อสุขภาพกินอย่างไรให้ถูกวิธี . เข้าถึง

จาก : <http://www.lovefitt.com/tips-trick> เข้าถึงเมื่อ

วันที่ 18 ตุลาคม 2558

[6] อาหารคลีน ลดอ้วนได้แน่หรือ...???. เข้าถึงจาก :

<http://men.sanook.com/3625/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2558

[7] อาหารคลีน 5 วิธีการกินเพื่อสุขภาพที่ดี. เข้าถึงจาก

: <http://health.kapook.com/view93811.html>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2558

[8] "Clean Food" สูตรกินชะลอวัย โกลโรค ด้วย

อาหารคลีน . เข้าถึงจาก

<http://www.hsri.or.th/people/media/food/>

เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2557

[9] กินคลีน : เรื่องดีๆ ที่คนรักสุขภาพต้องรู้. เข้าถึง

จาก :

[http://www.hsri.or.th/people/media/food/deta](http://www.hsri.or.th/people/media/food/detail/5757)

[il/5757](http://www.hsri.or.th/people/media/food/detail/5757)

เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม 2558

[10] “ Clean Eating หุ่นเป๊ะ ชะลอวัย โกลมะเร็ง ” .

เข้าถึงจาก :

[http://www.cigna.co.th/health-](http://www.cigna.co.th/health-wellness/tip/cleaneating)

[wellness/tip/cleaneating](http://www.cigna.co.th/health-wellness/tip/cleaneating) เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 ตุลาคม

2558

ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณารูปแบบการลงทุนส่วนบุคคลเพื่อชีวิตหลังวัยเกษียณของ พนักงานในเขตหนองแขม

Factors Influencing the Consideration of the Personal Investment Pattern for the After-Retirement Age of the Staff in Nongkhaem District Office

ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย¹, วัฒนา เสรีคุณาคูณ², รศ.อรสา อร่ามรัตน์³

¹ คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, son1912@gmail.com

² คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, wattana.tru55@hotmail.com

³ คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, fbusosa@ku.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณารูปแบบการลงทุนส่วนบุคคลเพื่อชีวิตหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) ศึกษารูปแบบการลงทุนโดยใช้เงินออม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเลี้ยงชีพหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม และ (2) ศึกษา เป้าหมายการลงทุน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเลี้ยงชีพหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก พนักงานบริษัทในเขตหนองแขม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ที่มีการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 400 คน โดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรแบบไม่ทราบค่าตามสูตรของ เนื่องจากไม่ทราบขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจน จึงใช้การคำนวณด้วยวิธีของ Cochran จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 31-35 ปี มีสถานภาพ โสด การศึกษาจบระดับปริญญาตรี มีรายได้ 10,001-30,000 บาท ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการลงทุน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินออมที่ผู้ลงทุนมีอยู่และสามารถนำไปลงทุนเพื่อชีวิตหลังวัยเกษียณได้ (รวมทั้งที่ได้ลงทุนไปแล้ว และ/หรือส่วนที่ยังไม่ได้ลงทุนโดยไม่รวมการกู้ยืม) 300,000 บาท ส่วนลักษณะการร่วมลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนคนเดียวทั้งหมด รูปแบบการลงทุนที่ผู้ลงทุนให้ความนิยมในสามลำดับแรก ผลการวิจัยพบว่า บัญชีเงินฝาก ต่างๆ (กระแสรายวัน/ออมทรัพย์/ประจำ/บัตรเงินฝากฯ) พันธบัตรรัฐบาล และ อสังหาริมทรัพย์ (บ้านที่ดิน คอนโด บ้านจัดสรรฯ) ตามลำดับ ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาเป้าหมายการลงทุน พบว่าอยู่ในระดับมาก

ในสามลำดับแรกได้แก่ รูปแบบลงทุนด้านผลตอบแทน รูปแบบลงทุนด้านสภาพคล่อง และ รูปแบบลงทุนด้านความเสี่ยง ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) รูปแบบการลงทุนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้าน สถานภาพ อายุ และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (2) เป้าหมายการลงทุน ด้านผลตอบแทนมีความแตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัย ด้านความเสี่ยง ด้านสภาพคล่อง ด้านเป้าหมายการลงทุน และเป้าหมายการลงทุนรวม พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การลงทุนส่วนบุคคล ชีวิตหลังวัยเกษียณ พนักงาน

Abstract

This research aims to study 1) the investment pattern via money based on the personal factor and the personal financial planning for the after-retirement age of the staff in Nongkhaem district office, 2) the investment target based on the personal factor and the personal financial planning for the after-retirement age of the staff in Nongkhaem district office.

Cochran sampling technique was used in sampling and the sample in the study are those 400 male and female staff at all ages investing in the providend. Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, and One-Way Analysis of Variance were utilized in data analysis.

It is revealed that most questionnaire respondents are male, aged between 31-35 years old, single, earning the bachelor degree, and earning between 10,001-30,000 baht. The study on the investment behavior reveals that 1) most respondents have the saving and this can be used in their after-retirement period (both that already invested and/or that not yet invested and the borrowing is not included) for 300,000 baht, 2) the only one person invests, and 3) the first three investment patterns are popular : various saving accounts (current account/saving account/fixed account/deposit card), government bond and real estate (house, land, condominium, housing estate) respectively. The first three important factors influencing the investment are the return-on-the-investment, liquidity, and risk respectively.

The hypothesis test reveals that 1) the investment pattern based on the personal factor on status, age, and income is statistically significant, 2) the investment target on the return-on-the-investment is different in income at the statistically significant level, and the factors on risk, liquidity, investment target, and the overall investment target are not different at the statistically significant level.

Keywords : Personal Investment, After-Retirement Life, Staff

1. บทนำ

การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจ สังคม และการบริหารประเทศ ทั้งนี้ เพราะเมื่อโครงสร้างประชากรเริ่มเข้าสู่ การมีประชากรสูงอายุมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ประชากรวัยทำงานจะเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้น และยังมี

การประมาณการว่า ในปี พ.ศ. 2563 ภาวะของประชากรวัยแรงงานในการดูแลผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้น คือ ประชากรวัยแรงงาน ประมาณ 4 คน จะต้องยอมรับภาระในการดูแลผู้สูงอายุอย่างน้อย 1 คน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544 : 23) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ข้างต้น เป็นนัยสำคัญที่ส่งผลต่อการลดลงของรายได้เฉลี่ยของประชากร การออม การลงทุน และรายจ่ายภาครัฐที่เพิ่มมากขึ้น แต่การที่จะบริหารเงินออมให้กองเงยจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการเลือกลงทุนและเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบุคคล ซึ่งต้องมีการพิจารณาความเสี่ยงในการลงทุนในแต่ละรูปแบบด้วย เพราะการลงทุนแต่ละแบบมีความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ลงทุนต้องพิจารณาเลือกรูปแบบการลงทุนและจัดสรรเงินลงทุนให้มีความสอดคล้องตามระดับความเสี่ยงที่เหมาะสมกับผู้ลงทุน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้

เขตหนองแขม อยู่ในกลุ่มเขตกรุงธนใต้ สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม สภาพเศรษฐกิจดั้งเดิมขึ้นอยู่กับการเกษตรกรรม แต่ปัจจุบันสภาพพื้นที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากชุมชนเมืองขยายตัวจากพื้นที่ชั้นใน มีผู้ย้ายถิ่นเข้ามาอยู่อาศัยและประกอบอาชีพมากขึ้น พื้นที่การเกษตรจึงเริ่มถูกเปลี่ยนแปลงเป็นสถานที่ราชการ สถานศึกษา โรงพยาบาล สาธารณสุข สถานีโทรทัศน์ โรงงานอุตสาหกรรม อาคารพาณิชย์ และหมู่บ้านจัดสรร ทำให้พนักงานในเขตหนองแขม มีแนวโน้มที่จะมีจำนวนมากขึ้น เมื่อพิจารณาประกอบกับสัดส่วนของการเป็นผู้สูงวัยที่สูงขึ้น ดังนั้นการวางแผนการใช้เงินออมเพื่อการลงทุนในระยะยาวจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก พนักงานในเขตหนองแขม ผู้วิจัยในฐานะพนักงานมหาวิทยาลัย ที่ตั้งอยู่ในเขตหนองแขม จึงมีความสนใจว่าบุคคลเหล่านั้นมีการบริหารเงินออมเพื่อการลงทุนอย่างไรให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งใจไว้ให้สำเร็จ ภายใต้สถานะที่แตกต่างกันและอาจจะปรับเปลี่ยนไปตามภาวะเศรษฐกิจ และความจำเป็นในการใช้จ่ายด้านต่างๆ เพราะหากเข้าใจถึง

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับการพิจารณาจัดสรรเงินลงทุนแล้ว จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการพิจารณาจัดสรรเงินลงทุนที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลได้ และสามารถนำผลงานวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางให้บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ และรัฐวิสาหกิจอื่นๆ ได้มีการเตรียมความพร้อมด้านการลงทุนส่วนบุคคลเพื่อชีวิตในวัยเกษียณต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษารูปแบบการลงทุน โดยใช้เงินออมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเลี้ยงชีพหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม
2. ศึกษา เป้าหมายการลงทุน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเลี้ยงชีพหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม

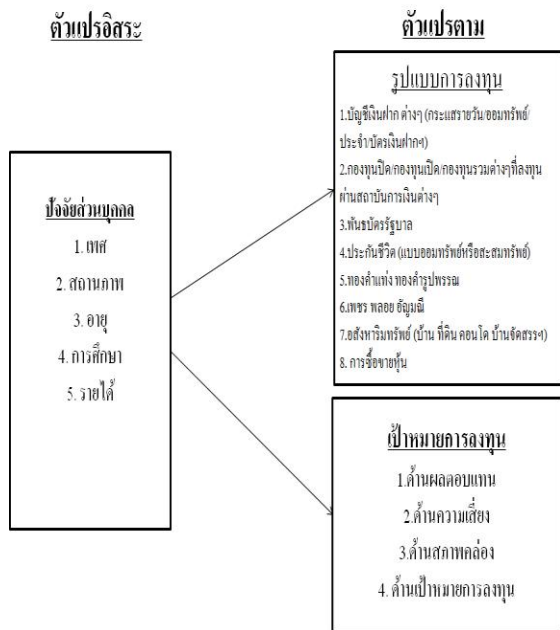
สมมติฐานการวิจัย

1. รูปแบบการลงทุนโดยใช้เงินออม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเลี้ยงชีพหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขมแตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เป้าหมายการลงทุน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลเพื่อเลี้ยงชีพหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม แตกต่างไปตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ เช่น สุพพตา ปิยะเกตุ (2546) ,นิภา วงศ์ประเสริฐ

(2548) ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่ประกอบการพิจารณารูปแบบการลงทุน มีความสัมพันธ์กับการพิจารณารูปแบบการลงทุน มากำหนดกรอบแนวคิดดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม

3.2 ตัวอย่าง (samples)

พนักงานบริษัทในเขตหนองแขม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ที่มีการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน 400 คน โดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรแบบไม่ทราบค่าตามสูตรของ เนื่องจากไม่ทราบขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจน จึงใช้การคำนวณด้วยวิธีของ Cochran (1953)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

P คือ อัตราส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (กำหนดไว้ที่ 50 %)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนดที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) ค่า $Z = 1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 แทนค่าตามสูตรได้เท่ากับ

$$n = \frac{0.5(0.5)1.96^2}{0.05^2} = 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 4 ได้ขนาด กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ราย ดำเนินการจัดเก็บโดยใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก (convenience sampling method) เก็บข้อมูลในบริษัทในเขตหนองแขม ในช่วงระหว่างวันที่ 18-30 พฤศจิกายน 2558

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โคนผ่านความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา หลังจากเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย นักวิจัยจะตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถามและหากพบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จะทำการคัดออก และจะนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ทางสถิติ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง และแปลผลโดยการบรรยาย ตามลำดับ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นตัวแปรด้านลักษณะประชากร พฤติกรรมการลงทุนในการลงทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยแสดงเป็นค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นตัวแปรในด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวนหรือความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) สถิติแสดงค่าเฉลี่ย (mean) ในการวัดข้อมูลแบบสอบถามส่วนนี้จะแสดงเป็นลักษณะของสเกลแบ่งช่วง (interval) โดยทำงานวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญด้วยวิธี Likert Scale โดยมีการกำหนดคะแนนดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มาก ที่ สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ปาน กลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง น้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด
 และทำการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย อ้างอิงถึงลักษณะของประชากร สถิติที่ใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 65.25) มีอายุอยู่ในช่วง 31-35 ปี (คิดเป็นร้อยละ 35.25) มีสถานภาพ โสด (คิดเป็นร้อยละ 52.00) การศึกษาจบระดับปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 60.00) มีรายได้ 10,001-30,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 39.75)

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการลงทุนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินออมที่ผู้ลงทุนมีอยู่และสามารถนำไปลงทุนเพื่อชีวิตหลังวัยเกษียณได้ (รวมทั้งที่ได้ลงทุนไปแล้ว และ/หรือส่วนที่ยังไม่ได้ลงทุนโดยไม่รวมการกู้ยืม) 300,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 43.75) ส่วนลักษณะการร่วมลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนคนเดียวทั้งหมด (คิดเป็นร้อยละ 76.25)

3. ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการลงทุนที่ผู้ลงทุนให้ความนิยมในสามลำดับแรก ผลการวิจัยพบว่า บัญชีเงินฝาก ต่างๆ (กระแสรายวัน/ออมทรัพย์/ประจำ/บัตรเงินฝากฯ) (ค่าเฉลี่ย 3.72) พันธบัตรรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ อสังหาริมทรัพย์ (บ้าน ที่ดิน คอนโด บ้านจัดสรรฯ) (ค่าเฉลี่ย 2.80) ตามลำดับ

4. ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาเป้าหมายการลงทุน พบว่าอยู่ในระดับมาก ในสามลำดับแรก ได้แก่ รูปแบบลงทุนด้านผลตอบแทน (Mean = 3.89) รูปแบบลงทุนด้านสภาพคล่อง (Mean = 3.85) และรูปแบบลงทุนด้านความเสี่ยง (Mean = 3.82) ตามลำดับ

**ตารางที่ 1 สรุปผลการวิจัยรูปแบบการลงทุนจำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล**

การลงทุน	เพศ	สถานภาพ	อายุ	การศึกษา	รายได้
1.บัญชีเงินฝาก ต่างๆ (กระแสรายวัน/ออมทรัพย์/ ประจำ/บัตรเงินฝากฯ)	✓	✓	✓	✓	✓
2.กองทุนปิด/กองทุนเปิด/ กองทุนรวมต่างๆที่ลงทุน ผ่านสถาบันการเงินต่างๆ	✓	-	✓	-	✓
3.พันธบัตรรัฐบาล					✓
4.ประกันชีวิต (แบบออม ทรัพย์หรือสะสมทรัพย์)	-	✓	✓	-	✓
5.ทองคำแท่ง ทองคำ รูปพรรณ	✓	-	-	-	-
6.เพชร พลอย อัญมณี	✓	✓	-	-	-
7.อสังหาริมทรัพย์ (บ้าน ที่ดิน คอนโด บ้านจัดสรรฯ)	✓	✓	✓	-	✓
8. การซื้อขายหุ้น	✓		✓	-	✓
เงินฝาก	-	✓	✓	-	✓

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการลงทุนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้าน สถานภาพ อายุ และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิจัยเป้าหมายการลงทุน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การลงทุน	เพศ	สถานภาพ	อายุ	การศึกษา	รายได้
1.ด้าน ผลตอบแทน	-	-	-	-	✓
2.ด้านความ เสี่ยง	-	-	-	-	-

3.ด้านสภาพ คล่อง	-	-	-	-	-
4. ด้าน เป้าหมายการ ลงทุน	-	-	-	-	-
5.เป้าหมาย การลงทุนรวม	-	-	-	-	-

