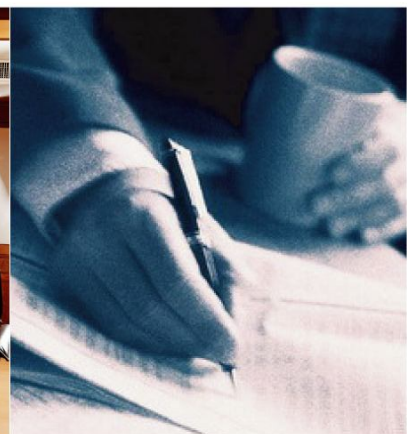




## การประชุมวิชาการระดับชาติ เภยงมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2

เรื่อง การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน  
Knowledge Integration to Sustainable Development  
วันที่ 29 พฤษภาคม 2555

บทความวิจัย เล่มที่ 4  
บทความด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ส่วนที่ 2)



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต



## คำกล่าวเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2

### เรื่อง การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

Knowledge Integration to Sustainable Development

โดย ดร.ประเสริฐ ประวัตีรุ่งเรือง อธิการบดี มหาวิทยาลัยธนบุรี

ณ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร เขตรังสิต

วันที่ 29 พฤษภาคม 2555

ท่านรองเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา อธิการบดี ผู้บริหาร คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และท่านผู้มีเกียรติทุกท่านที่เคารพ

ในนามของมหาวิทยาลัยธนบุรี ขอต้อนรับทุกท่านที่เคารพด้วยความยินดี ที่ท่านให้เกียรติเข้าร่วมงานประชุมวิชาการในวันนี้ และโดยส่วนตัวกระผมมีความยินดีที่ได้รับเกียรติมากกล่าวเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2 ในวันนี้ ในหัวเรื่อง “การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Knowledge Integration to Sustainable Development)” การจัดการประชุมวิชาการนี้เกิดจากความร่วมมือของเครือข่ายเบญจมิตร นับได้ว่าเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ และช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิจัย และนิสิตนักศึกษาได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ และได้แลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ในปัจจุบันนี้ การวิจัยเป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาของสังคมและประเทศชาติของเราเป็นอย่างมาก ประเทศอุตสาหกรรมที่เจริญแล้ว มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา เป็นเงินจำนวนมาก และสามารถนำผลงานวิจัยไปพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของเขาได้เจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็ว ประเทศไทยควรให้ความสำคัญต่อการลงทุนและพัฒนากิจการวิจัยในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ผลงานวิจัยควรนำไปเผยแพร่และพัฒนาต่อยอดให้ประโยชน์ต่อสังคม และเกิดการการพัฒนาที่ยั่งยืน

การวิจัยที่ดีควรมีการบูรณาการและผสมผสานศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดคุณค่าต่องานวิจัยอย่างแท้จริง และสามารถนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ได้จริงจิงในทางปฏิบัติ จากความสำคัญข้อนี้ โดยกลุ่มเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ ได้เห็นพ้องต้องกัน ที่จะให้เกิดเวทีในการนำเสนอผลงานวิจัยและเพื่อให้ศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ได้นำผลการวิจัยไปพัฒนาต่อยอดเพื่อบูรณาการความรู้ รวมทั้งให้เกิดการพัฒนาประเทศต่อไป หากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยทุกแห่งมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาการวิจัย จะทำให้สถาบันอุดมศึกษาของไทย เกิดความเข้มแข็งด้านวิชาการ สามารถที่จะแข่งขันกับสถาบันการศึกษาของต่างประเทศได้อย่างมีคุณภาพ เมื่อมีการเปิดเสรีของประชาคมอาเซียนในปีพ.ศ. 2558

บัดนี้ ถึงเวลาอันสมควรแล้ว กระผมขอเปิดประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง “การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” ประจำปีการศึกษา 2554 ณ บัดนี้ และขออำนวยการให้ท่านทั้งหลายจงประสบแต่ความสุข ความเจริญในชีวิตตลอดไป และขอให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติในครั้งนี้ สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการ



คำกล่าวรายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2  
เรื่อง การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน  
Knowledge Integration to Sustainable Development  
ณ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร วิทยาเขตรังสิต  
วันที่ 29 พฤษภาคม 2555

กราบเรียนท่านประธานที่เคารพ

ข้าพเจ้า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายพิเศษสัมพันธ์ และคณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร ในนามของคณะกรรมการจัดงาน ขอกราบขอบพระคุณท่านอธิการบดี ดร.ประเสริฐ ประวัตีรุ่งเรือง เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธีเปิดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 เรื่อง “การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Knowledge Integration to Sustainable Development)” ในวันนี้ การจัดประชุมวิชาการในครั้งนี้ เกิดจากความร่วมมือของ 6 สถาบันอุดมศึกษาในนาม “เครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ” อันประกอบด้วย มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาลักษณ์ กรุงเทพมหานคร วิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยพาร์อิสเทิร์น เนื่องจากสถาบันอุดมศึกษาในเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการนั้น มีความตระหนักถึงการวิจัยเพื่อพัฒนาและสร้างเสริมปัญญาโดยบูรณาการศาสตร์ต่างๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งผลงานวิจัยในศาสตร์เหล่านี้จะเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย และจะถูกนำไปใช้เพื่อในการพัฒนาประเทศอย่างสมดุลและยั่งยืน

การจัดประชุมวิชาการในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อเป็นเวทีสำคัญให้แก่นักวิชาการทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน รวมทั้งนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาได้มีโอกาสเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความวิทยานิพนธ์
2. เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเป็นซึ่งกันและกัน และสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการในหมู่นักวิชาการและนักวิจัย
3. เพื่อเป็นการส่งเสริมความร่วมมือของเครือข่ายวิชาการเบญจมิตร ในการพัฒนาความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัยในด้านวิจัยและด้านวิชาการ

ในการจัดประชุมวิชาการระดับชาติครั้งนี้ ได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน จึงทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีนักวิจัย นักวิชาการ จากหลายสถาบันอุดมศึกษา และจากหน่วยงานทั่วประเทศเข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยรวมทั้งสิ้น 222 เรื่อง จาก 27 สถาบัน

บัดนี้ ได้เวลาอันเป็นมงคลฤกษ์แล้ว ขอกราบเรียนเชิญท่านประธานกล่าวเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง “การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” ประจำปีการศึกษา 2554 ขอกราบเรียนเชิญครับ



## สารอธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

การศึกษา นับเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ การศึกษาจะช่วยให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาไปได้มากเพียงใด สิ่งที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือ การวิจัย ปัจจุบันนี้ทุกสถาบันการศึกษาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการวิจัย โดยส่งเสริมให้คณาจารย์และนักศึกษาได้ทำงานวิจัย และเพื่อให้เกิดการบูรณาการความรู้ รวมทั้งผลการวิจัยนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทางสถาบันการศึกษาในเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาลัยราชพฤกษ์ และมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น จึงได้จัดการประชุมวิชาการระดับชาติเบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2 ขึ้น ในวันอังคารที่ 29 พฤษภาคม 2555 ภายใต้หัวข้อเรื่อง “การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Knowledge Integration to Sustainable Development)” ที่ห้องประชุมสี่ตลบงกช มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต โดยมุ่งหวังให้คณาจารย์ นักศึกษา และนักวิจัยจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้มีโอกาสได้นำเสนอเผยแพร่ผลงานวิจัย ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อสถาบันการศึกษาและประเทศชาติต่อไป รวมทั้งเป็นการยกระดับคุณภาพงานวิจัยให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติอีกทางหนึ่งด้วย

ท้ายนี้ ขอขอบคุณคณะกรรมการดำเนินงานการจัดงาน คณะกรรมการประเมินบทความ ผู้บริหาร คณาจารย์ ผู้นำเสนอบทความ และผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่าน ที่ทำให้การประชุมครั้งนี้ดำเนินการไปด้วยความเรียบร้อย และขออวยพรให้การจัดการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งนี้ ประสบความสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการ

(ดร.ประเสริฐ ประเวติรุ่งเรือง)

อธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ



<p style="text-align: center;"><b>คณะกรรมการดำเนินการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ เภษัชมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2</b>  <b>วันที่ 29 พฤษภาคม 2555</b>  <b>มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต</b></p>		
ลำดับ	รายชื่อคณะกรรมการจัดงาน	บทบาทหน้าที่
1	อธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	ที่ปรึกษา
2	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ	ที่ปรึกษา
3	ศ.ดร.จรินทร์ ธานีรัตน์	ที่ปรึกษา
4	ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	ประธานกรรมการ
5	รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต	รองประธานกรรมการ
6	รศ.ดร.ทองฟู ศิริวงศ์	กรรมการ
7	รศ.ดร.วิรัช วรณรัตน์	กรรมการ
8	รศ.ดร.ชาติชาย พถมานานนท์	กรรมการ
9	ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสม	กรรมการ
10	ผศ.ดร.ทองดี ชีวฤกษ์	กรรมการ
11	ดร.อุไรรัตน์ แยมชุตติ	กรรมการ
12	ดร.อนุพงษ์ อินฟ้าแสง	กรรมการ
13	ดร.วันนิวัติ ปันสูงวงศ์	กรรมการ
14	ผศ.สุรเดช บุญลือ	กรรมการ
15	อาจารย์เรณู จันทะวงศา	กรรมการ
16	อาจารย์บริสุทธิ์ พึ่งผดุง	กรรมการ
17	อาจารย์ศรันย์ นาคถนอม	กรรมการ
18	อาจารย์ปณิตนันท์ ปานพลอย	กรรมการ
19	อาจารย์सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล	เลขานุการ
20	อาจารย์วิยะดา วรนนท์วณิช	ผู้ช่วยเลขานุการ



คณะกรรมการประเมินให้ข้อเสนอแนะบทความ (Peer review)			
ลำดับ	รายชื่อคณะกรรมการ (Peer review)	สังกัด	ความเชี่ยวชาญ
1	ศ. ดร. จงจิตร ธีรฤดลภ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	เทคโนโลยีพลังงาน
2	รศ. ดร. ศรีสักดิ์ สุนทรไชย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	สาธารณสุข
3	รศ. ดร. บุญทิพย์ สิริรังศรี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	การพยาบาล
4	รศ. ดร. สุวัจน์ ธีรอรุส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตตรัง	การประมง
5	รศ. ดร. สมบัติ ทีฆทรัพย์	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย	วิศวกรรมเครื่องกล
6	ผศ.ดร. ถวัลย์ เนียมทรัพย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ
7	ดร.ดนัย ลิลสวัสดิ์รัตนากุล	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	การบริหารจัดการและเทคโนโลยี
8	ดร. วิชรพงษ์ พินิตราวง	มหาวิทยาลัยทักษิณ	บริหารธุรกิจ, รัฐประศาสนศาสตร์
9	ผศ.ดร. ทรงพร หาญสันติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	เศรษฐศาสตร์
10	ดร. วินัย ไจกล้ำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	วิศวกรรมไฟฟ้า
11	ดร. สมภพ รอดอัมพร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	วิศวกรรม
12	รศ. ดร. ไกร โพธิ์งาม	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	เศรษฐศาสตร์
13	ผศ. รสตา เวชภูพานธุ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	เศรษฐศาสตร์
14	ผศ. ดร. ปุเมศ วัลลิกุล	สถาบันพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	วิศวกรรมเครื่องกล
15	รศ.ดร.ปิยะบุตร วานิชพงษ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	Membrane Technology
16	ผศ.ดาบทิพย์ ไกรพรศักดิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	การจัดการ
17	รศ. ดร. วรณวดี ชัยชาญกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	ภาษาศาสตร์ (ภาษาอังกฤษ)
18	ดร. วันนิวัต บันสูงวงศ์	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น เชียงใหม่	การจัดการ
19	ผศ.ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม	มหาวิทยาลัยเกริก	เพศภาวะ (gender) สังคมสงเคราะห์
20	ผศ.ดร.ทิพย์วัลย์ สุรินยา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	จิตวิทยาชุมชน
21	ผศ.ดร.สิทธิพันธ์ ท่อแก้ว	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	วิศวกรรมเคมี วัสดุ สิ่งแวดล้อม
22	รศ.ดร. ไพศาล นายล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	วิศวกรรมศาสตร์
23	รศ. ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์	มหาวิทยาลัยมหิดล	คณิตศาสตร์
24	รศ. มัลลิกา มัสอูดี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช	ประวัติศาสตร์
25	รศ.ผ่องพรรณ รัตนธนาวันต์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก	การสอนคณิตศาสตร์
26	ผศ. ณัฏธรงค์ จตุรัส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	เทคโนโลยีสารสนเทศ
27	ผศ. มาลี จตุรัส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	การบัญชี
28	ผศ. ดร. บัลดังก์ เนียมมณี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	วิศวกรรมไฟฟ้า
29	ดร.สมมาส แก้วล้วน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
30	ผศ.ดร. ผกาพันธ์ ภูมิจิตร	มหาวิทยาลัยเกริก	การจัดหลักสูตรและการสอน
31	รศ.ดร.ธนาคม สุนทรชัยนา?ค	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	วิศวกรรมเครื่องกล
32	ผศ. ดร. กัณวรัช พลุประจักษ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	วิศวกรรมเครื่องกล
33	ผศ. พินิจ เทพสาธร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	Control Theory Instrument
34	ผศ.ดร. มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	บริหารธุรกิจ
35	รศ. พรรณพิมล ก้านนก	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	บริหารธุรกิจ
36	ผศ. พรรณราย แสงวิเชียร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	บริหารธุรกิจ



คณะกรรมการประเมินให้ข้อเสนอแนะบทความ (Peer review)			
ลำดับ	รายชื่อคณะกรรมการ (Peer review)	สังกัด	ความเชี่ยวชาญ
37	รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	มหาวิทยาลัยเกริก	บริหารธุรกิจ
38	รศ.วิรัช สวงวงค์วาน	มหาวิทยาลัยจามคำแหง	บริหารธุรกิจทางเศรษฐศาสตร์
39	รศ.วสันต์ กันอ่ำ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	การพัฒนาซอฟต์แวร์
40	ผศ. ดร. ปรัชญนันท์ นิลสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	เทคโนโลยีสารสนเทศ
41	ผศ.ดร. เสาวลักษณ์ ชายทวีป	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	สิทธิมนุษยชน
42	ผศ. สมชัย อภิรัตน์พิมลชัย	มหาวิทยาลัย ธนบุรี	การตลาด, การจัดการ
43	ดร.มงคล กลิ่นกระจาย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	Software Engineering
44	ผศ.ภัทรชัย ลลิตใจวงศ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ลาดกระบัง	Software Development
45	พ.อ.ดร. เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ	สำนักงาน กสทช.	โทรคมนาคม
46	ดร.ไพศาล ตระกูลสุข	บริษัทการบินไทย	เทคโนโลยีสารสนเทศ
47	รศ.ดร.จันทรีบุรณ์ สถิตวิริยวงศ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ลาดกระบัง	เทคโนโลยีสารสนเทศ
48	ดร.รัฐการ อภิวัฒน์วาจา	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ลาดกระบัง	เทคโนโลยีสารสนเทศ
49	ดร.อภิรักษ์ ปรีชญสมบุรณ์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ลาดกระบัง	เทคโนโลยีสารสนเทศ
50	ดร.ราชันย์ เหล็กกล้า	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	เทคโนโลยีสารสนเทศ
51	ผศ.ดร.สุพจน์ นิตยสุวัฒน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	เทคโนโลยีสารสนเทศ
52	รศ.ดร.สัลยุทธ์ สว่างวรรณ	โรงเรียนนายเรืออากาศ	เทคโนโลยีสารสนเทศ
53	ผศ.สุรเดช บุญเลิศ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	เทคโนโลยีสารสนเทศ
54	ดร.เฉลิมชัย วิโรจน์วรรณ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	เทคโนโลยีสารสนเทศ
55	ดร.วิระ สุภะ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	นิเทศศาสตร์
56	ผศ.สำราญ ทองเล็ก	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	บริหารธุรกิจ
57	ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	การจัดการ
58	รศ.ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	การศึกษา
59	ผศ.ดร.สุนันท์ ศลโกสม	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	การศึกษา
60	ดร. ธนายุส ธนธิตี	มหาวิทยาลัยมหิดล	การศึกษา
61	รศ.ดร. ฉัตรสุมล พฤทธิบุญ	มหาวิทยาลัยมหิดล	สาธารณสุขศาสตร์
62	ดร. สิงหนาท น้อมเนียน	มหาวิทยาลัยมหิดล	ภาษาศาสตร์ (ภาษาอังกฤษ)
63	รศ.สุวรรณมา สมบุญสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการศึกษา
64	ดร.ณัฐสรณ์ ลีศิริเสริญ	โรงเรียนกรุงเทพบริหารธุรกิจ	การศึกษา
65	ดร.พงษ์ชัย ดำรงใจน์วัฒนา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ชีววิทยา
66	ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ครุศาสตร์
67	ผศ. ดร.วัลยา ชูประดิษฐ์	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก	การบริหารการพัฒนา, การศึกษา
68	ดร. รุ่งระวี สมะวรรณนะ	โรงเรียนวินิต	หลักสูตรและการสอน
69	ศ.ดร. เดวิด บรรเจิดพงศ์ชัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	วิศวกรรมไฟฟ้า
70	ผศ.ดร.พลุ แก้วปลั่ง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	วิศวกรรมไฟฟ้า
71	ผศ.ดร. จิตตรา เพ็ญเขียว	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	จุลชีววิทยา
72	ดร.ศิริเชษฐ์ สังขะมาน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	วิจัยสังคม



คณะกรรมการประเมินให้ข้อเสนอแนะบทความ (Peer review)			
ลำดับ	รายชื่อคณะกรรมการ (Peer review)	สังกัด	ความเชี่ยวชาญ
73	ดร. เพ็ญจันทร์ ประดับมุข เซอร์เรอร์	มหาวิทยาลัยมหิดล	สังคมศาสตร์
74	ดร. กนกอร หัสโรค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	วิศวกรรมเคมี
75	ดร. ภัทราวดี มากมี	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย	การศึกษา
76	ดร. อุไรรัตน์ แยมชุตติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี	การศึกษา
77	ดร. อนุพงษ์ อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยธนบุรี	บริหารธุรกิจ
78	รศ.ดร. สมชัย ศิริสมบุญวัฒน์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	นิติศาสตร์
79	รศ. ประเทือง ธนัยผล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	นิติศาสตร์
80	ดร. อรุณญา กัลยาสิริ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	วิศวกรรมคอมพิวเตอร์
81	ดร.ดวง บงกชเกตุสกุล	มหาวิทยาลัยธนบุรี	Computer Eng. and Computer Sci.
82	รศ.ดร. สุธรรม นันทมงคลชัย	มหาวิทยาลัยมหิดล	ระเบียบวิธีวิจัย/สุขภาพผู้สูงอายุ
83	รศ.ดร. สิริพร ทิพย์คง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	คณิตศาสตร์ศึกษา
84	รศ.ดร. พรรณี บัวเล็ก	มหาวิทยาลัยเกริก	ประวัติศาสตร์
85	รศ.ดร. ทองฟู ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	บริหารธุรกิจ
86	รศ. สาโรจน์ โอพิทักษ์ชินวิน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	บริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์
87	รศ.ดร. สมศักดิ์ สามัคคีธรรม	โครงการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์	รัฐศาสตร์ และสังคมวิทยา
88	ผศ.ดร. พิพัฒน์ นนทนาธรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	บริหารธุรกิจ
89	ดร.จินตนาญ ไพรสนต์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	Industrial Engineering
90	ผศ.ดร. ประพันธ์ ชัยกิจอุไรใจ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	Management
91	รศ.อรสา อร่ามรัตน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	การบัญชี
92	ดร.เทพชัย ทรัพย์นิธิ	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ	Electronic and Computer Eng.
93	ดร.อุษณี มงคลพิทักษ์สุข	มหาวิทยาลัยเกริก	ปรัชญา การเมืองการปกครอง
94	รศ.ดร.วิรัช วรณรัตน์	วิทยาลัยราชพฤกษ์	การอุดมศึกษา การวัดผลการศึกษา
95	รศ.ดร.ชาติชาย พนมมานนท์	วิทยาลัยราชพฤกษ์	บริหารธุรกิจ และประวัติศาสตร์
96	รศ.ดร. ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	วิทยาลัยราชพฤกษ์	สถิติวิจัย การศึกษา บริหารการศึกษา
97	รศ.ดร. ชุตินา วัฒนศิริ	วิทยาลัยราชพฤกษ์	หลักสูตรและการสอน สิ่งแวดล้อม
98	รศ.ดร. ทิพย์ศิริ กาญจนวาสี	วิทยาลัยราชพฤกษ์	สาธารณสุขศาสตร์ สิ่งแวดล้อม
99	ผศ.ดร. วิวัฒน์ กิตติพิชัย	มหาวิทยาลัยมหิดล	สาธารณสุขศาสตร์ สิ่งแวดล้อม
100	รศ.ดร. ประชุม รอดประเสริฐ	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	เทคโนโลยีการศึกษา
101	ดร.ณรงค์ พิมพ์สาร	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	เทคโนโลยีการศึกษา
102	ผศ.ดร. กอบชัย ภัทรกุลวณิชย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	จุลชีววิทยา
103	ผศ. นฤทัย โลหะศิริวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	วิศวกรรมความปลอดภัย
104	ดร. นิพา ศรีระมย์	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	การบริหาร, ทรัพยากรมนุษย์
105	รศ.ดร. สิริพร ทิพย์คง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	คณิตศาสตร์ศึกษา
106	ผศ.ดร. กอบชัย ภัทรกุลวณิชย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	จุลชีววิทยา
107	ดร.สุดาพร สวาม่วง	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย	การตลาด





กำหนดการประชุมวิชาการระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2  
เรื่อง การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน  
Knowledge Integration to Sustainable Development  
วันที่ 29 พฤษภาคม 2555  
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต

\*\*\*\*\*

วันอังคารที่ 29 พฤษภาคม 2555

- 08.00 – 08.30 น. ลงทะเบียน
- 08.30 – 09.00 น. พิธีเปิดการประชุมวิชาการระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 2  
กล่าวรายงานโดยประธานคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุม  
กล่าวเปิดการประชุมโดยอธิการบดี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
- 09.00 – 10.00 น. บรรยายพิเศษ เรื่อง “การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน”  
โดย รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ กำจร ตติยกวี  
รองเลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- 10.00 – 10.30 น. รับประทานอาหารว่าง
- 10.30 – 12.00 น. นำเสนอผลงานวิชาการ ช่วงที่ 1
- 12.00 – 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 – 16.30 น. นำเสนอผลงานวิชาการ ช่วงที่ 2



**ประชุมวิชาการระดับชาติ ภาษามิตรวิชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 1 ห้อง 404 อาคาร 1 ชั้น 4 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: รศ.ดร.สกลยุทธ สว่างวรรณ

เลขานุการกลุ่ม: อ.กษมาวรรณ ป้อมเมือง

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjms040)	เทอร์โบ ฮีปไฟลด์ เน็ตเวิร์ค	กล้าศักดิ์ เชื้ออนนิล ปรากกร ศรีงามสร	419
10.50 – 11.10 (bjms049)	การสืบค้นรูปภาพจากการเปรียบเทียบค่าฮิสโตแกรม โดยใช้เวกเตอร์โมเดล	อนุภาค แสงสว่าง	492
11.10 – 11.30 (bjms055)	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพอัลกอริทึมระหว่างการค้นหาข้อมูลแบบไบนารีและแบบแฮชชิง	สมบูรณ์ สุภัทรกุลชัย	551
11.30 – 11.50 (bjms056)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผิดพลาดในการระบุตัวตนด้วยจังหวะในการพิมพ์	ชนินทร์ เอี่ยมสอาด	559
11.50 – 12.10 (bjms112)	เทคนิคการซ่อนรูปภาพสำหรับการตัดและการวางวัตถุบนภาพฉากหลังใหม่	ชัยพิชิต คำพิมพ์ สุชาติ รมณีราษฎร์	948
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjms073)	การเปรียบเทียบอัลกอริทึมการจัดกลุ่มข้อมูลโรคมะเร็ง	มณีกาญจน์ ก้านเหลือง พิเชษฐ์ จุลรอด	668
13.20 – 13.40 (bjms101)	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการลดขนาดตัวแปรข้อมูล สำหรับ โครงข่ายประสาทเทียม ระหว่างการสุ่มเพื่อการคัดเลือกคุณสมบัติและการวิเคราะห์ส่วนประกอบหลักในการพยากรณ์ข้อมูลโรคผิวหนัง	ปณิคนันท์ ปานพลอย พิเชษฐ์ จุลรอด	861
13.40 – 14.00 (bjms102)	การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการระบุกลิ่นความถี่วิทยุในประเทศไทย	ปิยะมาส กล้าแข็ง	810
14.00 – 14.20 (bjms103)	การศึกษาปริมาณธาตุจากเขม่าป็นที่ติดอยู่บนถุงมือภายหลังจากการยิงที่ระยะเวลาต่างกันด้วยเครื่อง SEM	กำชัย ศรีธรรม	878
14.20 – 14.40 (bjms113)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนแบบทบทวนบนระบบเครือข่าย วิชาหลักการเขียนโปรแกรม เรื่อง งานเลือกทำและงานทำซ้ำ	นรงค์ ตรีธัญญา	953
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms104)	การพัฒนาระบบการฝึกทักษะทางปัญญาของนักศึกษารายวิชา โครงสร้างข้อมูลและการจัดการแฟ้มข้อมูลผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต	พุทธินันท์ นาคสุข	887
15.10 – 15.30 (bjms804)	การออกแบบโครงรถสูตรนักศึกษาแบบสเปซเฟรมเพื่อใช้ในการแข่งขัน TSAE Auto Challenge 2011-12	อรรถพล ชัยมนัสกุล, กฤษณ์ เรืองรัศมี พงษ์ ชานนท์ ประสาททอง ประเสริฐ มูลดี พิเชษฐ ชะบาทอง อโณทัย แก้วสะอาด	764
15.30 – 15.50 (bjms805)	การวิเคราะห์ความเสี่ยงการเกิดอุบัติเหตุในกระบวนการผลิตสายพานรถจักรยานยนต์	จิรศักดิ์ ชัยสุวรรณ ปัญญา สำราญพันธ์	771
15.50 – 16.10 (bjms086)	การสร้างประสิทธิภาพชุดทดลองปฏิบัติ วิชาไมโครคอนโทรลเลอร์ด้วย PIC18F485	ประเสริฐ กมลภพ-ตระกูล สมเกียรติ คงคะชาติ	779
16.10 – 16.30 (bjms115)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอนวิชาสุขศึกษา	เจษฎ์บัณฑิต จิตต์โสภิธานนท์	976
16.30 – 16.50 (bjms096)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนวิชาภาษาอังกฤษ	จิตต์ธัญญา จำลองศุภลักษณ์	817



## ประชุมวิชาการระดับชาติ ภาควิชาวิศวกรรม

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 2 ห้อง 405 อาคาร 1 ชั้น 4 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ดร.ดวง บงกชเกตุสกุล

เลขานุการกลุ่ม: อ.อนุมาศ แสงสว่าง

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjms017)	การพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ไร้ฮาร์ดดิสก์ โดย โอเพนซอร์ส อุบลนุ	ภูมินทร์ สิงห์ลา	176
10.50 – 11.10 (bjms022)	การวิเคราะห์และออกแบบระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	ชาญวิทย์ ดวงบุปผา	230
11.10 – 11.30 (bjms024)	การพัฒนาระบบบันทึกและประมวลผลเวลาเข้าและออกงานบริษัทอุครเซ่งหลีไถ่มอเตอร์จำกัด	ณัฐพล เศรษฐ์สกุล	251
11.30 – 11.50 (bjms029)	พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารความเสี่ยงทางคลินิกและความเสี่ยงทั่วไปในโรงพยาบาลบางปะหัน	สมบูรณ์ มีใจทรง	302
11.50 – 12.10 (bjms034)	กระบวนการจัดการเรียนการสอนผ่านเว็บสำหรับมหาวิทยาลัยเอกชน โดยบูรณาการเทคโนโลยีการศึกษา เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีการถ่ายทอดวัฒนธรรม และเทคโนโลยีการจัดการธุรกิจ	บัญชา เกิดมณี	351
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjms035)	การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร โครงการผ่านระบบออนไลน์ของสำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	เฉลิมวุฒิ จันโทภาส	359
13.20 – 13.40 (bjms044)	การพัฒนาระบบสารสนเทศจัดการผลการเรียน โรงเรียนบ้านหนองลาดระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	ทวีศักดิ์ ธาตุชัย	441
13.40 – 14.00 (bjms048)	การพัฒนาระบบกองทุนหมู่บ้าน ค.บางพลีใหญ่ อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ	ปัญจรัตน์ หาญพานิช	484
14.00 – 14.20 (bjms053)	การใช้ภาษา PHP ในการพัฒนาระบบจัดการโครงการรณรงค์ส่งเสริมประชาธิปไตยของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	กษมาวรรณ ป้อมเมือง กัจฉพรรณ แสงแก้ว และชิตชนก ศรีช่วงงค์	533
14.20 – 14.40 (bjms068)	การพัฒนาระบบจัดเก็บและรายงานอุณหภูมิผู้เก็บขยะแบบออนไลน์ กรณีศึกษาสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์การแพทย์ทหาร	มณูญ นุญญะ	629
14.40 - 14.50	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms077)	การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับบริหารจัดการทรัพยากรงานโสตทัศนูปกรณ์กรณีศึกษา : สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์	รุ่งอรุณ สุไลมาน	687
15.10 – 15.30 (bjms105)	การพัฒนาต้นแบบพยากรณ์ความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ด้วยเทคนิคการพยากรณ์เชิงปริมาณ	สรวิศ เถลิ้มแสน	895
15.30 – 15.50 (bjms107)	การพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจเลือกสาขาวิชาลงทะเบียนเรียน	พัชรินทร์ ส่วยสิน	912
15.50 – 16.10 (bjms108)	การพัฒนาแม่แบบเว็บไซต์โรงเรียน ด้วยระบบจัดการเนื้อหาเว็บเพจ	ลำยอง ศรีชัย คูสิตา ปานสุวรรณ	920
16.10 – 16.30 (bjms097)	สภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรวิทยาลัยเทคนิคหนองคาย	กรรณิกา สายสิญจน์	824
16.30 – 16.50 (bjms098)	ศึกษาความต้องการ และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา	ธิชนินทร์ แจ่มจรัส	833



**ประชุมวิชาการระดับชาติ ภาษามิตรวิชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 3 ห้อง 406 อาคาร 1 ชั้น 4 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ดร.มงคล กลิ่นกระจ่าย

เลขานุการกลุ่ม: อ.ศุติตา ปานสุวรรณ

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjms023)	การศึกษายุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีอาเซี่ยน	ภมร บุตรสีศักดิ์	238
10.50 – 11.10 (bjms025)	ศึกษาสภาพการดำเนินงานและความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาของโรงเรียนด้านขุนทด	นุชจรรย์ จันทพัฒน์	261
11.10 – 11.30 (bjms026)	ศึกษาความรู้ ทักษะและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ของผู้บริหารและครู-อาจารย์วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี	นุชกร คำเปลว	275
11.30 – 11.50 (bjms030)	ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรวิทยาลัยอาชีวศึกษาสันติราษฎร์ในพระอุปถัมภ์ฯ	ภาภภูมิ พันธุ์พินามมาศ	313
11.50 – 12.10 (bjms031)	ศึกษาแนวคิดและความเห็นของนักศึกษาต่อการให้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านระบบเครือข่ายไร้สาย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง	อำภาพร มุ่นพลาย	321
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjms032)	ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคนิคเพชรบุรี	สุเทพ จันเพ็ชร	330
13.20 – 13.40 (bjms033)	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในระบบบริการผู้ป่วยของบุคลากรโรงพยาบาลกรุงเทพราชสีมา	ศุภลักษณ์ อิ่มสรรพวงค์	339
13.40 – 14.00 (bjms036)	ศึกษาสภาพและแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาจังหวัดขอนแก่นผ่านระบบเครือข่าย	ร.ศ.หญิงวรรณธิดา ชื้อจิ่ง	371
14.00 – 14.20 (bjms037)	ความรู้ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรวิทยาลัยเทคนิคหลวงพ่อกุณ ปริสุทโธ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการบริหารแบบบูรณาการผ่านระบบเครือข่าย	กฤษณะ คุณขุนทด	383
14.20 – 14.40 (bjms039)	การศึกษายุทธศาสตร์และการพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย	ชานนท์ อรรถนิตย์	408
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms045)	ศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรในวิทยาลัยเทคนิคเพชรบุรี	วรกฤต อยู่เย็น	450
15.10 – 15.30 (bjms046)	สภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาหนองคาย เขต 1	ฤตินันท์ บุญทอง	458
15.30 – 15.50 (bjms051)	ผลของการเรียนรู้ด้วยเว็บควสท์ หน่วย ปรากฏการณ์ของโลกและเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	โนรีนาฎ คามาอุ	510
15.50 – 16.10 (bjms110)	ความต้องการการพัฒนาความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับการปฏิบัติงานของบุคลากร ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาหนองคาย เขต 1	จิรพรรณ จรรย์ชด์	961
16.10 – 16.30 (bjms081)	ผลของการใช้อีเลิร์นนิ่งวิชาคณิตศาสตร์ทั่วไป เรื่อง เซต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ	ผกากรอง อรรถการุณพันธ์	729
16.30 – 16.50 (bjms100)	การพัฒนาแบบสารสนเทศตรวจสอบการมาเรียนของนักศึกษาวิทยาลัยการอาชีพพิบูลย์	จิรวัฒน์ ลุชิตา	853



**ประชุมวิชาการระดับชาติ เภษามิตรวิชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 4 ห้อง 407 อาคาร 1 ชั้น 4 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ดร.เทพชัย ทรัพย์นิษ

เลขานุการกลุ่ม: อ.ชรินทร์ เอี่ยมสะอาด

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjms018)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน(CAI) วิชา คณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เรื่อง เศษส่วน	เอกพันธ์ สาครกำปิง	187
10.50 – 11.10 (bjms019)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาภาษาไทย เรื่องการใช้คำ สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	ปรีชาติ ปลอดกระโทก	198
11.10 – 11.30 (bjms020)	การพัฒนาบทเรียน e-Learning วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5	อิรวรรส พูนผล	208
11.30 – 11.50 (bjms021)	ศึกษาสภาพ ปัญหาและความต้องการใช้ระบบ NPU e-Learning ในการจัดการเรียนการสอนของอาจารย์มหาวิทยาลัยนครพนม	โกวิท ขอมมงคล	218
11.50 – 12.10 (bjms027)	พัฒนาบทเรียน E-Learning วิชา ทักษะและเทคโนโลยีมวยไทย	เอกรวี คุรุทางคะ	284
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjms038)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอนบนอินเทอร์เน็ต วิชาหลักการเขียนโปรแกรม	บัญชา วงศ์คำภา	396
13.20 – 13.40 (bjms047)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาเทคโนโลยีสำนักงาน	พັນนิภา จันทินามาร	474
13.40 – 14.00 (bjms050)	การพัฒนาวัตกรรมการเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนแบบมัลติมีเดียผ่านอินเทอร์เน็ตในการเรียนรู้ เรื่องความปลอดภัยในห้องปฏิบัติการเคมี	คณารักษ์ โชติจันทร์-ทีก	501
14.00 – 14.20 (bjms052)	การพัฒนา และหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหลังจากเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนผ่านเว็บ แบบบททวนวิชาการสื่อสารข้อมูลเครือข่าย	จุติเดช ทองมี	520
14.20 – 14.40 (bjms061)	บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ วิชาสถิติธุรกิจ	อัศวิน เสนิษฐ์	597
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms065)	การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานรายวิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์	อดิเรก เขาวังค์ จิตติมาปัญญาพิสิทธิ์ ศรินทร์ นาคถนอม	610
15.10 – 15.30 (bjms071)	พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาคอมพิวเตอร์ 3 สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2	เอกภักดิ์ ฉ่ำมณี	648
15.30 – 15.50 (bjms082)	โมดูลรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินตามหลักสมรรถนะ โดยผ่านสื่อ : จาก โมดูลรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์: จากการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนตามหลักสมรรถนะอาชีพสู่การพัฒนาวิชา	อโณทัย ทิพนก	736
15.50 – 16.10 (bjms109)	พัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยในการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์	สุรพล ดีข้า	927
15.50 – 16.10 (bjms110)	แนวทางการพัฒนาแบบการจัดการเรียนการสอนด้วยระบบไฮบริด สำหรับนักศึกษาปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	ปัญญา ศรีสวัสดิ์ฉิม	935
16.10 – 16.30 (bjms001)	ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี	พิศาล คงเอียด	1



**ประ-ศุนวิทาการระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 5 ห้อง 408 อาคาร 1 ชั้น 4 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: รศ.สุวรรณา สุขบุญสุโข

เลขานุการกลุ่ม: อ.สุรพล ดีข้า

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjms002)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2	ราชสิทธิ์ ศรีเสนห์	13
10.50 – 11.10 (bjms003)	พัฒนาระบบการประเมินผลตัวชี้วัด (KPI) ด้านสาธารณสุขของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดหนองคาย	ศิริศักดิ์ ประพฤติ	22
11.10 – 11.30 (bjms004)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1	วรวิทย์ เกษรสมบัติ	32
11.30 – 11.50 (bjms005)	บทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการเบื้องต้น	ฐาปกรณ์ นิยม	42
11.50 – 12.10 (bjms006)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน วิชา คอมพิวเตอร์	สุภารัตน์ คลังพลอย	53
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjms007)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน รายวิชา การสร้างเว็บเพจ (ภาษา HTML)	จूरีพร เงินจิ่งหรีด	65
13.20 – 13.40 (bjms008)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชา หลักการและการปฏิบัติงานโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิก ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีที่ 2	วิรัช สีขาว	75
13.40 – 14.00 (bjms009)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาเทคโนโลยีสารสนเทศเบื้องต้น ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	สมพร แพรวขุนทด	84
14.00 – 14.20 (bjms010)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน วิชาการเขียนโปรแกรมบนระบบปฏิบัติการ GUI สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 3 โรงเรียนมารีย์บริหารธุรกิจ	ภูวคณ เข้มพิลา	96
14.20 – 14.40 (bjms011)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เรื่องชีวิตพืชและสัตว์ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	อาศิร วิเศษษา	108
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms012)	การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชางานไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้น	ธนทัต คุณจานุทัศน์	119
15.10 – 15.30 (bjms013)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชาคณิตศาสตร์ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551	ฤชกร ลิขสิทธิ์ศุภการ	129
15.30 – 15.50 (bjms014)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน วิชาการสนทนาภาษาอังกฤษ 2	พุทธานุลักษณ์ อ่อน-ราษฎร์	141
15.50 – 16.10 (bjms015)	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์การสอนวิชาพลังงานและสิ่งแวดล้อม	อรทัย ทาทิพย์	153
16.10 – 16.30 (bjms016)	บทเรียนคอมพิวเตอร์การสอน วิชา คณิตศาสตร์ เรื่อง เซตและการดำเนินการของเซต ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4	ชัชชาจ ปั่นสันเทียะ	164



**ประ-ตุนวิทการระ-ตบชาตี เบญจามิตรวิทการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 6 ห้อง 503 อาคาร 1 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: รศ.ดร.ทิพย์ศิริ กาญจนวาตี

เลขานุการกลุ่ม: อ.เอกวิทย์ ขวนมาลัย

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
11.10 – 11.30 (bjms075)	การสำรวจการปฏิบัติงานของกลุ่มแรงงานภาคเกษตรกรรมกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม คุณภาพ ทางสุขภาพ	เบญจพร ทองมาก	976
11.30 – 11.50 (bjms076)	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางเพศสัมพันธ์กับการปฏิบัติ ตน เพื่อป้องกันโรคเอดส์ ของนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา	ศิริรภา พูลเกษม	681
11.50 – 12.10 (bjms079)	การศึกษาการแตกหักของส่วนหัวและส่วนปลายของกระดูกต้นขาและกระดูก ต้นแขน ที่เกิดจากอุบัติเหตุ	นพชนรรจน์ โลหรัตน์	705
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjms080)	ความเครียดและการเผชิญความเครียดในการฝึกปฏิบัติทางคลินิกกับผู้ป่วยจิต เวชของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 3	ลำเจียก กำธร จิณัฐตา สุกศรี	717
13.20 – 13.40 (bjms083)	ประสิทธิภาพของโปรแกรมการให้ทันตสุขศึกษาร่วมกับการใช้น้ำยาบ้วนปาก ผสมฟลูออไรด์ในนักเรียนในนักเรียนที่มีความพิการทางสายตา	อภิรัตน์ ตันชะเอมกุล	758
13.40 – 14.00 (bjms087)	ผลของการจัดสภาพแวดล้อมศูนย์การเรียนรู้ เพื่อเอื้ออำนวยในการเตรียม ความพร้อมก่อนขึ้นฝึกภาคปฏิบัติทางวิชาชีพครั้งแรกของนักศึกษา	ดร. กนกวรรณ ศิลปกรรมพิเศษ จิรากร ชูวงศ์ สุวรรณ-เวลา	789
14.00 – 14.20 (bjms088)	พฤติกรรมสุขภาพของผู้ปกครองในการดูแลผู้ป่วยเด็กวัยเรียนที่เป็นโรคธาลัส ซีเมีย	โสภิต สุวรรณเวลา สรารัตน์ ทิพย์รัตน์ อิงหทัย คำจตุติ	797
14.20 – 14.40 (bjms089)	ความคิดเห็นของครูที่เลี้ยงในแหล่งฝึกต่อการฝึกปฏิบัติของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง	เพ็ญญา เพ็ชรเล็ก น้ำทิพย์ จิตรชูชื่น สภิต สุวรรณเวลา	805
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms099)	วิถีชีวิตกับการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดของผู้ป่วยเบาหวานชนิดไม่พึ่ง อินซูลินชุมชนบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง	อิงหทัย คำจตุติ เพ็ญญา เพ็ชรเล็ก น้ำทิพย์ จิตรชูชื่น โสภิต สุวรรณเวลา	842
15.10 – 15.30 (bjms106)	ความหลากหลายทางชีวภาพของแมลงน้ำในกัว้นพะเยา	ดร.กัญญาณัฐ สุนทร-ประสิทธิ์	904



**ประชุมวิชาการระดับชาติ เภษามิตรวิชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 7 ห้อง 504 อาคาร 1 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ผศ.ดร.ปุมยศ วัฒนกุล

เลขานุการกลุ่ม: อ.ปิยสิทธิ์ บัณฑิตสกุลชัย

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjms028)	การใช้แมลงน้ำเป็นดัชนีบ่งชี้คุณภาพน้ำอย่างง่าย	ดร. กัญญาณัฐ สุนทร-ประสิทธิ์	294
10.50 – 11.10 (bjms041)	การหาปัจจัยที่เหมาะสมในกระบวนการกัก โดยการออกแบบการทดลอง	อาทิตย์ นุ่มหันต์	428
11.10 – 11.30 (bjms042)	การเปรียบเทียบวิธีการแก้ปัญหาอัตราสัมพัทธ์ของความคลาดเคลื่อนอันดับหนึ่งในตัวแบบสมการเชิงเส้น	อัศวิน เสนิษฐ์	434
11.30 – 11.50 (bjms111)	การจำลองกึ่งหั่นลมด้วยมอเตอร์กระแสตรงแบบกระตุ้นแยกขนาด 1 กิโลวัตต์	บัญชา ศรีวิโรจน์	941
11.50 – 12.10 (bjms054)	เครื่องมือวัดความสูงของล่องกองและผลปาล์มน้ำมัน	สุปราณี วุ่นศรี	541
13.00 – 13.20 (bjms057)	การออกแบบโครงสร้างการควบคุมแผ่นที่ไว้ค้ของกระบวนการเมทิลอะซีเตต	โชคสกุล อารยะศิลป์-ธร	568
13.20 – 13.40 (bjms058)	การออกแบบชุดทดลองไมโครคอนโทรลเลอร์ตระกูล PIC	จิระศักดิ์ วงศา พงษ์ศักดิ์ สาธิต เอกรัตน์ นกานต์	576
13.40 – 14.00 (bjms059)	เตาหุงต้มเหนี่ยวนำความร้อนแบบสวิตซ์เดี่ยวควบคุมด้วยไมโครคอนโทรลเลอร์ตระกูล PIC	จิระศักดิ์ วงศา จิระศักดิ์ ส่งบุญแก้ว	582
14.00 – 14.20 (bjms060)	การทดสอบการป้องกันการลัดวงจรของอุปกรณ์สวิตซ์หลักด้วยไมโครคอนโทรลเลอร์ตระกูล PIC	จิระศักดิ์ วงศาและบัญชา ศรีวิโรจน์	590
14.20 – 14.40 (bjms064)	การศึกษาอัตราเซตทางสิ่งแวดล้อมในโครงสร้างราคาเชื้อเพลิงสำหรับภาคกลางคมนาคมขนส่งของไทย	ณัฐวีรยา จึงสมาน วิรินทร์ หวังจิรินันต์	602
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjms066)	การพัฒนาระบบเครือข่ายตรวจจับแบบไร้สายโดยใช้แบบหลายเครือข่าย	ศรันย์ นาคอนอมอดิเรก เข้าวังค์	617
15.10 – 15.30 (bjms067)	การพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างแบบหลายกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานบริการเทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันอุดมศึกษา	ศรันย์ นาคอนอม เถลิษฐ์ ผู้พัฒนา	623
15.30 – 15.50 (bjms069)	การออกแบบโครงสร้างการควบคุมแบบเพลนดีไวด์สำหรับกระบวนการบิวทิลอะซีเตต	อรชา รัตนนิพนธ์	638
15.50 – 16.10 (bjms072)	การออกแบบโครงสร้างการควบคุมแบบเพลนดีไวด์สำหรับกระบวนการอัลลิเลชันชนิดหล่อเย็นอัดโนมิต	ซัพพียา เบญจวิเชียร	658
16.10 – 16.30 (bjms078)	ผลประโยชน์จากการปลูกแฝกในภูมิสังคมการเกษตรที่แตกต่างกัน	สุวิทย์ ฉาวรวงษ์	693





**ประชุมวิชาการระดับชาติ เภษามิตรวิทยาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 8 ห้อง 505 อาคาร 1 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ดร.อนุพงษ์ อินฟ้าแสง

เลขานุการกลุ่ม: อ.สมบูรณ์ สุภัทรกุลชัย

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh003)	กลยุทธ์การตลาดของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย	ดร.อภิวัฒน์ กาญจน -วนิชย์กุล วนิดา วาดีเจริญ ดร.ชาติรี ไกรพิรพรรณ บัญชาเกษมณี	1051
11.10 – 11.30 (bjmh009)	การวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของรถยนต์พลังงานทางเลือกในประเทศไทย	ภูษิต เรืองวิวัฒน์โรจน์	1062
11.30 – 11.50 (bjmh012)	ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและดัชนีหลักทรัพย์ต่างประเทศ	สินีนุช บุญมี	1090
11.50 – 12.10 (bjmh019)	ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในพื้นที่เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	มะลิ แซ่ถัน	1155
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.40 – 14.00 (bjmh036)	ปัจจัยที่สำคัญและพฤติกรรมในการเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร	อารีย์ แซ่เอี้ยว	1279
14.00 – 14.20 (bjmh038)	ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกบริโภคเห็ดนางฟ้าภูฐานของผู้บริโภคในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี	พรนภา มะเสนย์	1131
14.20 – 14.40 (bjmh045)	พฤติกรรมการตัดสินใจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของประชาชนอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี	สลักจิตร์ หิรัญสาลี	1378
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh054)	การศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตในสถานะเศรษฐกิจวิกฤต กรณีศึกษา : ลูกค้านับบัตรเครดิตธนาคารกรุงไทย	ปรีชาภรณ์ เมฆาวรรณ	1442
15.10 – 15.30 (bjmh066)	พฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง	กุลวรรณ โสติดิกุล ภัทริกา มณีพันธ์ จินดนา จันเรือน	1561
15.30 – 15.50 (bjmh067)	การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี	บุษบา อู่อรุณ	1571
15.50 – 16.10 (bjmh086)	ปัจจัยส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร	ณัฐนันท์ โกมลดิษฐ์	1718
16.10 – 16.30 (bjmh087)	ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด และพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี	จิรวรรณ ลำเจียก	1729
16.30 – 16.50 (bjmh007)	การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรภาคธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร	มะลิวัลย์ ช่องงาม	1051



**ประชุมวิชาการระดับชาติ แภงาณิตรวชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 9 ห้อง 506 อาคาร 1 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ผศ.สำราญ ทองเล็ก

เลขานุการกลุ่ม: อ.คนารักษ์ โชติจันทิก

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh010)	การศึกษาห่วงโซ่อุปทานปาล์มน้ำมัน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	พงศกร สยามล	1701
10.50 – 11.10 (bjmh011)	การจัดการชุมชนโฮมสเตย์ในด้านการบริการ : กรณีศึกษาดำบลหินตั้งจังหวัดนครนายก	มะลิวัลย์ ช่องงาม	1081
11.10 – 11.30 (bjmh014)	ความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค(สำนักงานใหญ่)ที่มีต่อความพร้อมในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้	ชัชฌพงษ์ ประทุมทัช	1133
11.30 – 11.50 (bjmh033)	ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเข้าหอพักของนักศึกษาจีน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยศรีปทุม ในเขตสายไหม บางเขน จตุจักร	MISS QIN XUEJIA	1253
11.50 – 12.10 (bjmh037)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาจีนที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน เขตบางเขน เขตจตุจักรและเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	MR.WENXIAN LIANG	1286
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjmh131)	การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงาน การกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)	ณัฐพัชร พานทอง	2109
13.20 – 13.40 (bjmh050)	การศึกษาเจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่อง (3,5,7,9,11 และ ThaiPBS)	สรรคร์ธน์ภูษี พงศ์สร้อยเพชร	1415
13.40 – 14.00 (bjmh056)	ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยในการทำงานของประชากรในเขตลาดกระบัง	วันทนา สุขอนุเคราะห์	1458
14.00 – 14.20 (bjmh058)	ความคิดเห็นของผู้บริหารฝ่ายบุคคลในนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน เกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน	ดวงธิดา นำเวียง ธนพล บุญปลุก	1480
14.20 – 14.40 (bjmh074)	ทัศนคติและการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรงในจังหวัดนนทบุรี	กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ	1619
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh075)	ทัศนคติและความพึงพอใจของพนักงานธนาคารที่มีต่อการแข่งขันในที่ทำงาน	ภาณุ ปิณฑุกาฬ	1626
15.10 – 15.30 (bjmh077)	การศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	สมฤทัย ณ น่าน	1646
15.30 – 15.50 (bjmh079)	การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์	ภณสิทธิ อ้นชะ	1668
15.50 – 16.10 (bjmh088)	รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลกระทบต่อรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง	ณัฐกาญจน์ สุวรรณ-ธาวา ผศ.วัลลภ นินมานนท์	1739
16.10 – 16.30 (bjmh090)	แรงจูงใจ ความไว้วางใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี	มลฤดี วัฒนชโนบล	1747
16.30 – 16.50 (bjmh006)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชาเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร	จารึก สิมพลีวงศ์	1041



**ประชุมวิชาการระดับชาติ ภาควิชาบริหาร**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 10 ห้อง 507 อาคาร 1 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยนอร์คกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ดร.พนัส อุณหับันจิต

เลขานุการกลุ่ม: อ.จิราวัฒน์ มงคลบุตร

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh059)	Product Placement Prominent Aspects For Ecology Car and Demographic Profile Toward Consumer Behavioral Dimensions	Johnson Kanlayanawat Prin Laksitamas	1486
10.50 – 11.10 (bjmh024)	อรรถประโยชน์การใช้จ่ายเงินของพนักงานการศึกษาแห่งประเทศไทย (หัวหน้าภาค)	วุฒิชัย ทองจรัส	1203
11.10 – 11.30 (bjmh034)	พฤติกรรมกรรรับชมข่าวในช่วงเวลา 19.00 น. ในกรณีโทรทัศน์ฟรีทีวีช่องข่าวระหว่างข้าราชการกับพนักงานเอกชนในพื้นที่ จ.ลพบุรี	เอกศักดิ์ คุ้มทรัพย์	1263
11.30 – 11.50 (bjmh035)	พฤติกรรมกรรประหยัดพลังงานไฟฟ้าของครัวเรือน ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	เสาวภา จันทร์กระจำง	1271
11.50 – 12.10 (bjmh039)	ปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้บริการรถตู้ของผู้อาศัยในจังหวัดปทุมธานี	ชินภัทร แก้วชวน	1311
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
13.00 – 13.20 (bjmh129)	องค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา : กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนอร์คกรุงเทพ	WEN MIN	2097
13.20 – 13.40 (bjmh076)	ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการศึกษาแห่งประเทศไทย	เพ็ญใจ เข็ยเจริญ	1636
13.40 – 14.00 (bjmh092)	ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร	สุวรรณศรี ศรีรักษ์	1758
14.00 – 14.20 (bjmh093)	ทัศนคติและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์ นิสสันมาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร	พิชชาภา กิตตินันท์-วัฒนา	1770
14.20 – 14.40 (bjmh101)	ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูลของสินค้า กลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	พิชามณูช อดุลวิทย์ ธิดิมา กิจจาบัณจิต	1829
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh108)	การศึกษาพฤติกรรกรรใช้จ่ายเงินส่วนบุคคลกรณีศึกษา กลุ่มผู้ค้าตลาดสด โปธิ์สุวรรณ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร	สุกัญญา ศิริโท	1903
15.10 – 15.30 (bjmh109)	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรกรรใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี	วิยะดา วรรณท้วนิช	1911
15.30 – 15.50 (bjmh111)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตสายไหมกรุงเทพมหานคร	วัลภา คงพัะ	1937
15.50 – 16.10 (bjmh112)	ทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	เอกวิทย์ ขวนมาลัย	1949
16.10 – 16.30 (bjmh115)	พฤติกรรกรรฝากเงินของลูกค้านาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาจตุจักร กรุงเทพมหานคร	จรัมจิต เกิดบ้านชั้น	1980
16.30 – 16.50 (bjmh023)	พฤติกรรกรรใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเรือสำราญชาวต่างชาติในประเทศ กรณีศึกษา บริษัท ปริ้นเซส คลุสไลน์	นครินทร์ ทังทอง	1191



**ประชุมวิชาการระดับชาติ ภาษามิตรวิชาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 11 ห้อง 508 อาคาร 1 ชั้น 5 มหาวิทยาลัยนอร์คกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ผศ.ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์

เลขานุการกลุ่ม: อ.สุกัญญา ศิริโท

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh013)	ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคอาหารอีสาน ในด้านส่วนประสม การตลาดของผู้บริโภค ในเขตธนบุรี	ศรายุทธ์ งามแสง	1100
10.50 – 11.10 (bjmh018)	การศึกษาพฤติกรรมความเสี่ยงของตราสารหนี้ภาครัฐและภาคเอกชน	นรเศรษฐ ศรีธานี	1142
11.10 – 11.30 (bjmh021)	การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในการทำธุรกิจ	ชนาเทพ กิวเที่ยง	1174
11.30 – 11.50 (bjmh022)	การเปรียบเทียบประสิทธิภาพผลการพยากรณ์อัตราเงินเฟ้อจากแบบจำลอง เศรษฐกิจมหภาคและการคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อจากภาคเอกชนในประเทศไทย	มัทนา เฉลยขุน	1183
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjmh128)	ความพร้อมของเส้นทางทางขนส่งทางถนนของไทย ต่อการแข่งขันทางธุรกิจ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์	2087
13.20 – 13.40 (bjmh042)	คุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในดัชนี SET 50	ธนธร จงศิริวิฑูศักดิ์	1351
13.40 – 14.00 (bjmh044)	การศึกษาความต้องการของผู้ทำบัญชีที่มีต่อกิจกรรมการพัฒนาความรู้ ต่อเนื่องทางวิชาชีพ (CPD) ในเขตบางนาและจังหวัดสมุทรปราการ	ภัทรา เตชะธนเศรษฐ์	1367
14.00 – 14.20 (bjmh130)	การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลตอบแทน ความเสี่ยงและการประเมินมูลค่า หลักทรัพย์กลุ่มธนาคารในประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและไทย โดยใช้แบบจำลอง CAPM	สุพรรณิ สังข์สม	1425
14.20 – 14.40 (bjmh051)	ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับแนวความคิดและกลยุทธ์ทางการตลาด	กมลทิพย์ เหมือนสุวรรณ	1425
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
15.10 – 15.30 (bjmh097)	การศึกษาปัญหาการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร	สุภาวดี ศิริวัฒน์	1790
15.30 – 15.50 (bjmh104)	ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ	พีระยุทธ กุ่มศักดิ์	1693
15.50 – 16.10 (bjmh105)	แนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย	สมชาย เลิศภิรมย์สุข	1703
16.10 – 16.30 (bjmh107)	การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ในกรุงเทพมหานคร	นพจักร ทองเรือนดี	1895
16.30 – 16.50 (bjmh017)	การบริโภคอาหารไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ: ความเห็นผู้ประกอบการ	จันทร์จิรา ฉัตรวานิช	1333



## ประตุนวัตกรรมระดับชาติ เบญจมิตรวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 12 ห้อง 602 อาคาร 1 ชั้น 6 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ผศ.ดร.สุนันท์ สกลโกสุม

เลขานุการกลุ่ม: อ.สุภาวดี ศิริวัฒน์

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh002)	การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถทางเชาว์ปัญญา การเรียนรู้ทางอารมณ์ และสังคม และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี	รังสิริรัตน์ วงศ์อุปราษพิร วงศ์อุปราษ อุไรรัตน์ เข้มชуди	999
11.10 – 11.30 (bjmh026)	ปัจจัยการเรียนรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการบัญชี คณะบัญชี ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี วิทยาลัยเทคโนโลยีหมู่บ้านครูภาคเหนือ	จารุณี ทองจันทร์เทพ	1222
11.30 – 11.50 (bjmh046)	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่ไม่ใช่ด้านสติปัญญา กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์และสถิติธุรกิจของนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	ปิยสิทธิ์ บัณฑิตสกุลชัย	1386
11.50 – 12.10 (bjmh047)	การศึกษาความต้องการจำเป็นในการดำเนินการด้านประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1	ราชา บุญจมานนท์	1392
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjmh049)	ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษานิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยเอกชน	สินาพร วิทชาวนิชชัย อัฐลญา แพทย์ ศาสตร์	1409
13.20 – 13.40 (bjmh055)	การศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรในมหาวิทยาลัยธนบุรี เกี่ยวกับการดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์องค์ประกอบคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา องค์ประกอบตามนโยบายรัฐบาล "สถานศึกษา 3 ดี (3D)" และ อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยธนบุรี	ชัชฌิมา โวโร บุญญา วีรนุช แซ่ถิน	1450
13.40 – 14.00 (bjmh057)	คุณลักษณะของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการ	ปิยภา พรหมทอง	1474
14.00 – 14.20 (bjmh061)	ความคิดเห็นของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อหน้าที่ ผลกระทบและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน	ณัฐนิชา เพชรนันท์	1508
14.20 – 14.40 (bjmh062)	การบูรณาการความรู้ผู้เรียนสู่กระบวนการออกแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ และคอมพิวเตอร์ด้วยการสอดแทรกการจำลองสถานการณ์การปฏิสัมพันธ์	สินีนภคินญ จรูญศารทูล	1517
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh064)	การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 : กรณีศึกษา โรงเรียนมูลนิธิอาชีวะสถาน จังหวัดปัตตานี	ชานูรี เมาะบุลา	1539
15.10 – 15.30 (bjmh065)	การศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษา ศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก – เทคโนโลยีศรีราชา	ดร.เฉลิมวิทย์ ติม-ตระกูล และคณะ	1551
15.30 – 15.50 (bjmh073)	การศึกษาความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัย กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	กิม พรประเสริฐ อมรัตน์ ธีโรภาส เกียรติศักดิ์ พระเนตร	1609
15.50 – 16.10 (bjmh080)	การศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน	ภูวนัช สุวรรณธรรာ	1675
16.10 – 16.30 (bjmh119)	การพัฒนากระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	ตระกูล จิตวัฒนากร	2024