ผลการวิจัยพบว่า เป้าหมายการลงทุน ด้านผลตอบแทนมีความแตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัย ด้านความเสี่ยง ด้านสภาพคล่อง ด้านเป้าหมายการลงทุน และเป้าหมายการลงทุนรวม พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณา รูปแบบการลงทุนส่วนบุคคลเพื่อชีวิตหลังวัยเกษียณของพนักงานในเขตหนองแขม มีประเด็นสำคัญที่เราสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพศที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบการลงทุนที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะลงทุนในการฝากธนาคาร ซื้อทอง ซื้อเพชร มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่เพศชายมีแนวโน้มที่จะซื้อกองทุน ซื้ออสังหาริมทรัพย์ และซื้อหุ้น มากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่การลงทุนในภาพรวม การซื้อพันธบัตร และการซื้อประกัน ไม่มีการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดของสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2546) ที่กล่าวว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ในการลงทุนรวม อายุที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบการลงทุนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยอายุจะมีผลต่อการลงทุนโดยการฝากธนาคาร การซื้อ

ประกันชีวิต การลงทุนในกองทุน การซื้ออสังหาริมทรัพย์ และการซื้อหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุพพดา ปิยะเกศิน (2546) ที่กล่าวว่า ผู้ที่มีอายุมาก การนำเงินออกไปลงทุนจึงต้องคำนึงถึงความมั่นคงของผลตอบแทนที่จะได้รับมากกว่าคนในวัยหนุ่มสาว เพื่อมั่นใจได้ว่าจะมีรายได้ที่แน่นอนไว้ใช้จ่ายในยามชราหรือจำเป็น

สถานภาพที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบการลงทุนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ที่มิสถานะโสด มีแนวโน้มที่จะฝากธนาคารสูงกว่าผู้มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ผู้มีสถานภาพสมรสจะมีแนวโน้มซื้อประกันชีวิต ซื้อเพชร และซื้ออสังหาริมทรัพย์มากกว่าผู้มีสถานะโสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพพดา ปิยะเกศิน (2546) ที่กล่าวว่าหากบุคคลแต่งงาน อาจมีภาระในการเลี้ยงดูก่อนข้างสูง โอกาสที่บุคคลนั้นจะนำเงินรายได้ส่วนที่เหลือไปลงทุนน้อยลง

ในการลงทุนรวม ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบการลงทุนที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยระดับการศึกษาจะมีผลต่อการลงทุนโดยการฝากธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานของ กิตติพัฒน์ แสนทวีสุข.(2548) ซึ่งศึกษาการวางแผนเพื่อการเกษียณ:การคำนวณเงินออมและเส้นทางของการออม. และเสนอว่าปัจจัยทางการศึกษามีผลต่อการวางแผนเพื่อการเกษียณ

ในการลงทุนรวม รายได้ที่แตกต่างกันจะมีรูปแบบการลงทุนที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยรายได้จะมีผลต่อการลงทุนโดยการฝากธนาคาร การซื้อพันธบัตร การซื้อประกันชีวิต การลงทุนในกองทุน การซื้ออสังหาริมทรัพย์ และการซื้อหุ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ เทวิน กองจันทร์ดี.(2549) ที่ทำการวิจัยเรื่อง วางแผนเกษียณ:ผลตอบแทน ความเสี่ยง และประสิทธิภาพของการลงทุน,ภายใต้เทคนิคการลงทุนแบบต้นทุนถัวเฉลี่ย มูลค่าเฉลี่ยและแบบสมดุล

ประสิทธิภาพสูงสุด. และเสนอว่าความแตกต่างของรายได้มีผลต่อการวางแผนเกษียณ

ผลการวิจัยพบว่า เป้าหมายการลงทุน ด้านผลตอบแทนมีความแตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัย ด้านความเสี่ยง ด้านสภาพคล่อง ด้านเป้าหมายการลงทุน และเป้าหมายการลงทุนรวม พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งขัดแย้ง กับแนวคิดเรื่องการตัดสินใจลงทุนของสุนทรีย์ จึงประเสริฐกุล (2552) ที่กล่าวถึงปัจจัยด้านผลตอบแทน ความเสี่ยง และสภาพคล่อง มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. รูปแบบการลงทุนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้าน สถานภาพ อายุ และรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลจะทำให้ก่อให้เกิด รูปแบบการลงทุนที่แตกต่างกัน ผู้ที่สนใจที่จะกระตุ้นการออมของกลุ่มพนักงานบริษัท จำเป็นต้องศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลและใช้การประชาสัมพันธ์การออมที่เหมาะสมกับสภาพส่วนบุคคล จึงจะทำให้การออมเพิ่มมากขึ้นได้

2. เป้าหมายการลงทุน ด้านผลตอบแทนมีความแตกต่างกันตามรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัย ด้านความเสี่ยง ด้านสภาพคล่อง ด้านเป้าหมายการลงทุน และเป้าหมายการลงทุนรวม พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น การมุ่งเน้นในการลงทุนสำหรับพนักงานบริษัทจึงควรให้ความสำคัญกับรูปแบบการลงทุนมากกว่าเป้าหมายในการลงทุน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การวิจัยเชิงปริมาณทำให้ทราบถึงผลการวิเคราะห์ในแนวกว้างมากกว่าในแนวลึก ผู้ที่สนใจอาจต้องทำการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือทำวิจัยเชิงผสม เพื่อให้ได้ค้นพบมิติที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยดังกล่าวมีสนามจัดเก็บที่เขตหนองแขมเท่านั้น ผู้ที่สนใจอาจทำการสำรวจพนักงานที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ความแตกต่างระหว่างเขตอาจทำให้ค้นพบปัจจัยที่มีความแตกต่างไปจากเดิมก็ได้

ความเป็นผู้นำขององค์กรเพื่อการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ .วารสารนักบริหาร. ปีที่ 23 ฉบับที่ 2 หน้า 33-40.

- [6] สุพพตา ปิยะเกศิน.(2546).การเงินส่วนบุคคล. กรุงเทพมหานคร.ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] Cochran, W.G. (1953).*Sampling Techniques. Experimental Designs*, New York. Cuyno,

6. เอกสารอ้างอิง

- [1] กิตติพัฒน์ แสนทวีสุข.(2548).การวางแผนเพื่อการเกษียณ:การคำนวณเงินออมและเส้นทางของการออม. (online) www.tsi-thailand.org , ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2558
- [2] เทวิน กองจันทร์ดี.(2549).วางแผนเกษียณ: ผลตอบแทน ความเสี่ยงและประสิทธิภาพของการลงทุน,ภายใต้เทคนิคการลงทุนแบบต้นทุนถัวเฉลี่ย มูลค่าเฉลี่ยและแบบสมดุล ประสิทธิภาพสูงสุด.การค้นคว้าด้วยตัวเอง ,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- [3] สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). การพยากรณ์จำนวนประชากร ในกรุงเทพมหานครฯ (online) www.nesdb.go.th ,ค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2559
- [4] สุขใจ น้ำฟูต.(2543).กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล.กรุงเทพมหานคร.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- [5] สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ. (2546). การสร้าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน

Factors Affecting Chinese Tourists's Travel In Bangkok

Cheng Cheng¹, สาธนีย์ แซ่ซิ่น²

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, 523417303@qq.com

²อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, dr.sathanee@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน อยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกันมีผลต่อมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผล, ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร, นักท่องเที่ยวชาวจีน

Abstract

The purpose of this research was to study factors affecting Chinese tourists' travel in Bangkok. The data was collected from 400 samples which selected through Convenience Sampling by using a Rating Scale Questionnaire. The statistics used in this study were Frequency, Percentage, Mean Standard Deviation t-test and F-test (One-way ANOVA). The findings founded that Marketing Mix factors affecting Chinese tourists' travel in Bangkok are at high level. The Chinese tourists with different gender, age, education level, occupation and income had the different affecting Chinese tourists' travel in Bangkok at the significant level at .05 and .01 respectively.

Keywords: Factors Affecting, Bangkok Travel, Chinese Tourists

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มี

ทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงามและมีคุณค่าทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งความมีมิตรไมตรีของคนไทย ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องการเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย

อย่างมหาศาลและเป็นอันดับแรก ๆ จนถึงปัจจุบัน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)^[1]

การท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2558 จำนวน 22,353,903, 26,546,725, 24,809,683 และ 29,881,091 คน ตามลำดับ และคาดว่านักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจนถึงปี 2559 เป็น 32 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 8 นับตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนสูงเป็นอันดับที่ 1 ของไทยอย่างต่อเนื่อง แม้กระทั่งในปี 2557 นักท่องเที่ยวจีนหดตัวค่อนข้างมากในช่วงครึ่งปีแรก แต่ฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงเป็นอันดับที่ 1 ของนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยว และได้รับความนิยมสูงเป็นอันดับที่ 5 ของนักท่องเที่ยวจีนทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว, 2559)^[2]

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในการครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวจีน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

นิยามศัพท์เฉพาะ

นักท่องเที่ยวชาวจีน หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพในประเทศไทย

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม (วัดพระแก้ว) ตลาดนัดสวนจตุจักร ถนนข้าวสาร

ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่บุคคลต้องจ่ายเพื่อตอบแทนกับการได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์นั้น ราคาในการท่องเที่ยวคือ ค่าอาหาร ค่าโรงแรม ค่าทัวร์ ค่ารถ และอื่น ๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการของสินค้าหรือบริการนั้น โดยใช้วิธีการโฆษณา การมีส่วนลด แจกแถมต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยว บริษัททัวร์หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวซื้อทัวร์และเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวมักจะใช้การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วารสารการท่องเที่ยว แผ่นพับเพื่อเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือการให้ส่วนลดตัวเข้าแหล่งต่าง ๆ

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กระบวนการเพื่อเป็นการให้ข้อมูลชักจูงใจหรือเพื่อฟื้นความทรงจำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการของสินค้าหรือบริการนั้น โดยใช้วิธีการโฆษณา การมีส่วนลด แจกแถมต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยว บริษัททัวร์หรือแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวซื้อทัวร์และเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวมักจะใช้การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วารสารการท่องเที่ยว แผ่นพับเพื่อเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือการให้ส่วนลดตัวเข้าแหล่งต่าง ๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

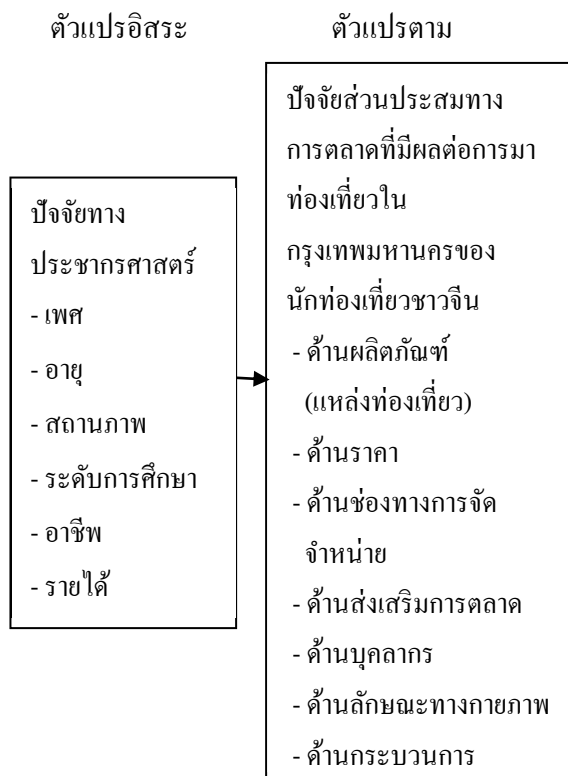
1. นำข้อมูลทางลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มาเป็นแนวทางในการวางแผน

การตลาด กำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน

2. นำข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นปัจจัยหลักคันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มาเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน

3. เป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาและต้องการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ชาวจีน

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. เพศต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่าง

2. อายุต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่าง

3. สถานภาพต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่าง

4. ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่าง

5. อาชีพต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่าง

6. รายได้ต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ชาวจีน แตกต่าง

วิธีการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น จึงคำนวณหาขนาดตัวอย่างของประชากร โดยคำนวณจากสูตร Yamane (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2548 : 48)^[3] โดยให้ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความผิดพลาด 5% (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546)^[4] ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คนและทำการสำรวจอีก 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์(แหล่งท่องเที่ยว) ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability coefficient of Alpha) เท่ากับ 0.802

สำหรับการประเมินค่าเพื่อการแปรผลการศึกษากำหนดเกณฑ์ในการแปรผลในแต่ละช่วงคะแนนจากระดับ 5 ชั้น ดังนี้

- 1 หมายถึง น้อยที่สุด
- 2 หมายถึง น้อย
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 4 หมายถึง มาก
- 5 หมายถึง มากที่สุด

เกณฑ์การประเมินผลเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) มีน้ำหนักคะแนน 5 ระดับ เบต (Best: 1977) อ้างถึงใน (ชานินทร์ ศิลป์จารุ.2548 : 77)^[5]

- 4.21-5.00 มากที่สุด
- 3.41-4.20 มาก
- 2.61-3.40 ปานกลาง

- 1.81-2.60 น้อย
- 1.00-1.80 น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.2 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 79.0 มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 73.75 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีรายได้เฉลี่ย 3,501 – 5,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 45.5

2. ความความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว)	4.03	0.571	มาก
2. ด้านกระบวนการ	4.01	0.578	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.00	0.601	มาก
4. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.90	0.539	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.88	0.580	มาก
6. ด้านราคา	3.76	0.512	มาก
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72	0.551	มาก
รวม	3.90	0.424	มาก

จากตาราง 1 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ

มากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) 4.03 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ 4.01 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4.00 ด้านลักษณะทางกายภาพ 3.90 ด้านบุคลากร 3.88 ด้านราคา 3.76 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.72 ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่า

เพศต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่าง

อายุต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่าง

สถานภาพต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในด้านบุคลากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่าง

ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่าง

รายได้ต่างกัน มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์(แหล่งท่องเที่ยว) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในด้านส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่าง รายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 ตารางสรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้
ผลิตภัณฑ์	-	**	-	-	-	**
ราคา	-	-	-	-	-	-
ช่องทางการจัดจำหน่าย	-	**	**	-	**	**
ส่งเสริมการตลาด	*	-	**	-	-	*
บุคลากร	-	**	*	-	**	**
ลักษณะทางกายภาพ	*	**	-	-	**	**
กระบวนการ	-	**	-	-	**	**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

- ไม่แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ในด้านส่วนประสมทางการตลาดสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความคิดเห็นเรื่องความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน หากแหล่งท่องเที่ยวมีให้เลือกหลากหลายก็ง่ายต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีนันทิพย์ คาวาโนเบะ (2554)^[6] ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน

2. ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความคิดเห็นเรื่องราคาตั๋วเข้าแหล่งท่องเที่ยวไม่แพงมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำฝน จันทน์นวล (2556)^[7] ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ซึ่งในที่นี้ หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากอาจเป็นเพราะค่าเงินหยวนเมื่อเทียบกับค่าเงินบาทไม่แตกต่างกันนัก จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและท่องเที่ยวไม่สูงจนเกินไป ดังนั้น จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความคิดเห็นเรื่องระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมต่อกันใกล้เคียงกันสะดวกไปหลายๆ ที่ ซึ่งหากระหว่างแหล่งท่องเที่ยวสามารถไปได้หลายๆ สถานที่ท่องเที่ยวหรือมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกันให้เข้าถึง

เป็นเหตุผลหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริเพ็ญ เข็มจรรยา (2555)^[8] ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตำนานสายสุทธานภดลในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความคิดเห็นเรื่องการโฆษณาโปรแกรมหัศจรรย์ผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารทั่วไป อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีการพิจารณาตัดสินใจมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครเนื่องจากการได้รับสื่อโฆษณาที่น่าสนใจและดึงดูดใจในข่าวสารที่ได้รับผ่านช่องทางต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สมบัติ นันทนา (2555)^[9] ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

5. ด้านบุคลากร มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความคิดเห็นเรื่องผู้ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวและร้านขายของที่ระลึกอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวอย่างเสมอภาค อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในบริการของผู้ให้บริการอำนวยความสะดวก จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ XIE KANGLE (2556)^[10] ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความ

คิดเห็นเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบทุกอย่าง เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2554)^[11] ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตดงลิง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตดงลิงมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่สำคัญของการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน

7. ด้านกระบวนการ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความคิดเห็นเรื่องร้านขายของที่ระลึกคิดราคาบริการหรือราคาสินค้าถูกต้องครบถ้วนอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีเวลาจำกัด การบริการที่สะดวกรวดเร็วและถูกต้องจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาภรณ์ ฮาร์ล (2557)^[12] ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวจีน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและระดับรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงและเพศชาย อายุ

รายได้ การศึกษา อาชีพและสถานภาพที่แตกต่าง มีความสนใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยแต่ละช่วงวัย แต่ละอาชีพก็มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2555)^[13] ศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างกัน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (แหล่งท่องเที่ยว) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น
2. ด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสำคัญเรื่องของราคาค่าตัวเข้าแหล่งท่องเที่ยวไม่แพงมาก ดังนั้นไม่ควรกำหนดราคา ค่าเข้าแหล่งท่องเที่ยวแพงเกินไปสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. ด้านส่งเสริมการตลาด ควรให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ พร้อมทั้งรูปภาพประกอบให้น่าสนใจมากขึ้น

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพักผ่อน ควรจัดให้เพียงพอและดูแลให้สะอาดอยู่เสมอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยกับนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวหลายๆ กลุ่ม ให้ความสะดวกในด้านต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวได้ตรงกับความต้องการ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ได้อ้างอิง ตลอดจนผู้วิจัยและนักวิชาการทุกท่าน ที่ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของท่านมาอ้างอิงถึงผลงาน การวิจัยในรายงานวิจัยเล่มนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลตลอดจนทราบแนวทางในการศึกษาวิจัย จนวิจัยเล่มนี้สำเร็จ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และผู้วิจัยต้องขอขอบคุณผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ให้การสนับสนุนสำหรับการวิจัยเรื่องนี้ สุดท้ายขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยเหลือ ทำให้วิจัยเล่มนี้สำเร็จได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- [2] กรมการท่องเที่ยว. (2559). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวเดือนธันวาคม 2558*: 5.
- [3] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร: อินเทอร์เน็ต: 48.
- [4] กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2546). *สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 6.
- [5] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS ครอบคลุมเวอร์ชัน 10-13*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [6] ศรีนันทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). *แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาอำเภอเมืองจังหวัดน่าน*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล.
- [7] น้ำฝน จันทน์นวล. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- [8] ศิริเพ็ญ เขียมจรรยา. (2555). *พฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตำหนักสาย สุพรรณภคในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยส่วนประสม*

ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ.

รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- [9] อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). พฤติกรรมการ
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้า
มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. เศรษฐศาสตร์มหา
บัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [10] XIE KANGLE. (2556). พฤติกรรมและส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เลือกท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- [11] พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิ
พลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวัง
และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำในเขตคลองชัน จังหวัด
กรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [12] จุฑาภรณ์ ฮาร์ล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของ
นักท่องเที่ยวต่างประเทศ. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- [13] แสงเดือน รตินทร. (2555). ปัจจัยผลักดันและ
ปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนใน
การตัดสินใจเลือก มาท่องเที่ยวในประเทศไทย.
วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษา
เอกชนแห่งประเทศไทย, 18, 1, 84-104.

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานี

Factors Influencing in Undertaking Accounting Service in Pathumthani Province

วิชุตta นาคเดือน

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ Email: wichuta.na@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ :

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาและรวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานี ในด้านลักษณะของลูกค้า ด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า ด้านราคาและสถานที่ ด้านขอบเขตงานบัญชีของสำนักงานบัญชี และด้านทีมงานของสำนักงานบัญชี จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน และจำนวนลูกค้า ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสำนักงานบัญชีจำนวน 233 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชี สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าสำนักงานบัญชีส่วนใหญ่ในจังหวัดปทุมธานีดำเนินงานมาแล้ว 5 - 10 ปี มีทุนจดทะเบียน 1,000,000 - 3,000,000 บาท มีพนักงานในสำนักงานจำนวน 10 - 20 คน และมีลูกค้าที่รับทำบัญชีจำนวน 30 - 40 คน ซึ่งปัจจัยที่สำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานีใช้ในการพิจารณารับทำบัญชีอันดับแรกได้แก่ปัจจัยด้านลักษณะของลูกค้า รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาและสถานที่ ด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า ด้านขอบเขตงานทำบัญชีของสำนักงาน และด้านทีมงานของสำนักงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ : รับทำบัญชี

ABSTRACT:

This research was to study and gather the Factors Influencing in Undertaking Accounting Service in Pathumthani Province. The research were studied the nature of customers, financial statements and customer attitudes, price and locations, scope of work, employees of the accounting service. The samples were classified by duration of operation, capital, number of employee and customers. The sample groups of 233 organizations was simple random sampling. The collected data were analyzed by percentage, mean and standard deviation.

The results of study the most accounting service duration operations 5 - 10 years, capitals between 1,000,000 - 3,000,000 bath, employees of the accounting service between 10 - 20 people and 30 - 40 customers. The factors influencing in accounting service in Pathumthani Province consider first is nature of customers, next factors is price and locations, capital, financial statements and customer attitudes, scope of work and employees of the accounting service successive.

KEYWORDS: Accounting Service

บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันนี้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการขยายตัวเป็นจำนวนมากในทุกๆ ปี ประกอบกับด้านกฎหมาย พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ที่กำหนดให้นิติบุคคลมีหน้าที่ต้องจัดทำงบการเงินเพื่อยื่นภาษีเป็นประจำทุกปี ส่งผลให้นิติบุคคลจำนวนมากหันมาใช้บริการจากสำนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีและงบการเงินมากขึ้น เนื่องจากได้บริการที่ครบวงจร ตั้งแต่ต้นจนจบประหยัดเวลา สามารถลดต้นทุนเกี่ยวกับพนักงานบัญชีได้ และลดปัญหาเกี่ยวกับภาษี

สำนักงานทำบัญชีเป็นสำนักงานที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการด้านการจัดทำบัญชีและจัดทำงบการเงิน โดยลักษณะธุรกิจประกอบไปด้วย ส่วนของการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนระบบบัญชี

การให้คำปรึกษาด้านบัญชี การวางแผนภาษี และจัดทำภาษี แต่ธุรกิจหลักคือ การให้บริการจัดทำบัญชี ซึ่งการจัดทำบัญชี เป็นงานที่อาศัยความครบถ้วนความถูกต้องในการจัดทำบัญชีเพื่อให้บริการเงินที่จัดทำขึ้นมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเงินสามารถนำงบการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์ ตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและทันเวลา ดังนั้นงบการเงินถือว่าสำคัญมาก เพราะเป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ว่าองค์กรควรไปในทิศทางใด เพื่อให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุด และก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแก่ผู้ใช้บริการเงิน ซึ่งจะเป็นผลกระทบในภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558)

แต่เนื่องจากลักษณะงานทำบัญชีเป็นงานที่อาศัยความครบถ้วน ถูกต้อง ของงบการเงินและทันเวลาตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งในทุกปีๆ กฎหมาย

กำหนดให้นิติบุคคลมีหน้าที่ยื่นงบการเงิน และชำระภาษีนิติบุคคลภายในเดือน พฤษภาคม ทำให้สำนักงานทำบัญชีบางแห่งไม่สามารถยื่นงบการเงินและเสียภาษีนิติบุคคลได้ทันเวลาตามที่กฎหมายกำหนด ทำให้สำนักงานบัญชีมีการค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายปรับจากการเสียภาษีล่าช้า และส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงและความเชื่อมั่นของสำนักงาน นอกจากนี้ในช่วงปีงบประมาณซึ่งเป็นช่วงที่สำนักงานบัญชีต้องทำงานแข่งกับเวลาเพื่อให้บริการเงินเสร็จทันเวลาตามที่กำหนด บางสำนักงานอาจพบเจอปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดทำบัญชี เช่น เอกสารประกอบการบันทึกบัญชีของกิจการที่ทำบัญชีไม่เรียบร้อย ไม่ครบถ้วน การที่ลูกค้าไม่ให้ความร่วมมือในการจัดทำบัญชี ปัญหาพนักงานทำบัญชีมีไม่เพียงพอเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่รับทำ หรือปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าไม่ยอมชำระค่าบริการ หรือ ชำระค่าบริการช้าไม่เป็นไปตามข้อตกลง (จันทิมา อุ่มชูวัฒนา, 2554)

ดังนั้นเพื่อเป็นการลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการรับทำบัญชี สำนักงานบัญชีควรมีการกำหนด ขั้นตอนและกำหนดปัจจัยสำคัญที่ใช้สำหรับการพิจารณารับงานทำบัญชี เพื่อให้งานที่รับทำสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี มีประสิทธิภาพ และทันตามเวลาที่กำหนด ซึ่งขั้นตอนการพิจารณารับงานถือว่าเป็นขั้นตอนแรก และเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญมาก เพราะเป็นขั้นตอนที่ใช้สำหรับประเมินความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการทำบัญชี และเป็นขั้นตอนที่ช่วยให้สำนักงานบัญชีใช้ในการวางแผนเพื่อจัดการกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นใน

การทำบัญชีให้ลดน้อยลง ผู้วิจัยจึงได้การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีเพื่อสำนักงานบัญชีใช้เป็นแนวทางสำหรับการพิจารณารับงานทำบัญชี นอกจากนี้เพื่อจะได้ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการทำบัญชี รวมถึงจะได้มีความระมัดระวังและมีความรอบคอบในการทำบัญชีมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้งบการเงินที่จัดทำขึ้นมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ในส่วนด้านนิติบุคคลจะได้มีความเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชี เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานร่วมกัน อันเป็นที่มาของงานวิจัยฉบับนี้

วัตถุประสงค์ของวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานี ในด้านลักษณะของลูกค้า ด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า ด้านราคาและสถานที่ ด้านขอบเขตงานบัญชีของสำนักงานบัญชี และด้านทีมงานของสำนักงานบัญชี
2. รวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะในการรับทำบัญชีเพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจของสำนักงานทำบัญชี

วิธีการศึกษา

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัย
2. ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี

3. ความรู้เกี่ยวกับข้อกฎหมายและข้อบังคับ
วิชาชีพบัญชี

4. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชี

- 1) ระยะเวลาดำเนินงาน
- 2) ทุนจดทะเบียน
- 3) จำนวนพนักงาน
- 4) จำนวนลูกค้า

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงาน
บัญชีในจังหวัดปทุมธานี

- 1) ด้านลักษณะของลูกค้า
- 2) ด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า
- 3) ด้านราคาและสถานที่
- 4) ด้านขอบเขตงานบัญชีของสำนักงาน
- 5) ด้านทีมงานของสำนักงานบัญชี

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สำนักงาน
รับทำบัญชีในจังหวัดปทุมธานีที่จดทะเบียนกับกรม
พัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ในปี 2558 ซึ่งมี
จำนวน 560 สำนักงาน โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 233
สำนักงาน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามปัจจัย
ที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัด
ปทุมธานี แบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล
ทั่วไปของสำนักงานรับทำบัญชี เป็นคำตอบแบบ
เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อ
การรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชี เป็นคำถามแบบ
มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5
ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ ระดับความสำคัญ
มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย
ตนเอง โดยผู้วิจัยจะติดต่อกับสำนักงานรับทำบัญชีใน
จังหวัดปทุมธานีโดยตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเข้าจัดเก็บ
แล้วรอรับแบบสอบถามคืน และนำแบบสอบถามมา
ตรวจสอบความสมบูรณ์ สามารถนำมาวิเคราะห์ได้
จำนวน 233 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามว่า
สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ทุกฉบับ แล้ววิเคราะห์
ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปใช้สถิติเชิงพรรณนา
ดังนี้

1. การแจกแจงความถี่
2. การคำนวณค่าร้อยละ
3. ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปสำนักงานรับทำบัญชี พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นสำนักงานรับทำบัญชีทั้งสิ้นจำนวน 233 แห่ง จำแนกดังรายละเอียดดังนี้

1.1 ระยะเวลาดำเนินงาน พบว่า สำนักงานรับทำบัญชีส่วนใหญ่มีระยะเวลาการปฏิบัติระหว่าง 5 - 10 ปี จำนวน 88 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 37.77 รองลงมาคือระหว่าง 11 - 15 ปี จำนวน 64 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.47 น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 50 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 21.46 และมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 31 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 13.30 ตามลำดับ

1.2 ทุนจดทะเบียน พบว่า สำนักงานรับทำบัญชีส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,000 - 3,000,000 บาท จำนวน 94 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40.34 รองลงมาคือระหว่าง 3,000,001 - 5,000,000 บาท จำนวน 62 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 26.61 น้อยกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 41 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 17.60 และมากกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 36 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 15.45 ตามลำดับ

1.3 จำนวนพนักงาน พบว่า สำนักงานรับทำบัญชีส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 10 - 20 คน จำนวน 91 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.06 รองลงมาคือน้อยกว่า 10 คน จำนวน 76 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 32.62 ระหว่าง 21 - 30 คน จำนวน 38 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.31 และมากกว่า 30 คนขึ้นไป จำนวน 28 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 12.01 ตามลำดับ

1.4 จำนวนลูกค้า พบว่า สำนักงานรับทำบัญชีส่วนใหญ่มีจำนวนลูกค้าอยู่ระหว่าง 30 - 40 ราย จำนวน 69 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.61 รองลงมา ระหว่าง 40 - 50 ราย จำนวน 63 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.04 มากกว่า 50 รายขึ้นไป จำนวน 57 แห่ง คิดเป็น

ร้อยละ 24.47 และน้อยกว่า 30 ราย จำนวน 44 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.88 ตามลำดับ

2. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานีใน 5 ด้าน ได้แก่ ลักษณะของลูกค้า ด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า ด้านราคาและสถานที่ ด้านขอบเขตของงานบัญชีของสำนักงานบัญชี และด้านทีมงานของสำนักงานบัญชี พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) ด้านที่เหลือน้อยในระดับมาก โดยด้านที่อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกได้แก่ด้านราคาและสถานที่ ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า ($\bar{X} = 4.45$) ด้านขอบเขตของงานบัญชีของสำนักงานบัญชี ($\bar{X} = 4.36$) และด้านทีมงานของสำนักงานบัญชี ($\bar{X} = 4.17$) ตามลำดับ

2.1 ด้านลักษณะของลูกค้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ประเภทธุรกิจของลูกค้า ไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือลูกค้าเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 4.54$)

2.2 ด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ผู้บริหารของลูกค้าให้ความสำคัญและความร่วมมืออย่างมากในการทำบัญชี ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมาคืออัตราส่วนทางการเงินของลูกค้าเป็นปกติ ($\bar{X} = 4.55$)

2.3 ด้านราคาและสถานที่ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ลูกค้าให้ค่าบริการทำบัญชีที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณงาน ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมาคือลูกค้าให้ค่าบริการที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับสำนักงานบัญชีอื่นที่มีขนาดใกล้เคียงกัน ($\bar{X} = 4.56$)

2.4 ด้านขอบเขตงานบัญชีของสำนักงานบัญชี พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกได้แก่ การกำหนดรายละเอียดของงานอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.48$) รองลงมาคือปริมาณงานมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.41$)

2.5 ด้านทีมงานของสำนักงานบัญชี พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกได้แก่ท่านมีทีมงานที่มีความสามารถในด้านมาตรฐานการบัญชี ($\bar{X} = 4.47$) รองลงมาคือท่านมีทีมงานที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้า ($\bar{X} = 4.44$)

สรุปและอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปสำนักงานรับทำบัญชี พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นสำนักงานรับทำบัญชีทั้งสิ้นจำนวน 233 แห่ง ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการปฏิบัติระหว่าง 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.77 มีทุนจดทะเบียนระหว่าง 1,000,000 - 3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.34 มีจำนวนพนักงานระหว่าง 10 - 20 คน คิดเป็นร้อยละ

39.06 มีจำนวนลูกค้าอยู่ระหว่าง 30 - 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.61

2. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับทำบัญชีของสำนักงานบัญชีในจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านลักษณะของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่เหลืออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกได้แก่ด้านราคาและสถานที่ รองลงมาคือด้านงบการเงินและทัศนคติของลูกค้า ด้านขอบเขตของงานบัญชีของสำนักงานบัญชี และด้านทีมงานของสำนักงานบัญชีตามลำดับ จะเห็นได้ว่าลักษณะของลูกค้ามีความสำคัญเป็นอย่างมากในการพิจารณารับทำงานบัญชีของสำนักงานบัญชี ทั้งนี้เป็นเพราะสำนักงานรับทำบัญชีคำนึงถึงประเภทธุรกิจของลูกค้าไม่ซับซ้อนมีความน่าเชื่อถือและลูกค้าเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียง และลูกค้ามีการควบคุมภายในที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการรับงานทำบัญชี รวมถึงผู้บริหารของลูกค้าให้ความสำคัญและความร่วมมืออย่างมากในการทำบัญชี อัตราส่วนทางการเงินของลูกค้าเป็นปกติ และงบการเงินปีก่อนของลูกค้ามีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ตลอดจนลูกค้าให้ค่าบริการทำบัญชีที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณงานและสำนักงานบัญชีอื่นที่มีขนาดใกล้เคียงกัน สามารถเดินทางไปกิจการลูกค้ามีความสะดวก รวมถึงปัจจัยเกี่ยวกับการกำหนดรายละเอียดของงานอย่างชัดเจน ปริมาณงานมีความเหมาะสม และกำหนดระยะเวลาในการทำบัญชีอย่างเหมาะสมไม่กระชั้นชิดทำให้สำนักงานใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณารับงานบัญชี รวมถึงสำนักงานมีบุคลากรที่มีความสามารถในด้านมาตรฐานการบัญชี ด้านภาษีอากร มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับธุรกิจของลูกค้า และผู้ทำบัญชีของท่านมีใบอนุญาตเป็นผู้ทำบัญชี ทั้งนี้สอดคล้องกับจันทิ

มา อุ่มชูวัฒนา (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้พิจารณารับงานทำบัญชีของสำนักงานทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ใช้พิจารณารับงานทำบัญชีของสำนักงานทำบัญชี ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านค่าบริการทัศนคติผู้บริหาร ความเรียบร้อยของเอกสารและการควบคุมภายใน (2) ปัจจัยด้านลักษณะลูกค้า กฎหมายที่เกี่ยวข้องและความคุ้นเคย (3) ปัจจัยด้านประสบการณ์และจำนวนของทีมงาน (4) ปัจจัยด้านคุณสมบัติของทีมงาน 5) ปัจจัยด้านขอบเขตงาน (6) ปัจจัยด้านงบการเงินและความสามารถในการชำระค่าบริการ สอดคล้องกับชาญชัย ตั้งเรื่อนรัตน์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาเพื่อประเมินความเสี่ยงในการสอบบัญชี ควรพิจารณาความเสี่ยงจากประเภทของธุรกิจ ปริมาณของรายการทางธุรกิจ ควรพิจารณาฐานะทางการเงิน ความเหมาะสมและความเพียงพอของเงินสดและเงินทุนหมุนเวียน รวมถึงทัศนคติของผู้บริหารที่มีต่อการจัดทำงบการเงิน ความซื่อสัตย์และความสามารถของผู้บริหารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ในการพิจารณาความเสี่ยงก่อนการตัดสินใจรับงานสอบบัญชี สอดคล้องกับศุภาวดี สระศรี (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาไม่รับงานตรวจสอบของผู้สอบบัญชีภาษีอากร ผลการวิจัย พบว่า การกำหนดขอบเขตของงานต้องมีความชัดเจน และเหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ทำการของกิจการที่ตรวจสอบอยู่ไม่ห่างจากสำนักงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากร เอกสารประกอบการบันทึกบัญชีของกิจการที่ตรวจสอบต้องเรียบร้อย ครบถ้วน ละมีความน่าเชื่อถือ รวมถึงปัจจัยค่าธรรมเนียมการตรวจสอบ มีผลต่อการรับงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และยังสอดคล้องกับวิโรจน์ เลาหวิโชค (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับงานสอบบัญชีของผู้สอบบัญชี และ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสำนักงานสอบบัญชีของบริษัทมหาชน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของฝ่ายบริหาร ความเรียบร้อยของเอกสารและความถูกต้องในการเสียภาษี มีผลต่อการตัดสินใจรับงานสอบบัญชี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยสำนักงานบัญชีควรมีการพิจารณาหลักเกณฑ์ก่อนรับงาน เช่น กำหนดค่าบริการทำบัญชีให้มีความเหมาะสมกับปริมาณงาน ศึกษากิจการของลูกค้า ผู้บริหาร ศึกษาความเรียบร้อยของเอกสาร ศึกษางบการเงินและความสามารถในการชำระค่าบริการทำบัญชี ขอบเขตงานควรมีความเหมาะสมพนักงานทำบัญชีควรมีจำนวนเพียงพอ นอกจากนี้ควรรับพนักงานทำบัญชีที่เป็นฝ่ายปฏิบัติการมากขึ้น เพื่อให้การรับงานทำบัญชีเพิ่มขึ้น และในปัจจุบันมาตรฐานการบัญชีได้เปลี่ยนแปลงไปโดยมีการพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลมากขึ้น สำนักงานทำบัญชีควรให้ความสำคัญกับเรื่องของมาตรฐานการบัญชีที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นสำนักงานทำบัญชีควรมีการเตรียมบุคลากรให้มีความรู้และความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจเลือกปัจจัยและวิธีการทางสถิติอื่น ๆ ที่แตกต่างกันจากการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อให้ได้ทราบถึงแนวความคิดหรือปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับทำบัญชี

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดีด้วยผู้วิจัย ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่ส่งเสริมให้คณาจารย์สร้างผลงานวิจัยและให้ทุนสนับสนุนการทำผลงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณสำนักงานรับทำบัญชีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งตลอดมา จนทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจทำงานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยดีผู้วิจัยขอขอบ พระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). การให้บริการด้านการจัดทำบัญชีและจัดทำงบการเงิน. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์.
จันทิมา อุ่มชูวัฒนา. (2554). ปัจจัยที่ใช้พิจารณารับงานทำบัญชีของสำนักงานทำบัญชีในเขตกรุงเทพฯ

มหานคร.การศึกษาด้วยตนเอง.หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชาญชัย ตั้งเรือนรัตน์. (2551). ความเสี่ยงในการสอบบัญชี. การศึกษาด้วยตนเอง.หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิโรจน์ เลาหวีโชค. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับงานสอบบัญชีและการเลือกสำนักงานสอบบัญชีของผู้ให้บริการงานสอบบัญชี. วิทยานิพนธ์. หลักสูตรปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี ภาควิชาการบัญชี. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภาวดี สระศรีศรี. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาไม่รับงานตรวจสอบของผู้สอบบัญชีภาษีอากร. การศึกษาด้วยตนเอง.หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัท ในเขตหนองแขม

Factors Affecting the Investment in the Saving- Providend Fund of the Company Staff in Nongkhaem District

ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย¹, วัฒนา เสรีคุณาคุณ², รศ.สุนา สุทธิเกียรติ³

¹คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, son1912@gmail.com

²คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, wattana.tru55@hotmail.com

³คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, sunamaria@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อ รูปแบบพฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบริหารจัดการการลงทุนที่มีผลต่อ รูปแบบพฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยรวบรวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่า t-test และ F-Test (one way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.50) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 64.75) อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี (ร้อยละ 46.25) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 45,000 บาท (ร้อยละ 46.75) การศึกษาจบระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 78.25)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการออมเงินพบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุนส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 63.00) วัตถุประสงค์การออมส่วนใหญ่ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ (ร้อยละ 74.75) จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่คือร้อยละ 10 ของเงินเดือน (ร้อยละ 52.50) รูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่เป็น แผนที่ 7 (50-50) (ร้อยละ 41.50) สำหรับปัจจัยในการเลือกจำนวนและรูปแบบ อยู่ที่ผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน (ร้อยละ 38.00)

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขมในภาพรวมอยู่ระดับมาก (Mean = 3.46) โดยปัจจัยที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน (Mean = 3.72) การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล (Mean = 3.61) และ ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ (Mean = 3.52) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านนโยบายการจัดการ และ ภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (2) อายุ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และการประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล (3) รายได้ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านการประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล และ (4) ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ

การทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยบริหารจัดการการลงทุนที่มีผลต่อ รูปแบบพฤติกรรมการลงทุน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุน มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ (2) วัตถุประสงค์ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน และด้านภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (3) รูปแบบกองทุนฯ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้าน ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน และด้านภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

คำสำคัญ: กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การออม การลงทุน

Abstract

This research aims to study 1) the demographic characteristic and the investment behavior in the saving-providend fund of those company staff in Nonhkhaem district, and 2) the demographic characteristic's influence on the investment behavior of those answering the questionnaire, and 3) the influence of the management factor on the investment behavior of those answering the questionnaire. 400 sample were used in the study through the questionnaire. Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation were utilized in data analysis while t-test and F-Test (one way ANOVA) at the reliability level at 95% were employed in the hypothesis test.

It is revealed that most of the questionnaire respondents are female (50.50%), married (64.75%), aged between 41-50 years old (46.25%), earning the income between 30,001- 45,000 baht (46.75%), and earning the bachelor degree (78.25%).

When analyzing the money-saving behavior, it shows that they themselves influence the investment (63.00%), their purpose in saving is for the after-retirement expense (74.75%), the money investment is mostly 10% of the monthly salary (52.50%), most of the investment pattern is the seventh pattern (41.50%), and the factor influencing the choosing the number and the pattern is the return-on-the-investment (38.00%) respectively.

Holistically, the factor influencing the investment in the saving-providend fund of the company staff in Nongkhaem district is at the high level (Mean = 3.46). The factors evaluated in the first three orders are the compensating money from the company (Mean = 3.72), public relations/information providing (Mean = 3.61), and the company's reliability (Mean = 3.52) respectively.

The hypothesis test shows that 1) the demographic characteristic influences the investment in the providend fund in terms of the policy management and the holistic view of the investment in the providend fund, 2) the age influences the investment in the providend fund in terms of the reliability of the committee, the company, and the public relations/information providing, 3) the income influences the investment in the providend fund in terms of the public relations/information

providing, and 4) the education level influences the investment in the providend fund in terms of the reliability of the committee.

The study on the management factor influencing the investment behavior reveals that 1) the influencing person influences the investment in the providend fund in terms of the company's reliability, 2) the objective influences the investment in the providend fund in terms of the committee's reliability, the compensating money from the company, and the holistic view of the investment in the providend fund, 3) the fund pattern influences the investment in the providend fund in terms of the committee's reliability, the compensating money from the company, and the holistic view of the investment in the providend fund.

Keywords : Providend Fund, Saving, Investment

1. บทนำ

จากสภาพเศรษฐกิจและสังคมในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป ประชากรมีอายุยืนขึ้น แต่การพึ่งพาบุตรหลานนับวันจะลดลง การจัดสวัสดิการเพื่อให้มีเงินไว้ใช้ในยามชราหรือเมื่อพ้นวัยทำงานจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งที่ผ่านมามีการจัดสวัสดิการให้แก่พนักงานหรือลูกจ้างให้มีเงินยังชีพเมื่อออกจากงานในรูปแบบที่เรียกว่า กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นกองทุนที่นายจ้างและลูกจ้างร่วมกันจัดตั้งขึ้น โดยเงินของกองทุนจะมาจากเงินที่ลูกจ้างจ่ายส่วนหนึ่งเรียกว่า เงินสะสม และนายจ้างจ่ายเงินเข้าอีกส่วนหนึ่งเรียกว่า เงินสมทบ ซึ่งการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพนั้น นอกจากจะทำให้ลูกจ้างมีการออมอย่างต่อเนื่อง และยังมีนายจ้างช่วยจ่ายเงินสมทบด้วยแล้ว ยังมีการนำเงินไปบริหารให้ได้ดอกผลออกโดยผู้บริหารมืออาชีพ โดยดอกผลที่ได้จะนำมาเฉลี่ยให้กับสมาชิกกองทุนทุกคนตามสัดส่วนของเงินที่แต่ละคนมีอยู่ในกองทุน

แต่เดิม การออมเงินในรูปแบบของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพยังเป็นที่แพร่หลายและยังไม่เป็นที่ยอมรับมากนัก เพราะยังไม่มีหลักเกณฑ์ วิธีการบริหารที่กำหนดไว้แน่ชัด ทำให้นายจ้าง พนักงาน และลูกจ้างไม่เห็นความสำคัญของกองทุน จึงไม่

สนใจที่จะจัดตั้งกองทุนเท่าที่ควร เพราะที่ผ่านมามีการบริหารกองทุนส่วนใหญ่จะอยู่ในมือของนายจ้างเพียงฝ่ายเดียว ส่วนลูกจ้างก็ยังไม่นิยมจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุน แต่มักพึ่งรูปแบบกองทุนบำเหน็จบำนาญเป็นสำคัญ นอกจากนั้น เงินที่ลูกจ้างจ่ายสมทบเข้ากองทุนยังไม่สามารถนำมาหักลดหย่อนในการคำนวณเงินได้เพื่อเสียภาษีได้ ส่วนเงินที่นายจ้างจ่ายสมทบเข้ากองทุนก็จะนำมาหักค่าใช้จ่ายได้เฉพาะในรอบระยะเวลาบัญชีที่นายจ้างจ่ายเงินให้แก่ลูกจ้างตามที่จ่ายจริงเมื่อลูกจ้างออกจากงานเท่านั้น และต้องอยู่ในจำนวนที่เกินร้อยละ 10 ของเงินเดือนทั้งหมดของลูกจ้างที่นายจ้างใช้เป็นเกณฑ์ในการคำนวณเงินสมทบด้วย อีกทั้งเงินที่ได้รับ ลูกจ้างจะได้รับครั้งเดียวเมื่อออกจากงาน จึงต้องเสียภาษีในอัตราที่ค่อนข้างสูง เมื่อมีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพแล้ว ทั้งรัฐวิสาหกิจและพนักงานต่างก็ได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี แต่แม้ว่าพนักงานจะเห็นข้อดีของการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แต่ปัญหาอุปสรรคในการจัดตั้งก็ยังมีอยู่ค่อนข้างมาก เนื่องจากการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ต้องเป็นการยินยอมพร้อมใจกัน ระหว่างรัฐวิสาหกิจและพนักงานที่จะจัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ในปัจจุบัน หน่วยงานรัฐวิสาหกิจได้มีการจัดตั้ง กองทุนสำรองเลี้ยงชีพแล้วหลายแห่ง ผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม เพื่อเป็นโครงการนำร่องถึงความเป็นไปได้ในการค้นหาแนวทางการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมแก่ผู้ที่สนใจในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

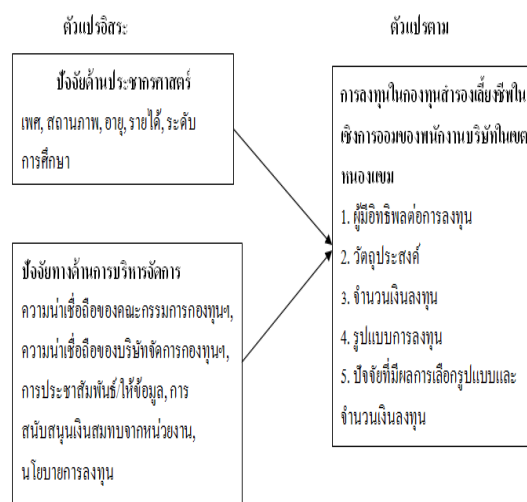
- 1) เพื่อศึกษาลักษณะปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อ รูปแบบพฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบริหารจัดการการลงทุนที่มีผลต่อ รูปแบบพฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม
2. ปัจจัยทางการบริหารจัดการที่แตกต่างกันมีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม

2. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม มีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุน อาทิ เพชรวิฑูรย์ (2544) สุภัตสร วาริศรี และ สุพรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2553) สุศิริ เปลี่ยนขำ (2553) อนงค์นุช เทียนทอง (2554) ใจเดียว โกมลเพ็ชร (2554) และ วรรณรัตน์ ธัญญกิตติกุล (2555) เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยแบ่งปัจจัยที่มีต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม เป็นสองด้าน ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ และด้านการบริหารจัดการ



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากร (population) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม

3.2 ตัวอย่าง (samples) พนักงานบริษัทในเขตหนองแขม ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกช่วงอายุ ที่มีการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำนวน

400 คน โดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรแบบ
ไม่ทราบค่าตามสูตรของ Cochran (1953)

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

P คือ อัตราส่วนของประชากรที่ผู้วิจัย
ต้องการสุ่ม (กำหนดไว้ที่ 50 %)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนดที่ระดับ
นัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) ค่า
Z = 1.96

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้
เกิดขึ้นได้ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05
แทนค่าตามสูตรได้เท่ากับ

$$n = \frac{0.5(0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง
ผู้วิจัยเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 4 ได้
ขนาด กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ราย ดำเนินการ
จัดเก็บโดยใช้วิธีการสุ่มตามสะดวก (convenience
sampling method) เก็บข้อมูลในบริษัทในเขตหนอง
แขม ในช่วงระหว่างวันที่ 11-30 พฤศจิกายน 2558

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น
แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วน
บุคคล เป็นแบบสอบถามปลายปิด มีลักษณะแบบ
ตรวจสอบรายการ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ สถานภาพ
อายุ รายได้ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล
พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิง

การออม เป็นแบบสอบถามปลายปิด มีลักษณะแบบ
ตรวจสอบรายการ เช่น ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
ลงทุน วัตถุประสงค์ จำนวนเงินที่ลงทุน รูปแบบ และ
ปัจจัยที่มีผลการเลือกรูปแบบและจำนวนเงินลงทุน
ในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัย
ทางการบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
ลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออม เป็น
แบบสอบถามแบบมาตราส่วน โดยให้ระดับ
ความสำคัญ 5 ระดับ (Rating scale) แบบลิเคิร์ต
(Likert scale) กำหนดให้ระดับความสำคัญของปัจจัย
ทางด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการกองทุนฯ
การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล การสนับสนุนเงิน
สมทบจากหน่วยงาน นโยบายการลงทุน

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมี
ขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความ
ตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ
จำนวน 3 ราย

2. เตรียมแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยตรวจสอบค่าความ
เชื่อมั่น โดยทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่เป็น
ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 30 คน โดยใช้ค่า
สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอน
บาค (Cronbach) คือ 0.72 - 0.88

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จะนำ
ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้
โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้สถิติในการ
วิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นตัวแปรด้านลักษณะประชากร พฤติกรรมการลงทุนในการลงทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยแสดงเป็นค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

2. ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นตัวแปรในด้านปัจจัยด้านการบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุน สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวนหรือความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) สถิติแสดงค่าเฉลี่ย (mean) ในการวัดข้อมูลแบบสอบถามส่วนนี้จะแสดงเป็นลักษณะของสเกลแบ่งช่วง (interval) โดยทำงานวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญด้วยวิธี Likert Scale โดยมีการกำหนดคะแนนดังนี้
 คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง น้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

และทำการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยอ้างอิงถึงลักษณะของประชากร สถิติที่ใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.50) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 64.75) อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี (ร้อยละ 46.25) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 45,000 บาท (ร้อยละ 46.75) การศึกษาจบระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 78.25)

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการออมเงินพบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุนส่วนใหญ่ตัดสินใจ

ด้วยตนเอง (ร้อยละ 63.00) วัตถุประสงค์การออมส่วนใหญ่ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ (ร้อยละ 74.75) จำนวนเงินลงทุนส่วนใหญ่คือร้อยละ 10 ของเงินเดือน (ร้อยละ 52.50) รูปแบบการลงทุนส่วนใหญ่เป็น แผนที่ 7 (50-50) (ร้อยละ 41.50) สำหรับปัจจัยในการเลือกจำนวนและรูปแบบ อยู่ที่ผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน (ร้อยละ 38.00)

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขมในภาพรวมอยู่ระดับมาก (Mean = 3.46) โดยปัจจัยที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน (Mean = 3.72) การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล (Mean = 3.61) และ ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ (Mean = 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ปัจจัย ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปรอิสระ	ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ	ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ	นโยบายการจัดการ	การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล	การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน	กองทุน
1. เพศ	x	x	x	x	x	x
2. สถานภาพ	x	x	✓	x	x	✓
3. อายุ	✓	✓	x	✓	x	x
4. รายได้	x	x	x	✓	x	x
5. ระดับการศึกษา	✓	x	x	x	x	x

✗ ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ✓ ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิจัยพบว่า (1) สถานภาพมีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านนโยบายการจัดการ และ ภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (2) อายุ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ด้าน ความน่าเชื่อถือ ของคณะกรรมการ ด้าน ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ และการประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล (3) รายได้ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านการประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล และ (4) ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ

ตารางที่ 2 ปัจจัย ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ตามปัจจัยบริหารจัดการการลงทุน

ตัวแปรอิสระ	ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ	ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ	นโยบายการจัดการ	การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล	การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน	กองทุน
6. ผู้มีอิทธิพล	✗	✓	✗	✗	✗	✗
7. วัตถุประสงค์	✓	✗	✗	✗	✓	✓
8. จำนวนเงิน	✗	✗	✗	✗	✗	✗
9. รูปแบบ						
กองทุน	✓	✗	✗	✗	✓	✓
10. การเลือก						
รูปแบบ	✗	✗	✗	✗	✗	✗

✗ ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ✓ ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุน มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้าน ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ (2) วัตถุประสงค์ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้าน ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน และด้านภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (3) รูปแบบกองทุนฯ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้าน ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน และด้านภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพส่วนใหญ่ผู้ลงทุนตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้วยตนเอง มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ โดยมีจำนวนเงินลงทุนในอัตราร้อยละ 10 ของเงินเดือนซึ่งเป็นอัตราสูงสุด และเลือกรูปแบบการลงทุน แผนที่ 7 โดยจัดสรรเงินเข้านโยบายการลงทุนตราสารหนี้ในสัดส่วนร้อยละ 50 และเข้านโยบายตราสารแห่งทุนในสัดส่วนร้อยละ 50 และปัจจัยที่มีผลในการเลือกรูปแบบและจำนวนเงินลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพมากที่สุดคือผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรวรรณ อ่วมสำอางค์ (2542) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงาน

รัฐวิสาหกิจในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ระดับตำแหน่งและความพึงพอใจด้านอัตราผลตอบแทน ทั้งยังเป็นเป็นในทิศทางเดียวกับ สุภัตสร วาริศรี และ สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2553) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การลงทุน คือเพื่อต้องการผลตอบแทนมากกว่าการฝากเงินกับธนาคาร

ส่วนการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรกได้แก่ การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน (Mean = 3.72) การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล (Mean = 3.61) และ ความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ (Mean = 3.52) ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกันกับการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมทองคำผ่านทางบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนของ วรณรัตน์ รัชญุกิตติกุล (2555) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านช่องทางการซื้อขายมากที่สุด แต่ยังมีส่วนที่สอดคล้องกันคือ ผู้ตอบแบบสอบถามก็ให้ความสำคัญด้านบริษัทและนโยบายการลงทุนด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐาน (1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศไม่มีผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพทุกด้าน สถานภาพอายุ รายได้ และระดับการศึกษา ส่งผลต่อการเลือกลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสุนทรี จึงประเสริฐกุล (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุน

รวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. และ ใจเดียว โกมลเพ็ชร (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมของบุคลากรในมหาวิทยาลัยนครราชสีมา ซึ่งพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลร้อยละของการออม ด้านเพศและสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อร้อยละการออมเงินที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อร้อยละการออมเงินที่แตกต่างกัน

(2) ผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุน มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของบริษัทฯ วัตถุประสงค์ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน และด้านภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และ รูปแบบกองทุนฯ มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพด้านความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการ ด้าน การสนับสนุนเงินสมทบจากหน่วยงาน และด้านภาพรวมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ขวัญชนก อินทะกุล. (2550) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของครัวเรือนในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และ วรณรัตน์ รัชญุกิตติกุล (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมทองคำผ่านทางบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านบริษัท และนโยบายการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากผลการศึกษางานวิจัย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมอยู่มาก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการกองทุนฯ และบริษัทจัดการกองทุนฯ ในการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ สร้างความน่าเชื่อถือ ตลอดจนจัดหากลยุทธ์มาบริหารจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพให้เหมาะสมกับความต้องการของสมาชิกกองทุนของแต่ละหน่วยงาน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆที่จะส่งผลถึงพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนาและปรับปรุงให้สมาชิกกองทุนฯได้รับประโยชน์สูงสุด

2. การศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาในเชิงภาคตัดขวาง ผู้ที่สนใจอาจจะศึกษาในลักษณะอนุกรมเวลาเพื่อศึกษาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

3. การศึกษาดังกล่าวศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเชิงการออมของพนักงานบริษัทในเขตหนองแขม ผู้ที่สนใจอาจขยายเขตแดนศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมดก็จะได้ผลที่แตกต่างกันออกไป

6. เอกสารอ้างอิง

[1] ขวัญชนก อินทะกุล. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของครัวเรือนในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[2] ใจเดียว โกมลเพ็ชร. (2554). *พฤติกรรมการออมของบุคลากรในมหาวิทยาลัยนครราชสีมา*. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[3] เพชรภรณ์ มุสิกกุล. (2549). *ปัจจัยการตัดสินใจในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

[4] เพชร ชุมทรัพย์. (2544). *หลักการลงทุน*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[5] ภัทรวรรณ อ่วมสำอาง (2542). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นสมาชิกกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[6] วรณรัตน์ รัชญุกิตติกุล. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมทองคำผ่านทางบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน*. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[7] ศตวรรษ ท่าช้าง. (2554). *แบบแผนการออมของพนักงานสถาบันการเงิน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[8] สุนทรี จึงประเสริฐกุล (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

[9] สุภัตสร วารีศรี และ สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย*. การค้นคว้า

อิสระศิลปศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัย

มหาสารคาม.

[10] สุศิริ เปลียนขำ. (2553). *พฤติกรรมของนักลงทุน*

ในกองทุนรวมตลาดเงินของบริษัท

หลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงไทย จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ

เศรษฐศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

[11] อนงค์นุช เทียนทอง และ กัญญารัตน์ วงษ์ชมพู่.

(2554). *พฤติกรรมและรูปแบบการออม*

พนักงานของสถาบันการเงินและข้าราชการ

ในจังหวัดอุดรธานี. การค้นคว้าอิสระ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[12] อัญญา ชันชวิทย์. (2546). การลงทุน. ใน *กลไก*

ตลาดการเงินในระบบเศรษฐกิจไทย .

กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ไทย.

[13] Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques.*

Experimental Designs, New York. Cuyno,

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Factors that affect purchasing behavior . Instant noodle Consumers in Lat Krabang, Bangkok Bangkok

ดร.ศศิธร จัวนพันธ์¹ และศศิณา สมเดช²

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ/หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, hi_iamooa@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของคนวัยทำงานในเขตลาดกระบัง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภควัยทำงานในเขตลาดกระบัง 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภควัยทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภควัยทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mix Methodology) โดยใช้แบบสัมภาษณ์จากผู้บริโภคตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อกำหนดตัววัดค่า (Measurement) ในการสร้างแบบสอบถามและทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในแขนงต่าง ๆ จำนวน 6 แขนง ได้แก่ แขนงลาดกระบัง แขนงคลองสองต้นนุ่น แขนงคลองสามประเวศ แขนงลำปลาทิว แขนงทับยาว แขนงชุมทอง ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจำนวน 166,338 คน (การปกครองสำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร, 2557 <https://th.wikipedia.org/wiki/สำนักงานเขตลาดกระบัง>) ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากรโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุมี 26-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานขายของบริษัทเอกชน รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท สำหรับด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยความคิดเห็น (Opinion) มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยความสนใจ (Interest) และปัจจัยกิจกรรม (Activity) ด้านส่วนประสมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยราคามากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยช่องทางจำหน่าย ปัจจัยผลิตภัณฑ์และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ด้านความกังวลต่อการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตอนกลางคืน โดยมีความถี่ในการเลือกซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปอาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง มีปริมาณการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปครั้งละ 3-5 หน่วย มากที่สุด

โดยมีเหตุผลคือความสะดวกในการรับประทานมากที่สุด ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุด คือพรินเตอร์ (Presenter) และชอบซื้อที่ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง

ABSTRACT:

Research in this Factors that influence the purchasing behavior of consumers of instant noodles in Lat Krabang, Bangkok . Bangkok the objective 1) Check to study the buying habits of instant noodles to people working in the field Lat Krabang, Bangkok . 2) to study the demographic factors that influence the buying habits of consumers of instant noodles working in Lat Krabang, Bangkok . 3) To study the relationship between form factors with lifestyle habits of consumers buy instant noodles working in Lat Krabang, Bangkok . Bangkok 4) To study the relationship between the marketing mix to buy instant noodles, the behavior of consumers working in Lat Krabang, Bangkok . Bangkok

The research methodology combines check research . (Mix Methodology) Using a sample of 10 people interviewed by consumers . To determine the value (Measurement) to create a query . And the sampling method of determining the ratio (Quota Sampling) with accidental sampling (Accidental Sampling). The number of Road 6 Rd . District include Lat Krabang, Bangkok Klong Song Ton Nun Klong Prawet district three fishing vessels over long ranges, Sub- district gold . 557https://th.wikipedia.org/wiki/Lat Krabang, Bangkok District Office) . Researchers then used to determine the sample size estimation percent . If people do not know the formula of Taro Yamane has a sample of 400 people .

The study found that The personal factors An example is the male rather than female . Most are 26-30 years of age , single . Educational Courses A career as a sales representative of a private company . Total average monthly income in the range of 10,000 - 20,000 baht . For the style of living , consumers pay more attention to the opinion (Opinion) the most. The second factor is the interest (Interest) and activity factor (Activity). The marketing mix Consumers pay more attention to the price most . The second factor is the distribution channel . Factors promoting the product and factor markets . The concern over the consumption of instant noodles at night . The frequency of buying instant noodles 2-3 times . Volume buying instant noodles 3-5 units as possible. The reason is easy to eat most . Those that influence buying instant noodles most . the presenter Buy and mall / supermarket most .

KEYWORDS: Buying habits of consumers of instant noodles in Lat Krabang, Bangkok .