## ประชุมวิชาการระดับชาติ เภษามิตรวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 13 ห้อง 603 อาคาร 1 ชั้น 6 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: รศ.ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพชรธัมมะ

เลขานุการกลุ่ม: อ.วรรณภา อิมะไซย์

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh029)	เจตคติของนักศึกษาที่เรียนวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อคุณภาพชีวิตภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2554 ที่มีต่อวินัยด้านการตรงต่อเวลาและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียน	วรัญญา กันทะ	1230
10.50 – 11.10 (bjmh127)	การประยุกต์ใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียนวิชาสถิติธุรกิจ	พรรณณี ล้ำวรรณวงศ์	2078
11.10 – 11.30 (bjmh040)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบวิชาชีพบัญชี กรณีศึกษา บัณฑิตที่สำเร็จจาก คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี	ธนวรรณ แจ่งเข้าโถม	1321
11.30 – 11.50 (bjmh048)	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้รูปแบบการสอนซิปป์ (CIPPA MODEL) กับรูปแบบการสอนตามวัฏจักรการเรียนรู้ (4 MAT)	กัญญา แสงสว่าง	1399
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjmh068)	การศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม กรณีศึกษา ด้านการจัดการบริษัททัวร์จำลอง	อุทุมพร เรืองฤทธิ์	1576
13.20 – 13.40 (bjmh069)	ศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้	ณัฐนันท์ ภักธสวัตต์	1585
13.40 – 14.00 (bjmh078)	การทำนายสภาพการสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	ศิริรัตน์ วีระชาติยานุกุล	1659
14.00 – 14.20 (bjmh081)	การเปรียบเทียบระดับที่เป็นอยู่กับความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร	ชนิตา เอี่ยมสะอาด	1682
14.20 – 14.40 (bjmh082)	การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ	ศศิณา สมเดช พัทธิธีรา จิระอุดม-สาโรจน์	1688
14.40 - 14.50	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh083)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ	พัทธิธีรา จิระอุดมสาโรจน์	1701
15.10 – 15.30 (bjmh100)	ลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาศาสตรบัณฑิตวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ปีการศึกษา 2553	เบญญา คุณรักษ์พงศ์ ไสภิด สุวรรณ เวลา น้ำทิพย์ จิตรชูชื่น	1819
15.30 – 15.50 (bjmh103)	การทำหน้าที่ต่างกันด้วยวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถอดรอยโลจิสติก สำหรับข้อสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปีคตานี เขต 2	นุริชัน ขาโกะ	1849
15.50 – 16.10 (bjmh110)	ผลการสอนแบบสาธิต โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยแก่นิสิตระดับปริญญาตรี	จิตพร ไกลวิเชียร และคณะ	1925
16.10 – 16.30 (bjmh125)	ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ	ปิยะวัฒน์ อารีชัยมิตร	2059



**ประชุมวิชาการระดับชาติ เภษามิตรวิทยาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 14 ห้อง 604 อาคาร 1 ชั้น 6 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: ดร.วนิดา วาดิเจริญ

เลขานุการกลุ่ม: อ.จารึก ลิ้มพลีวงศ์

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh015)	ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาคุณภาพบริการพยาบาลกับผลลัพธ์บริการพยาบาลตามการรับรู้ของผู้บริหาร	พนารัตน์ ศาสนะสุพันธ์	1123
10.50 – 11.10 (bjmh025)	ระดับความสำคัญระหว่างปัจจัยในการปฏิบัติงานและแรงจูงใจของพนักงานฝ่ายช่างองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย	ปริชาพล อินทร โชติ	1211
11.10 – 11.30 (bjmh030)	ประโยชน์ของการดำเนินงานโดยการรวมกลุ่ม : กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงปลานิลสันทราย ตำบลหนองจ้อม อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	คเชนทร์ แปลกมาก	1237
11.30 – 11.50 (bjmh041)	ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก และพฤติกรรมการใช้ของพนักงานในกลุ่มสายธุรกิจสื่อสาร ไอที และโทรคมนาคม ครอบคลุมวงจร (ICT Solutions) บริษัท สามารถคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)	พรชนก งามเนียม	1342
11.50 – 12.10 (bjmh043)	ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงวิธีการบันทึกบัญชีเงินลงทุน และความคิดเห็นของนักลงทุนต่อการเปลี่ยนแปลงวิธีการบันทึกบัญชีเงินลงทุน	เนตรเจลิษา สิริกวินวิทย์	1359
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjmh053)	ความพึงพอใจต่อการรับรู้คุณภาพบริการของสถาบันเอกชนกรณีศึกษาในเขตลาดกระบัง	เอมศักดิ์ พวงผิว	1432
13.20 – 13.40 (bjmh063)	ความตระหนัก ที่สนใจต่อคุณค่าการมีจิตอาสาและความพึงพอใจของชุมชนในอำเภอคลองหลวงและอำเภอเมืองในจังหวัดปทุมธานีที่ร่วมโครงการ "ห้องเรียนชีวิตจิตอาสา" : กรณีศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	พัชรารัตน์ เกษะประ-กร	1523
13.40 – 14.00 (bjmh072)	พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชนในเขตจังหวัดนนทบุรี	เจณิภา คงอิม	1601
14.00 – 14.20 (bjmh085)	การติดตามผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จการศึกษาในภาคการศึกษา 2553	วฤตดา พิพัฒน์กุล	1709
14.20 – 14.40 (bjmh096)	การวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทจำกัดสัญชาติญี่ปุ่นในประเทศไทย	กฤติกร เลิศปรีชาภักดี	1781
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh098)	พฤติกรรมการสูบบุหรี่และการรับรู้ผลกระทบจากการสูบบุหรี่ของนักศึกษาวิทยาลัยธนบุรี	สมัชช อภิรัตน์พิมลชัย ฐิติกร กริชวิเชียร สุกานดา โรจนประภา-ชนด์	1800
15.10 – 15.30 (bjmh106)	การศึกษาสภาพการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีของห้างหุ้นส่วนจำกัดในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร	วรรณภา อิมะไชย์	1886
15.30 – 15.50 (bjmh113)	การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในอุตสาหกรรมการผลิต: กรณีศึกษา บริษัท ควาบาเทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด	พินิจ แก้วเกษมกรรณ์	1958
15.50 – 16.10 (bjmh114)	การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดปทุมธานี	วิชุดา นาคเดือน	1969
16.10 – 16.30 (bjmh116)	การวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายหลังวิกฤติอุทกภัย ปี พ.ศ. 2554 : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่	อภิชา นินเวศน์	1991
16.30 – 16.50 (bjmh060)	บทบาทของญี่ปุ่นในการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจในลาว	กฤติยา เพ็ชร์ชัย	1494



**ประชุมวิชาการระดับชาติ เภษามิตรวิทยาการ**

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

กลุ่มที่ 15 ห้อง 605 อาคาร 1 ชั้น 6 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ประธานกลุ่ม: รศ.ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม

เลขานุการกลุ่ม: อ.ณัฐฐาติ ห้วยเรไร

เวลา	ชื่อเรื่อง	ผู้นำเสนอ	เลขหน้า
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 1</b>			
10.30 – 10.50 (bjmh001)	ข้อถกเถียงทางประวัติศาสตร์เรื่อง พระราชประวัติของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ก่อนเสด็จขึ้นครองราชสมบัติ	สำราญ ผลดี บัณฑิต อินทรีย์มีศักดิ์	985
10.50 – 11.10 (bjmh004)	แนวคิดเรื่อง “ประชาธิปไตย” ในสยาม	สำราญ ผลดี	1027
11.10 – 11.30 (bjmh020)	อิทธิพลของประสิทธิผลและการควบคุมการคอร์รัปชันของภาครัฐต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ : การศึกษาเชิงประจักษ์ระหว่างประเทศ	นิษากร สิริวัฒน์	1168
11.30 – 11.50 (bjmh032)	ประชาธิปไตยและหลักการเสียงข้างมาก : มุมมองของพุทธศาสนา	คณนง ปาลีภัทรางกูร	1244
11.50 – 12.10 (bjmh089)	ความสัมพันธ์ของปฏิบัติการทางสังคม และพื้นที่ว่างสาธารณะในช่วงประเพณีเมืองเก่าลำพูน จังหวัดลำพูน	ลลิตทิพย์ รุ่งเรือง	2126
<b>นำเสนอผลงานภาคบรรยาย (Oral Presentation) ช่วงที่ 2</b>			
13.00 – 13.20 (bjmh124)	ผลของการให้สัดขำบนต่อสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญาของภูมิภาคอาเซียนในประเทศไทย	เกรียงศักดิ์ โภชมรัตน์	2047
13.20 – 13.40 (bjmh070)	การต่อสู้กับโจรสลัดในอ่าวเอเดน : แกะรอยโจรสลัดในชายฝั่งโซมาเลีย	รณรงค์ แสงมงคล	1591
13.40 – 14.00 (bjmh099)	วิถีชีวิตชาวประมง กรณีศึกษา หมู่บ้านเกาะมุกด์ ต. เกาะลิบง อ.กันตัง จ.ตรัง	กาญจนา พรหมทอง สุาปณี อัครสุวรรณกุล สภิต สุวรรณเวลา	1810
14.00 – 14.20 (bjmh102)	คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชน ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร	มิตร ทองกาบ	1838
14.20 – 14.40 (bjmh117)	พฤติกรรมกรเทียวกกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง กรณีศึกษา สถาบันเทิงบริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร	โสธรา พาหุวัฒน์กร	2004
<b>14.40 - 14.50</b>	<b>พัก 10 นาที</b>		
14.50 – 15.10 (bjmh118)	การศึกษาการดำเนินการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย ปี2554 ด้วยมาตรการเร่งด่วน : กรณีศึกษา เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	ปัญญาวัฒน์ จูจามาศ	2014
15.10 – 15.30 (bjmh122)	ความรู้คู่คุณธรรม คือ ปรัชญาแห่งมหาวิทยาลัยยุคใหม่	จิรวัดน์ มงคลบุตร	2032
15.30 – 15.50 (bjmh123)	ปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมกรเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร	สุทัศน์ เดชกฤษกร	2039
15.50 – 16.10 (bjmh126)	ปัญหาอำนาจอธิปไตยของประเทศสมาชิกในประชาคมอาเซียน	มนัส ชยาพัฒน์	2070
16.10 – 16.30 (bjmh095)	พฤติกรรมกรปรับตัวของนักศึกษาในการศึกษาภาคพิเศษ	ณัฐนันท์ ภัทรสวรรค์ สันติ เติมผล	2121



## การศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้ที่มีความสุขของนักศึกษา ศูนย์

## การศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก – เทคโนโลยีศรีราชา

## A STUDY OF TEACHING CONDITIONS WHICH RELATED WITH HAPPY LEARNING

## OF THE STUDENTS, SOUTHEAST BANGKOK COLLEGE EDUCATION

## CENTER – TECHNOSRIRACHA

เฉลิมวิทย์ ฉิมตระกูล และคณะ

รองอธิการบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

## บทคัดย่อ

การศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้ที่มีความสุขของนักศึกษา ศูนย์การศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก-เทคโนโลยีศรีราชา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับสภาพที่เป็นอยู่จริงของปัจจัยในการสอนระดับการ เรียนรู้ที่มีความสุข ของนักศึกษาศูนย์การศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก-เทคโนโลยีศรีราชา เรียนรู้ที่มีความสุข และเพื่อเปรียบเทียบการเรียนรู้ที่มีความสุขของนักศึกษาศูนย์การศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก – เทคโนโลยีศรีราชาจำแนกตามคุณลักษณะของผู้เรียน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ใน วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก – เทคโนโลยีศรีราชา จำนวน 200 คน ซึ่งได้ทำการเก็บทั้งหมด 3 ครั้ง และได้ทำการเก็บนักศึกษาทั้งหมด ซึ่งได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ จำนวน 586 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติการทดสอบ (t-test) สำหรับคุณลักษณะของผู้เรียนที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างในเชิงสถิติ จะทำการทดสอบเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ด้วยวิธีการของ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี สภาพปัจจัยในการสอนด้านต่างๆ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบันพบว่า (1) ด้านอาจารย์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านสิ่งสนับสนุน และด้านกระบวนการเรียนการสอนโดยสภาพปัจจัยในการสอนด้านอาจารย์ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคืออาจารย์ต้องตรงต่อเวลา อาจารย์มีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม มีอารมณ์ดีและยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ (2) ด้านกระบวนการเรียนการสอน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากที่สุดได้แก่ มีโต๊ะเก้าอี้เพียงพอและมีสภาพพร้อมใช้งาน รองลงมาได้แก่ มีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยและพร้อมใช้งานและมีทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษา (3) ด้านสิ่งสนับสนุน ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า การที่วิทยาลัยจัดแหล่งศึกษาให้ความรู้แก่นักเรียน ทำให้วิทยาลัยมีแหล่งความรู้เรื่องนั้น ๆ โดยตรง สร้างความสนใจและอยากเรียนให้แก่นักศึกษามากยิ่งขึ้น รองลงมาได้แก่ มีโต๊ะเก้าอี้เพียงพอและมีสภาพพร้อมใช้งาน และ จำนวนนักศึกษาต่อห้องมีความพอดีไม่เกิดความแออัดทำให้เมื่อนำมาใช้ในการเรียน กับ มีกฎระเบียบเป็นแบบแผนที่ดีเพราะช่วยให้นักศึกษามีระเบียบมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเรื่องการเรียนอย่างมีความสุขโดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีการเรียนรู้อย่างมีความสุขแตกต่างกันและนักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเรื่องการเรียนอย่างมีความสุขไม่แตกต่างกัน

การเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษาศูนย์การศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก – เทคโนโลยีศรีราชา จำแนกตามคณะ/สาขา พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีสาขาการตลาดและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างกัน โดยที่สาขาการตลาดมีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขมากกว่าสาขาวิชาการบัญชีและสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์มีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างกัน โดยที่สาขาการตลาดมีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขมากกว่าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจและ สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์มีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างกัน โดยที่สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขมากกว่าสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

**คำสำคัญ:** ปัจจัย, การเรียนรู้อย่างมีความสุข

## Abstract

The objectives of a study of teaching conditions which related wit Happy Learning of the students, Southeast Bangkok College Education Center – Technosriracha were to study authentic conditions of teaching factors, level of the students' characteristic. A sample of this research was all 200 students by collecting 3 times, using completed questionnaires. Statistical data used in analyzing were frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test for the freedom group of students' characteristic , and One – Way ANOVA for 3 groups or over of students' characteristic. It used Multiple Comparison by Fisher's Least Significant Difference (LSD) when found the differences of statistical data.

The result of this study revealed that people who did questionnaires mostly were female, age between 20 - 25, and mostly were studying in Accounting major. Authentic conditions of teaching factors found that (1) Instructors part was at an excellent level. Followed by authentic supported stuffs, and teaching-learning process. Authentic conditions of teaching factors for instructors part found that the most things that want from instructors were instructors ins must be on time, have good personality, wear appropriate dress, have good temper, and always be cheerful. (2) Teaching-learning process part, an excellent level was there were enough and ready-to-use of tables and chairs. Followed by modern and ready-to-use of classroom, laboratory and there war scholarship for students. (3) Authentic supported stuffs part found that people who did questionnaires thought that when college provided them sources of education, so it can make college had direct sources for them which made them interested, and wanted to learn more. Followed by there were enough and ready-to-use of tables and chairs, and not so many students in each classroom, so they aren' t bored. Together with good regulations, so it can make them had more discipline.

People who did questionnaires had different Authentic Happy Learning which found that there was an excellent level. Students from different gender were effected to the different of Happy Learning, and students' opinions from different age weren't effected to the different of Happy Learning.

Happy Learning of the students, Southeast Bangkok College Education Center – Technosriracha separated by major found that students who were majoring in Accounting, Marketing, and Logistics had different opinions about Happy Learning. While Marketing major had an excellent level of Happy Learning than Accounting and Logistics major. Students who were studying in Marketing, Business Computer, and Logistics major had different opinions about Happy Learning more than Business Computer, and Logistics major. Students who were in Business Computer, and Logistics major had a different opinions about Happy Learning, Business Computer major had an excellent level of Happy Learning more than Logistics major.

#### **KEYWORDS:** TEACHING CONDITIONS WHICH RELATED WITH HAPPY LEARNING

#### **บทนำ**

การศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราชว่า “ประเทศชาติของเราจะเจริญหรือเสื่อมลงนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการศึกษาของประชาชนแต่ละคน เป็นสำคัญผลการศึกษาอบรมในวันนี้ จะเป็นเครื่องกำหนดอนาคตของชาติในวันข้างหน้า”(รุ่ง แก้วแดง. 2542 : คำนำ) และตามแนวคิดของปีเตอร์ ดักเกอร์ (Peter Drucker) กล่าวว่า การพัฒนาประเทศจะประสบผลสำเร็จได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับกระแสการสะสมองค์ความรู้ของคนในชาติ (รุ่ง แก้วแดง. 2542 : 11)

การศึกษาไทยที่ผ่านมานั้นจัดได้ว่าเป็นความล้มเหลวและเป็นภาวะวิกฤตทางการศึกษาของประเทศ คือ เป็นลักษณะของการเน้นเนื้อหาวิชาการมากกว่าตัวผู้เรียน เนื้อหาของการเรียนเป็นเรื่อง ไกลตัวไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้เรียนและสังคมไม่นึกถึงการพัฒนาความสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต ลักษณะการเรียนการสอนไม่เน้นเรื่องการเรียนรู้ แต่จะเน้นใน

ลักษณะให้ผู้เรียนท่องจำ ไม่สอนให้เด็กคิด วิเคราะห์ หรือค้นคว้าด้วยตนเอง ขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เด็กไทยไม่รู้จักการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นผลทำให้ขาดศักยภาพในการแข่งขันกับสังคมโลก ซึ่งลักษณะที่กล่าวมานั้น เป็นการจัดระบบการศึกษาที่ล้าสมัย ไม่สร้างพลังทางสติปัญญาให้คนไทยอย่างเต็มศักยภาพของความเป็นมนุษย์ เป็นเหตุให้ชาติอ่อนแอทางปัญญา และเป็นระบบการศึกษา ที่ก่อความทุกข์ยากให้แก่ผู้คนทั้งประเทศ (รุ่ง แก้วแดง. 2542 : 19) การเรียนเป็นความทุกข์ เพราะการเรียนยาก ไม่สนุก นำเบื่อ ทำให้คนเกลียด การศึกษา เนื่องจากเนื้อหาที่เรียนไม่สอดคล้องกับความจริงในชีวิตประจำวันของเด็ก เด็กจำใจต้องเรียนรู้สิ่งที่เป็นเรื่อง ไกลตัว ต้องสร้างจินตนาการด้วยความยากลำบากและมีความทุกข์เพราะต้องท่องจำตลอดเวลาความทุกข์จากการเรียนทำให้เด็กมีเจตคติต่อการเรียนไปในทางลบมองว่าการเรียนไม่ใช่เรื่องสนุก ไม่มีความสุข ไม่น่าเรียน และยิ่งสอนเข้าในทุกระดับเน้นเฉพาะความจำก็ยิ่งเพิ่มความเครียดให้เด็ก

มากขึ้นจนเกิดวิกฤตเกี่ยวกับผู้เรียนและนับวันปัญหาเหล่านั้น จะรุนแรงยิ่งขึ้น(รุ่ง แก้วแดง. 2542 : 2) ทำให้เด็กและเยาวชนในวัยเรียนมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เช่น ไม่เห็นคุณค่าของตนเองหนีเรียน ดิคาเสพติด เล่นการพนัน เที่ยวกลางคืน เป็นโศกณิเด็ก มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันเหมาะสม ขาดคุณธรรมจริยธรรม และผลการเรียนตกต่ำ ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของสังคม ดังนั้นจึงควรที่จะปฏิรูปกระบวนการเรียนการสอนใหม่ จากการเรียนแบบเคร่งเครียดมีความทุกข์มาเป็นการเรียนที่สนุกสนาน การแสดงออกถึงความสามารถของผู้เรียน เกิดความสุขในการเรียนซึ่งเป็นผลทำให้ผู้เรียนมีเจตคติที่ดีต่อการเรียน รักการเรียนและอยากเรียนรู้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นหน้าที่ที่ครูผู้สอนจะต้องวางแผนหรือจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างมีความสุข เพื่อเป็นการลดปัญหาดังกล่าว

เท็ดสัคคี เดชคง (2542 : 68) กล่าวว่า นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญของการเรียนรู้อย่างมีความสุขว่า นักเรียนมีความพึงพอใจในการเรียนรู้ เรียนในสิ่งที่อยากเรียนซึ่งทำให้เด็กมีอารมณ์ดีไม่ก้าวร้าวสามารถพัฒนาสติปัญญาได้เร็วกว่าการเรียนรู้ในสภาพที่เคร่งเครียดนอกจากนี้ อากา ถนัดช่วง (2543 : 24) ได้กล่าวถึงงานวิจัยของโฮเวิร์ด การ์ดเนอร์ และแดนเนียล โกลแมน (Howard Gardner & Daniel Goleman) พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotion quotient E.Q.) มีส่วนส่งเสริมให้คนประสบความสำเร็จได้มากกว่าความสามารถทางสติปัญญา(Intelligence quotient I.Q.) ดังนั้นการศึกษาไทยต้องเป็นการศึกษาที่จัดแล้ว ผู้เรียนต้องมีความสุขในการเรียนรู้ เมื่อไรก็ตามผู้เรียนโดยเฉพาะเด็กๆ ไม่มีมีความสุขในการเรียนรู้แล้ว หวังจะให้เด็กเก่งนั้นเป็นไปได้ ความรู้ทางสมองกับการศึกษาบอกว่า เมื่อมีความเครียดจะไม่เกิดสติปัญญา สมองจะมีการหลั่งสารฮอร์โมนที่ปิดกั้นการเรียนรู้

วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ มีปณิธานอย่างแน่วแน่ ในการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ให้มีสมรรถนะสูงระดับสากล โดยเฉพาะในศาสตร์ที่วิทยาลัยเปิดดำเนินการเรียนการสอน วิทยาลัยจะพัฒนาขีดความสามารถของคณาจารย์ ทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน การวิจัยและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงแก่ประชาชน และวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกในฐานะที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีส่วนร่วม ในการผลิตบัณฑิตรับใช้สังคมและประเทศไทย ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการปฏิรูปการศึกษา โดยเฉพาะแนวทางการจัดการเรียนการสอน และเทคนิคการสอนของครูผู้สอนเป็นสำคัญ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นครูผู้สอนคนหนึ่งในวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกมีความประสงค์จะหาแนวทางในการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ได้เรียนรู้อย่างมีความสุข มีเจตคติที่ดีต่อการเรียน รักการเรียน และเป็นความใฝ่รู้ อยากเรียนรู้ตลอดเวลาเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนให้เกิดประโยชน์ต่อนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสภาพที่เป็นอยู่จริงของปัจจัยในการสอน ที่ทำให้นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก เรียนรู้อย่างมีความสุข
2. เพื่อศึกษาระดับการเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
3. เพื่อศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนที่มีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้อย่างมีความสุข ของ

นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตาม  
คุณลักษณะของผู้เรียน

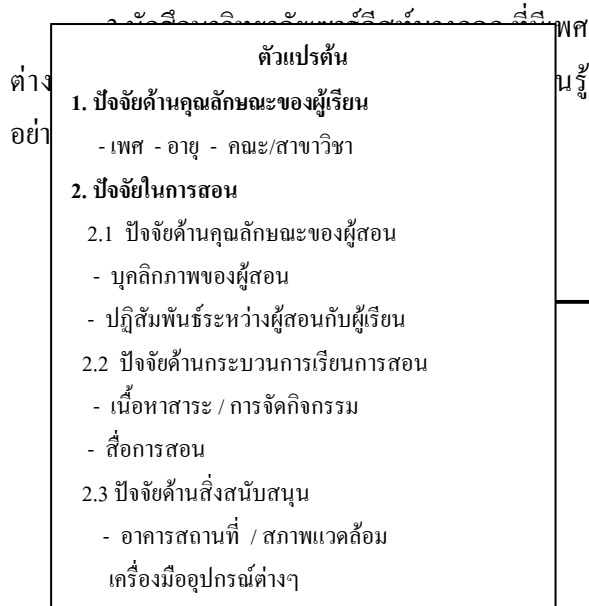
4. เพื่อศึกษาสหพันธ์เชิงพหุคูณระหว่างปัจจัย  
ในการสอนกับการเรียนรู้ได้อย่างมีความสุข

5. เพื่อเปรียบเทียบการเรียนรู้ได้อย่างมีความสุข  
ของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตาม  
คุณลักษณะของผู้เรียน

### สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้สอนปัจจัยด้าน  
กระบวนการเรียนการสอน ปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุน มี  
ความสัมพันธ์ ในทิศทางบวก กับการเรียนรู้ได้อย่างมี  
ความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้สอน ปัจจัย  
ด้านกระบวนการเรียน การสอนปัจจัย ด้านสิ่ง  
สนับสนุนมีความ สัมพันธ์เชิงพหุคูณ ในทิศทางบวก  
กับการเรียนรู้ได้อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัย  
เซาธ์อีสท์บางกอก



4. นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกที่มี  
ระดับชั้นเรียนต่างกัน จะเรียนรู้ได้อย่างมีความสุขต่างกัน

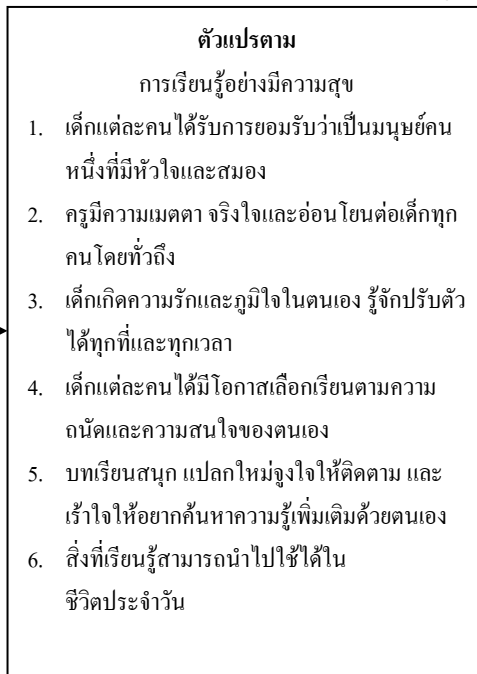
### ขอบเขตในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่  
นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาเซาธ์อีสท์บางกอก  
ศูนย์เทคโนโลยีศรียาชา ประจำปีการศึกษา 2553  
จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นนักศึกษา สาขาวิชาบัญชี  
จำนวน 66 คน สาขาวิชาการตลาด จำนวน 26 คน สาขา  
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 41 คน และสาขาโลจิสติกส์  
จำนวน 67 คน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับประชากร  
ทั้งหมด

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาสภาพปัจจัยในการ  
สอนที่มีสัมพันธ์กับการเรียนรู้ได้อย่างมีความสุขของ  
นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอกผู้วิจัยมีกรอบ



### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่  
นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาเซาธ์อีสท์บางกอก

ศูนย์เทคโนโลยีศรียาชา ประจำปีการศึกษา 2553 จำนวน 200 คน โดยแบ่งเป็นนักศึกษา สาขาวิชาบัญชี จำนวน 66 คน สาขาวิชาการตลาด จำนวน 26 คน สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 41 คน และสาขาโลจิสติกส์ จำนวน 67 คน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับประชากรทั้งหมด

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามการศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้อย่างมีความสุข ของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นประกอบด้วย 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ได้แก่ เพศ อายุ คณะ/สาขา มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบ (Check List)

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับสภาพปัจจัยในการสอนด้านต่างๆ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านอาจารย์ ด้านกระบวนการเรียนการสอน และด้านสิ่งสนับสนุน

**ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวกับความคิดเห็น เรื่องการเรียนรู้อย่างมีความสุข

### ผลการวิจัย

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์**

จากการศึกษา พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิง จำนวน 484 คน คิดเป็นร้อยละ 82.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมา

ได้แก่อายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 , อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 และ อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

คณะ/สาขา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 32.90 รองลงมาได้แก่ สาขาการจัดการโลจิสติกส์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10

### ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับสภาพปัจจัยในการสอนด้านต่างๆ ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่า สภาพปัจจัยในการสอนด้านต่าง ๆ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยที่ สภาพปัจจัยในการสอนด้านต่าง ๆ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบันด้านอาจารย์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.18 รองลงมาคือด้านสิ่งสนับสนุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และด้านกระบวนการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์สภาพปัจจัยในการสอนด้านอาจารย์ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่า สภาพปัจจัยในการสอนด้านอาจารย์ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ อาจารย์ต้องตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมาได้แก่ อาจารย์มีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และมีอารมณ์ดีและยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สภาพปัจจัยในการสอนด้านกระบวนการเรียนการสอน ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่า สภาพปัจจัยในการสอนด้านกระบวนการเรียนการสอน ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากที่สุด ได้แก่ มิโตะเก้อเพียงพอและมีสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.19 รองลงมาได้แก่ มีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยและพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และมีทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

#### ตอนที่ 5 การศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนด้านสิ่งสนับสนุน ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่า สภาพปัจจัยในการสอนด้านสิ่งสนับสนุน ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยที่ 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากที่สุด ได้แก่ วิทยาลัยจัดแหล่งศึกษาให้ความรู้แก่นักเรียน ทำให้วิทยาลัยมีความรู้เรื่องนั้น ๆ โดยตรง สร้างความสนใจและอยากเรียนมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาได้แก่ มิโตะเก้อเพียงพอและมีสภาพพร้อมใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ จำนวนนักศึกษาต่อห้องมีความพอดี ไม่เกิดความแออัดทำให้เบื่อน่ายในการเรียน กับ มีกฎระเบียบเป็นแบบแผนที่ดีเพราะช่วยให้นักศึกษามีระเบียบมากขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.04 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเรื่องการเรียนรู้ อย่างมีความสุข

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเรื่องการเรียนรู้ อย่างมีความสุข โดยภาพ

รวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.12 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า 3 อันดับแรกที่สุดตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ นักศึกษาได้รู้ถึงประโยชน์ของการเรียนทำให้อยากเรียนรู้และอยากได้ประโยชน์จากการเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา นักศึกษามีสุขภาพร่างกายแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ นักศึกษามีจุดมุ่งหมายของตนเอง ทำให้รู้ว่าเรียนไปเพื่ออะไรส่งผลให้สนใจเรียนและอยากเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 7 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการเรียนรู้ อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามคุณลักษณะของผู้เรียน

จากการศึกษา พบว่า ผล เปรียบเทียบการเรียนรู้ อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 นั่นคือ นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีการเรียนรู้ อย่างมีความสุขแตกต่างกัน

#### ตอนที่ 8 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการเรียนรู้ อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามอายุ

จากการศึกษา พบว่า ผลเปรียบเทียบการเรียนรู้ อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

#### ตอนที่ 9 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการเรียนรู้ อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามคณะ/สาขา

จากการศึกษา พบว่า ผลเปรียบเทียบการเรียนรู้ อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามคณะ/สาขา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 นั่นคือ นักศึกษาที่มีคณะ/สาขาต่างกันมีพฤติกรรมการเรียนรู้ อย่างมีความสุขแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

**ตอนที่ 10 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย**  
**รายคู่ของนักศึกษาที่มีคณะ/สาขาที่แตกต่างกัน กับ**  
**ความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขต่างกัน**

จากการศึกษา พบว่านักศึกษาสาขาวิชาการ  
 บัญชีมีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่าง  
 จากนักศึกษาสาขาการตลาดและนักศึกษาสาขาวิชาการ  
 จัดการ โลจิสติกส์

นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีความคิดเห็น  
 เรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจากนักศึกษาสาขา  
 คอมพิวเตอร์ธุรกิจและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ  
 โลจิสติกส์

นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมีความ  
 คิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจากนักศึกษา  
 สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

#### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า เพศของผู้ตอบ  
 แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย  
 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และผู้ตอบ  
 แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการ  
 บัญชี รองลงมาได้แก่ สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ และ  
 สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

สภาพปัจจัยในการสอนด้านต่าง ๆ ที่เป็นอยู่  
 จริงในปัจจุบันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนก  
 เป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยที่  
 สภาพปัจจัยในการสอนด้านต่าง ๆ ที่เป็นอยู่จริงใน  
 ปัจจุบันด้านอาจารย์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ  
 ด้านสิ่งสนับสนุน และด้านกระบวนการเรียนการสอน

สภาพปัจจัยในการสอนด้านอาจารย์ ที่เป็นอยู่  
 จริงในปัจจุบัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนก  
 เป็นรายข้อพบว่า 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามมี  
 ความคิดเห็นมากที่สุดคือ อาจารย์ต้องตรงต่อเวลา  
 รองลงมาได้แก่ อาจารย์มีบุคลิกภาพดีและแต่งกาย  
 เหมาะสม มีอารมณ์ดีและยิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ

สภาพปัจจัยในการสอนด้านกระบวนการเรียน  
 การสอน ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน โดยภาพรวมอยู่ใน  
 ระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ใน  
 ระดับมาก โดย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมี  
 ความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ มีโต๊ะเก้าอี้เพียงพอและมี  
 สภาพพร้อมใช้งาน รองลงมาได้แก่ มีสภาพห้องเรียน  
 และห้องใช้ปฏิบัติการที่ทันสมัยและพร้อมใช้งาน และ  
 มีทุนการศึกษาสำหรับนักศึกษา

สภาพปัจจัยในการสอนด้านสิ่งสนับสนุน ที่  
 เป็นอยู่จริงในปัจจุบัน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ  
 จำแนกเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยที่ 3  
 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นมากที่สุดได้แก่  
 วิทยาลัยจัดแหล่งศึกษาให้ความรู้แก่นักเรียน ทำให้  
 วิทยาลัยมีแหล่งความรู้เรื่องนั้น ๆ โดยตรง สร้างความ  
 สนใจและอยากเรียนมากยิ่งขึ้น รองลงมาได้แก่ มีโต๊ะ  
 เก้าอี้เพียงพอและมีสภาพพร้อมใช้งาน และ จำนวน  
 นักศึกษาต่อห้องมีความพอดีไม่เกิดความแออัดทำให้  
 เบื่อหน่ายในการเรียน กับ มีกฎระเบียบเป็นแบบแผนที่  
 ดีเพราะช่วยให้นักศึกษามีระเบียบมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเรื่องการ  
 เรียนอย่างมีความสุขโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ  
 จำแนกเป็นรายข้อพบว่า 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ นักศึกษา  
 ได้รู้ถึงประโยชน์ของการเรียนทำให้อยากเรียนรู้และ  
 อยากรู้ได้ประโยชน์จากการเรียน รองลงมา นักศึกษามี  
 สุขภาพร่างกายแข็งแรง และ นักศึกษามีจุดมุ่งหมายของ  
 ตนเอง ทำให้รู้ว่าเรียนไปเพื่ออะไรส่งผลให้สนใจเรียน  
 และอยากเรียน

ผลเปรียบเทียบการเรียนรู้อย่างมีความสุขของ  
 นักศึกษาวิทยาลัยเซนต์อิสท์บางกอก พบว่า นักศึกษาที่มี  
 เพศต่างกันมีการเรียนรู้อย่างมีความสุขแตกต่างกัน



ผลเปรียบเทียบการเรียนรู้ที่มีความสุขของ นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามอายุ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ผลเปรียบเทียบการเรียนรู้ที่มีความสุขของ นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก จำแนกตามคณะ/ สาขา พบว่า พฤติกรรมการเรียนรู้ที่มีความสุข แตกต่างกัน โดย นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความ คิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจากนักศึกษา สาขาการตลาดและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีความคิดเห็นเรื่อง เรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจากนักศึกษาสาขา คอมพิวเตอร์ธุรกิจและนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ และ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมี ความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจาก นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

## อภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจัยในการ สอนที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้ที่มีความสุข ของ นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก มีการอภิปรายผล ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า สภาพปัจจัยในการสอนด้าน ต่าง ๆ ที่เป็นอยู่จริงในปัจจุบันโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับ มาก โดยที่ สภาพปัจจัยในการสอนด้านต่าง ๆ ที่เป็นอยู่ จริงในปัจจุบันด้านอาจารย์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือด้านสิ่งสนับสนุน และด้านกระบวนการเรียนการสอน ซึ่งสอดคล้องผลการวิจัยของสิรินดา วรธนะวิภาดา (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของ นักศึกษาที่มีต่อสภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยศรีปทุม ผลการวิจัยสรุปได้ว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อ สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยศรีปทุม พบว่า ด้าน อาจารย์ผู้สอน นักศึกษามีความพึงพอใจใน บุคลิกลักษณะที่ตีเหมาะสมกับการเป็นอาจารย์อยู่ใน

ระดับมาก ด้านกิจกรรมนักศึกษา นักศึกษามีความพึง พอใจในการให้ความร่วมมือของอาจารย์ที่ปรึกษาฝ่าย กิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการบริการนักศึกษา นักศึกษามีความพึงพอใจเวลาการเปิดบริการของ ห้องสมุดอยู่ในระดับปานกลาง ด้านอาคารสถานที่ นักศึกษามีความพึงพอใจเกี่ยวกับแสงสว่างภายใน ห้องเรียนอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเรื่องการเรียนรู้ที่มีความสุข โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งอาจจะ เนื่องมาจากการเปิดสอนที่ศูนย์เทคโนโลยีศรียา มี นักศึกษาจำนวนไม่มาก จึงทำให้การบริการในด้าน ต่างๆ รวมถึงการเอาใจใส่ของอาจารย์ผู้สอนทั่วไปถึง สำหรับนักศึกษาทุกคน สอดคล้องกับบุญรัตน์ อินทรสมพันธ์ (2542: 13) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ ของนักเรียนต่อพฤติกรรมการสอน ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเรียน ว่า ถ้ามนุษย์ได้เรียนรู้ในสิ่งที่ตนพอใจก็จะมีมีความสุข และประสบผลสำเร็จ เกิดผลของการเรียนเป็นที่น่า พอใจ

ผลเปรียบเทียบการเรียนรู้ที่มีความสุขของ นักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก พบว่า นักศึกษาที่มี เพศ และ คณะ / สาขา ต่างกันมีการเรียนรู้ที่มีความสุขแตกต่างกัน โดย นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมี ความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจาก นักศึกษาสาขาการตลาดและนักศึกษาสาขาวิชาการ จัดการ โลจิสติกส์ นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดมีความ คิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่างจากนักศึกษา สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจและนักศึกษาสาขาวิชาการ จัดการ โลจิสติกส์ และ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ ธุรกิจมีความคิดเห็นเรื่องเรียนอย่างมีความสุขแตกต่าง จากนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

ผลเปรียบเทียบนักศึกษามีอายุแตกต่างกัน พบว่า การเรียนรู้ที่มีความสุขไม่แตกต่างกัน อาจ เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี

ซึ่งเป็นนักศึกษาที่อยู่ในวัยช่วงอายุเดียวกันและเป็นนักศึกษาในวัยทำงาน จึงมีความต้องการใกล้เคียงกัน

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรจะทำการศึกษาสภาพปัจจัยในการสอนที่สัมพันธ์กับการเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก ศูนย์อื่น ๆ

2. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษา

3. ควรศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยกับการเรียนรู้อย่างมีความสุขของนักศึกษา

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กฤษณา ศักดิ์ศรี. *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น, 2530.
- [2] เฉลา ประเสริฐสังข์. *จิตวิทยาการศึกษา*. จันทบุรี : คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี, ม.ป.ป.
- [3] ชุศรี วงศ์รัตนะ. *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เทพเนรมิตร, 2541.
- [4] ดิเรก พรสิมา. *ปฏิรูปการศึกษาไทยอย่างไร*. กรุงเทพฯ : ส.รุ่งทิพย์ ออฟเซ็ท, 2543.
- [5] เทอดศักดิ์ เดชคง. “ความเครียดของครูกับบรรยากาศ ภาควิชา ในห้องเรียน,” *สถานปฏิรูป*. 2 (19) : 68. (19 ตุลาคม 2542).
- [6] ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. *รายงานการวิจัยการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในระดับบัณฑิตศึกษา*. กรุงเทพฯ : ทบวงมหาวิทยาลัย, 2543.
- [7] มาลี จุฑา. *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทิพย์วิสุทธิ, 2542.
- [8] รุ่ง แก้วแดง. *ปฏิวัติการศึกษาไทย*. กรุงเทพฯ : มติชน, 2542.
- [9] วิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี. *เอกสารแนะนำวิทยาลัยนาฏศิลป์จันทบุรี*. จันทบุรี : วิทยาลัยฯ, 2542.

- [10] สุชา จันทน์เอม. *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2533.
- [11] สุณีย์ ชีรดากร. *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพระนคร, 2542.
- [12] อารี พันธุ์มณี. *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ : เลิฟเอนด์ลิฟเพรส, 2534.
- [13] อัมภา บุญช่วย. *การบริหารงานวิชาการในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พรินติ้งเฮาส์, 2537.
- [14] Hilgard , Earnest R. & Bower , Gordon H. *Theories of learning*. New York : Prentice-Hall, 1975.
- [15] Krejcie, Robert V . & Morgan , Darylo W. “Determoning Sample SiZe for Research Activitus” *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 607–610. (Autumn 1970).

## พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

Consumer behavior for the choice of spa services for working-age consumers

In Lampang Municipality area.

กุลวรรณ โสทธิกุล<sup>1</sup>, ภัทริกา มณีพันธ์<sup>2</sup>, จินตนา จันเรือน<sup>3</sup>

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

<sup>1</sup>E-mail: ja\_ja69@hotmail.com <sup>2</sup>E-mail: patty\_varity@hotmail.com <sup>3</sup>E-mail: junruan507@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยเน้นการศึกษาตามทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภควัยทำงานที่อยู่ในเขตเทศบาลนครลำปาง จำนวน 380 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการสปามาแล้ว 2-3 ครั้ง ได้เลือกใช้บริการสปาในรูปแบบการนวดตัว โดยมีสาเหตุที่ใช้บริการสปาเพื่อคลายความเครียด การเลือกใช้บริการสปาจะได้รับอิทธิพลจากเพื่อน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้ารับบริการ สปาดำกว่า 500 บาท ความถี่ในการเข้าใช้บริการสปาที่ไม่แน่นอน จะเข้ามาใช้บริการสปาในช่วงเวลา 12.01-15.00 น. ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ใช้เวลาในการเข้ารับบริการสปา 1-2 ชั่วโมง/ครั้ง โดยจะชำระค่าบริการสปาในรูปแบบของการชำระเป็นเงินสด จะเลือกใช้บริการประจำเพียงร้านเดียว โดยมีเหตุผลที่ารู้จักคุ้นเคยเจ้าของร้าน มีผู้ให้บริการประจำ และมีความสะดวก-ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านบริการสปาจากเพื่อน/คนในครอบครัว โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางหลังจากการได้รับบริการสปา โดยจะกลับมาใช้บริการสปา และจะแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการสปา

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการธุรกิจสปา โดยจำแนกตามอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ ของกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการธุรกิจสปา

**ABSTRACT**

The objective of this study is to identify the choice of spa services for working-age consumers in Lampang Municipality area. This study is focused on Consumer Behavior's Theory and Mix factors' Marketing. Sample of this study is collected from the group of 380 working-age consumers in the Lampang Municipality area. The methods of the data collection are questionnaires, frequencies, means, percentages and standard deviations shown as following:

Most among the sample group have used the body massage as spa service for 2-3 times. The cause is to relax or relieve stress. The choice of spa is also from the influence of friends. The cost per service is less than 500 baht and the frequency is unstable as it is from 12.01-15.00 on Saturday and Sunday for 1-2 hours per service. The mode of payment is by cash and the sample group is considered as regular customers for being familiar to the owner and employees. The convenience is that it is near home or workplace. Most information about this spa service is collected from friends or family members by having medium level of satisfaction after the spa service. They continue with the spa service and suggest others to use this service.

The comparison of consumers' behavior which is separated by the occupation. As the results can be shown as the factor of product, price, place, promotion, physical and process. Hence, there is no effect to the consumer's behavior by different career to choosing Spa Service.

**Keywords:** Spa services, Consumer behavior, Entrepreneur

**1. รายละเอียดทั่วไป**

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจได้รับความนิยมน่าสนใจในประเทศไทย ด้วยเหตุของวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ มีการจ้างงานลดลงเป็นผลให้บุคคลหันมาเสริมสร้างอาชีพหรือธุรกิจใหม่ขึ้นมา เพื่อสร้างฐานะให้มีความมั่นคงมากขึ้น<sup>[1]</sup> ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจสปาในประเทศไทยได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมา ข้อมูลจากผลสำรวจอุตสาหกรรมสปาในประเทศไทย (Spa Industry Thailand 2002) ของบริษัท Intelligentspa จำกัด โดยความร่วมมือของสมาคมสปาไทย พบว่าในปี 2545 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาใช้บริการสปาในประเทศไทยจำนวน 2.6 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศ 85 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และพบว่า มีผู้ประกอบการธุรกิจสปา รวมทั้งสิ้น 230 แห่ง ทำให้เกิดการจ้างงานมากกว่า 4,000 คน ธุรกิจสปาจึงเป็นธุรกิจที่น่าจับตามองเพราะเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาล โดยเฉพาะ Day Spa ซึ่งเป็นสปาขนาดเล็กที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก หากแต่การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปานี้จะสามารถดำรง

อยู่อย่างยั่งยืนหรือไม่ รวมถึงธุรกิจสปาในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมทั่วถึงหรือยัง มีวิธีการใดบ้างที่จะสามารถเข้าถึงผู้รับบริการและยังมีผู้บริโภคกลุ่มใดบ้างที่ธุรกิจสปาจะสามารถเข้าถึงได้อีก นอกเหนือจากกลุ่มผู้บริโภคเดิม และโดยวิธีใด จังหวัดลำปางเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่ได้รับนิยมนิยมในกระแสการรักษาสุขภาพ ซึ่งมีผู้มาใช้บริการของธุรกิจสปากันอย่างแพร่หลาย จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีโอกาสที่ธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพ จะสามารถขยายตัวได้ต่อเนื่อง เนื่องจากจังหวัดลำปางมีความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายด้าน เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่งทางบกกับจังหวัดต่างๆ ในเขตภาคเหนือตอนบน ด้วยสาเหตุเหล่านี้ที่เป็นยุทธศาสตร์ของจังหวัดลำปางได้เอื้อต่อธุรกิจสปาในจังหวัด จึงทำให้ธุรกิจสปาสามารถที่จะอยู่ในตลาดสปาได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการมุ่งศึกษาไปยังกลุ่ม

ผู้บริโภคในวัยทำงานที่มีจำนวนมากขึ้นที่ประสบภาวะแวดล้อมที่เป็นสาเหตุให้เกิดความเครียดได้มากกว่าวัยอื่นๆ

แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจสปายังมีอุปสรรคทางการขาดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ไม่สามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน ก็เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรม การเลือกใช้บริการของผู้บริโภควัยทำงานเกี่ยวกับความต้องการในธุรกิจสปา และปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดของผู้บริโภคในการใช้บริการสปา ตามสถานประกอบการสปาทั่วไป ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในธุรกิจสปาที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ในธุรกิจด้านนี้ และเป็นธุรกิจที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยว และช่วยกระตุ้นสภาพเศรษฐกิจในจังหวัดลำปางอีกด้วย

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
  2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตเทศบาลนคร อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
- การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีขอบเขตในการศึกษา 4 ด้าน คือ (1) ด้านเนื้อหา เน้นประเด็นของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอ

เมือง จังหวัดลำปาง (2) ระยะเวลา ศึกษาช่วงเดือนพฤศจิกายน 2553 ถึงเดือนตุลาคม 2554 (3) ประชากร คือ ผู้บริโภควัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครลำปาง ที่มีอายุตั้งแต่ 23-60 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการธุรกิจสปาในเขตเทศบาลนครลำปางและ (4) พื้นที่วิจัย เขตเทศบาลนครลำปาง

## 3. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่นำมาเป็นฐานในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริบทของธุรกิจสปา แนวคิด ทฤษฎีของพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภควัยทำงาน และส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควัยทำงาน ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

### 1. บริบทของธุรกิจสปา

สปา มาจากภาษาละติน “Sanus Per Aquam” หมายความว่า การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำซึ่งช่วยให้มีสุขภาพที่ดีและผ่อนคลาย ตามคำนิยามที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป สปาหมายถึงการบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีทางธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัดควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยที่สร้างภาวะสมดุลระหว่างร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สปาจึงเป็นส่วนผสมของศาสตร์และศิลป์แห่งการบำบัดเพื่อสุขภาพที่รวมเอาหลักการของประสาทสัมผัสทั้ง 5 เข้าไว้ด้วยกัน คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส นอกจากนี้ ISPA ได้จัดแบ่งสปาออกเป็น 7 ประเภทด้วยกัน โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากสถานที่ ได้แก่ (1) Club Spa เป็นสปาที่มุ่งเน้นที่การออกกำลังกายเสริมสร้างสมรรถนะในความแข็งแรงของร่างกายและมีบริการด้านการนวด การอบไอน้ำ การอบเซาน่า การแช่น้ำร้อน-น้ำ

เย็น รวมถึงโยคะ หรือการออกกำลังกายอื่นๆ สปาประเภทนี้จะไม่มีห้องพักให้บริการ (2) Cruiseship Spa เป็นสปาที่อยู่ในเรือ โดยเน้นการผ่อนคลายด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการบำบัด ความงาม การนวด หรือแม้แต่การจัดทำกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้จิตใจสงบ แนวโน้ม สปาแบบนี้ได้รับความนิยมมากขึ้น(3) Mineral Spring Spa เป็นสปาที่ใช้น้ำพุร้อนหรือน้ำแร่เพื่อการบำบัดโดยเฉพาะ นอกเหนือจากการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ อย่างในประเทศไทยที่มีโอกาสที่จะพัฒนาบริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติที่มีอยู่หลายแห่งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสปาได้เป็นอย่างดีในอนาคต(4) Destination Spa เป็นสปาที่เน้นการพักผ่อนระยะยาวเพื่อทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง มีการให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การนวด การโภชนาการบำบัดหรือกิจกรรมอื่นๆ (5) Hotel and Resort Spa เป็นสปาที่ดำเนินการตามรีสอร์ทหรือโรงแรมโดยเสนอบริการหลัก ได้แก่ การออกกำลังกาย การนวด การอบตัว โภชนาการบำบัด ผู้ที่มาใช้ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม (6) Day Spa เป็นสปาที่สามารถดำเนินการได้ตามที่พักอาศัย อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้าหรือสนามบิน ลักษณะผู้ใช้บริการจะเป็นระยะสั้นๆ ประมาณ 1-5 ชั่วโมง (7) Medical Spa เป็นสปาที่เน้นการบำบัดสุขภาพซึ่งอาจเป็นแพทย์แผนปัจจุบัน หรือแพทย์ทางเลือก การให้บริการจะเน้นเชิงการแพทย์มากกว่า ([www.tkc.go.th](http://www.tkc.go.th))<sup>[2]</sup>

## 2. แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค และการใช้ของผู้บริโภคทำให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหา

ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHOM? WHEN? WHERE? และHOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ คือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS and OPERATIONS เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค กล่าวคือ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์และพฤติกรรมศาสตร์ ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำตอบที่ต้องการทราบสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่อยู่เหนือคู่แข่ง ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยาปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasion) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของปี ช่วงเวลาใดของ

วัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาล วันสำคัญต่างๆ ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงช่องทางและแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคได้ทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เป็นต้นผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกลูกภายหลังการซื้อ<sup>[3]</sup>

### 3. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (The Services Marketing Mix) ใ้ว่าเป็นแนวคิดที่จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่เพิ่มขึ้นจากส่วนผสมทางการตลาดของสินค้า โดยทั่วไป ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก (7Ps) ดังต่อไปนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Service Product) หมายถึง ข้อเสนอทั้งหมดของผู้ขายที่สามารถใช้ประโยชน์หรือให้คุณค่าแก่ลูกค้าได้ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับตามองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการทั้งหมด คือ ประโยชน์หลัก ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์เสริม และผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการดังกล่าวนำไปใช้ในการจัดการบริการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้สร้างความแตกต่างในด้านบริการของกิจการที่ยั่งยืนต่อไป 2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการ

ที่ต่างกัน โดยการกำหนดราคาจะต้องเริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของการกำหนดราคา แล้วจึงมาพิจารณาถึงวิธีการกำหนดราคาที่เหมาะสม ซึ่งต้องพิจารณาถึงข้อดีข้อเสียของวิธีการกำหนดราคาแต่ละวิธีอย่างรอบคอบ จึงจะสามารถกำหนดราคาที่เหมาะสมได้ 3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งจะต้องพิจารณาหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ การเข้าถึงได้ และความพร้อมที่จะให้บริการได้ โดยการกำหนดกลยุทธ์การจัดจำหน่ายบริการ ต้องพิจารณาถึงประเด็นหลักในเรื่องของทำเลที่ตั้ง (Location) และการเลือกช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) ในเรื่องของการเลือกทำเลที่ตั้งของกิจการนั้น ต้องพิจารณาถึงลักษณะของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าเป็นหลัก ส่วนการเลือกช่องทางในการนำเสนอบริการจะต้องตัดสินใจเลือกช่องทางในการนำเสนอบริการที่มีความเหมาะสมมากที่สุด 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลที่จำเป็นต่างๆ ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ชักจูงให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และช่วยเตือนความจำให้ลูกค้า การสื่อสารจะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจถึงบริการได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งต้องเลือกใช้ส่วนประสมหรือเครื่องมือในการสื่อสารต่างๆ อันได้แก่ การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการบริการของกิจการ 5. ด้านบุคคล (People) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ พนักงานของกิจการมีความสำเร็จในการให้บริการโดยต้องแสวงหาวิธีการที่จะพัฒนาพนักงานให้มีจิตสำนึกในการให้บริการ

แก่ลูกค้า เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขั้นถือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ พนักงานต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา ซึ่งจะสามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรได้ 6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่เป็นรูปธรรมต่างๆ ที่สามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ และใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของบริการ ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภทที่สำคัญ คือ ภูมิทัศน์บริการ ซึ่งหมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการ และสิ่งที่จับต้องได้อื่นๆ โดยสร้างและปรับปรุงหลักฐานทางกายภาพเพื่อช่วยให้ทั้งลูกค้าและพนักงานเกิดความพึงพอใจต่อกิจการ และช่วยให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งควรจัดทำผังกระบวนการให้บริการเพื่อให้ออกแบบกระบวนการผลิตและการนำเสนอบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และควรนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ให้เหมาะสม โดยมุ่งเน้นให้ทั้งพนักงานของกิจการและลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเป็นหลัก<sup>[4]</sup>

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีประสบการณ์ในการใช้บริการสปามาแล้ว 6-10 ครั้ง และพบว่าสาเหตุของการเลือกใช้บริการสปา คือ ผ่อนคลายความเครียด โดยนักท่องเที่ยวทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริการส

ปาโดยผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อกับสถานบริการสปาผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง โดยบริการสปาที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว คือ การนวดไทยแผนโบราณและการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เวลาในการมาใช้บริการสปาเฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และจากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ<sup>[5]</sup>

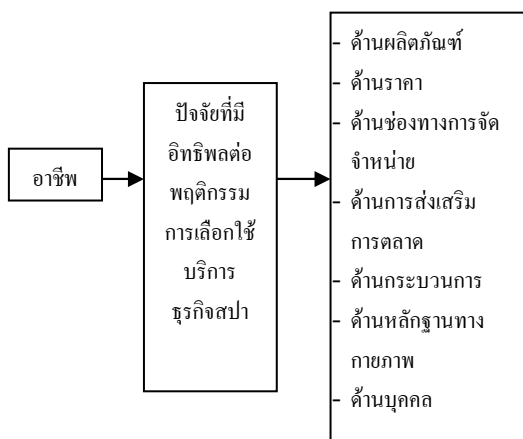
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายและเพศหญิงในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการนวดเท้า และไม่ได้เป็นสมาชิกของธุรกิจสปาใดๆ ใช้บริการสปา 1-2 ครั้งต่อเดือน ใช้จ่ายในแต่ละครั้ง 1,000-1,500 บาท โดยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านกระบวนการรองลงมาเป็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านสถานที่ ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ<sup>[6]</sup>

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการนวดทั้งตัวสาเหตุที่ใช้บริการนวดแผนไทย คือ เพื่อบำบัดและรักษาโรคเกี่ยวกับกล้ามเนื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง โดยมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 101-200 บาท วันที่มาใช้บริการ คือ วันเสาร์-อาทิตย์ และมีระยะเวลาในการใช้บริการแต่ละครั้งคือ 1-2 ชั่วโมง ลักษณะการให้บริการส่วนใหญ่จะใช้



บริการร้านประจำเพียงร้านเดียว โดยมีเหตุผล คือ บริการได้มาตรฐาน/หรือได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข แหล่งที่ได้รับข้อมูลร้านนวดแผนไทย คือ เพื่อน ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้สึกพอใจมาก หลังใช้บริการนวดแผนไทย โดยจะกลับมาใช้บริการนวดแผนไทยอีก และจะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการนวดแผนไทย<sup>[7]</sup>

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

#### 5. ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตเทศบาล นครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง

จังหวัดลำปาง สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling Techniques) วิธีการแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 380 คน ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เคยใช้บริการสปามาแล้ว 2-3 ครั้ง ได้เลือกใช้บริการสปาในรูปแบบการนวดตัว โดยมีสาเหตุที่ใช้บริการสปาเพื่อคลายความเครียด การเลือกใช้บริการสปาจะได้รับอิทธิพลจากเพื่อน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเข้ารับบริการสปาต่ำกว่า 500 บาท ความถี่ในการเข้าใช้บริการสปาที่ไม่แน่นอน จะเข้ามาใช้บริการสปาในช่วงเวลา 12.01-15.00 น. ในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ใช้เวลาในการเข้ารับบริการสปา 1-2 ชั่วโมง/ครั้ง โดยจะชำระค่าบริการสปาในรูปแบบของการชำระเป็นเงินสด จะเลือกใช้บริการประจำเพียงร้านเดียว โดยมีเหตุผลที่ว่ารู้จักคุ้นเคยเจ้าของร้าน มีผู้ให้บริการประจำ และมีความสะดวก-ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านบริการสปาจากเพื่อน/คนในครอบครัว โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางหลังจากการได้รับบริการสปา โดยจะกลับมาใช้บริการสปา และจะแนะนำบุคคลอื่นมาใช้บริการสปา