1. บทนำ

ผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมีคุณค่าทางโภชนาการไม่เพียงพอ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ใช้แทนอาหาร 1 มื้อมีสารอาหารไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย แม้จะเป็นชนิดที่มีการเติมผัก เนื้อสัตว์ อกแห้งในซองแล้วก็ตาม ดังนั้นผู้บริโภค จึงควรเติมเนื้อสัตว์ ไข่ และผักสดลงไปเพื่อเพิ่มปริมาณ

สารอาหารให้มากขึ้นด้วย และจำเป็นต้องรับประทานอาหาร มื้ออื่นมากขึ้นโดยคำนึงถึงคุณค่าอาหารให้ครบทั้ง 5 หมู่เป็นหลัก ข้อสำคัญไม่ควรรับประทานอาหารประเภทบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแต่อย่างใดเป็นเวลานาน ๆ เพราะจะทำให้ร่างกายได้รับแต่แป้ง ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลัก คิดเป็นร้อยละ

ละ 60 ถึง 70 (ไกรสิทธิ์ ตันติศิริพันธ์และวิไลฐะ วัชรสิทธ์, 2539)

ในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีแหล่งนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง มีประชากรวัยทำงานเป็นจำนวนมากและมีพฤติกรรมบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นอาหารหลักค่อนข้างมาก เนื่องจากมีภาวะงานที่หนัก และไม่มีเวลา ในการซื้ออาหารหรือปรุงอาหารรับประทานในเวลาพักเที่ยง ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรม การซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อันจะนำไปสู่แนวทางในการปรับปรุง คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของ ผู้ซื้อยิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภควัยทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร โดยคาดว่าผลที่จากการวิจัยนี้จะสามารถนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของคนวัยทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภควัยทำงานในเขตลาดกระบัง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรูปแบบดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภควัยทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของวัยทำงานในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลการวิจัยไปในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้ในอนาคต

2.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วน

บุคคลทางด้านต่างๆ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และปริญญ์ ลักษณ์านนท์, 2552) อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจ การศึกษา ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต

2. แนวความคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค

การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตพิสัยหรือจิตวิทยา หมายถึงความต้องการด้านจิตวิทยาที่อยู่ภายใน ในลักษณะ

ด้านสังคมวัฒนธรรมและพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งสะท้อนถึงวิธีการที่แต่ละบุคคลมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจ การบริโภค ซึ่งอาจหมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตซึ่งการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วใน 20 ปีที่ผ่านมาการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นไปตามแนวความคิดว่า

“คนเราจะกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามลักษณะ หรือบุคลิกที่เราเป็นทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตจะมีลักษณะที่ไม่คงที่ เปลี่ยนไปเปลี่ยนมา ในขณะที่บุคลิกภาพจะมีลักษณะคงเดิมเป็นเวลานาน” (ชนชญาณ์ จันทรธิวัตรกุล, 2542, น.14)

3. แนวความคิดด้านส่วนประสมทาง

การตลาด

การตลาดคือกระบวนการวางแผน (Planning) และการบริหารแนวความคิด (Concept) การตั้งราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Distribution) ความคิดสินค้าและบริการ (Idea, goods and service) เพื่อสร้างให้เกิดการแลกเปลี่ยน (Exchange) โดยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและสนองความพึงพอใจของบุคคล” ความหมายนี้เป็นความหมายของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาที่ปรับปรุงใหม่และเป็นความหมายที่นิยมมาก เนื่องจากให้ขอบเขตของการตลาดที่กว้างขวาง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2538, น.3)

4. แนวความคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (อรรณี บุญมินิมิตร, 2540, น.13-14)

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึงผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อการใช้ส่วนตัว ครอบครัว หรือเป็นของกำนัล

สำหรับเพื่อน เป็นการซื้อของบุคคลเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย (End users or Consumers) (Schiffman and Kanuk} 1994}p.8)

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (searching) การซื้อ (purchasing) การใช้

(using) การประเมินผล (evaluating) และการใช้จ่าย (disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา จะเห็นได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่า สินค้าที่เขาจะทำการเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who participate)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตและวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาการศึกษาครั้งนี้

ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านการส่วนประสมการตลาด ด้านความกังวลของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ข้อมูลเป็นลักษณะข้อมูลตัดขวางตามเวลา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในการศึกษาหลักและใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาขั้นต้น

3.2 ขอบเขตประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ในจำนวน 6 แขวง ได้แก่ แขวงตลาดกระบี่ แขวงคลองสองต้นนุ่น แขวงคลองสามประเวศ แขวงลำปลาทิว แขวงทับยาว แขวงชุมทอง ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจำนวน 166,338

คน (การปกครองสำนักงานเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร, 2557 <https://th.wikipedia.org/wiki/สำนักงานเขตลาดกระบัง>)

3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากรโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973, p. 886 อ้างถึงใน ปริญญา เพชรรุ่งฟ้าและคณะ, 2553) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาด
ตัวอย่างที่คำนวณได้
N = จำนวน

ประชากรที่ทราบค่า

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่

จะยอมรับได้กำหนด

ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5%

จะได้ค่า 0.05

$$n = \frac{166,338}{1 + 166,338 (0.05)^2}$$

$$n \approx 399$$

ตัวอย่าง

ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 399 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเพิ่มขึ้นอีก 1 ตัวอย่าง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกถือเป็นการศึกษาขั้นต้นเพื่อให้

ทราบถึงประเด็นของลักษณะทางด้าน

ประชากรศาสตร์ วิธีการดำเนินชีวิตวิธีการดำเนินชีวิต กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) และความกังวลของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เพื่อกำหนดตัววัดค่า (Measurement) จากนั้นนำผลลัพธ์ที่ได้ไปออกแบบคำถามสำหรับแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ตกเป็นตัวอย่าง ตามแนวทางต่าง ๆ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการศึกษาจากทฤษฎี

ข้อมูลทางเอกสาร

บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและนำผลได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวอย่าง

จำนวน 1 คน ซึ่งเป็นผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร แล้วนำผลการสัมภาษณ์ไปสร้างเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) และได้แบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นการเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางด้าน รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมการตลาด ความกังวลต่อการบริโภคอะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค จำนวน 35 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นการวัดตามระดับช่วงเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ

ทำบ่อยที่สุดหรือเห็นด้วยมากที่สุด 5

ทำบ่อยมากหรือเห็นด้วยมาก 4

ปานกลาง	3
ทำน้อยครั้งหรือเห็นด้วยน้อย	2
ทำน้อยครั้งที่สุดหรือเห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้ออะไหล่สำเร็จรูปของผู้บริโภค จำนวน 4 ข้อเป็นข้อคำถามเป็นการเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ที่เหลือจำนวน 7 ข้อ คำถามเป็นวัดตามระดับช่วง

3.3 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ใช้ คณะบัณฑิตมหาวิทยาลัย เป็นสถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

3.4 ระยะเวลาการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ

พฤติกรรมการซื้ออะไหล่สำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขต

ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บได้จำนวน 400 คน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

มากกว่าเพศหญิง อายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีอายุ 26-30 ปีมากที่สุด และมีอายุ 46-50 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด สถานภาพพบว่า สถานภาพโสดมีมากที่สุด รองลงมาคือสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาเป็นสำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และสำเร็จการศึกษาตอนปลาย ส่วนอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาเป็นพนักงานของบริษัทรัฐวิสาหกิจ และอาชีพค้าขาย/รับจ้างมีจำนวนน้อยที่สุด รายได้จะเป็นผู้ที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาทมากที่สุด รองลงมาเป็นรายได้ 20,000-30,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรม/ความคิดเห็นของปัจจัย

ทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสม การตลาดและความกังวลต่อการบริโภคอะไหล่สำเร็จรูปของผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อ

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจในภาพรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก พฤติกรรมการซื้ออะไหล่สำเร็จรูปของผู้บริโภคเลือกซื้ออะไหล่สำเร็จรูปในช่วงเวลาตอนเย็นมากที่สุด รองลงมาช่วยเวลากลางคืน สำหรับความถี่ในการซื้อผู้บริโภคนิยมซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด รองลงมาเป็นสัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง

5.สรุปผลการศึกษา อภิปรายและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออะไหล่สำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านส่วนบุคคล

ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน เพศชาย

มากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.75 อายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีอายุ 26-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.25 และมีอายุ 46-50 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.50 สถานภาพพบว่า สถานภาพโสดมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 32.50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 82.25 รองลงมาเป็นสำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.75 และสำเร็จการศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 0.75 ส่วนอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาเป็นพนักงานของบริษัทรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น

ร้อยละ 18.75 และอาชีพค้าขาย/รับจ้างมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50 รายได้จะเป็นผู้ที่มียอดรายได้ 10,000-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมาเป็นรายได้ 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.75

ตอนที่ 2 ข้อมูลทางด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ส่วนประสมการตลาด และความกังวลต่อการบริโภคของหมู่บ้านสำเร็จรูปของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาด้านความสนใจและด้านกิจกรรม ค่าเฉลี่ย 3.92, 3.71 และ 3.04 ตามลำดับ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด ด้านราคามากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.11, 4.05, 3.97 และ 3.43 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมกรซื้อของหมู่บ้านสำเร็จรูปของผู้บริโภค จะเลือกซื้อของหมู่บ้านสำเร็จรูปในช่วงเวลาตอนเย็นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาช่วงเวลากลางคืน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ช่วงเวลากลางวันและช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ 4.75 ความถี่ในการเลือกซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาเป็นสัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.50 และน้อยกว่าอาทิตย์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.80

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของหมู่บ้านสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากรูปแบบการดำเนินชีวิต พบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการทำงานหนักและมีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างเร่งรีบ ซึ่งทำให้ในเวลาพักเที่ยงไม่ค่อยซื้ออาหารตามสั่งรับประทาน ความถี่ในการทำอาหารเย็นรับประทานเองในครอบครัวอยู่ในระดับปาน

กลาง และไม่ค่อยมีเวลาไปเลือกซื้อสินค้าในแต่ละวันและจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้บริโภคชอบซื้อของหมู่บ้านสำเร็จรูปมารับประทานในตอนกลางวัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สำเนียง ประถมวงษ์ (2553) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจกับการบริโภคหมู่บ้านสำเร็จรูปของประชาชน ในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี

2. จากส่วนประสมการตลาด พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคคำนึงถึงความปลอดภัยของ

อาหารที่ผ่านสถาบันตรวจสอบความปลอดภัยของอาหาร ด้านราคาซึ่งมีราคาไม่แพงมาก และมีคุณภาพดีขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภักดี โพธิศิริและหทัยา กองจันทิก (2539) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของอย.ต่อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพและอาหาร”

3. ผู้บริโภคมีการเลือกซื้อหมู่บ้านสำเร็จรูปในช่วงเวลาตอนเย็นมากที่สุด และมีการบริโภคหมู่บ้าน

สำเร็จรูปตอนกลางคืนมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิตี วรรณนตกุลและคณะ (2550) ซึ่งศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคหมู่บ้านสำเร็จรูปของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

5.4 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

ผู้บริโภคในวัยทำงานในเขต

ตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร ในความสำคัญการดูแลสุขภาพอย่างมากและมีความสนใจในการมีรูปร่างที่ดี ซึ่งผู้ผลิตควรพัฒนาหมู่บ้านสำเร็จรูปที่มีลักษณะพิเศษโดยสามารถตอบสนองผู้บริโภควัยทำงานได้ เช่นลดพลังงาน น้ำตาล ไขมันและโซเดียม ดังนั้น

ผู้ผลิตควรเน้นความปลอดภัยในการผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในทุกขั้นตอนอย่างเข้มงวด

2) ด้านส่วนประสมตลาด มีความคิดเห็นว่าราคาของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในปัจจุบันมีความเหมาะสมอยู่แล้ว ผู้ผลิตไม่ควรเพิ่มราคาขายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่สูงกว่าราคาปัจจุบัน เมื่อคุณภาพของสินค้าเท่าเดิม นอกจากนี้ ผู้ผลิตยังควรเพิ่มความถี่ในการโฆษณาบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปทางสื่อต่าง ๆ โดยอาจเป็นสื่อออนไลน์ เนื่องจากต้นทุนการโฆษณาต่ำกว่าสื่อโทรทัศน์

7.เอกสารอ้างอิง

- [1] คริษฐ์ มีสนม. (2554). การใช้ประโยชน์จากการรับชมละครไทยที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนชาวลาวในนครหลวงเวียงจันทน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- [2] สำเนียง ประถมวงษ์. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียนจะทำให้เกิดประโยชน์ทางการตลาดต่อผู้ผลิตภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

ประชาชน ในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท).

[3] สินธวา คามดิษฐ์, ปัทมาวดี นันทนาเนตร์ และนภภรณ์ จันทรศัพท์. (2553). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

[4] เบญจมาภรณ์ สุวรรณพัฒน์. (2552). ทักษะคิดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองพะเยาต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มที่มีการกล่าวอ้างทางโภชนาการ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท).

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ

Factors Influencing the Behavior of Visitors to Fort King Chulalongkorn in Samut Prakarn Province

ภณสิทธิ์ อ้นยะ¹, ภาวิณี อินทรมา²

Panasit Onya¹, Pavinee Intorammar²

^{1,2}อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Department of Tourism, Faculty of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

*Corresponding author, E-mail: jabjune_jabjune@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้าจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนาบรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิจัยพบว่าจากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 9,001-15,000 บาท

คำสำคัญ: ป้อมพระจุลจอมเกล้า พฤติกรรมของผู้มาเยือน

Abstract

This research aims to personal information and behavior of tourist at Fort King Chulalongkorn in Samut Prakarn Province. Participants for this study were 400 by Specify Sampling method in order to collect data by questionnaire. The result found that Demographic of visitors were mostly female, aged 20-40 years, and working at private company, lower than bachelor degree, and having a monthly income of 9001-15000 baht.

Keyword: Fort King Chulalongkorn, Behavior of Tourist

บทนำ

ไทยเป็นประเทศหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่เด่นชัดบทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือบทบาทด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น ได้เก็บมาประดิษฐ์ เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552)

ป้อมพระจุลจอมเกล้า หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “ป้อมพระจุล” อดีตกองทัพทะเลที่สำคัญของประเทศที่มีอายุมากกว่า 100 ปี สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในต้น พ.ศ. 2427 แล้วเสร็จใน พ.ศ. 2436 ใช้เป็นที่มั่นในการป้องกันและตั้งรับข้าศึกที่จะเข้ามาทางทะเล ตั้งอยู่บริเวณปากแม่น้ำเจ้าพระยา ณ ต.แหลมฟ้าผ่า อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ และหลังจากที่สร้าง “ป้อมพระจุล” เสร็จเพียง 3 เดือนก็เกิดวิกฤตการณ์ ร.ศ. 112 หลังจากเหตุการณ์ประวัติศาสตร์ในครั้งนี้ก่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนากองทัพเรือไทยให้ทันสมัยทัดเทียมตะวันตกการจัดแสดงภายในอุทยานประวัติศาสตร์

ทหารเรือป้อมพระจุลจอมเกล้า ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และอาคารนิทรรศการ ส่วนที่ 2 จัดแสดงปืนเสือหมอบ จำนวน 7 กระบอก แสดงให้เห็นอาวุธปืนหลุมที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในช่วงเวลานั้น ส่วนที่ 3 พิพิธภัณฑสถานเรือรบหลวงแม่กลอง เป็นพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้ง จัดขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติในปีกาญจนาภิเษก ในปีพ.ศ. 2539 เป็น 1 ใน 7 โครงการที่กองทัพเรือได้จัดให้เป็นพิพิธภัณฑสถานเรือรบไทย ภายในลำเรือจัดแสดงห้องต่างๆ ไว้ให้ประชาชนทั่วไป เข้าเยี่ยมชม เช่น ห้องสะพานเดินเรือหรือ ห้องที่จัดตกแต่งไว้อย่างสวยงามที่สุดในเรือ คือห้องโถงนายทหาร ชั้นสัญญาบัตรภายในห้องจัดแสดงเรื่องราวประวัติศาสตร์และรายนามผู้บังคับการเรือในอดีต ห้องเรียนในอดีตสำหรับเรียนวิชาการเรือของนักเรียน นายทหาร จัดแสดงประวัติความเป็นมาและประวัติการใช้งานของเรือหลวงแม่กลองซึ่งมีความเก่าแก่เป็นอันดับ 2 ของโลก ส่วนที่ 4 อุทยานปืนกลางแจ้ง จะมีการแสดงเนื้อหา ซึ่งมีความสำคัญเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ทหารเรือ และ ส่วนที่ 5 เส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนเหมาะสำหรับเดินชมพันธุ์ไม้ป่าชายเลน เช่น โกงกาง ฝาดทะเล ตะบูน แสมดำ และชีวิตเล็กๆที่อาศัยอยู่ในป่าชายเลน (sacmuseumdatabase : ออนไลน์)

จากข้อมูลสถิติผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน 2555 มีจำนวนผู้มาเยือนเพียง 16,246 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ :2555) ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆใน

จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากป้อมพระจุลจอมเกล้า ได้จัดเป็นอุทยานประวัติศาสตร์ทหารเรือ แต่ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ดังนั้นจากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการจัดทำวิจัยเรื่อง ศึกษาพฤติกรรมของ ผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่นำไปสู่การพัฒนา ในด้านกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ด้านบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะของผู้มาเยือนที่มีต่อป้อมพระจุลจอมเกล้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ
- 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 16,246 คน ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2555 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรปราการ: 2555)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ เพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่มีจำนวนสามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาทั้งหมดได้ ผู้วิจัยได้ใช้ตารางสำเร็จของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ

ยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มตัวอย่างชนิดทราบความน่าจะเป็น ทำการสุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย ดังนั้น ผลที่ได้ $n = 400$ ตัวอย่าง จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
2. กำหนดกรอบแนวคิด และขอบเขตของคำถามในการวิจัยให้สอดคล้องกับความมุ่งหมายและความสำคัญของการวิจัย
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากอาจารย์ที่ปรึกษาได้พิจารณาและตรวจสอบ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะมาแล้ว ผู้ค้นคว้าอิสระได้นำมาปรับปรุงแก้ไข

แบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว จำนวน 30 ชุด นำไปทำการทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นต้องได้ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จากการทดสอบแล้วพบว่า Alpha ของแบบสอบถามในภาพรวมเท่ากับ .951

ผลการวิจัยการและอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

ผู้มาเยือนที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีอายุ 20-40 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ซึ่งมีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และมีรายได้ต่อเดือน 9,001-15,000บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ

การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ Crosstab-Chi Square วิธีการหาค่าความถี่แบบสองทางจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ด้านเพศ เพศที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาในการเดินทาง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านการเดินทางมาเยือน ด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ด้านความสำคัญในการเดินทาง ด้านจุดประสงค์ในการเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ด้านการรับข่าวสาร ด้านการกลับมาท่องเที่ยว และด้านการแนะนำ ที่ไม่แตกต่างกันนั้นคือปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนด้านเพศที่ต่างกันส่งผลต่อ

พฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่วงวันในการเดินทาง ที่แตกต่างกันนั้นคือยอมรับสมมติฐานด้านอายุ

อายุที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ด้านความสำคัญในการเดินทาง ด้านการรับข่าวสาร ด้านการกลับมาท่องเที่ยว และด้านการแนะนำ ที่ไม่แตกต่างกันนั้นคือปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนด้านอายุที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่วงวันในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาในการเดินทาง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านการเดินทางมาเยือน ด้านจุดประสงค์ในการเดินทาง และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่แตกต่างกันนั้นคือยอมรับสมมติฐานด้านอาชีพ

อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ด้านการรับข่าวสาร ด้านการกลับมาท่องเที่ยวและด้านการแนะนำ ที่ไม่แตกต่างกันนั้นคือปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนด้านอาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่วงวันในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาในการเดินทาง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านการเดินทางมาเยือน ด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ด้านความสำคัญในการเดินทาง ด้านจุดประสงค์ในการเดินทาง และด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่แตกต่างกันนั้นคือยอมรับสมมติฐานด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า

จังหวัดสมุทรปราการ ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านการเดินทางมาเยือน ด้านการกลับมาท่องเที่ยว และด้านการแนะนำที่ไม่แตกต่างกันนั้นคือปฏิเศษสมมติฐาน ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ส่วนระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่วงวันในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาในการเดินทาง ด้านในการเดินทาง และด้านการรับข่าวสาร ที่แตกต่างกันนั้นคือยอมรับสมมติฐาน

ด้านรายได้ต่อเดือน
รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านการเดินทางมาเยือน ด้านจำนวนครั้งในการเดินทาง ด้านจุดประสงค์ในการเดินทาง ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ด้านการรับข่าวสาร ด้านการกลับมาท่องเที่ยว และด้านการแนะนำที่ไม่แตกต่างกันนั้นคือปฏิเศษสมมติฐาน ส่วนรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้าจังหวัดสมุทรปราการ ด้านช่วงวันในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาในการเดินทาง และด้านความสำคัญในการเดินทาง ที่แตกต่างกันนั้นคือยอมรับสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัด สมุทรปราการ” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการ

ท่องเที่ยวป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการดังนี้

- 1 ควรมีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟตามถนน การบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยว
- 2 ควรมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์ ตามจุดต่างๆและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า และห้องน้ำ
- 3 ควรปรับปรุงฟื้นฟูและอนุรักษ์สิ่งต่างๆที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ให้คงเอกลักษณ์และมีความสวยงาม
- 4 ควรมีการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยว เอกชนและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้มาเยือนป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำไปประยุกต์และปรับเปลี่ยนให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสามารถนำไปเปรียบเทียบกับผู้ที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้ ส่วนผู้ประกอบการนั้นสามารถตรวจดูปริมาณนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน 1 รอบปีได้ว่าเดินทางมากับใคร เดินทางช่วงใด มีวัตถุประสงค์ใดในการเดินทาง ให้มีความสำคัญกับสิ่งใด จะกลับมาท่องเที่ยวอีกหรือไม่ และจะแนะนำผู้อื่นให้รู้จักและเดินทางมา

หรือไม่เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
อย่างครบถ้วนและดีที่สุด

เอกสารอ้างอิง

[1] กนกวรรณ พิพัฒน์ภูล. ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ
จังหวัดสมุทรปราการ, 2555

[2] จังหวัดสมุทรปราการ (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ
3 มีนาคม 2556, จาก

<http://www.samutprakan.doae.go.th/html/history.htm>

[3] ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ความเป็นมาและ
ความสำคัญของอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยว, สามลดา, กรุงเทพฯ

[4] ณรงค์ มีนวล. ศึกษาพฤติกรรมและความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว
ในจังหวัดกาญจนบุรี, 2550

[5] ธัญชนก คล้ายสังข์. “สารนิพนธ์ภาพลักษณ์
ความภักดีตลาดสามชุกร้อยปี จังหวัด สุพรรณบุรี”.
(2554) : สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนคริน
ทรวิโรฒ, 2554

[6] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและการวิเคราะห์
ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพฯ
: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด

[7] ปิยวดี หิริกมล. ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด
สุโขทัย, 2550.

[8] ป้อมพระจุลจอมเกล้า จังหวัดสมุทรปราการ
(ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2556, จาก

<http://www.sac.or.th>

[9] พฤติกรรมผู้บริโภค (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 13

มีนาคม 2556 , จาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th>

[10] โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (ออนไลน์).

สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2556, จาก <http://ir.swu.ac.th>

[11] สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ
(ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2556, จาก
<http://th.wikipedia.org>

[12] สาวิตรี เก่งนอก. ศึกษาพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองจำลอง Mini Siam
จังหวัดชลบุรี, 2554

[13] สายทิพย์ บัวเฟือก. ศึกษาพฤติกรรมและความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี, 2550

[14] อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ออนไลน์).

สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2556, จาก

<http://www.praveetelearning.com>

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

Factors on the Motivation to Learn Math Tutoring of Secondary School Students in Pathumthani

(ยุวดี ชูจิตต์¹, นายสุรียา จันทนกุล²)

¹สำนักวิจัย, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, suwan.kh@northbkk.ac.th

²คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, nissara.pr@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 396 คน ที่ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ 1) แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี โดยรวมและแต่ละด้าน ทุกด้านอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจอันดับแรก คือ แรงจูงใจด้านวิชาการ รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านค่านิยมในสังคมและด้านแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจอันดับสุดท้าย คือ แรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม 2) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่มีระดับชั้น คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของ ผู้ปกครองแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ปัจจัย แรงจูงใจ การเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา

Abstract

This research aimed 1) to study the motivation to learn tutorial mathematic of students in Pathumthani 2) to compare the individual factors that influenced the motivation to learn tutorial mathematic of students in Pathumthani. The sample in this research was the students in Pathumthani province. 396 people were selected by multistage sampling. A questionnaire was used as instrument collecting the data. To analysis data was performed by using frequency, percentage, average, standard deviation, T test and one-way analysis of variance. The results were as follows: 1) motivation to learn tutorial mathematic of students in Pathumthani, in an overall and on each side all were at a high level. The first motivation was an academic pressure, followed by incentives in social values, intrinsic motivation and environmental motivation finally 2) students in Pathumthani who were different with GPA, the educational level of the parents and the income of the parents had motivated to learn tutorial mathematic differently with statistically significant level at .05.

Keywords: Factor, Motivation, Mathematical Tutoring, High School Student

1. บทนำ

การจัดการศึกษาเป็นการพัฒนาทุนมนุษย์ที่เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในกระบวนการพัฒนาประเทศ เพราะการศึกษาคือการสร้างคนให้มีความรู้ ความสามารถ มีความพร้อมที่จะต่อสู้เพื่อตนเองและสังคม มีความพร้อมที่จะประกอบอาชีพที่ดี สร้างรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้ โดยเฉพาะผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญที่อยู่ในระดับต้นๆของแต่ละสาขาวิชา อาจนำมาซึ่งชื่อเสียง เกียรติยศ และฐานะที่มั่นคง (กาญจนา ภูมิมา, 2545, 1) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ นักเรียนที่ตั้งใจเรียนสูง มักประสบความสำเร็จในการเรียนรู้เป็นความปรารถนาที่จะกระทำให้สิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี (เกษตรชัย และหิม, 2550, 435-453) ดังนั้นเมื่อเรียนจบการศึกษาขั้นพื้นฐานแล้ว ทุกคนจะมุ่งเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐเป็นเป้าหมายหลัก เพราะเป็นสถาบันที่ตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ดีที่สุด เมื่อความต้องการเข้ามหาวิทยาลัยมีสูง แต่จำนวนที่รับได้มีจำกัด จึงทำให้การแข่งขันสูง ผู้เรียนจึงพยายามเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับตนเองโดยการกวดวิชา นอกจากนี้การเรียนการสอนในโรงเรียนที่มุ่งเน้นการสอนเนื้อหาและการจัดกิจกรรมให้ครบตามหลักสูตร ให้เด็กศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองมากเกินไป และมีสัดส่วนครู 1 คน ต่อนักเรียน 40-50 คน ครูที่มีคุณภาพดีในสาขาหลักๆ ทั่วประเทศไม่ถึงร้อยละ 30 นอกจากนี้ครูในโรงเรียนยังต้องทำงานหนัก ทั้งงานสอน งานปรับพฤติกรรมงานนโยบายที่มีไม่ขาดสาย ทำให้ไม่มีเวลาที่จะเพิ่มพูนความรู้ด้านวิชาการ ไม่มีเวลาในการเตรียมการสอนเท่าที่ควร (จิตรา วงศ์บุญสิน, 2549)

ขณะที่ครู โรงเรียนกวดวิชาจะมีเวลามากกว่าเพราะทุ่มเทวิชาเดียว การมีลูกศิษย์จากสถานศึกษาหลากหลายจะพบปัญหามากกว่า มีเวลาเตรียมการสอนมากกว่าโดยมีผลตอบแทนที่สูงกว่ากันมากหลายเท่า การสอบเข้ามหาวิทยาลัย และการออกข้อสอบโดยอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ไม่ได้สอนเด็ก ข้อสอบจะเน้นการแข่งขันด้านวิชาการ เนื้อหาของข้อสอบแต่ละปีจะยากขึ้นเรื่อยๆ บ่อยครั้งที่เนื้อหาข้อสอบสูงกว่าหลักสูตรที่เรียนอยู่ อีกทั้งคุณภาพของครู และการเรียนการสอนที่แตกต่างกันในแต่ละโรงเรียน ทำให้เด็กรวมทั้งผู้ปกครองเกิดความวิตกว่าจะเสียเปรียบ จึงพยายามที่จะช่วยตัวเองและลูกหลานด้วยการเรียนกวดวิชา แม้เด็กที่เก่งอยู่แล้วหรือเด็กที่อยู่ในโรงเรียนที่มีคุณภาพระดับต้นๆของประเทศไทยก็ยังมีไม่มั่นใจถ้าไม่ได้ไปเรียนกวดวิชา รวมถึงคำนิยมในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันที่มีชื่อเสียง ทำให้มีการแข่งขันในระบบการศึกษาสูง ผู้มีโอกาสมิฉะนั้นจึงนิยมเรียนกวดวิชา เพราะเห็นว่าการเรียนกวดวิชาจะสร้างความมั่นใจให้สามารถเข้าเรียนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้ (กลุ่มประเมินผล 2, 2545, 22) ดังนั้นผู้ปกครองจึงต้องตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนพิเศษหรือกวดวิชา ทำให้โรงเรียนกวดวิชาขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น มีการพัฒนาการเรียนการสอนให้แตกต่างกันออกไป

การกวดวิชาเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่จะให้นักเรียนอ่อนหรือเรียนไม่เข้าใจในห้องเรียนสามารถนำไปถามครูผู้สอนพิเศษนอกห้องเรียนได้ด้วย ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการเรียนกวดวิชาคือ 1) ต้องการให้ผลการเรียนดีขึ้น ยังมีการใช้ GPA ร้อยละสูงขึ้น ยิ่งต้องกวดวิชามากขึ้น ผลการเรียนจะได้ดี

ขึ้น เพราะเป็นการเตรียมตัวล่วงหน้า ทำให้เข้าใจง่าย
ขึ้น และค่า GPA ก็จะดีขึ้นด้วย 2) เชื่อว่าเรียนกวด
วิชาช่วยในการ สอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย
โดยเฉพาะวิชาหลักที่คะแนนมีความแตกต่างสูง เช่น
คณิตศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี ภาษาอังกฤษ 3) เพื่อให้ได้
เทคนิคการทำข้อสอบ ได้พบข้อสอบแปลกใหม่ที่ไม่
เคยพบมาก่อน สามารถทำข้อสอบได้ง่ายขึ้น แม่นยำ
ขึ้น ใช้เวลาน้อยลง

การเรียนพิเศษ เรียนเสริม เรียนซ่อม เรียน
เร่งรัด เป็นสิ่งที่สังคมไทยมีมานาน เพื่อเป็นการ
ช่วยเหลือเด็กที่เรียนอ่อน หรือเพื่อเรียนให้ทันเพื่อน
ต่อมาเกิดการเก็บค่าเรียน กลายเป็นการเรียนแบบธุรกิจ
การค้า มีการจัดหลักสูตรแบ่งเป็นรายวิชา จึงเปลี่ยน
การเรียกเป็น “กวดวิชา” จุดมุ่งหมายในการเรียนเริ่ม
เปลี่ยนไป ไม่ใช่เฉพาะเด็กที่เรียนอ่อนเท่านั้น แต่เด็ก
ทุกคนที่เรียนกวดวิชาต้องการเรียนให้เก่งขึ้น เรียน
เก่งกว่าคนอื่นในวิชา โดยเฉพาะเมื่อต้องมีการสอบ
คัดเลือก ก็จะเลือกเรียนกวดวิชาที่ตัวเองคิดว่าขาด
หรือไม่เก่งพอ

การกวดวิชาไม่ใช่พบแต่ในประเทศไทย แต่พบได้
หลายประเทศทั้งในทวีปเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี จีน
อินโดนีเซีย พม่า ในทวีป ออฟริกา ยุโรป ตะวันออก
และอเมริกากลางผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาระบุ
ตรงกันว่า การเรียนกวดวิชาจะพบในกลุ่มประเทศที่
คุณภาพของโรงเรียนและมหาวิทยาลัยไม่ทัดเทียมกัน
เด็กนักเรียนมีความจำเป็นในการแข่งขันเพื่อเข้าเรียน
โรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพ แต่รับ
นักเรียนได้จำกัด โดยมีความหวังว่าจะมีโอกาสและ
อนาคตที่ดีกว่าคนอื่น

การเรียนกวดวิชาในประเทศไทยมีมาตั้งแต่
เมื่อไรไม่เคยมีคนเขียนไว้แต่ประมาณว่ามีมาไม่น้อย

กว่า40 ปี มีหลายระดับชั้นที่มีการสอบแข่งขันเข้า
โรงเรียนของรัฐ และระดับมหาวิทยาลัย เช่น ชั้น
ประถมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่
4 และมหาวิทยาลัย แต่ระดับชั้นที่มีการกวดวิชา
หนาแน่นที่สุดคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
ประมาณกันว่ามีเด็กนักเรียนประมาณร้อยละ 30 หรือ
ประมาณ 330,000 คน/ปี โดยภาพรวมแล้วการเลือก
เรียนกวดวิชานั้น ได้ดอกงำและย่นยันปัญหา
การศึกษาของไทยที่มีปัญหามาเป็นเวลายาวนาน คือ
เน้นการเรียนการสอนที่ตัดสินด้วยระบบการสอบสูง
มีการแข่งขันมาก และการเรียนการสอนในโรงเรียน
ยังเป็นปัญหา

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ
ศึกษาว่าแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีเป็น
อย่างไร ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อ
แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีแตกต่าง
หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน
พัฒนาการจัดการศึกษาและแก้ไขปัญหาในการ
จัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง
ต่อไป