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้บริโภควันทำงานในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำแนกตามอาชีพ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของการมีเสื้อผ้าผัดเปลี่ยนให้ในการรับบริการ การมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการนวด เช่น น้ำมันหรือสมุนไพรต่างๆ การเปลี่ยนผ้าปูที่นอน

ปลอดภัยสำหรับลูกค้าแต่ละคน และกิจการมีชื่อเสียงในการให้บริการ

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านราคาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องอัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ และมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านสถานที่จัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือบ้านเพียงรายการเดียวเท่านั้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และมีการรับสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษ

ปัจจัยด้านบุคลากร กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พนักงานมีประสบการณ์ความชำนาญ ฝีมือและความรู้ในการให้บริการ พนักงานมีคุณวุฒิ มีใบอนุญาตจากกระทรวง สาธารณสุข และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีความสุภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 ในเรื่องของห้องสพามีอากาศถ่ายเทสะดวกและบรรยากาศสบาย

ปัจจัยด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในเรื่องของการให้บริการรวดเร็ว

## 6. สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการสปาเป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับวารภรณ์ หมอนสะอาด (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ในส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นเพศหญิง ส่วนการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภคมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภรี ฉัตรกันยรัตน์(2547) ที่พบว่าผู้ใช้บริการสปา มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน สำหรับสาเหตุที่เลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวิภาพร มหาชัย(2544) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายความเครียด โดยใช้บริการสปาในรูปแบบการนวดตัว และในผลการศึกษาพบว่าอัตราค่าบริการต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้ง ความถี่ในการมาใช้บริการไม่แน่นอน ช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ 12.01-15.00 น. ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยใช้เวลาในการรับบริการ 1-2 ชั่วโมงต่อครั้ง นิยมไปใช้บริการ สปาเป็นประจำเพียงร้านเดียว ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการใช้บริการ คือ เพื่อน/คนในครอบครัว และตัดสินใจด้วยตนเอง และซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวารภรณ์ หมอนสะอาด(2547) ที่พบว่า

ผู้ใช้บริการมีค่าใช้จ่ายในการรับบริการคือ 101-200 บาทต่อครั้ง วันที่ให้บริการคือวันเสาร์และวันอาทิตย์ และมีระยะเวลาในการให้บริการแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง และความถี่ในการมาใช้บริการที่ไม่แน่นอน ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง และจะใช้บริการเป็นประจำเพียงร้านเดียว และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการสปา กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกิจสปา

## 7. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปาของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตเทศบาลนครลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีข้อเสนอแนะที่จะนำไปเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีความสนใจจะดำเนินธุรกิจสปาซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดจะจำแนกตามปัจจัยทางการตลาด ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการได้รับ การรับรองมาตรฐานการบริการ โดย กระทรวงสาธารณสุข ด้านมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนปลอดหมอนสำหรับลูกค้าแต่ละคน และด้านกิจการมีชื่อเสียงในการให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงคุณภาพในผลิตภัณฑ์และบริการมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านราคา สิ่งที่สำคัญ ได้แก่ อัตราค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพบริการ และการคิดค่าบริการ/รับชำระเงินถูกต้อง อีกทั้งต้องมีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ส่วนปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรจะมีการจัดสถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ มีที่จอดรถกว้างขวาง และทางร้านควรมีห้องให้บริการสปาจำนวนเพียงพอ ถ้าผู้ประกอบการเลือกทำเลที่ตั้ง

ร้านที่ดี สะดวก ใกล้เคียงชุมชน ก็จะเป็นการเพิ่มช่องทางในการเลือกมาใช้บริการที่ร้านได้ หรืออาจมีการเพิ่มช่องทางการบริการโดยให้มีการบริการนอกสถานที่เพื่อตอบรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้บริการที่บ้านอีกทางหนึ่ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ ด้านมีการโฆษณาตามสถานที่ และสื่อต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายกว่าปัจจัยอื่น และควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น การมีส่วนลด หรือการบริการฟรีเมื่อครบชั่วโมง เป็นต้น และด้านมีการรับสมัครสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ เพราะการส่งเสริมการตลาดเหล่านี้จะสามารถให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลในการใช้บริการมากขึ้นและยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการอยากใช้บริการได้อีกทางหนึ่ง

ปัจจัยด้านบุคลากร เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในงานลักษณะนี้ เพราะเป็นการให้บริการกับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นจึงต้องมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีการปฏิบัติงานในการให้บริการที่เหมาะสม เช่น พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีความสุภาพ มีทักษะในการสื่อสาร พนักงานต้องให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้า แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ผู้ประกอบการจะต้องมีการฝึกอบรมให้พนักงานพนักงานมีประสิทธิภาพ ความชำนาญฝีมือ และความรู้ในการบริการ และพนักงานต้องมีคุณวุฒิ มีใบอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งประเมินการทำงานของพนักงาน เพื่อหาข้อบกพร่องและนำมาปรับปรุงในการบริการต่อไป ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ การทำการตลาดบริการ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพเป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค โดยห้องนวดมีอากาศถ่ายเทสะดวก บรรยากาศสบาย ห้องนวด ที่นอนและหมอนสะอาด การบริการน้ำดื่มที่สะอาดสำหรับผู้บริโภคที่มีใช้บริการเป็นเวลานาน รวมทั้งป้ายชื่อ

สถานที่บริการเห็นง่ายชัดเจน และตกแต่งสถานที่และบริเวณสวยงาม เพื่อเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค และปัจจัยด้านกระบวนการผู้ประกอบการต้องมีการบริหารงานเป็นระบบ ปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการให้บริการระบุเวลาเปิด-ปิดแน่นอน ควรชัดเจนและควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดลูกค้าเสียเวลาในการมาใช้บริการในวันที่ร้านปิด รวมถึงมีการให้บริการรวดเร็ว มีการจัดลำดับคิวเมื่อผู้บริโภคมารอรับบริการ และระยะเวลาในการให้บริการแต่ละครั้งเหมาะสม

## 8. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารวิทยาลัยอินเทอร์เน็ต ลำปาง ที่เห็นความสำคัญและหนุนเสริมงบประมาณให้เกิดงานวิจัย และขอขอบคุณ Peer Review ทุกท่านที่ให้ข้อชี้แนะ ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

## 9. เอกสารอ้างอิง

- [1] Ahuja, G, & Lampert, C. M. (2001). Entrepreneurship in the large corporation: A longitudinal study of how established firms create breakthrough inventions. **Strategic Management Journal**, 22, 521-543.
- [2] ศูนย์กลางความรู้แห่งชาติ, 2549 . (Online) Available, [www.tkc.go.th](http://www.tkc.go.th) ค้นเมื่อ [2554 มิถุนายน 10]
- [3] ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. บริษัท ธรรมสาร จำกัด, กรุงเทพฯ : หน้า 193.
- [4] ชีรกีติ นวรัตน์ ณ อยู่ชยา, 2549. การตลาดบริการ แนวคิดและกลยุทธ์.สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ
- [5] วิภาพร มหาชัย, 2544. พฤติกรรมของท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการเลือกใช้บริการ สปาเพื่อสุขภาพ. สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [6] สุภรี ฉัตรกันยารัตน์, 2547. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. สาขาบริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [7] วราภรณ์ หมอนสะอาด, 2547. พฤติกรรมเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัด ลำพูน. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อขนมไทยของผู้บริโภค  
ในจังหวัดชลบุรี

The Marketing factors that impact to the consumer to make decision of Buying

Thai Dessert in Chonburi Province.

บุษบา อู่อรุณ

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

(pandabusaba@yahoo.com)

**บทคัดย่อ**

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้บริโภค

โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และใช้สถิติพื้นฐาน คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐาน

**คำสำคัญ:** การตลาด, ผู้บริโภค, การส่งเสริมการตลาด

**ABSTRACT**

For study of the marketing factors that impact to the consumer to make Decisions of buying. Thai Dessert in Chonburi Province has purposed to survey to get comment from consumer .

To make decision of buying to the Thai dessert as well as study for marketing factors that related of Making decision. Number of collecting for population samplings in Chonburi Province are total 400 Persons by use the questionnaire to be the tool for data collecting total 400 sets.

This data analysis, The researcher has used for application program and basic statistic by Percentage, mean, standard Deviation and Hypothesis Test.

**Key word:** Marketing, Con

## 1) บทนำ

ขนมไทยจัดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เก่าแก่ที่สุด และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนาน ขนมไทย เป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทย อย่างหนึ่งที่เป็นที่รู้จักกันดี เพราะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนประณีตในการทำ ตั้งแต่วัตถุดิบ วิธีการทำ ที่กลมกลืน พิถีพิถัน ในเรื่องรสชาติ สีกลิ่น ความสวยงาม กลิ่นหอม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน ตลอดจนกรรมวิธีการรับประทาน ขนมแต่ละชนิด ซึ่งยังแตกต่างกันไปตามลักษณะของขนมชนิดนั้น ๆ ขนมไทยที่นิยมทำกันทุก ๆ ภาคของประเทศไทย ในพิธีการต่าง ๆ เนื่องในการทำบุญเลี้ยงพระ ก็คือขนมจากไข่ และมักถือเคล็ดจากชื่อและลักษณะของขนมนั้น ๆ งานศิริมงคลต่าง ๆ เช่น งานมงคลสมรส ทำบุญวันเกิด หรือทำบุญขึ้นบ้านใหม่ ส่วนใหญ่ก็จะมีการเลี้ยงพระกับแขกที่มาในงาน เพื่อเป็นศิริมงคลของงานขนมก็จะมีฝอยทอง เพื่อหวังให้อยู่ด้วยกัน ยืดยาวมีอายุยืน ขนมชั้น ก็ให้ได้เลื่อนขั้นเงินเดือน ขนมถ้วยฟูก็ขอให้เฟื่องฟู ขนมทองเอกก็ขอให้ได้เป็นเอก

## 2) ทบทวนวรรณกรรม

ขนมจัดเป็นอาหารที่คู่สำหรับกับข้าวไทยมาตั้งแต่ครั้งโบราณ โดยใช้คำว่าสำหรับกับข้าวคาว-หวาน โดยทั่วไปประชาชนจะทำขนมเฉพาะในงานเลี้ยง นับตั้งแต่การทำบุญเลี้ยงพระ งานมงคลและงานพิธีการ อาหารหวานที่จัดเป็นสำหรับจะต้องประกอบด้วยของหวานอย่างน้อย 5 สิ่ง ซึ่งต้องเลือกให้มีรสชาติ

สีกลิ่น ชนิด ตลอดจนลักษณะที่กลมกลืนกัน แต่ละสำหรับจะต้องมีผลไม้ 10 ที่ และขนมเป็นน้ำ 1 ที่เสมอ ประเทศไทยครั้งยังเป็นสยามประเทศได้ติดต่อกับขายกับชาวต่างชาติ เช่น จีน อินเดีย มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย โดยส่งเสริมการขายสินค้าซึ่งกันและกัน ตลอดจนแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมด้านอาหารการกินร่วมไปด้วย ต่อมาในสมัยอยุธยาและรัตนโกสินทร์ ได้มีการเจริญสัมพันธไมตรีกับประเทศต่าง ๆ อย่างกว้างขวางไทยได้รับเอาวัฒนธรรมด้านอาหารของชาติต่าง ๆ มาดัดแปลงให้เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น วัตถุดิบที่หาได้ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนการบริโภคนิสัยแบบไทย ๆ จนทำให้คนรุ่นหลัง ๆ แยกไม่ออกว่าอะไรคือขนมที่เป็นไทยแท้ ๆ และอะไรดัดแปลงมาจากวัฒนธรรมของชาติอื่น เช่น ขนมที่ใช้ไข่และขนมที่ต้องเข้าเตาอบ ซึ่งเข้ามาในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชจากคุณท้าวทองกีบม้าภรรยาเชื้อชาติญี่ปุ่น สัตยชาติโปรตุเกสของเจ้าพระยาวิเชยน์ทร์ ผู้เป็นกงสุลประจำประเทศไทยในสมัยนั้น ไทยมิใช่เพียงรับทองหยิบ ทองหยอด และฝอยทองมาเท่านั้น หากยังให้ความสำคัญกับขนมเหล่านี้โดยใช้เป็นขนมมงคลอีกด้วย ส่วนใหญ่ตำรับขนมที่ใ้มักเป็น "ของเทศ" เช่น ทองหยิบ ฝอยทอง ทองหยอดจากโปรตุเกส มัสกอดจากสกอตต์ ขนมไทย เป็นเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประจำชาติไทยอย่างหนึ่งที่เป็นที่รู้จักกันดี เพราะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนประณีตในการทำ ตั้งแต่วัตถุดิบ วิธีการทำ ที่กลมกลืน พิถีพิถัน ในเรื่องรสชาติ สีกลิ่น ความสวยงาม กลิ่นหอม รูปลักษณ์ชวนรับประทาน

ตลอดจนกรรมวิธีการรับประทาน ขนมแต่ละชนิด  
ซึ่งยังแตกต่างกันไปตามลักษณะของขนมชนิดนั้น ๆ

### 3) วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1) เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการ  
ซื้อของผู้บริโภค ในจังหวัดชลบุรีที่มีต่อขนมไทย

3.2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจ  
ซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี

### 4) ขอบเขตการวิจัย

4.1) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการ  
รับประทานขนมไทยในชีวิตประจำวันของประชากร  
ในจังหวัดชลบุรี

### 5) ระเบียบวิธีวิจัย

5.1) ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า  
คือประชากรในจังหวัดชลบุรี

5.2) ตัวแปรที่ศึกษา คือ

-ตัวแปรต้น ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ  
การศึกษา รายได้

-ตัวแปรตาม ได้แก่ ความต้องการซื้อขนมไทยของ  
ประชากรในจังหวัดชลบุรี

-เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามความ  
คิดเห็นและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขนม  
ไทยของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี

### 6) ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง  
ประชากร ในจังหวัดชลบุรี พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศ  
หญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานะภาพโสด อาชีพ  
ทำงานโรงงานอุตสาหกรรม รายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,  
001-10,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี

### 7) การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อ  
ขนมไทยเพราะรสชาติอร่อย หวาน กลมกล่อมและ  
เพราะความสะดวก โอกาสที่ซื้อขนมไทย ส่วนใหญ่  
เลือกซื้อในโอกาสทำบุญเลี้ยงพระ และเยี่ยมเยียนคน  
รู้จัก ส่วนสาเหตุที่ไม่เลือกซื้อขนมไทย เพราะผู้ขาย  
มักผสมแป้งมากเกินไป และเพราะความไม่สด ไม่  
สะอาด สถานที่ในการเลือกซื้อส่วนใหญ่คือที่ตลาด  
และร้านขนมไทย ขนมไทยประเภทเหลวที่  
ผู้บริโภครู้จัก เคยกทาน และชอบทาน ส่วนใหญ่คือ  
บัวลอย รongลงมาคือ ก๋วยบวดชีและทับทิมกรอบ  
โดยเพศชายชอบทานบัวลอยมากกว่าก๋วยบวดชี  
เพศหญิงชอบทานก๋วยบวดชีมากกว่าบัวลอย  
ประเภทแห้งที่ผู้บริโภครู้จัก เคยกทานและชอบทาน  
ส่วนใหญ่คือ ทองม้วน รongลงมาคือ ขนมฝิง และ  
ครองแครงกรอบ โดยที่เพศชายและเพศหญิงชอบ  
ทานทองม้วนมากกว่าครองแครงกรอบ พอ ๆ กัน  
ประเภทเปียกที่ผู้บริโภครู้จัก เคยกทานและชอบทาน  
คือ ข้าวเหนียวคำเปียก รongลงมาคือ เต้าส่วน และ  
ขนมใส่ไส้ โดยที่เพศชาย ชอบทานข้าวเหนียวคำ  
เปียกมากกว่าขนมใส่ไส้ และเพศหญิงชอบทาน  
เต้าส่วนมากกว่าขนมใส่ไส้ ประเภทชิ้นหรือแข็งที่  
ผู้บริโภครู้จัก เคยกทาน และชอบทานคือ ขนมหม้อ

แกง รongลงมาคือ ขนมชั้น ขนมถ้วย และขนมที่เพศชาย เพศหญิง ชอบทานมากพอ ๆ กัน คือ ขนมหม้อแกงมากกว่าขนมถ้วย และขนมชั้น

ปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ส่วนใหญ่พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ คือ รสชาติต้องหวานกลมกล่อม และมีกลิ่นหอมชวนรับประทาน ด้านราคา คือ ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพ และไม่แพงจนเกินไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือทำเลที่ตั้ง ร้านค้าต้องสะดวกต่อการซื้อหา สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย เนื้อที่กว้างขวางบรรยากาศในร้านต้องดูดี สะอาด ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ต้องมีขนมให้เลือกหลากหลาย และมีขนมให้ชิมก่อนซื้อ ด้านการส่งเสริมการขาย คือการลดราคา จะไม่เหมาะสมเนื่องจากผู้บริโภคจะประเมินว่าสินค้ามีคุณภาพต่ำ สื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักขนมไทย ส่วนใหญ่จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และทางโทรทัศน์

## 8) สรุปการวิจัย

จากการทดสอบสมมุติฐานจำนวนครั้งในการซื้อขนมไทยต่อเดือนสามารถสรุปแล้วพบว่า ผู้บริโภคซื้อขนมไทยไม่เท่ากับเดือนละครึ่ง จากการทดสอบสมมุติฐาน ทำให้สรุปได้ว่า ผู้บริโภค มีค่าใช้จ่ายในการซื้อขนมไทยต่อครั้งไม่เท่ากับ 100 บาท จากการทดสอบสมมุติฐานเรื่อง เพศ อายุ รายได้ การศึกษาต่อพฤติกรรมซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ยอมรับสมมุติฐานหลัก คือ เพศหญิงและเพศชาย มีพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยทุกประเภทไม่แตกต่างกัน ส่วนขนมประเภทแห้งและประเภทชั้น

หรือแข็งพบว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %

## 9) ข้อเสนอแนะ

- 9.1) ควรศึกษาเปรียบเทียบค่านิยมการบริโภคขนมไทยกับอาหารขยะ (Fast Food)
- 9.2) ผู้ปกครอง ครู อาจารย์และผู้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องที่มีบทบาทในการบริโภคอาหาร ควรจัดหลักสูตรที่เน้นให้เห็นคุณค่าของขนมไทย
- 9.3) ควรให้ความรู้ คำชี้แนะ เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อขนมไทย
- 9.4) ควรประชาสัมพันธ์ขนมไทยเพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้เห็นคุณค่า โดยผ่านสื่อที่ทันสมัยมากขึ้น เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และนิตยสาร

## 10) กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณประชากรในจังหวัดชลบุรีและวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัย

## 11) เอกสารอ้างอิง

- [1] ขวัญใจ เอมใจ."ขนมไทย ความหมายได้ปรากฏการณ์ความหวาน",สารคดี ปีที่ 6 ฉบับที่ 70.ธันวาคม ,2533.
- [2] ชงชัย สันติวงษ์.พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์, 2540.
- [3] นุปผา พงไพบูลย์ .ประเพณีพื้นบ้าน. วัฒนธรรมไทย,มกราคม,หน้า 38-40,2538.



- [4] ประเสริฐ ปราศรี.ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อขนมไทยดั้งเดิมในกรุงเทพมหานคร.  
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์,  
2546.
- [5] พจน์ สัจจะ.ขนมไทยวัฒนธรรมไทย.อาหาร  
การครัว,ธันวาคม,2540.
- [6] วรณรัตน์ วาณะวินิจ.ความสัมพันธ์ระหว่าง  
ทัศนคติต่อขนมไทยกับพฤติกรรมการ  
บริโภคขนมไทย มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์.วิทยานิพนธ์(วช.ม)  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2545.
- [7] ศิริวรรณ เสรีรัตน์และ คณะ  
หลักการตลาด.กรุงเทพฯ:บริษัท  
ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด,2543.
- [8] Kotler,Philip.Marketing  
management.Mallennium ed.New  
Jersy;Prentice-Hall,Inc.,2000.
- [9] [WWW.tipfood.com/Thaidessert/  
dessert\\_2.html](http://WWW.tipfood.com/Thaidessert/dessert_2.html)

## การศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

### กรณีศึกษา ด้านการจัดการบริษัททัวร์จำลอง

#### A Study Competency of Students in Tourism and Hotel Management

#### Case Study : Tour Dummy Management

#### อุทุมพร เรืองฤทธิ

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

E - mail : Noeychan@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดมุ่งหมาย คือ เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมในด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ และด้านการบริการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เข้าใช้บริการบริษัททัวร์จำลอง ของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ ในภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 152 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. ระหว่างวันที่ 4-5 กันยายน 2553 โปรแกรมกรุงเทพ – เพชรบุรี จำนวน 40 คน
2. ระหว่างวันที่ 18 -19 กันยายน 2553 โปรแกรมกรุงเทพ - เพชรบุรี – ปรานบุรี จำนวน 112 คน

โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มผู้ให้บริการ จำนวน 152 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการนำเสนอผลการศึกษานั้น จะนำเสนอโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย เรื่องการศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม กรณีศึกษา การจัดการบริษัททัวร์จำลอง ในสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ และด้านการบริการนั้นพบว่า นักศึกษามีสมรรถนะทางด้านการบริการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 4.16 รองลงมาคือ สมรรถนะในด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 3.82 และสมรรถนะทางด้านการจัดการองค์ความรู้อยู่ในระดับมากเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 3.49 ผู้เข้าใช้บริการเห็นว่านักศึกษามีสมรรถนะในด้านต่างๆอยู่ในระดับมาก แต่ก็ยังมีบางอย่างที่ควรได้รับการพัฒนา เช่น ทักษะและเทคนิคในการพูดโน้มน้าวใจผู้ฟัง หรือการทำงานเป็นทีมที่ดี

จากผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม เพื่อพัฒนาคุณภาพของบัณฑิตให้ตรงความต้องการของตลาดแรงงานด้านการบริการในปัจจุบัน ที่ยังต้องการแรงงานฝีมือในด้านนี้ก็เป็นจำนวนมาก ซึ่งหมายถึงภาวะการมีงานทำของนักศึกษาในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษา

**คำสำคัญ:** สมรรถนะ, บริษัททัวร์จำลอง

**ABSTRACT**

The aim of this study was to investigate the competency of students in the management of tourism and hotel management. Administration Management Knowledge management and service. The examples include the use of agent models. Of Tourism and Hotel Management College, Bangkok, Suvarnabhumi. 1-2 term in 2010 were 152 people, divided into 2 groups as follows.

1. Between September,4-5, 2010 Bangkok - Phetchaburi, 40 people.

2. Between September, 18-19, 2010 the Bangkok - Phetchaburi – Pranburi, 112 people.

The presentation of the results of the study. Will be presented by way of descriptive analysis. The results of research on educational competency of students of tourism and hotel management, case studies and simulations on the tour. In all three aspects of competency management. Knowledge management. And the service is found. Student competency in the service level 4.16 per cent, followed by the competency management is a high level 3.82 per cent and competency management in knowledge as well 3.49 percent for access to student competency in areas that have a high level. But there is something that should be the development of such skills and techniques to convince the audience or a good team. The results of this research is the result of research and development to improve the teaching of the field of tourism and hotel management. To improve the quality of graduates to meet the needs of the labor market for the service. That need skilled workers in this field, a number of very Which indicate a student's future employment upon graduation.

**KEYWORDS:** Competency , Tour Dummy

**1. บทนำ**

อุตสาหกรรมบริการเป็นภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และจะต้องอาศัยแรงงานมนุษย์ในการขับเคลื่อนเป็นหลัก เนื่องจากบางกิจกรรมไม่สามารถที่จะนำเครื่องจักรมาใช้ในการทดแทนได้ จากผลสำรวจพบว่าในตลาดแรงงาน ภาคอุตสาหกรรมบริการ มีสัดส่วนในการจ้างงานถึงร้อยละ 40 ของประเทศ โดยมีอัตราการจ้างงานถึง 2.6 ล้านตำแหน่ง(ข้อมูล: [www.siteresources.worldbank.org](http://www.siteresources.worldbank.org)) เนื่องจาก

อุตสาหกรรมบริการประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมหลายประเภท เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว

สถานบันเทิง หรือแม้กระทั่งธุรกิจขนส่ง อีกทั้งภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภาคอุตสาหกรรมบริการ ยังมีส่วนในการขับเคลื่อนให้เกิดสภาพคล่องของเศรษฐกิจภายในประเทศ ดังจะเห็นได้จากรัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปี 2552 – 2553 ได้เกิดปัญหาความไม่สงบภายในประเทศแต่ภาคการท่องเที่ยวของไทยก็ได้รับผลกระทบไม่มากนัก และสามารถฟื้นตัวได้ในระยะเวลาสั้น ซึ่งจะเห็นได้จากในปี 2553 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1.69 ล้านคน ซึ่งมียอดเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 11.96 (รายงานสรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2548-2553,

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) จากการแนวโน้มอัตราการเจริญเติบโตในอนาคตที่ได้มีการคาดการณ์กันไว้ นั้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่าอัตราการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีขึ้นกว่าเดิม และมีความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ตลอดจนมีความเชี่ยวชาญในเชิงอาชีพด้านการบริการเป็นสำคัญ

ด้วยเหตุนี้ในหลายๆสถาบันการศึกษาจึงมุ่งเน้นผลิตบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและศักยภาพต่อความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน รวมไปถึงสำนักงานการอุดมศึกษาแห่งชาติ สกอ. ได้ให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยนหลักสูตรที่มุ่งเน้นที่จะผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมให้มีมาตรฐานและศักยภาพในระดับสากลควบคู่ไปกับคุณธรรมและจริยธรรมได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นสาขาวิชาที่มีลักษณะของการบูรณาการความรู้ทางวิชาการและวิชาชีพเข้าด้วยกัน และมุ่งเน้นทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ (มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม, สำนักงานการอุดมศึกษาแห่งชาติ, 2553) ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จึงส่งผลให้หลายสถาบันมีการเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้มีการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นให้ผู้เรียนได้นำความรู้ที่ได้รับจากภายในห้องเรียนมาบูรณาการกับประสบการณ์จริงในรูปแบบของการจัดบริษัททัวร์จำลอง โดยฝึกให้นักศึกษาได้จัดการนำเที่ยวแบบเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การจัดโครงสร้างขององค์กร การจัดรายการนำเที่ยว การติดต่อประสานงาน และการนำเที่ยวในสถานการณ์จริง

ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ กรณีศึกษา การจัดการบริษัททัวร์จำลองขึ้น เพื่อให้ทราบขีดความสามารถของนักศึกษาในสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม และนำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนต่อไป

## 2. ทบทวนวรรณกรรม

สมรรถนะ (Competency) ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า คำว่าสมรรถนะ สามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า ชีตความสามารถ ซึ่งมีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า Competency หรือ Competence และจากการศึกษาพบว่า ได้มีผู้ให้ความหมายของสมรรถนะ ในมุมมองต่างๆ (David, C. McClelland, 1973.)

สมรรถนะ หมายถึง ทักษะ ความรู้และคุณลักษณะที่อยู่ในตัวบุคคล ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคคลโดยสมรรถนะจะช่วยส่งเสริมให้การปฏิบัติของบุคคลประสบผลสำเร็จ (Lucia: & Lepsinger, 1999)

สมรรถนะ ใ้ว่า คือ ทักษะ ความรู้และความสามารถหรือพฤติกรรมของบุคคลที่จำเป็นในการปฏิบัติงานใดงานหนึ่ง กล่าวคือ ในการทำงานหนึ่งเราต้องรู้อะไร เมื่อมีความรู้หรือข้อมูลแล้ว เราต้องรู้ว่าทำงานนั้นๆ อย่างไร และเราควรมีความประพฤติหรือคุณลักษณะเฉพาะอย่างไร จึงจะทำงานได้อย่างประสบความสำเร็จ หรืออาจกล่าวได้ว่าสมรรถนะ หมายถึง ความสามารถหลักของบุคคลในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบสนับสนุน ซึ่ง หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ หรือ พฤติกรรม สนับสนุนเพิ่มเติมจากความสามารถหลัก (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2543)

สมรรถนะ ว่าหมายถึง องค์ประกอบของความรู้ ทักษะ และเจตคติของบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผลสัมฤทธิ์ของการทำงานของบุคคลนั้น ๆ และเป็นบทบาทหรือความรับผิดชอบ ซึ่งสัมพันธ์กับผลงานหรือความสามารถ วัดค่าเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานและสามารถพัฒนาได้โดยการฝึกอบรมและพัฒนา (สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์, 2548)

ลักษณะที่ดีของพนักงานบริษัทนำเที่ยว ต้องประกอบไปด้วย

1. มีความเป็นมิตร คือ จะต้องสามารถเข้ากับทุกคนได้ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน ลูกค้าและทุกคนที่เกี่ยวข้องในธุรกิจต่างๆ และต้องมีความสุขในการให้บริการและช่วยเหลือคนอื่นด้วย

2. มีทัศนคติที่ดีและมีความกระตือรือร้น รู้จักมองการณ์ไกล และการมีทัศนคติที่ดีเป็นสิ่งที่จะช่วยทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้น

3. มีแรงจูงใจในตนเอง พนักงานควรจะสามารถที่ทำงานได้โดยไม่ต้องมีหัวหน้าควบคุมตลอดเวลา พนักงานควรเรียนรู้ การดำเนินงานและตอบสนองในการดำเนินการเหล่านั้น ด้วยการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองได้

4. มีระเบียบแบบแผน พนักงานต้องรู้จักพัฒนาตนเองและสร้างระบบการทำงานขึ้นมา เพื่อให้งานสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และเป็นการดีอย่างยิ่งหากพนักงานเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว อีกทั้งมีความมั่นคงทางอารมณ์ ควบคุมอารมณ์ตนเองได้และมีความคิดสร้างสรรค์

5. มีความทะเยอทะยานรักความก้าวหน้า พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายอยู่ตลอดเวลา พร้อมกันนั้นมีความรู้สึกที่ดี มีความต้องการที่จะเข้าสู่ระบบของการเลื่อนตำแหน่ง และจะทำงานหนักเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

6. มีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้เป็นสิ่งสำคัญ พนักงานต้องมีคุณสมบัติของความไว้วางใจได้ ไม่ว่าจะเรื่องการเงินหรือการทำงานอย่างถูกต้อง และพร้อมที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี (Stevens, 1979)

สุชาดา เมฆพัฒน์ และปนัดดา จินประชา (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องสมรรถนะของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตภาคเหนือ ได้นำสมรรถนะใน 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะ มาใช้ในการศึกษาพบว่า จากคุณลักษณะทั้ง 3 ด้านของของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตภาคเหนือโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นรายการประเมินในด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลเกี่ยวกับ ความประพฤติและมารยาทเป็นที่ยอมรับของสังคม มีความซื่อสัตย์สุจริต การมีเมตตา มีความยุติธรรมอยู่ในระดับดี

### 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมในด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ และด้านการบริการ

### 4. ระเบียบวิธีวิจัย

#### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการบริษัททัวร์จำลอง ของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 152 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ระหว่างวันที่ 4-5 กันยายน 2553 โปรแกรมกรุงเทพ – เพชรบุรี จำนวน 40 คน

2. ระหว่างวันที่ 18-19 กันยายน 2553 โปรแกรมกรุงเทพ - เพชรบุรี – ปราณบุรี จำนวน 112 คน

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบริษัททัวร์จำลอง ของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในภาคเรียนที่ 1-2 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 152 คน

วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 4.2 *ตัวแปรที่ศึกษา*

4.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้

4.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ สมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ และด้านการให้บริการ

#### 4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.3.1 แบบสอบถาม เรื่อง สมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ กรณีศึกษา การจัดการบริษัททัวร์จำลอง จำนวน 21 ข้อ ศึกษาใน 3 ด้าน ดังนี้ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ และด้านการให้บริการในแต่ละข้อ แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

#### 4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ที่เข้ามาใช้บริการบริษัททัวร์ จำลองของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ จำนวน 152 ชุด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. ระหว่างวันที่ 4-5 กันยายน 2553 โปรแกรมกรุงเทพ – เพชรบุรี จำนวน 40 คน
2. ระหว่างวันที่ 18-19 กันยายน 2553 โปรแกรมกรุงเทพ – เพชรบุรี – ปรานบุรี จำนวน 112 คน

#### 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลจากพื้นที่ศึกษาเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลทั้งหมดมาคัดเลือกจัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผล ดังนี้

1. รวบรวมแบบสอบถามที่ทำการเก็บตัวอย่างและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามมาลงรหัส (Code) โดยใส่หมายเลขกำกับแบบสอบถามตั้งแต่ฉบับแรกจนถึงฉบับสุดท้าย
3. ประมวลผลข้อมูล โดย การหาจำนวนร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากแบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อคำนวณค่าสถิติดังนี้

3.1 นำแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นตารางความเรียง

3.2 นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในด้านต่างๆ คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ ด้านการบริการ นำมาวิเคราะห์และสรุปผลของผู้เข้ามาใช้บริการที่มีความพึงพอใจในสมรรถนะต่างๆ ของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นตารางความเรียง

3.3 นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในด้านต่างๆ คือ ด้านการ

บริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ ด้านการบริการ นำมาวิเคราะห์และสรุปผลนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจในด้านสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม และนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการสร้างแนวทางการจัดการเรียนการสอนของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม โดยการวิเคราะห์เนื้อหาและเขียนเชิงพรรณนา

3.4 นำแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในด้านต่างๆ คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการองค์ความรู้ ด้านการบริการ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาและเขียนเชิงพรรณนาวิเคราะห์และสรุปผล ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

4. ข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) ได้นำมาประเมิน (Rating Scale) แบบลิเคิร์ต (Likert) ในระดับต่างกัน ซึ่งเกณฑ์การแปรผลนั้นผู้วิจัยได้ใช้สูตรในการคำนวณอัตราภาคั่น คือ

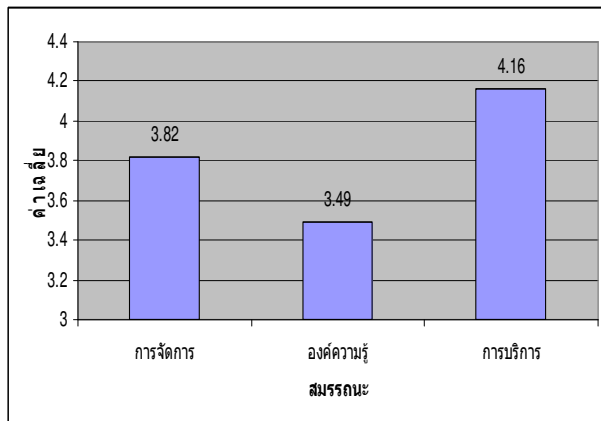
$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนระดับชั้น}} = \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8$$

การแปรความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เป็นส่วนประเมินค่าตามแนวคิดของ (Best, 1983) ดังนี้

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

#### 5. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ กรณีศึกษา การจัดการบริษัททัวร์จำลอง ในสมรรถนะด้านต่างๆของนักศึกษาได้ผลดังตารางต่อไปนี้



ภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยรวมในสมรรถนะ ทั้ง 3 ด้าน จากภาพที่ 5.1 สามารถแปลผลข้อมูลโดยใช้เกณฑ์การแปลผลสูตรในการคำนวณอัตราภาคส่วนประเมินค่าตามแนวคิดของ (Best, 1983) ดังนี้

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

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม กรณีศึกษา การจัดการบริษัททัวร์จำลอง ได้ดังนี้ จากสมรรถนะทั้ง 3 ด้านที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาพบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีสมรรถนะทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 โดยนักศึกษามีสมรรถนะทางด้านการให้บริการ หรือมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการเป็นผู้ให้บริการ คือ ยิ้มแย้มแจ่มใสในขณะที่ให้บริการกับลูกค้า มีจิตอาสาในการให้บริการ ตลอดจนมีความกระตือรือร้นยินดีให้บริการด้วยความเต็มใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.16 รองลงมาพบว่านักศึกษามีสมรรถนะทางด้านการบริหารจัดการบริษัททัวร์จำลองเช่น การแบ่งโครงสร้างขององค์กร การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอก ตลอดจนการจรรายการนำเที่ยวเพื่อนำไปเสนอขายให้กับลูกค้า ได้อย่างเป็นระบบชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 3.82 และเห็นว่าสมรรถนะทางด้านการจัดการองค์ความรู้ของนักศึกษา เช่น

การบรรยายข้อมูลตลอดจนแนะนำสถานที่ต่างๆ หรือการตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการ อยู่ในอันดับถัดมาตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 3.49

## 6. อภิปรายผล

จากผลงานวิจัยเรื่อง การศึกษาสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม กรณีศึกษา การจัดการบริษัททัวร์จำลอง สามารถอภิปรายผลได้ว่า นักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมมีสมรรถนะใน 3 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการจัดการองค์ความรู้ในระดับมาก โดยมีสมรรถนะด้านการให้บริการมากกว่าด้านอื่นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ เมฆพัฒนา และปนัดดา จีนประชา (2553) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องสมรรถนะของนักศึกษาศาสนาการพลศึกษา วิทยาเขตภาคเหนือ ได้นำสมรรถนะใน 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านคุณลักษณะซึ่งสมรรถนะทางด้านของคุณลักษณะเป็นการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับความประพฤติและมารยาทเป็นที่ยอมรับของสังคม มีความซื่อสัตย์สุจริต การมีเมตตา มีความยุติธรรม ความมีอัธยาศัย และมิตรไมตรีจิตที่ดี อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler (1997.p.611) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการเป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งๆ สามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานอื่นเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะอย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด โดยที่การผลิตอาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพ แต่จะเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ หรือผู้บริโภคได้

จากแบบสอบถามพบว่า ผู้เข้าใช้บริการเห็นว่านักศึกษามีสมรรถนะทางด้านของการให้บริการมากกว่าด้านอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สมรรถนะในตัวของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม สอดคล้องกับทฤษฎีของ Stevens (1979) ที่ได้อธิบายว่า ลักษณะที่ดีของพนักงานบริษัทนำเที่ยว ต้องประกอบไปด้วย

1. มีความเป็นมิตร คือ จะต้องสามารถเข้ากับทุกคนได้ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน ลูกค้าและทุกคนที่เกี่ยวข้องใน

ธุรกิจต่างๆ และต้องมีความสุขในการได้บริการและช่วยเหลือคนอื่นด้วย

2. มีทัศนคติที่ดีและมีความกระตือรือร้น รู้จักมองการณ์ไกล และการมีทัศนคติที่ดีเป็นสิ่งที่จะช่วยทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้น

3. มีแรงจูงใจในตนเอง พนักงานควรจะสามารถที่ทำงานได้โดยไม่ต้องมีหัวหน้าควบคุมตลอดเวลา พนักงานควรเรียนรู้ การดำเนินงานและตอบสนองในการดำเนินการเหล่านั้น ด้วยการสร้างแรงจูงใจให้ตนเองได้

4. มีระเบียบแบบแผน พนักงานต้องรู้จักพัฒนาตนเองและสร้างระบบการทำงานขึ้นมา เพื่อให้งานสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี และเป็นการดีอย่างยิ่งหากพนักงานเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว อีกทั้งมีความมั่นคงทางอารมณ์ ควบคุมอารมณ์ตนเองได้และมีความคิดสร้างสรรค์

5. มีความทะเยอทะยานรักความก้าวหน้า พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายอยู่ตลอดเวลา พร้อมกันนั้นมีความรู้สึกที่ดี มีความต้องการที่จะเข้าสู่ระบบของการเลื่อนตำแหน่ง และจะทำงานหนักเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

6. มีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้เป็นสิ่งสำคัญ พนักงานต้องมีคุณสมบัติของความไว้วางใจได้ ไม่ว่าจะเรื่องการเงินหรือการทำงานอย่างถูกต้อง และพร้อมที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี

ซึ่งจากการผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความมีธรรมาภิบาลและมีมิตรไมตรีจิตที่ดี มีหน้าตาที่ยิ้มแย้มแจ่มใสเหมาะกับการเป็นผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.34 ซึ่งหมายความว่านักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการและมีคุณสมบัติตรงกับความเป็นพนักงานบริการที่ดี

## 7. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า

จากแบบสอบถามผู้วิจัยสามารถอภิปรายสมรรถนะของนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมในแต่ละด้านเรียงตามลำดับมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1. ด้านการให้บริการ พบว่า นักศึกษามีสมรรถนะในด้านการให้บริการอยู่ในระดับมากกว่าระดับอื่นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ยได้ 4.16 ซึ่งแปลผลได้ว่า มาก เมื่อทำการวิเคราะห์ทางด้านสมรรถนะของนักศึกษาในด้านนี้แล้วพบว่า นักศึกษามีคุณสมบัติเหมาะกับการเป็นผู้ให้บริการที่ดี เพราะตลอดการให้บริการนักศึกษามีหน้าตาที่ยิ้มแย้มแจ่มใส แม้จะต้องทำงานอยู่ในสภาวะที่มีความกดดันตลอดจนสามารถควบคุมอารมณ์ได้เป็นอย่างดี ประกอบกับนักศึกษามีจิตอาสาในการให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ และมีความกระตือรือร้นตลอดจนมีความมั่นใจในตนเองและกล้าแสดงออกเนื่องจากคุณลักษณะโดยทั่วไปของนักศึกษาในสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมจะมีคุณลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างจากสาขาอื่นๆตรงที่ใจเย็นและสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ค่อนข้างดี ตลอดจนมีนิสัยในการให้บริการและชอบช่วยเหลือผู้อื่น

2. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า นักศึกษามีสมรรถนะในด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับรองลงมา คิดเป็นค่าเฉลี่ยได้ 3.82 ซึ่งแปลผลได้ว่า มาก เช่นกัน เมื่อทำการวิเคราะห์ทางด้านสมรรถนะของนักศึกษาในด้านนี้แล้วพบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่านักศึกษาสามารถติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอกได้อย่างเป็นระบบ มีการแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนสามารถเขียนโครงสร้างขององค์กรในรูปแบบของบริษัททัวร์จำลอง ได้ตรงตามหน้าที่ความรับผิดชอบของบริษัททัวร์จริง ตลอดจนสามารถวางแผนและจัดรายการนำเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับวัยของผู้ใช้บริการ

3. ด้านการจัดการองค์ความรู้ พบว่า นักศึกษามีสมรรถนะในด้านการจัดการองค์ความรู้อยู่ในระดับสุดท้าย คิดเป็นค่าเฉลี่ยได้ 3.49 ซึ่งแปลผลได้ว่า มาก เช่นกันเมื่อทำการวิเคราะห์ทางด้านสมรรถนะของนักศึกษาในด้านนี้แล้วพบว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่า ในขณะที่ทำกิจกรรมนันทนาการพบว่านักศึกษามีความสามารถบรรยายกิตติกาให้ผู้ให้บริการได้อย่างเข้าใจ ตลอดจนเห็นว่าการพูดบรรยาย



ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ได้ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้ก่อนข้างอยู่ในระดับดี

## 8. ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาใช้ในการสร้างแนวทางในการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมได้ เพื่อให้สามารถผลิตบัณฑิตได้ตรงตามกรอบคุณวุฒิของสาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม ตลอดจนสามารถแข่งขันกับตลาดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมได้อย่างมีคุณภาพซึ่งสามารถสร้างรูปแบบการเรียนการสอนเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1.1 ควรมีการนำเอารูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการปฏิบัติจริง โดยมีการฝึกกระบวนการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมถึงมีทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี ควบคู่ไปกับคุณธรรมและจริยธรรม เช่น การนำรูปแบบการจัดการเรียนการสอนตามหลักชิปปา (CIPPA) มาใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้ ชิปปาเป็นการจัดการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง โดยผู้สอนจะต้องให้โอกาสผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ นั่นหมายความว่า ซึ่งกิจกรรมนั้นจะต้องมีลักษณะที่ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม มีความกระตือรือร้น มีความจดจ่อผูกพันกับสิ่งที่ทำ และสามารถนำเอาความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในอนาคต โดยนำหลัก 5 แนวคิดพื้นฐานคือทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ คือ

1. แนวคิดการสร้างสรรค้องค์ความรู้ (Constructivism)
2. แนวคิดเรื่องกระบวนการกลุ่มและการเรียนแบบร่วมมือ (Group Process and Co-operative Learning)
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพร้อมในการเรียนรู้ (Learning Readiness)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้กระบวนการ (Process Learning)
5. แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายโอนการเรียนรู้ (Transfer of Learning)

หรือการนำรูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการ (Integrated Learning Management) มาใช้ในการจัดการเรียนการสอนก็จะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียน เนื่องจากการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการมีลักษณะการจัดการกระบวนการเรียนรู้โดยให้ประสบการณ์การเรียนรู้แก่ผู้เรียน ตามความสนใจ ความสามารถ และความ ต้องการ โดยการเชื่อมโยงสาระการเรียนรู้ในศาสตร์สาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงพฤติกรรมของผู้เรียน ทั้งทางด้านสติปัญญา (Cognitive) ทักษะ (Skill) และจิตใจ (Affective) สามารถนำความรู้และทักษะที่ได้ไปแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน

1.2 ผู้สอนควรฝึกให้นักศึกษาทำงานโดยเน้นกระบวนการกลุ่ม เนื่องจากกระบวนการกลุ่มมีบทบาทและมีความสำคัญต่อการจัดการเรียนการสอนตามหลักชิปปา อีกทั้งยังเป็นการสร้างให้ผู้เรียน มีทักษะความสัมพันธ์ทางด้านสังคม รู้จักรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และยอมรับในเสียงส่วนใหญ่

1.3 ผู้สอนควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้นักเรียนได้มีการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง มีส่วนร่วมในกิจกรรมมากที่สุดและทั่วถึงทุกคน โดยให้นักเรียนได้ใช้ทักษะกระบวนการต่างๆ ในการศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ เพื่อให้สามารถค้นหาความรู้และสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ตลอดจนนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้ ซึ่งความรู้ที่ได้จากการลงมือปฏิบัติ ค้นคว้า และสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองจะเป็นองค์ความรู้ที่ยั่งยืนและ ผู้เรียนจะจดจำได้เสมอ

1.4 ผู้สอนควรสร้างบรรยากาศในการเรียนการสอนให้มีความเป็นกันเอง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกขั้นตอน

1.5 ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความกล้าคิด กล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม โดยคอยกระตุ้นและให้การเสริมแรง ตลอดจนให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนแสดงพฤติกรรมออกมา

## 9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่ให้การสนับสนุนเงินอุดหนุนวิจัย

## 10. เอกสารอ้างอิง

- [1] ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2547. **มารู้จัก COMPETENCY กันเถอะ**. กรุงเทพฯ : เอช อาร์ เซ็นเตอร์
- [2] ชูรกิจ พิมพ์แพง, 2547. **การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ**. วารสารบัณฑิต.67.
- [3] ประจักษ์ ทรัพย์อุดมม, 2552. **แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย Competency**. กรุงเทพฯ
- [4] วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2548. **การบริหารจัดการและการบริหารการพัฒนาขององค์กรตามรัฐธรรมนูญและหน่วยงานของรัฐ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- [5] ศศิวิมล คงเมือง, 2552. **โครงการวิจัยเรื่อง แบบจำลองเหตุการณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ Call Center ในกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่.
- [6] สำนักงานการอุดมศึกษาแห่งชาติ, 2553. **มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม**.
- [7] อัจริยา วัชรวิวัฒน์, 2544. **การพัฒนาหลักสูตรเพื่อส่งเสริมสมรรถนะทางการวิจัยสำหรับนักศึกษาพยาบาลศาสตร์**. ปริญญาโท กศ.ด. (การวิจัยและพัฒนาหลักสูตร). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [8] อติศักดิ์ เมฆพันธ์, 2553. **สมรรถนะของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตภาคเหนือ**.
- [9] เพ็ชรพันธ์ กิจพาณิชย์เจริญ, 2552. **ศึกษาสมรรถนะการบริหารวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา**. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

## ศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้

### Study of using information technology in learning

ณัฐนันท์ ภัทรสวัสดิ์

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ

Email: Nutthanun.ps@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร สุวรรณภูมิ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ และคณะบริหารธุรกิจ สาขาบัญชี จำนวน 90 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ในประเภทของการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือเพศชายและประเภทของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คือเพศหญิง นอกจากนี้ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ ประเภทของการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลได้ว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เป็นการยกระดับมาตรฐานการศึกษาเพื่อสร้างความเท่าเทียมกันในการเรียนรู้ และทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

คำสำคัญ: เทคโนโลยีสารสนเทศ และ การเรียนรู้

#### ABSTRACT

The objective of this research were to study the information technology for education in Suvarnabhumi Bangkok college in Faculty of Science and Technology in the field of information technology and faculty of Business Administration in the field of Accounting with 90 students. This research instruments was questionnaire. The data analysis used for this research were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The research finding were presented: Using search engines in learning most, followed by search in internet is male students and reference book is female students. So that, satisfaction for knowledge information technology internet search engines as much.

Conclusions, The students using information technology in learning to elevate the standard of education for equality in education and learning on their own.

**KEYWORDS:** information technology and learning

## 1. บทนำ

สังคมแห่งการศึกษาของไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มสู่การเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นจากการพัฒนาในหลายด้าน ทั้งความรู้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรหรือความเข้าใจและทักษะทางการเรียนที่เพิ่มขึ้นของผู้เรียน โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เข้ามาผลักดันและมีบทบาทในกระบวนการทางการศึกษา ทำให้เทคโนโลยีกลายเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ได้อย่างแท้จริง จนสามารถสร้างประสิทธิภาพให้แก่วงการการศึกษาของไทยได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ฉบับที่ 2 ของประเทศไทย (พ.ศ 2552-2556) [1] ที่กล่าวว่า ความสำคัญต่อบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยมุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันส่วนช่วยในการเรียนรู้ในงานหลายๆด้านรวมถึงด้านการศึกษา โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกของสถานศึกษา ใช้เพื่อการศึกษาและการบันเทิง หรือในด้านอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตาม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทั้งด้านความรู้ ทักษะและการหาแหล่งค้นคว้ายังไม่มีหลากหลายในการใช้แหล่งค้นคว้า ที่จากเดิมค้นคว้าแหล่งข้อมูลจากห้องสมุด ทำให้นักศึกษายังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล รวมถึงการใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศของสถาบันการศึกษา ดังเช่น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติหรือเนคเทค ได้เปิด โครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย โดยมี การให้บริการเครือข่าย, งานด้านกิจกรรมบนเครือข่าย, งานพัฒนาเนื้อหาความรู้สำหรับครูและนักเรียน และ งานสัมมนา

ทางวิชาการ เพื่อการศึกษาของประเทศไทย โดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ [2]

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาในสถาบันการศึกษาของผู้วิจัยที่ได้ทำการสอน จากกลุ่มตัวอย่างของวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ โดยมีการจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาทำวิจัยเช่น แบ่งตามเพศ, กลุ่มสาขาวิชา

### 1.1 กรอบแนวความคิด

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
1. เพศ	การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ในประเภทต่างๆ
2. สาขา	
	1. ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร
	2. การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต
	3. การเรียนรู้แบบออนไลน์
	4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยในครั้งนี้ สามารถจำแนกตาม เพศ และสาขาวิชา

### 1.3 สมมติฐานของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ และคณะบริหารธุรกิจ สาขาบัญชี ตามสถานภาพตามเพศและสาขาที่แตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ และคณะบริหารธุรกิจ สาขาบัญชี ตามสถานภาพตามเพศและสาขาที่แตกต่างกัน

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การนำคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการศึกษาช่วยให้สามารถจัดเก็บ บันทึกและประมวลผลข้อมูลและช่วยให้สามารถส่งผลลัพธ์ของการใช้งานคอมพิวเตอร์ไปให้ผู้ใช้ที่อยู่ห่างไกลได้อย่างสะดวกและรวดเร็วด้วยเหตุที่เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญต่อการศึกษามาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่เสริมการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอน สนับสนุน และจัดการเรียนการสอนเอื้ออำนวยต่องานวิชาการในด้านงานวิจัย เทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกสถาบันการศึกษาได้ลงทุนและนำมาใช้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นที่ทราบกันดี อินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์กลางระบบสื่อสารที่มีการสื่อสารได้ในสองทิศทาง และเป็นระบบที่ใช้งานร่วมกันจึงทำให้ค่าใช้จ่ายรวมถูกลง [3]

ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาก็ยังมีงานตีพิมพ์อยู่มากมาย เช่น ศึกษาและพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา[5]และการศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค [6] เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในคณะวิทยาศาสตร์สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 42 คนและคณะ

บริหารธุรกิจ สาขาบัญชี จำนวน 39 คน, สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ จำนวน 50 คน, สาขาการตลาด จำนวน 24 คน, สาขาการจัดการอุตสาหกรรม จำนวน 35 คน, สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม จำนวน 40 คน รวมทั้งหมด 264 คน

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการปรับตัวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวมีลักษณะเป็นแบบตรวจคำตอบ ( Check List )

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษา มีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งตามประเภทการใช้งานสารสนเทศซึ่งมี 5 ประเภท ได้แก่ การเรียนรู้แบบออนไลน์, บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน, ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์, ซอฟต์แวร์ประยุกต์และการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

## 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถาม คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ในการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ของพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษาในแต่ละประเภทและรวบรวมเป็นหมวดหมู่ตามสมมุติฐานที่ได้ตั้ง

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความถี่และค่าร้อยละที่แสดงออกถึงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของนักศึกษา โดยการจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น การจำแนกตามเพศและ การจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา

4. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความถี่และร้อยละของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ของเพศชายและหญิงจำแนกตามการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ชาย		หญิง	
	f	%	f	%
1.ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร	41	54.70	34	45.30
2. การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต	44	73.30	16	26.70
3. การเรียนรู้แบบออนไลน์	4	57.10	34	45.30
4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	21	38.20	34	61.80

ผลการวิจัยในตารางที่ 1 พบว่า เพศชายมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ในประเภทของการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จากค่าทางสถิติที่วัดได้จากความถี่คิดเป็นร้อยละ 73.30 ซึ่งมากกว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ในประเภทต่างๆ เช่น ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และการเรียนรู้แบบออนไลน์ ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ ตามลำดับ

แต่อย่างไรก็ตาม เพศหญิงมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ที่มากที่สุดในประเภทของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่ความถี่คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาคือ ประเภท ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสารและการเรียนรู้แบบออนไลน์ โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ในประเภทการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงส่วนใหญ่แล้วกำลังศึกษาอยู่ในกลุ่มสาขาวิชา การบัญชี ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ตามกลุ่มสาขาวิชา ในตารางที่ 2 สาขาการบัญชีมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ประเภทของการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 20 ในทางกลับกันมีการใช้งานทางด้านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32

เป็นที่ทราบว่าเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเอาหนังสือมาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบของดิจิทัล ซึ่งรายวิชาของการบัญชีชั้นสูง สามารถอ่านได้จากของหนังสือ มากกว่าการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพราะหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีเนื้อหาที่มีความละเอียดเทียบเท่ากับหนังสือเรียนทั่วไป

ตารางที่ 2 ความถี่และร้อยละของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ตามกลุ่มสาขาวิชา

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	สาขาการบัญชี		สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ	
	f	%	f	%
1.ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร	29	38.70	46	61.30
2. การสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต	12	20.00	48	80.00
3. การเรียนรู้แบบออนไลน์	4	57.1	3	42.9
4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	32	58.2	23	41.8

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทต่างๆ ตามสถานภาพด้านเพศ

ความพึงพอใจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	ชาย			หญิง		
	x	SD	ระดับ	x	SD	ระดับ
1.ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร	4.02	1.55	มาก	3.3	1.79	ปานกลาง
2. การใช้สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต	4.22	1.22	มาก	4	1.49	มาก
3. การเรียนรู้แบบออนไลน์	1.83	1.51	น้อย	1.66	1.43	น้อย
4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	2.48	1.82	น้อย	4.46	0.88	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.42$ ,  $SD=1.22$ ) อันเนื่องจาก มีความสะดวกรวดเร็วในการถึง

ข้อมูล, ลดค่าใช้จ่าย, มีสื่อที่ให้การสนับสนุนหรือให้ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น และมีความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประเภท ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร, หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และการเรียนรู้แบบออนไลน์ตามลำดับ

ส่วนเพศหญิงมีความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}=4.46, SD=0.88$ ) เหตุผลจากที่กล่าวไปข้างต้น

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทต่างๆตามกลุ่มสาขาวิชา

ความพึงพอใจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	สาขาการบัญชี			สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ		
	x	SD	ระดับ	x	SD	ระดับ
1.ซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสาร	3.18	1.83	ปานกลาง	4.26	1.5	มาก
2. การใช้สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต	3.95	1.55	มาก	4.24	1.18	มาก
3. การเรียนรู้แบบออนไลน์	1.8	1.52	น้อย	1.7	1.43	น้อย
4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์	2.3	1.81	น้อย	4.44	0.86	มาก

เมื่อพิจารณาในตารางที่ 4 ทำให้ทราบถึงในแต่ละสาขาวิชาที่มีความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สาขาการบัญชี มีความพึงพอใจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทของการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับที่มากเพราะการสืบค้นหาข้อมูล ทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ( $\bar{x}=3.95, SD=1.55$ ) และสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความพึงพอใจของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทซอฟต์แวร์เพื่อการ

สื่อสาร, การใช้สืบค้นทางอินเทอร์เน็ต และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับที่มาก เนื่องจากการส่งเสริมการเรียนรู้จากอาจารย์ผู้สอน ให้มีความหลากหลายในการใช้ทรัพยากรทางสาขาวิชา ทำให้นักศึกษามีทางเลือกในการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น

## 5. บทสรุป

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทต่างๆของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุพรรณภูมิทำให้ทราบถึงการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันที่มีแนวโน้มในการส่งเสริมการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในประเภทต่างๆ ได้จากที่บ้าน, สถานศึกษา หรือสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต ทำให้มีความสะดวกในการเรียนรู้ในสิ่งต่างๆได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางวิจัยตามสถานภาพทางเพศและสาขาวิชา มีการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความแตกต่างกัน ในการใช้งานประเภทต่างๆ อันเนื่องมาจากความสำคัญของเนื้อหาของรายวิชานั้นๆ นักศึกษาสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่าที่แตกต่างกันไป จากเหตุผลที่กล่าวไปข้างต้น

### 5.2 ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาและจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ ในประเภทต่างๆ เช่น ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์, บทเรียนช่วยสอน ที่มีผลต่อบุคคล และ กลุ่มสาขาวิชา ให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ ทำให้มีทางเลือกในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้ มากขึ้นและควรศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาเชิงนโยบายของสถานศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนให้มีการขับเคลื่อนการเรียนรู้ให้เป็นรูปธรรม

### เอกสารอ้างอิง

- [1] แผนแม่บทที่ 2 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สืบค้นจาก: <http://www.mict.go.th>
- [2] ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, สืบค้นจาก: <http://www.nectec.or.th/>
- [3] ไพบุลย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เขจรนันท์, ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ, กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2551.
- [4] สุวรรณ กสิกรรม, พฤติกรรมการใช้เว็บการศึกษาไทยของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.
- [5] วิจัย สมอ้าย, สุวรรณ สมบุญสุขุโ และผ่องศรี เวสราธิ, การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างพนักงานชายและพนักงานหญิงของ บริษัท ท รุ มู ฟ จำกัด ใน เขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, การประชุมวิชาการระดับชาติด้านอิเล็กทรอนิกส์, 2554



การต่อสู้กับโจรสลัดในอ่าวเอเดน : แกะรอยโจรสลัดในยามชายฝั่งโซมาเลีย  
**Combating pirates of the Gulf of Aden: Somali pirates at the coastal trail**

รณรงค์ แสงมงคล ( Ronnarong Sangmongkon )

สาขาการจัดการ โลจิสติกส์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

*E-mail: Mixza\_50@hotmail.com*

**บทคัดย่อ**

การกู้ภัยที่น่าตื่นตะลึงในปฏิบัติการพิเศษของสหรัฐอเมริกา โดยกัปตันเรือสินค้าในเดือนเมษายน ค.ศ. 2009 นั้นถือว่าเป็นฉากที่สมจริงมากที่สุดนับตั้งแต่เริ่มมีการปล้นสะดมโดยชาวโซมาเลียในน่านน้ำทะเลอย่างมากในปี 2006 แต่การต่อสู้ที่แท้จริงนั้นคือการต่อสู้กับขนบธรรมเนียมของชาวโซมาเลียที่ยอมรับในเรื่องการปล้นสะดมมานานแล้ว มีการประชุมในระดับภูมิภาคตามสถานที่ก่ออาชญากรรมในต่างประเทศ และการพิจารณาคดีต่างๆ ตามแนวชายฝั่งด้านตะวันออกของทวีปแอฟริกา โดยรัฐบาลได้กำหนดให้มีมาตรการที่สำคัญในการจำกัดอาชญากรรมทางทะเลซึ่งกระทบต่อตลาดพลังงานทั่วโลกและปลุกอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าขึ้นมามีอีกครั้ง

**คำสำคัญ:** พาณิชยนาวี, โซมาเลีย, โจรสลัด

**ABSTRACT**

The electrifying rescue of a merchant marine captain by U.S. special operations forces in April 2009 was the most dramatic episode yet in the surge in Somali piracy that began in 2006. But the real success in the fight against this age-old threat lies in far less sensational settings. In international venues, in regional conferences and in local courtrooms along the shores of East Africa, states are taking important steps to contain the maritime criminal activity that has shaken global energy markets and rattled the shipping industry.