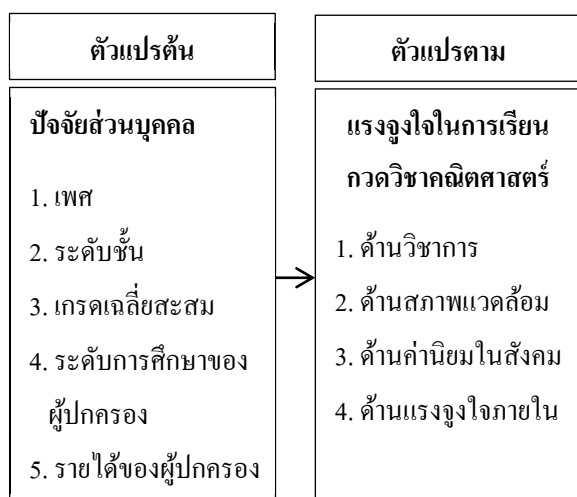
2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ
แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

3. สมมติฐานการวิจัย

นักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของผู้ปกครองต่างกัน มีแรงจูงใจในการเรียน กวดวิชาคณิตศาสตร์ แตกต่างกัน

4. กรอบแนวคิด



5. วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 39,134 คน (ข้อมูลจาก สพม.4)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 396 คน ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling)

ขั้นที่ 1 สุ่มระดับอำเภอ ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้จำนวน 3 อำเภอคือ

อำเภอเมือง อำเภอธัญบุรีและอำเภอลองหลวง

ขั้นที่ 2 สุ่มระดับโรงเรียน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้จำนวน 5 โรงเรียน

คือ โรงเรียนปทุมวิไล (จำนวนนักเรียนทั้งหมด 3,390 คน) โรงเรียนธัญบุรี (จำนวนนักเรียนทั้งหมด 2,848 คน) โรงเรียนธัญรัตน์ (จำนวนนักเรียนทั้งหมด 3,300 คน) โรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวง (จำนวนนักเรียนทั้งหมด 3,933 คน) และโรงเรียนสวนกุหลาบรังสิต (จำนวนนักเรียนทั้งหมด 3,439 คน)

ขั้นที่ 3 สุ่มนักเรียนด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้นักเรียนโรงเรียนปทุมวิไล จำนวน 79 คน นักเรียนโรงเรียนธัญบุรีจำนวน 67 คน นักเรียนโรงเรียนธัญรัตน์จำนวน 77 คน นักเรียนโรงเรียนธรรมศาสตร์คลองหลวงจำนวน 92 คน และนักเรียนโรงเรียนสวนกุหลาบรังสิตจำนวน 81 คน รวมทั้งหมดจำนวน 396 คน

ตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกเป็น เพศ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง และรายได้ของผู้ปกครอง

2. ตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการเรียน กวดวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านวิชาการ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านค่านิยมในสังคม และด้านแรงจูงใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม มี 2 ตอน คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี และ

แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของ
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำความรู้ที่ได้จากข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามจากข้อ 2 เสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่า IOC ได้ค่า $IOC = 1.00$ ทุกข้อ
4. นำแบบสอบถามจากข้อ 3 มาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปทดลองใช้กับนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาที่มี ลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 30 คน
5. นำแบบสอบถามจากข้อ 4 มาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ สูตร α -Coefficient ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่า $\alpha = 0.903$
6. นำแบบสอบถามที่ได้จากขั้นที่ 5 มาปรับปรุง แก้ไข และนำไปใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การหา ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การ ทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบทางเดียว ดังนี้

1. ใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistic) ดังนี้

1.1 หาค่าร้อยละ (percentage) สำหรับ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูล ทัวไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 หาค่าเฉลี่ย (mean : \bar{x}) และค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : S.D.) สำหรับแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์

2. ใช้สถิติอนุมาน (inferential statistic) เพื่อ ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (t-test)

ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานด้านเพศ

2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบแรงจูงใจกับ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยสะสม การศึกษาของผู้ปกครองและรายได้ของผู้ปกครอง

2.3 การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ด้วยวิธี ของเชฟเฟ (Scheffe Method)

6. ผลการวิจัย

1. แรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาใน จังหวัดปทุมธานี โดยรวมและแต่ละด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก แรงจูงใจอันดับ แรก คือ แรงจูงใจด้านวิชาการ รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านค่านิยมในสังคมและ ด้าน แรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจอันดับสุดท้าย คือ แรงจูงใจด้านสิ่งแวดล้อม

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่มี ระดับชั้น คะแนนเฉลี่ยสะสม ระดับการศึกษาของ ผู้ปกครอง และรายได้ของผู้ปกครองแตกต่างกัน มี แรงจูงใจใน การเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามเพศ ระดับชั้น เกรดเฉลี่ยสะสม การศึกษาของผู้ปกครองและรายได้ของผู้ปกครอง รายละเอียดดังตาราง 1 ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ความถี่ และร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	146	36.87
2. หญิง	250	63.13
ระดับชั้น		
1. ม.1	51	12.88
2. ม.2	64	16.16
3. ม.3	63	15.91
4. ม.4	68	17.17
5. ม.5	48	12.12
6. ม.6	102	25.76
เกรดเฉลี่ยสะสม		
1. ต่ำกว่า 2.0	16	4.04
2. 2.00-2.49	42	10.61
3. 2.50-2.99	156	39.39
4. 3.00-3.49	111	28.03
5. 3.50 ขึ้นไป	71	17.93
การศึกษาของผู้ปกครอง		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	168	42.42
2. ปริญญาตรี	129	32.58
3. สูงกว่าปริญญาตรี	99	25.00
รายได้ของผู้ปกครอง		
1. น้อยกว่า 15,000 บาท	87	21.97
2. 15,000 - 29,999 บาท	146	36.87
3. 30,000 - 49,999 บาท	102	25.76
4. 50,000 บาท ขึ้นไป	61	15.40

จากตารางที่ 1 พบว่า

นักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.13 เรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปี

ที่ 6 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.76 มีคะแนนเฉลี่ยสะสมระหว่าง 2.50-2.99 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 39.39 และการศึกษาของผู้ปกครองส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.42 และผู้ปกครองมีรายได้ 15,000 - 29,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.87 ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการเลือกเรียนกวดวิชาทั้ง 4 ด้าน

แรงจูงใจ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
ด้านวิชาการ			
1. เรียนกวดวิชาทำให้ได้คะแนนสอบดีขึ้น	4.17	0.53	มาก
2. การเรียนกวดวิชาสามารถทำให้จดจำเนื้อหาได้แม่นยำ	4.60	0.56	มากที่สุด
3. การเรียนกวดวิชาทำให้มีความรู้ก่อนที่จะเรียนในชั้นเรียน	4.53	0.57	มากที่สุด
4. มาเรียนกวดวิชาเพราะต้องการเพิ่มเกรดเฉลี่ยสะสมให้สูงขึ้น	4.23	0.50	มาก
5. การเรียนกวดวิชาทำให้มีความรู้เหนือกว่าเพื่อนร่วมชั้นเรียน	4.03	0.49	มาก
6. เรียนกวดวิชาเพื่อให้แน่ใจในเนื้อหาวิชาต่างๆ ที่ตนเรียนหรือรู้อยู่	3.97	0.56	มาก
7. การเรียนกวดวิชาช่วยแก้ไขข้อบกพร่องในการเรียน	4.56	0.63	มากที่สุด
8. การเรียนกวดวิชาสามารถทำให้เรียนในหลักสูตรที่สูงกว่าได้ง่าย	3.87	0.63	มาก
9. เรียนกวดวิชาเพราะเรียนที่โรงเรียนไม่เข้าใจ	4.10	0.40	มาก
10. อาจารย์ผู้สอนเป็นบุคคล	4.57	0.73	มากที่สุด

ที่มีชื่อเสียง			
รวม	4.26	0.28	มาก

รวม	3.99	0.58	มาก
-----	------	------	-----

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
แรงจูงใจในการเลือกเรียนกวดวิชาทั้ง 4 ด้าน

แรงจูงใจ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
ด้านสภาพแวดล้อมใน การเรียนกวดวิชา			
11. โรงเรียนกวดวิชาอยู่ใกล้ ที่พักอาศัย	4.01	0.59	มาก
12. โรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ ในศูนย์การค้า	3.90	0.74	มาก
13. โรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ ในแหล่งชุมชน เดินทาง สะดวก	4.05	0.49	มาก
14. ห้องเรียนมีความสะอาด และแสงสว่างเหมาะสมกับ การเรียน	3.98	0.45	มาก
15. โรงเรียนกวดวิชา มี อุปกรณ์การสอนที่ทันสมัย	3.93	0.74	มาก
รวม	3.98	0.38	มาก
ด้านค่านิยมในสังคม			
16. เรียนกวดวิชาเพราะ ต้องการเข้าศึกษาใน สถาบันที่มีชื่อเสียงของรัฐ	4.13	0.51	มาก
17. คิดว่าการเรียนกวดวิชา ทำให้มีอนาคตที่ดี	4.15	0.63	มาก
18. การเรียนกวดวิชาทำให้ เป็นคนทันสมัย	3.93	0.69	มาก
19. การเรียนกวดวิชาทำให้ เรียนเก่งเป็นที่ยอมรับของ เพื่อนร่วมชั้น	4.03	0.67	มาก
20. เรียนกวดวิชาตาม แฟชั่นเพราะใครๆก็เรียน กัน	3.73	0.98	มาก

แรงจูงใจ	\bar{x}	S.D.	ความหมาย
ด้านปัจจัยภายใน			
21. ข้าพเจ้ามีความเคร่งเครียด และจริงจังต่อความสำเร็จใน การเรียนกวดวิชา	4.07	0.74	มาก
22. การได้ใช้เวลาหลายๆ ใน การเรียนกวดวิชาเป็นสิ่งที่ ข้าพเจ้าปรารถนาอย่างยิ่ง	3.93	0.74	มาก
23. ข้าพเจ้าจะพยายามให้ได้ เรียนกวดวิชาถึงแม้ว่าจะต้อง ไปเข้าคิวสมัครเป็นเวลานานๆ	4.00	0.69	มาก
24. ข้าพเจ้าจะมั่นใจมากเมื่อได้ เรียนกวดวิชามากกว่าเพื่อน ร่วมชั้น	4.05	0.52	มาก
25. ข้าพเจ้าขยันไปเรียนกวด วิชาถึงแม้ว่าการจราจรจะติดขัด สักเพียงใด	4.00	0.59	มาก
26. แม้ผู้ปกครองไม่สนับสนุน ข้าพเจ้าก็จะหาทางไปเรียนกวด วิชาให้ได้ด้วยตนเอง	4.03	0.72	มาก
27. ข้าพเจ้าจะพยายามทุ่มเท เวลาให้มากขึ้นสำหรับการ เรียนกวดวิชา	4.00	0.59	มาก
28. ถ้าข้าพเจ้าเรียนกวดวิชาไม่ เข้าใจก็จะพยายามทำความเข้าใจ ให้ได้ในโอกาสต่อไป	3.99	0.72	มาก
29. ข้าพเจ้ามีจิตใจจดจ่อกับการ เรียนกวดวิชา มาก ใครมาชวน ไปทำกิจกรรมอื่นๆ ก็ไม่สนใจ	3.87	0.82	มาก
30. ข้าพเจ้าไม่เคยหนีเรียนเลย เมื่อไปเรียนกวดวิชา	4.00	0.83	มาก
รวม	3.99	0.54	มาก

สรุปโดยรวม	4.01	0.34	มาก
------------	------	------	-----

จากตารางที่ 2 พบว่าแรงงูใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01, S.D. = 0.34$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านวิชาการมีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26, S.D. = 0.28$) โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือการเรียนกวดวิชาสามารถทำให้จดจำเนื้อหาแม้ยามมีแรงงูใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60, S.D. = 0.56$) อันดับสองคืออาจารย์ผู้สอนเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง มีแรงงูใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.56, S.D. = 0.63$) และอันดับสุดท้ายคือการเรียนกวดวิชาสามารถทำให้เรียนในหลักสูตรที่สูงกว่าได้ง่าย มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87, S.D. = 0.63$)

ด้านสภาพแวดล้อมในการเรียนกวดวิชา มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98, S.D. = 0.38$) โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือโรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเดินทางสะดวก มีแรงงูใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.05, S.D. = 0.49$) อันดับสองคือโรงเรียนกวดวิชา อยู่ใกล้ที่พักอาศัย มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01, S.D. = 0.59$) และอันดับสุดท้ายคือโรงเรียนกวดวิชาตั้งอยู่ในศูนย์การค้า มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90, S.D. = 0.74$)

ด้านค่านิยมในสังคมมีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99, S.D. = 0.58$) โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือการเรียนกวดวิชาทำให้มีอนาคตที่ดี มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15, S.D. = 0.63$) อันดับสองคือเรียนกวดวิชา เพราะต้องการเข้าศึกษาในสถาบันที่มีชื่อเสียงของรัฐ มีแรงงูใจอยู่ในระดับ

มาก ($\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.51$) และอันดับสุดท้ายคือเรียนกวดวิชาตามแฟชั่นเพราะใครๆ ก็เรียนกัน มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73, S.D. = 0.98$)

ด้านปัจจัยภายในมีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99, S.D. = 0.54$) โดยข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือข้าพเจ้ามีความเคร่งเครียดและจริงจังต่อความสำเร็จในการเรียนกวดวิชา มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07, S.D. = 0.74$) อันดับสองคือข้าพเจ้าจะมั่นใจมากเมื่อได้เรียนกวดวิชามากกว่าเพื่อนร่วมชั้น มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05, S.D. = 0.52$) และอันดับสุดท้ายคือข้าพเจ้ามีจิตใจจดจ่อกับการเรียนกวดวิชามาก ใครมาชวนไปทำกิจกรรมอื่นๆ ก็ไม่สนใจ มีแรงงูใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87, S.D. = 0.82$)

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. นักเรียนที่มีเพศต่างกันจะมีแรงงูใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน
2. นักเรียนที่อยู่ในระดับชั้นที่แตกต่างกันจะมีแรงงูใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันในด้านวิชาการและด้านค่านิยมในสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ .05
3. นักเรียนที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมต่างกันจะมีแรงงูใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันในด้านวิชาการ ด้านสภาพแวดล้อม และด้านค่านิยมในสังคม ที่ระดับนัยสำคัญ .05
4. ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกันมีอิทธิพลให้นักเรียนมีแรงงูใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันในด้านวิชาการและด้านปัจจัยภายใน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5. ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีอิทธิพลให้นักเรียนมีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันในด้านปัจจัยภายใน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

7. สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่มี ระดับชั้นแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ บุษกร ไวพจน์ (2547 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สาย วิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร และพบว่า นักเรียนที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน

2. จากผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ บุษกร ไวพจน์ (2547 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจเรียน กวดวิชาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอน ปลาย สาย วิทยาศาสตร์ ใน กรุงเทพมหานคร และพบว่า นักเรียนที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (GPA) แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเรียนกวดวิชาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. จากผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่มีระดับ การศึกษาของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ มานพ พัฒนไพบูลย์ที่

ได้ศึกษาส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกโรงเรียน กวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในย่านสยามสแควร์ และพบว่าผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเลือก โรงเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน

4. จากผลการวิจัยพบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานีที่มีรายได้ ของผู้ปกครองแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเรียนกวดวิชาคณิตศาสตร์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ กรวีร์ พิงพุ่ม (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษ เอกชนของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือกเรียนกวดวิชาแตกต่างกัน

8. ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาผลของการเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี

9. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่ให้การสนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรวีร์ พึ่งพุ่ม. (2546). ส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในย่านสยามสแควร์. ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กลุ่มประเมินผล 2. (2545).สรุปการสัมมนาเรื่อง กวดวิชา:วิกฤตที่สะท้อนความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา. มปท.
- กาญจนา ภูมมา. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกษตรชัยและหิม. (2550). องค์ประกอบในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน โรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามในสามจังหวัดชายแดน ภาคใต้. วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 13, 3: 435-453
- บุษกร ไหวพจน์. (2547). การตัดสินใจเรียนกวดวิชาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์มหา บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- มานพ พัฒนไพบลอย. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนใน โรงเรียน

สอนภาษาอังกฤษเอกชนของผู้ปกครองใน

เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัย รามคาแหง.



THE FAR EASTERN UNIVERSITY

120, Mahidol Road, Muang, Chiang Mai, Thailand, 50100