**KEYWORDS:** Keyword: Maritime , Somali , pirates

## 1. บทนำ

ปัญหาโจรสลัดนอกชายฝั่งของโซมาเลียในทวีปแอฟริกาตะวันออก หนักหนาสาหัสขึ้นทุกที จากเดิมในช่วงปี 2005-2007 ที่ปฏิบัติการของโจรสลัดโซมาเลียเกิดขึ้นมากติดอันดับหนึ่งในห้า ของบรรดาประเทศที่ประสบปัญหาโจรสลัดนอกชายฝั่งของตน โดยมีโจรสลัดอินโดนีเซียเป็นอันดับหนึ่งบ้าง โจรสลัดไนจีเรียเป็นอันดับหนึ่งบ้าง และในปีที่แล้ว 2007 ศูนย์รายงานข่าวโจรสลัดของสำนักงานกิจการนาวิระหว่างประเทศ หรือ IMB ชี้ว่า มีความพยายามจี้เรือ หรือมีปฏิบัติการปล้นเรือ ที่กระทำการได้สำเร็จนอกชายฝั่งโซมาเลียรวมกันแล้ว 31 ครั้ง แต่ในปี 2008 นี้ การศึกษาโดยคลังสมองอังกฤษ แจ็คแท้มเข้าสัพพบว่า จำนวนครั้งของความพยายามก่อเหตุของโจรสลัดโซมาเลียพุ่งขึ้นไปกว่าสองเท่า คือกว่า 60 ครั้งแล้ว และมีการจ่ายเงินค่าไถ่เรือ ลูกเรือ หรือสินค้าบนเรือ ไปแล้วระหว่าง 20 ถึง 30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ [5] โดยเฉลี่ยคือ ระหว่างห้าแสนถึงสองล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อเรือหนึ่งลำ อีกทั้งโจรสลัดโซมาเลียก็ปฏิบัติการอย่างอุกอาจ และเรียกเครื่องกีดกันมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม นั่นคือ การปฏิบัติการของโจรสลัดโซมาเลียได้พุ่งขึ้นมาเป็นอันดับหนึ่งแล้วในปีนี้ เรือที่โจรสลัดโซมาเลียจี้ปล้น ก็มีทั้งเรือสินค้าของเกาหลีเหนือ มาเลเซีย อเมริกา ญี่ปุ่น ได้วันสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จอร์แดน เดนมาร์ก ฝรั่งเศส ไนจีเรีย และไทย เป็นต้น แม้แต่เรือของโครงการอาหารโลก ในสังกัดของสหประชาชาติ ที่ใช้ในการขนส่งสิ่งของบรรเทาทุกข์ไปช่วยชาวโซมาเลียสามล้านคน ก็ยังถูกปล้น แม้ว่าจะมีกำลังทางเรือของหลายๆ ประเทศคอยลาดตระเวนสอดส่องอยู่ก็ตาม ปฏิบัติการส่วนใหญ่ของโจรสลัดกลุ่มนี้มักเกิดขึ้นในบริเวณอ่าวเอเดน ทางเหนือของโซมาเลีย ซึ่งเป็นเส้นทางเดินเรือที่พลุกพล่านมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก แต่ในช่วงหลังๆ โจรสลัดยังได้มุ่งการปฏิบัติการไปที่

มหาสมุทรอินเดีย ทางฝั่งตะวันออกของโซมาเลียด้วย ทั้งหมดนี้ส่งผลให้เรือหลายลำกังวลถึงความเสี่ยงต่อการถูกจี้ปล้น และหันไปใช้เส้นทางเดินเรืออ้อมแหลมกู๊ดโฮปของแอฟริกาใต้แทน ซึ่งทำให้เสียเวลาในการเดินทางมากขึ้น และเสียค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าน้ำมันมากขึ้น และเบียดเบียนกันภัยของเรือที่ใช้เส้นทางนี้ก็พุ่งขึ้นไปสูงลิ่ว เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2008 ทางการฝรั่งเศสซึ่งมีกำลังพลประจำการอยู่ที่ประเทศจิบูตี ซึ่งอยู่ติดกับโซมาเลีย ต้องส่งหน่วยคอมมานโดโดยทางเฮลิคอปเตอร์ไปลงบนเรือของโจรสลัด หลังจากที่ได้จ่ายเงินค่าไถ่เพื่อปล่อยตัวประกันบนเรือยอร์ชของฝรั่งเศส โจรสลัดถูกจับได้หกคนและกำลังถูกศาลฝรั่งเศสดำเนินคดี แต่ไม่ใช่ครั้งเดียวที่ทางการฝรั่งเศสต้องลงมือปฏิบัติการช่วยตัวประกันทางทะเล เมื่อกลางเดือนกันยายน 2008 ประธานาธิบดีฝรั่งเศส นายนิโกลาส ซาโคซี ก็ได้สั่งให้ลงมือปฏิบัติการช่วยเหลือตัวประกันชาวฝรั่งเศสสองคน ที่ถูกจับและกักขังไว้บนเรือในอ่าวเอเดน มีการยิงต่อสู้กับโจรสลัดมีโจรสลัดเสียชีวิตหนึ่งคน ส่วนอีกหกคนถูกจับกุมได้ เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม 2008 สำนักงานกิจการนาวิระหว่างประเทศยังได้รายงานว่ามีเรือสามลำซึ่งเป็นเรืออิหร่านหนึ่งลำ ญี่ปุ่นหนึ่งลำ และเยอรมนีหนึ่งลำ ถูกปล้นในน่านน้ำนี้ ซึ่งถือว่าเป็นปฏิบัติการของโจรสลัดที่เกิดขึ้นมากที่สุดภายในวันเดียวเหตุการณ์ล่าสุดก็คือ เมื่อกลางเดือนกันยายน 2008 โจรสลัดโซมาเลียได้ยึดเรือสินค้าของยูเครนชื่อเอ็มวี ไฟน่า นอกชายฝั่งโซมาเลีย[5] หนึ่งในปฏิบัติการของโจรสลัดที่ไม่ได้ต่างอะไรจากปฏิบัติการครั้งอื่นหลายๆ ครั้งในปีนี้ แต่สินค้าที่อยู่บนเรือยูเครนคือประเด็นที่สร้างความกังวลให้แก่หลายประเทศ รวมทั้งสหรัฐฯ เพราะเรือเอ็มวี ไฟน่าขนรถถัง T-72 ผลิตในสหภาพโซเวียตที่ใช้แล้ว 33 คัน ปืนไรเฟิล อาวุธหนัก กระสุน และยุทโธปกรณ์ที่รัฐบาลยูเครนขายต่อให้รัฐบาลเคนยา ยูเครนรับมรดกเหล่านี้มาหลังจากการล่มสลายของสหภาพโซเวียต[6]

และเรือไฟนาก็เดินทางไปใกล้ถึงที่หมาย คือท่าเรือมอมบาซาของเคนยาอยู่แล้ว แต่ก็มาถูกโจรสลัดเข้ายึดเสียก่อน กองทัพเรือสหรัฐฯ ได้ส่งกองเรือรบมาเผด็จตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด และเข้าทำการโอบล้อมเรือไฟน้าเอาไว้ แม้ว่าสหรัฐฯ จะไม่ได้เกี่ยวข้องกับการต่อรองของทางการโซมาเลีย ให้โจรสลัดปล่อยลูกเรือที่เป็นตัวประกันก็ตาม สหรัฐฯ กังวลอย่างยิ่งว่าหากโจรสลัดถ่ายเทยุทธโศปกรณ์ดังกล่าวต่อไปยังกลุ่มต่อต้านรัฐบาลชั่วคราวของโซมาเลีย ซึ่งเป็นรัฐบาลที่ได้รับการสนับสนุนโดยสหประชาชาติ ก็จะกลายเป็นภัยต่อความมั่นคงของโซมาเลีย และต่อยุทธศาสตร์ความมั่นคงของสหรัฐฯ ในทวีปแอฟริกา อย่างไรก็ตาม โจรสลัดประกาศว่าไม่ต้องการสินค้าบนเรือ แต่ต้องการเงินค่าไถ่ 35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งต่อมายอมผ่อนปรนลงเหลือ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ณ เวลาที่เขียนบทความนี้อยู่ (13 ตุลาคม 2008) สถานการณ์การยึดเรือเอ็มวี ไฟน้า ก็ยังไม่คลี่คลาย โจรสลัดโซมาเลียเชื่อว่าเขาจะขาดซึ่งยุทธโศปกรณ์ในการปฏิบัติการ หรือมีเพียงแค่ปืนลูกซอง ดาบและขวานก็หาไม่ แต่โจรสลัดโซมาเลียปัจจุบัน มีการพัฒนาการถึงขั้นที่มีเรือเร็ว มีระบบต่อต้านการโจมตีทางอากาศแบบเคลื่อนย้ายได้ มีปืนยิงจรวดแบบประทับบ่า มีระบบ GPS และมีโทรศัพท์ดาวเทียมด้วย นอกจากนี้ โจรสลัดโซมาเลียยังมีปฏิบัติการที่ทำกันเป็นกระบวนการ การจับตัวประกันที่เกิดขึ้นสม่ำเสมอก็มีการรองรับด้านพลาธิการเป็นอย่างดี ว่ากันว่า แหล่งซ่อนตัวและฐานปฏิบัติการใหญ่คือ เมืองท่าอาฮัล (Eyl) ในเขตกึ่งปกครองตนเองพันท์แลนด์ (Puntland) ทางเหนือของโซมาเลีย ที่ซึ่งโจรสลัดได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายอย่างเต็มที่จนกลายเป็นธุรกิจผิดกฎหมายที่โยงกันเหมือนใยแมงมุม

การพยายามตามมาราการของ Djibouti นั้นถือเป็นความสนใจอย่างสูงสุดของนานาชาติในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่การจู่โจมของโจรสลัดนั้นได้ลดลงในช่วง

2-3 เดือนที่ผ่านมา แต่ถึงกระนั้นการค้าขายและส่งสินค้าทางทะเลยังมีความเสี่ยงอยู่ เพื่อต่อต้านภัยคุกคามสหประชาชาติได้เริ่มว่าจ้างให้มีการการส่งไฟทางทะเลเป็นครั้งแรกในส่วนของแหลมแอฟริกา โดยเรือรบจาก NATO และสหภาพยุโรปนั้นถูกนำมาประจำการที่อ่าวเอเดนเพื่อเข้าร่วมการฝึกอบรบ multinational Combined Task Force 151 โดยมีกองกำลังจากสหราชอาณาจักร ประเทศเดนมาร์ก ประเทศเนเธอร์แลนด์ ประเทศฝรั่งเศส ประเทศปากีสถาน ประเทศอินเดีย และประเทศรัสเซียร่วมกับประเทศต่างๆ ร่วมลาดตระเวนในพื้นที่ดังกล่าวด้วย นอกจากนี้หน่วยรักษาความปลอดภัยจาก blackwater ได้ให้บริการโดยคุ้มครองด้านความปลอดภัยแก่เรือพาณิชย์ทั้งหลายในอ่าวเอเดนซึ่งรวมไปถึงการใช้เฮลิคอปเตอร์ด้วย

โดยการลาดตระเวนดังกล่าวนี้ประสบความสำเร็จไม่มากนัก ในเดือน พฤษภาคม กองกำลังจากรัสเซีย อังกฤษ และอินเดีย ได้แยกกันขัดขวางการโจมตีของโจรสลัดได้ โดยในช่วงระหว่างช่วงฤดูร้อนถึงฤดูใบไม้ร่วงเรือรบ Fifth Fleet ได้ขับไล่การโจมตีของโจรสลัดถึง 24 ครั้ง [1] แต่ในความสำเร็จในทุกๆ ครั้งนั้นไม่ได้มีการขัดขวางจากกองทัพเรือและกลายเป็นว่าโจรสลัดนั้นมีความหึกเหิมเข้าไปใหญ่ โดยกองทัพเรือนั้นไม่มีความสามารถในการป้องกันการจู่โจมในทุกๆ ครั้ง นอกจากนั้นครั้งหนึ่งโจรสลัดยังทำการปล้นสะดมและยึดเรือได้เป็นผลสำเร็จ พวกเขาได้จับลูกเรือเป็นตัวประกันและข่มขู่ว่าจะล่มเรือ ให้ทางเลือกโดยเรียกเรือรบเพื่อกู้เอาตัวประกันมาและปล่อยเรือสินค้าไป ไม่น่าเชื่อว่าพบลูกเรือ 250 คนและเรือจำนวนหนึ่งในเขตพื้นที่ Harardhere โดยพลเรือโท Gortney ผู้บังคับบัญชาของเรือรบ U.S. Fifth Fleet กล่าวว่าการลาดตระเวนร่วมกันของเรือรบจากประเทศต่างๆ ในอ่าวเอเดนได้รับการก่อควนจากการจู่โจมของโจรสลัดในการปล้นสะดมเรือพาณิชย์ซึ่งสันนิษฐานได้ว่าหาก

พวกโจรสลัดจะทำการปล้นพวกเขาจะทำในวิธีของพวกเขาเอง [2] หลังจากเรือ *Sirius Star* ถูกยึดไป Odjell ผู้นำเรือขนส่งสินค้าของกลุ่มประเทศนอร์เวย์ ได้ระงับการเดินทางเรือผ่านพื้นที่ดังกล่าวเป็นการชั่วคราวเนื่องจากเหตุผลด้านความปลอดภัย บริษัทขนส่งสินค้าทางเรือของประเทศเดนมาร์กที่มีชื่อว่า Maersk ซึ่งเป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในโลกได้ไต่รตรงในการเดินทางไปในบริเวณคลองซุเอซและอ้อมเรือไปยังแหลมกู๊ดโฮป เพื่อความปลอดภัยจากการถูกปล้นสะดม ในขณะเดียวกันค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าและเวลาที่ใช้ในการขนส่งสินค้านั้นได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

ในปี 2006 รัฐบาลของประเทศอังกฤษได้สรุปว่าการปล้นสะดมทางน่านน้ำนั้นได้ขยายวงกว้างมากกว่าในทศวรรษที่ผ่านมาแสดงให้เห็นระดับเหตุการณ์ความรุนแรงในชุมชนทางทะเล การปล้นสะดมทางทะเลนั้นรวมไปถึง การจับตัวประกัน หรือการลักพาตัว และการฆาตกรรม ซึ่งทำให้สร้างความสูญเสียแก่มนุษย์และระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมากซึ่งมีผลต่อระบบการค้าในน่านน้ำทางทะเล ในมหาสมุทรอินเดียและมหาสมุทรแปซิฟิกนั้นการปล้นสะดมทางทะเลนั้นได้สร้างความเสียหายให้แก่บริษัทต่างๆ ประมาณ 13 ล้านดอลลาร์ - 15 ล้านดอลลาร์ต่อปี [3] นอกจากนี้ที่คุกคามต่อลูกเรือ ทรัพย์สินต่างๆ และเรือแล้ว การปล้นสะดมทางทะเลยังทำให้การสื่อสารผ่านทางทะเลนั้นตกอยู่ในอันตรายอีกด้วยโดยการเข้าไปแทรกแซงระบบนำทางและแทรกแซงระบบการค้าขายด้วยและกีดร่อนความมั่นคงภายในท้องถิ่นอีกด้วย การปล้นสะดมยังกีดร่อนระบบทางการเมืองและการพัฒนาด้านสังคมในแอฟริกาอีกด้วย ทั้งยังแทรกแซงการลงทุนและทำให้การเติบโตทางเศรษฐกิจชะลอตัวลง นอกเหนือจากนั้นผลกระทบโดยรวมของการปล้นสะดมทางทะเลนั้นก่อให้เกิดการลดลงของศูนย์การค้า ตัวอย่างเช่น ในช่วงปลายศตวรรษที่ 16 การปล้นสะดมของโจรสลัดชาวอัลจีเรียและตูนิเซียชักนำให้ความเชื่อมั่นของเมืองเวนิซซึ่ง

ถือว่าเป็นเมืองการค้าที่สำคัญนั้นลดลงอย่างไม่สามารถเอากลับคืนมาได้

สหรัฐเริ่มแสดงความวิตก หลังโจรสลัดโซมาเลียโจมตีเรือ 8 ลำใน 12 วัน รวมทั้งเรือประมงของไทย ในอ่าวเอเดน ซึ่งเป็นบริเวณที่มีการจราจรทางเรือคับคั่งที่สุดของโลก เรือลำล่าสุดที่ตกเป็นเหยื่อโจรสลัดโซมาเลียเป็นเรือประมงของไทย ที่ถูกจับพร้อมลูกเรือ 16 คนในอ่าวเอเดนเมื่อวานนี้ ซึ่งเป็นวันเดียวกับที่เรือสินค้าซังกชองกง แต่ดำเนินการโดยบริษัท "ดิ อิสลามิก รีพับลิก ออฟ อิหร่าน ชิปปิง ไลน์ส" ของอิหร่าน ถูกยึดในอ่าวเอเดนด้วยเช่นกัน ตอนนี้ชะตากรรมของลูกเรือ 25 คน ในวันเดียวกัน โจรสลัดได้นำเรือ เอ็มวี ชิริอุส สตาร์ ซึ่งเป็นเรือบรรทุกน้ำมันขนาดยักษ์ของซาอุดีอาระเบีย ที่ยึดได้เมื่อวันอาทิตย์ พร้อมน้ำมันดิบมูลค่า 100 ล้านดอลลาร์หรือ 3,400 ล้านบาท ไปจอดทอดสมอที่นอกชายฝั่งโซมาเลีย ทำให้ชาวบ้านยากจนในหมู่บ้านชาวประมงแถบนั้นพากันฮือปากก้างกับความใหญ่โตของเรือซึ่งมีความยาวถึง 1,080 ฟุต และเป็นเรือลำใหญ่ที่สุดที่โจรสลัดเคยบุกเข้ายึด ด้านรัฐมนตรีต่างประเทศซาอุดี อาระเบีย เจ้าชายซาอูด อัล ไฟซาล กล่าวประณามการจี้เรื่อน้ำมันเอ็มวี ชิริอุส สตาร์ ว่าเป็นการกระทำที่เหี้ยมเกรียม และว่าการปล้นสะดมทางทะเลเป็นการก่อการร้ายที่จำเป็นต้องจัดการ และซาอุดีอาระเบียจะร่วมมือกับนานาชาติในความพยายามปราบปรามพวกโจรสลัด แต่ไม่ได้ระบุว่าซาอุฯจะดำเนินมาตรการอะไรที่ทำได้ดีกว่าการคุ้มครองเรือขนน้ำมันที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ด้านกระทรวงต่างประเทศสหรัฐเริ่มมีปฏิกิริยาในเรื่องนี้ โดยโฆษกกระทรวงต่างประเทศ ฉอน แมคคอร์แมค แถลงว่าสหรัฐกำลังทำงานร่วมกับชาติสมาชิกในคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติเพื่อหาทางจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น และรัฐมนตรีต่างประเทศ คอนโดลิซซา ไรซ์ ได้สั่งให้ทางกระทรวงฯพิจารณาหนทางที่จะทำได้มากกว่าที่คณะมนตรีความมั่นคงฯดำเนินการอยู่

ในตอนนี้ ขณะเดียวกันกองทัพเรืออังกฤษได้ส่งมอบตัวโจรสลัดชาวโซมาเลีย ที่เรือรบอังกฤษจับได้ 8 คน ให้กับทางการเคนย่าเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม หลังจากทีโจรสลัดกลุ่มนี้ก่อเหตุโจมตีเรือเยเมน และเรือเดนมาร์ก การบุกยึดเรือสินค้าของโจรสลัดซึ่งมีอาวุธทันสมัยและใช้เรือเร็วคุณภาพสูง เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงไม่นานมานี้ โดยในปีมีการจับเรือสินค้าในแถบนี้เพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 75 ทั้งที่มีเรือหลายลำขององค์การสนธิสัญญาป้องกันแอตแลนติกเหนือ หรือ นาโต้ กับเรือรบสหรัฐฯ หลายลำ และเรือฟริเกตลำหนึ่งของรัสเซียลาดตระเวนอยู่ในอ่าวเอเดน ซึ่งเป็นเส้นทางเดินเรือสายหนึ่งที่มีการจราจรคับคั่งที่สุดของโลก เพื่อป้องกันภัยจากโจรสลัด ขณะที่กลุ่มบริษัท อี๊ดเจล์ เอสอี Odjel SE ของนอร์เวย์ ได้ส่งเปลี่ยนเส้นทางเรือบรรทุกน้ำมันของตนกว่า 90 ลำจากมหาสมุทรอินเดียไปยังทะเลเมดิเตอร์เรเนียน จากเดิมที่ใช้เส้นทางลัดผ่านอ่าวเอเดน เข้าสู่ทะเลแดง ไปออกที่คลองสุเอซ ที่เชื่อมไปยังทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ไปใช้เส้นทางอ้อมแหลมกู๊ดโฮป ทางใต้สุดของทวีปแอฟริกา ซึ่งแม้จะต้องใช้เวลาเดินทางและเสียค่าใช้จ่ายมากกว่าแต่ก็เป็นเส้นทางที่ปลอดภัยกว่า



ภาพที่ 1 เรือที่โจรสลัดโซมาเลียใช้ในการปล้นสะดม

### 1. การทดสอบของสหรัฐอเมริกา

ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว สหรัฐอเมริกาได้ต่อสู้กับการปล้นสะดมทางทะเลและปกป้องเสรีภาพทางทะเลไว้

การปล้นสะดมในน่านน้ำทะเลตะวันออกให้ประธานาธิบดี George Washington ให้ปฏิบัติการทางเรือโดยสร้างเรือรบขนาดกลาง 6 ลำเพื่อปฏิบัติการต่อต้านโจรสลัดที่ขโมยสินค้าในเรือขนส่งในแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน โดยคดีที่สำคัญส่วนใหญ่ในศาลในศตวรรษที่ 19 นั้นเป็นคดีเกี่ยวกับการปล้นสะดมทางทะเล โดยกองทัพเรือขนาดใหญ่ในทวีปยุโรปได้ตรวจตราการปล้นสะดมทางน่านน้ำทะเลและการเปิดเส้นทางเดินเรือในช่วงครึ่งแรกของศตวรรษที่ 20 และประเทศมหาอำนาจได้ใช้เรื่องการปล้นสะดมทางทะเลเป็นข้ออ้างในสงครามเย็น ในปี 2006 เรือรบของอเมริกา USS Churchill ต่อดำเนินการโจมตีได้สำเร็จบริเวณชายฝั่งโซมาเลียโดยจับโจรสลัดได้จำนวน 10 คน หลังจากคำสั่งห้ามลักลอบเข้าประเทศของ Churchill นักกฎหมายของกองทัพเรือในเพนทากอนได้ตรวจสอบการปล้นสะดมในน่านน้ำทางทะเลกฎหมายและนโยบายระหว่างประเทศ และยังสามารถเสนอข้อคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายระหว่างประเทศซึ่งเชื่อมโยงกับเจตนาของสหรัฐอเมริกาในการต่อต้านการปล้นสะดมในน่านน้ำทางทะเล ผลที่ได้คือการพัฒนาที่ครอบคลุมและนโยบายในการเจรจาต่อรองและการกระทำตามกฎหมายในการกำจัดการปล้นสะดมในน่านน้ำ ซึ่งประธานาธิบดี Bush ได้เซ็นสัญญาดังกล่าวในฤดูร้อนในปี 2007 โดยนโยบายดังกล่าวได้ถูกยึดให้เป็นนโยบายหลักขององค์การการป้องกันภัยพิบัติทางทะเลนานาชาติและยังเป็นขอบข่ายงานที่สำคัญของเรือรบซึ่งต้องเผชิญหน้าหรือยับยั้งการปล้นสะดมทางทะเลของโจรสลัดและป้องกันการปล้นอาวุธทางทะเล เช่นเดียวกับการจับกุมการกระทำผิดทางกฎหมายและการส่งเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายหรือเชลยกลับประเทศนั้นง่ายขึ้น โดยในเอกสารมีการกำหนดเป้าประสงค์ของนานาชาติเอาไว้ซึ่งรวมไปถึงการป้องกันการปล้นสะดมในน่านน้ำทางทะเล กำหนดมาตรการในการป้องกันการปล้นสะดม ประเมินความเสี่ยง

รับผิดชอบ คงไว้ซึ่งเสรีภาพทางทะเล ปกป้องช่องทาง การสื่อสารทางทะเล และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ นานาชาติในการต่อสู้กับการปล้นสะดมทางทะเล โดย นโยบายของสหรัฐอเมริกาได้ให้ความสำคัญแก่กลยุทธ์ ร่วมระหว่างรัฐบาลและส่วนของภูมิภาคทางทะเลใน การป้องกันการจู่โจมของโจรสลัดและก่ออาชญากรรม ร้ายแรงต่อเรือบรรทุกสินค้า ผู้คนและผลประโยชน์ เพื่อเติมเต็มเป้าประสงค์ของนโยบาย สหรัฐอเมริกาควร เร่งให้เกิดความพยายามในนานาชาติในส่วนของภาค การขนส่ง ส่วนของพื้นที่ในเขตชายฝั่งทะเล และใน ส่วนของท่าเรือ เพื่อสร้างศักยภาพให้แก่เครือข่าย นานาชาติ

โดยในการทดลองของสหรัฐอเมริกาได้เสนอแนะว่า การประกาศออกไปของนโยบายของรัฐบาลอย่างสั้นๆ และเป็นหนึ่งเดียวนั้นเกี่ยวข้องกับความร่วมมือของ ตัวแทนจากนานาชาติในการป้องกันการปล้นสะดม และทำให้เป็นที่ชัดเจนว่าอะไรที่สำคัญ โดย กระบวนการในการพัฒนานโยบายป้องกันการ ปล้นสะดมระหว่างประเทศนี้ยังได้มุ่งความสนใจไปที่ ตัวแทนของชุมชนระหว่างประเทศในการเข้าถึงการ ยอมรับในการกำหนดปัญหาและการสร้างเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ร่วมกัน และความตั้งใจในการทำให้ สิ่งเหล่านี้ประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนความ พยายามของสหรัฐอเมริกา โดยครั้งหนึ่งมีการขยาย ความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและก่อตั้ง ให้เป็นองค์กรความร่วมมือ Global Maritime Partnership โดยมีแนวคิดในการรวบรวมเรือรบ 1,000 ลำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแนวคิดนี้ไม่ได้ทำเพียงประเทศ ใดประเทศหนึ่งเท่านั้น โดยเป้าหมายของ GMP คือการ ยกกระดับสิทธิประโยชน์จากการทำงานร่วมกันและใช้ ประโยชน์จากกฎหมายต่างประเทศอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่าง รัฐบาล โดยนาวิกโยธินจากกานา อินเดีย อินโดนีเซีย

ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์และจากที่อื่นๆ ได้ยอมรับ แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพความร่วมมือระหว่าง ประเทศเพื่อต่อต้านการปล้นสะดมทางทะเล [4] เมื่อไม่ นานมานี้หัวหน้าการดำเนินงานของกองทัพเรือได้เน้น ย้ำถึงความสำคัญของความร่วมมือระหว่างประเทศใน แนวทางการดำเนินงานของเขาในปี 2009 และการขยาย พื้นที่ความร่วมมือในการป้องกันการปล้นสะดม



ภาพที่ 2 กลุ่มการโจมตีของโจรสลัดในบริเวณอ่าวเอเดน และยามชายฝั่งโซมาเลีย

## 2. ปัญหาในการดำเนินคดีกับโจรสลัด

ปัญหาที่ยากและเป็นปัญหาใหญ่ของการเผชิญหน้ากับ การปล้นสะดมไม่ใช่การขาดแคลนทรัพยากรในการ ปฏิบัติการในการปราบปรามภัยคุกคามเหล่านี้ แต่ ปัญหาอยู่ที่ว่าจะทำอะไรกับผู้กระทำผิดที่ถูกจับได้ เหล่านี้ดี นอกจากนี้ควรทำอย่างไรกับเหยื่อและพยาน หรือผู้ที่ได้รับบาดเจ็บ มีการกำหนดว่ารัฐบาลควร ดำเนินการกับโจรสลัดที่ถูกจับได้ในพื้นที่นั้นๆ ซึ่ง โดยทั่วไปแล้วเรือบรรทุกสินค้าที่ถูกจู่โจมโดยโจรสลัด ชาวโซมาเลียนั้นได้มีการขึ้นทะเบียนในที่แห่งหนึ่ง เช่น กรีก แต่เจ้าของอยู่ในอีกพื้นที่หนึ่งเช่น เกาหลีใต้ และ ดำเนินการ โดยลูกเรือที่มาจากประเทศต่างๆ หลาย ประเทศ เช่นฟิลิปปินส์และปากีสถาน นอกจากนี้ เรือ ยังได้บรรทุกตู้บรรจุสินค้าหรือสินค้าที่มีเจ้าของเป็น บริษัทในต่างประเทศ และการจู่โจมการปล้นสะดมนั้น

ได้รับการยับยั้งโดยเรือรบจากประเทศต่างๆ เหล่านั้น แม้ว่าประเทศต่างๆ นั้นอาจใช้อำนาจศาลอ้างสิทธิ์ว่าเป็นอาชญากรรมทั่วไป ซึ่งแต่ละประเทศนั้นต่างมีผลประโยชน์พิเศษต่อการดำเนินคดีในประเทศนั้นๆ โดยในทะเลหลวงหรือทะเลที่อยู่นอกขอบเขตอำนาจที่ศาลและกฎหมายควบคุมไปถึงของประเทศนั้นๆ เช่น พื้นที่ที่ไม่ครอบคลุมของทะเลในเขตประเทศโซมาเลีย ซึ่งประเทศต่างสามารถแสดงการดำเนินการต่อการปล้นสะดมได้ ซึ่งเรือของโจรสลัดอาจซัดลำเรือและโจรสลัดสามารถถูกจับกุมและทรัพย์สินที่อยู่บนเรือจะถูกยึดและส่งมอบให้แก่กองทัพเรือหรือศาล มีเพียงเรือรบและเครื่องบินทางทหารหรือเรือบรรทุกในส่วนของรัฐบาลเท่านั้น อย่างไรก็ตามอาจใช้อำนาจนี้ การจับเรือบรรทุกหรือการปล้นเรืออาจจะดำเนินการภายใต้เหตุผลที่หลากหลายทางกฎหมาย ซึ่งรวมไปถึงการยินยอมของรัฐภายใต้มาตราที่ 92 และ 94 ของกฎหมายทางทะเล การใช้สิทธิในการป้องกันตนเองภายใต้มาตราที่ 51 ตามกฎขององค์การสหประชาชาติ (UN) สิทธิในการเข้าตรวจตราเรือบรรทุกภายใต้มาตราที่ 110 ของกฎหมายทางทะเลในกรณีที่เกิดเหตุสมควรจะเชื่อได้ว่าเรือดังกล่าวมีส่วนร่วมในการปล้นสะดมทางทะเล และในบางกรณี มีการควบคุมการขยายเมืองท่า ภายใต้กฎหมายระหว่างประเทศ โดยประเทศต่างๆ เหล่านี้สามารถอ้างเขตอำนาจ ซึ่งรวมไปถึงประเทศที่เรือลงทะเลเบียนหรือประเทศของเรือที่ใช้ในการโจมตี ความหลากหลายของเหยื่อที่เป็นลูกเรือ และบางกรณีรวมไปถึงชายฝั่งและท่าเรือในเขตภูมิภาค โดยปกติแล้ว การสิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นตัวเลือกที่ดีมากนักเนื่องจากเวลาที่ใช้ในการขนส่งและปัญหาด้านกฎหมาย การจับโจรสลัดไม่สามารถมอบอำนาจคืนให้แก่ท้องถิ่นในโซมาเลียได้เนื่องจากในหลายๆ กรณีท้องถิ่นไม่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ นอกจากนั้นในบางพื้นที่อาจมีการปล่อยโจรสลัดไปหรือมีบทกำหนดโทษที่รุนแรงและมากจนเกินไปที่จะสามารถยอมรับได้ การลงโทษ

ที่ไม่เหมาะสมภายใต้หลักความยุติธรรมของชนเผ่าหรือกฎหมายอิสลาม ค่าใช้จ่ายที่มากขึ้นในการส่งกองกำลังทางทหารและภาระในการขนส่งโจรสลัดไปยังประเทศฝั่งตะวันตกเพื่อพิจารณาคดีนั้นสูงมาก รัฐเจ้าของธงของเรือโดยมากแล้วจะเป็นประเทศที่มีการเปิดให้มีการลงทะเบียนอย่างเสรีแต่มีทรัพยากรทางศาลและกองกำลังทางทหารน้อย เช่นประเทศปานามาหรือประเทศไลบีเรีย ซึ่งมีศักยภาพค่อนข้างจำกัดในการดำเนินคดีหรือฟ้องร้อง ในปี 2006 โดยความยุ่งยากและปัญหาเหล่านี้ได้ทำให้สหรัฐอเมริกาให้การดูแลชั่วคราวแก่โจรสลัดชาวโซมาเลียบนเรือรบของสหรัฐเป็นเวลา 1 เดือนต่อครั้ง โดยความยุ่งยากเหล่านี้เป็นเหตุผลต่อหลายๆ ประเทศซึ่งรวมไปถึง ฝรั่งเศส และอังกฤษที่กระทำการจับโจรสลัดเข้าสู่ชายหาดโดยปราศจากการกระทำที่ถูกกฎหมายใดๆ

แม้ว่ามันจะเป็นการดีกว่าเสมอในการทำงานผ่านภาครัฐในการดำเนินการฟ้องร้องการปล้นสะดมทางทะเล ประเทศบนชายฝั่งตะวันออกของทวีปแอฟริกา มีระบบกฎหมายที่พึงเปิดใช้และการขาดแคลนซึ่งทรัพยากรด้านการบังคับใช้ทางกฎหมายและศาลชั้นตุลาการ ดังนั้นในขณะที่การปล้นสะดมทางทะเลนั้นเป็นอาชญากรรมไปทั่วประเทศ ประเทศที่ขาดเรือและเครื่องบินเพื่อใช้ในการลาดตระเวนชายฝั่งทะเลของพวกเขาเอง หรือโครงสร้างพื้นฐานทางกฎหมายในการตัดสินความยุติธรรมโจรสลัดนั้นไม่สามารถมีบทบาทในการแก้วิกฤตการณ์ได้ การดำเนินการในการต่อต้านการปล้นสะดมทางทะเลนั้นต้องดำเนินการอย่างทันทีทันใดเพื่อพัฒนารอบนโยบายและศักยภาพทางกฎหมายของประเทศเหล่านี้

### 3. จำนวนภัยคุกคามจากโจรสลัด

จากข้อมูลจากสำนักงานพาณิชย์นำวิระหว่างประเทศระบุว่า 5 ปีที่ผ่านมา การโจมตีของโจรสลัดทั่วโลกลดลงเกือบ 50% จาก 452 ครั้งในปี 2546 เหลือ 282

ครั้ง ปี 2550 แต่สถานการณ์กลับตาลปัตรกับชายฝั่งแอฟริกาตะวันออก เพียงปีเดียว ตัวเลขเพิ่มขึ้น 100 %

1 ใน 3 ของการปล้นยึดเรือโดยโจรสลัดทั่วโลก เกิดขึ้นในพื้นที่ 1 ล้าน 6 แสนตารางกิโลเมตร นอกชายฝั่งทะเลแอฟริกาตะวันออก+อ่าวเอเดน ตั้งแต่ต้นปีนี้มี การโจมตี 92 ครั้ง ส่วนใหญ่ในอ่าวเอเดน ในจำนวนนี้มีที่ทำสำเร็จ ยึดเรือได้รวม 36 ลำ ซึ่งจนถึงปัจจุบัน มี 14 ลำที่ยังถูกยึดอยู่พร้อมลูกเรือ 268 คน ตัวเลขนี้รวม เรือน้ำมันชาอุดิอาราเบีย แต่ยังไม่รวมเรือสินค้าอิหร่าน เรือขนส่งสินค้ากรีก กับเรือประมงของไทย ซึ่งเป็นสาม ลำล่าสุด



รูปที่ 3 แผนที่ประเทศในย่านที่โจรสลัดนั้นใช้ในการปล้นสะดมในยามชายฝั่งโซมาเลีย

**4. วิธีการที่พวกนี้ยึดเรือ**

พวกนี้ใช้ปฏิบัติการทันสมัย มีอุปกรณ์ไฮเทคล่าสุด รวมทั้งโทรศัพท์ผ่านดาวเทียม และระบบ GPS อาวุธที่ใช้รวมทั้งอาวุธหนักอย่าง เครื่องยิงจรวด RPG กับปืนกล AK-47[7] และมีสายสืบคอยแจ้งข่าวจากเมืองท่าต่างๆในอ่าวเอเดน เรือก็เป็นเรือเร็วมีเครื่องยนต์ที่ทรงพลัง ในการบุกเข้าหาเป้าหมาย และบางครั้งจะเป็นการปล่อยเรือเร็วออกจากเรือใหญ่ซึ่งเป็นเรือแม่ที่ลอยลำอยู่ในทะเลลึก เพื่อไปก่อเหตุ

ในการบุกเข้ายึดเรือนั้น โจรสลัดใช้เรือเร็วที่ทันสมัย 2-3 ลำตีโอบเรือเป้าหมาย ก่อนบุกขึ้นเรือแบบไม่ให้

ลูกเรือรู้ตัว โดยใช้ตะขอกเกี่ยวและแทงเหล็ก รวมทั้งใช้บันไดและเชือกสำหรับปีนป่าย บางครั้งอาจมีการยิงปืนขู่เพื่อให้เรือหยุดอยู่กับที่ พวกตนจะได้ปีนขึ้นเรือได้สะดวก เมื่อยึดเรือได้แล้ว ตามปกติ จะนำเรือที่ยึดได้ไปจอดทอดสมอที่เมืองชุมทางของโจรสลัดชื่อเมือง "อีลล์" (Eyl) โดยจะนำเอาตัวประกันไปขึ้นบก ซึ่งมักมีการดูแลอย่างดีจนกว่าจะได้ค่าไถ่

**5. เพราะอะไรทำไมไม่มีใครปราบโจรสลัดได้**

ก็เพราะว่าเรือรบจากอย่างน้อย 9 ชาติกำลังปฏิบัติการสกัดโจรสลัดอยู่ในมหาสมุทรอินเดียและอ่าวเอเดน แต่ดูเหมือนจะแก้ปัญหาไม่ได้ และจากการที่เรือ Sirius ถูกยึดทางใต้ของโซมาเลียในระยะไกลมาก บ่งชี้ว่ากำลังมีการขยายพื้นที่อิทธิพลของโจรสลัดจนครอบคลุม 1 ใน 4 ของมหาสมุทรอินเดียแล้ว ทำให้สำนักงานพาณิชย์ระหว่างประเทศ แนะนำให้เจ้าของเรือใช้มาตรการป้องกันต่างๆ รวมทั้งใช้ความเร็วชนิดที่เรือโจรสลัดจะตามไม่ทัน

แต่ปัจจุบัน โจรสลัดเคลื่อนไหวรวดเร็วมาก และมักออกทำงานยามกลางคืน ซึ่งกว่าลูกเรือจะรู้ว่าเกิดอะไรขึ้น ก็มักจะสายเกินไปแล้ว และการใช้กำลังทางทหารเข้าแทรกแซงก็ทำได้ยากเพราะมีตัวประกันอยู่บนเรือ มีโจรสลัดน้อยคนที่เคยถูกจับได้ ทหารเรืออังกฤษเคยยิงตายไปอย่างน้อย 2 คนขณะพยายามบุกขึ้นเรือสินค้าลำหนึ่ง ขณะเดียวกัน ก็ไม่มีระบบกฎหมายที่จะบังคับใช้กับผู้ถูกกล่าวหาว่าเป็นโจรสลัดด้วย แม้จะมีบางคนขึ้นศาลอยู่ที่เคนย่า และเมื่อต้นปีนี้มีกลุ่มหนึ่งถูกทหารฝรั่งเศสจับได้ เลยถูกนำตัวไปขึ้นศาลที่ฝรั่งเศส[7]

มองกันว่าตราบดีที่รัฐบาลโซมาเลียยังไร้ประสิทธิภาพ มีแนวโน้มว่าความไร้ข้อแป้นในประเทศและบริเวณนอกชายฝั่งจะยิ่งทวีความรุนแรง โจรสลัดบุกยึดเรือ เพื่อเงินค่าไถ่เรือลำละ 2 ล้านเหรียญ (70ล้านบาท) ทาง Chatham House หน่วยงานมั่นคงในอังกฤษ คาดว่า



โจรสลัดโซมาเลียได้ค่าไถ่ที่ถ่มเมื่อแล้ว 30 ล้านดอลลาร์ (ราวๆ 1,150 ล้านบาท) ในขณะที่โซมาเลียเต็มไปด้วยคนตกงาน และเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรต้องการความช่วยเหลือด้านอาหาร หลังเกิดความขัดแย้งไม่ได้หยุดมา 17 ปีพวกโจรสลัดจะนำเงินบางส่วนไปใช้จัดเตรียมความพร้อมสำหรับการบุกยึดเรือครั้งใหม่ ซึ่งรวมทั้งการจัดหาอาวุธที่ทรงอำนาจกว่าเดิม เรือที่มขนาดใหญ่มากและเร็วกว่าเดิม ไปจนถึงอุปกรณ์ชั้นสูงต่างๆ



รูปที่ 4 อุปกรณ์ในการปล้นสะดม

อาชีพโจรสลัดกำลังอินทรนเพราะช่วยให้อยู่ดีกินดี คนพื้นเมืองในโซมาเลียเปิดเผยว่า การปล้นยึดเรือเป็นเรื่องที่สังคมโซมาเลียยอมรับ และกำลังกลายเป็นแฟชั่น เพราะโจรสลัดกลายเป็นกลุ่มคนรวยเงินรวยอำนาจ สร้างบ้านซื้อรถใหม่ ได้แต่งงานกับผู้หญิงสวย มีภรรยาได้มากกว่าคนโจรสลัดจึงกลายเป็นทางเลือกของคนหนุ่มที่หมดหวังจะไปทำมาหากินอย่างอื่นในประเทศที่ยังคุกรุ่นด้วยไฟสงครามกลางเมือง ไม่มีรัฐบาลกลางที่มีอำนาจบริหารประเทศอย่างแท้จริงตั้งแต่ปี 2544 แกมคนกลุ่มนี้จะไม่เรียกตัวเองว่าโจรสลัด แต่จะเรียกตัวเองว่า “หน่วยยามฝั่ง” ช่วยปกป้องประเทศจากผู้มาเอาเปรียบ

#### สรุปผลการดำเนินงาน

จากปัญหาภัยคุกคามของโจรสลัดในอ่าว เเดน ประเทศโซมาเลีย ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้หลายฝ่ายยังคงเรียกร้องให้ประชาคมโลกร่วมกันแก้ไข ปัญหาโจรสลัด ที่ในปีนีโจรสลัดได้ออกปล้นมาก

เป็นประวัติการณ์ โดยสหภาพการเดินเรือแห่งชาติของอินเดีย ได้เรียกร้องให้สหประชาชาติ จัดกองกำลังลาดตระเวนเข้ามาในอ่าวเเดน เพื่อเฝ้าระวังและกวาดล้างโจรสลัด เนื่องจากกองทัพเรือของประเทศต่างๆ ที่ประจำอยู่ยังคงไม่เพียงพอ และขณะเดียวกันก็ได้ออกเรียกร้องการรับรองจากสหประชาชาติในการดำเนินการปราบปรามโจรสลัด ที่จะส่งผลดีในระยะยาวอย่างไร ก็ตาม ในขณะที่ทำให้ผู้เดินเรือสินค้าในเส้นทางสายสำคัญนี้คิดหาทางเลี่ยงไปใช้เส้นทางอ้อมแหลมมิดโซบเพื่อเข้าสู่ยุโรปและอเมริกาเหนือแทน แต่ปัญหาอยู่ที่ว่ายังต้องพิจารณาถึงเรื่องของกาเสียเวลาและค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น ซึ่งต้องใช้เวลามากกว่าเดิม 12 วัน และต้องใช้เชื้อเพลิงเพิ่มเติมอีก 750 ตัน อันจะมีผล ให้ต้นทุนดำเนินการและราคาสินค้าสูงขึ้นตามไปด้วย การปล้นยึดเรือในบริเวณนอกชายฝั่งโซมาเลีย ที่มีความยาวถึง 3,300 กิโลเมตร เกิดขึ้นโดยเส้นทางผ่านอ่าวเเดนเป็นเส้นทางที่เรือขนส่งน้ำมันกว่า 12% ของทั้งหมดเดินทางผ่านจากการรายงานของสำนักงาน พาณิชยนาวีระหว่างประเทศ ระบุว่า ตั้งแต่เดือนมกราคมที่ผ่านมา มีเรือถูกโจรสลัดโซมาเลียโจมตี 92 ลำ โดยในจำนวนนี้ 36 ลำถูกโจรสลัดยึดไป และยังมีอีก 14 ลำที่จนถึงขณะนี้ก็ยังถูกควบคุมอยู่พร้อมด้วยลูกเรือกว่า 250 คนที่ถูกจับเป็นตัวประกัน

## References

- [1] Mohamed Olad Hassan Steve Gutterman. Russian, British ships repel Somali pirate November 15, 2008.
- [2] PhilipEwing.Zappin'pirates.Navy times; November 10,2008
- [3] Margaret Ryan. Captain counts the cost of piracy. BBC news, available at February 2, 2006.
- [4] The commanders respond. United States naval institute proceedings, April2006, 34, 40–51.
- [5] James Kraska International Law Department Naval War College. Newport RI 02841. Rhode Island. USA
- [6] Brian Wilaon International Law Department Naval War College. Newport RI 02841. Rhode Island. USA
- [7] <http://atcloud.com/stories/70950>

## ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชน

## ในเขต จังหวัดนนทบุรี

## Study Internet using behavior of teenagers in nonthaburi province

เจณิภา คงอิม

คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยราชพฤกษ์ E-mail. JENIPA2513@HOTMAIL.COM

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชนในจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของเยาวชนในจังหวัดนนทบุรีกับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชนในจังหวัดนนทบุรีและเพื่อสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นกับเยาวชนจากการใช้อินเทอร์เน็ต ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เยาวชนที่มีอายุเกิน 14 ปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึง 18 ปีบริบูรณ์ ซึ่งจะต้องพักอาศัยหรือกำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 68,008 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 400 คน หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบ “การเลือกตัวอย่างตามสะดวก” โดยการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในจังหวัดนนทบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมดำเนินการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติไค – สแควร์ (Chi - Square Test) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เยาวชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 14 – 16 ปี กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้นปลาย (ม.4 –ม.6) หรือ ปวส. อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ผู้ปกครองประกอบอาชีพอิสระ และเยาวชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต คือ ไปใช้บริการสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ใช้บริการในวันอาทิตย์ ระยะเวลา 3 ชั่วโมงต่อครั้ง ในช่วงกลางวัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สถานภาพของเยาวชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว และอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรม , อินเทอร์เน็ต , เยาวชน

## ABSTRACT

The objective of this research was to study the level of internet using behavior of the teenagers, to study the relationship between status and behavior of teenagers in using the internet service and to summarize the problem of the teenagers from using the internet. The population in this research is young teenagers whose age were over 14 years but less than 18 years and who live or study in Nonthaburi Province of 68,008 and grouping of 400. The researcher used the questionnaire to collect the analysis results by using the descriptive statistics including the percentage, the average, and the standard deviation. Regarding the inferential statistics, the researcher uses the chi - square test to test the relationships between variables.

The study found that the most respondent teenagers were female who were in range 14-16 years, study at the secondary level (Grade 4 - 6) or a Bachelor's Degree with self-employed parents. The behavior of those teenagers in using internet service is available once a week to 2-3 times on Sundays for a period of 3 hours per session. Result from hypothesis test found that the status of teenagers including sex, age, level of education, family status and parents' occupation related with the behavior in using internet service statistically significant at the 0.05 level.

**KEYWORDS:** Internet using behavior of teenagers

### บทนำ

สถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นกับเยาวชนไทย เป็นที่กังวลใจและกลายเป็นปัญหาสังคมระดับชาติที่ผู้ใหญ่ต้องหันมาให้ความสนใจกันมากขึ้นในขณะนี้ คงหนีไม่พ้นเรื่องปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ไม่สอดคล้องกับวัย อาทิ ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การใช้สารเสพติด ที่ยวกลางคืน ดัดเกม ดื่มสุรา สูบบุหรี่ มั่วสุม การใช้ความรุนแรงและลักทรัพย์ เป็นต้น

ในปัจจุบันจัดว่าเป็นยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หรือที่เรียกว่า ไอที เทคโนโลยีเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ และกลายเป็นเครื่องมือ

สำคัญในการเรียนรู้และแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ

จากปัญหาโปรแกรม "แคมฟร็อก" ที่เป็นประเด็นร้อนของสังคมทุกวันนี้ พร้อมกับความห่วงใยถึงภัยที่มากับอินเทอร์เน็ต และความไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ของเยาวชน เข้าห้องสนทนา และโซเชียลเน็ตเวิร์กไปทั่วโลกรับชมกัน นำสู่อาชญากรรมจำนวนมากไม่น้อย

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชนอย่างจริงจัง เพราะที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะเป็นเพียงการสำรวจโพลเท่านั้น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำผลวิจัยเพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับเยาวชน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการ  
อินเทอร์เน็ตของเยาวชนและศึกษาความสัมพันธ์  
ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับพฤติกรรมใน  
การใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชน

### ขอบเขตเชิงเนื้อหา

ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของ  
เยาวชน จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาพฤติกรรม  
ผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ได้แก่ 1)ใครอยู่ใน  
ตลาดเป้าหมาย (Who) 2)ผู้บริโภคซื้ออะไร  
(What) 3)ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) 4)ใครมี  
ส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who) 5) ผู้บริโภค  
ซึ่งเมื่อไร (When) 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน  
(Where) 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

### สมมติฐานการวิจัย

สถานภาพของเยาวชนในจังหวัดนนทบุรีมี  
ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการใช้บริการ  
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เยาวชนที่มี  
อายุเกิน ๑๔ ปีบริบูรณ์ แต่ยังไม่ถึง ๑๘ ปี  
บริบูรณ์ และไม่ใช่ผู้บรรลุนิติภาวะแล้วจากการ  
จดทะเบียนสมรส ในทางกฎหมายก็ถือว่าบุคคล  
ที่มีอายุระหว่างนี้เป็นเยาวชน ซึ่งจะต้องพักอาศัย  
หรือกำลังศึกษาอยู่ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน  
68,008 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณ  
ของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จำนวน 400 คน ซึ่งจากรายงานข้อมูลสถิติ  
เกี่ยวกับจำนวนประชากร ของกรมการปกครอง  
กระทรวงมหาดไทย (ที่มา  
[http://www.dopa.go.th/cgi-  
bin/people\\_stat.exe?YEAR=&LEVEL=1 &PR  
OVINCE=12%23%B9%B9%B7%BA%D8%  
3%D5&DISTRICT=&TAMBON=](http://www.dopa.go.th/cgi-bin/people_stat.exe?YEAR=&LEVEL=1 &PROVINCE=12%23%B9%B9%B7%BA%D8%3%D5&DISTRICT=&TAMBON=)) ณ เดือน  
ธันวาคม พ.ศ. 2550

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้  
คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจาก  
กลุ่มเยาวชนในจังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถาม  
ทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับ  
สถานภาพของเยาวชนในจังหวัดนนทบุรี ส่วนที่  
2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการ  
อินเทอร์เน็ตของเยาวชน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา  
(Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ  
(Survey Method) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้  
บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชนในจังหวัด  
นนทบุรี โดยแบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวม  
ข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)  
เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากการตอบ  
แบบสอบถามของเยาวชน โดยผู้วิจัยได้ติดต่อกับ  
ร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ในจังหวัดนนทบุรี แล้ว

ให้ผู้ช่วยวิจัยกับเจ้าหน้าที่ช่วยกันไปเก็บข้อมูล ซึ่งก่อนจะออกเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้มีการฝึกอบรม และชี้แจงรายละเอียดขั้นตอนการเก็บรวบรวม ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในการเก็บ ข้อมูลจะเริ่มเก็บตั้งแต่วันที่ 16.00-20.00 น.แถว สถานที่ที่มีการให้บริการอินเทอร์เน็ต ในเขต จังหวัดนนทบุรี

## 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวม ข้อมูลจากเอกสารตำราวิชาการ ผลงานวิจัย บทความ วิทยานิพนธ์ จากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ ห้องสมุดวิทยาลัยราชพฤกษ์ หอสมุด มหาวิทยาลัยรามคำแหง สำนักบรรณสาร การ พัฒนานิคมฯ และอื่น ๆ รวมทั้งค้นหาข้อมูล เพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ (Website) ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวม ได้มาดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการทดสอบมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic) ในการ ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis test) เพื่อหา ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของเยาวชนใน จังหวัดนนทบุรีกับพฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต โดยใช้ สถิติไค - สแควร์ (Chi -

Square Test) แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและ มีคำอธิบายตาราง

## ผลการศึกษาและอภิปราย

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของเยาวชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพครอบครัว และ อาชีพผู้ปกครอง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

### ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบ

#### แบบสอบถาม

เยาวชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุอยู่ในช่วง 14 – 16 ปีส่วนใหญ่กำลัง ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาชั้นปลาย (ม.4-ม.6) หรือ อนุบาล.อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ผู้ปกครองประกอบ อาชีพ

### ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตในบ้านอินเทอร์เน็ต

เยาวชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตด้วยตนเองโดยไม่มีผู้ใดแนะนำ ตาม ส่วนใหญ่ใช้ เล่นเกมออนไลน์ มีเหตุผลในการ เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต คือ ว่างอยู่ใกล้ บ้าน มีเพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการอินเทอร์เน็ต ใช้บริการอินเทอร์เน็ตใน วันอาทิตย์ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในช่วงกลางวัน ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งปิดเทอมและเปิดเทอม ความถี่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต คือ สัปดาห์

ละ 2 – 3 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต 20-40 บาทต่อครั้ง

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ สมมติฐาน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พฤติกรรมเรื่องความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต( $P=0.015$ ), ความสัมพันธ์ระหว่างอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พฤติกรรมเรื่องวันที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต( $P=0.003$ ), ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พฤติกรรมเรื่องความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ( $P=0.001$ ), ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พฤติกรรมทุกเรื่อง ได้แก่ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ( $P=0.000$ ), ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ พบว่า พฤติกรรมทุกเรื่อง ได้แก่ ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ( $P=0.000$ ) ตามลำดับ

### อภิปรายผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชน

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของ เยาวชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 14 – 16 ปี กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้น ปลาย (ม.4 –ม.6) หรือ ปวส. อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ผู้ปกครองประกอบอาชีพอิสระ และ เยาวชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต คือ ไปใช้บริการสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ใช้บริการในวันอาทิตย์ ระยะเวลา 3 ชั่วโมง ต่อครั้ง ในช่วงกลางวัน โดยเลือกเล่นเกมส ์ออนไลน์ ในการเริ่มใช้ครั้งแรกไม่มีผู้ใดแนะนำไปใช้ด้วยตนเอง มีค่าใช้จ่าย 20-40 บาทต่อ ครั้ง เลือกใช้บริการร้านอยู่ใกล้บ้าน และเพื่อน เป็นผู้ที่มิอินทิพลต่อการเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ มิโมส (สุวรรณ มาศเมฆ. 2540. อ้างอิงมาจาก Mimos. 1995.) ได้สำรวจการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เยาวชนไทยมีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตตาม เพื่อนเน้นเรื่องของการเล่นเกมส ์ออนไลน์ ระยะเวลาการใช้ 3 ชั่วโมงต่อครั้ง ถือว่าค่อนข้างมาก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานราชการ ควรดูแลและให้ ความสำคัญต่อเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตใน ร้านบริการอินเทอร์เน็ต เพราะเวลาเยาวชนเข้า ร้านอินเทอร์เน็ตไม่ได้อยู่ในสายตาของผู้ใหญ่ที่

จะคอยดูแลได้ แต่สามารถดูแลเยาวชนได้โดยการเอาใจใส่เขา มีการสอบถามถึงลักษณะการใช้ และแนะนำการใช้อินเทอร์เน็ตที่ถูกต้อง หรือ อาจจะมีการบอกเล่าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เป็นอุทาหรณ์ให้แก่เยาวชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้เยาวชนใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีความระมัดระวังมากขึ้น

เยาวชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดความเพลิดเพลินในเวลาเหงา และช่วยคลายเครียด รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ตในการติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ เช่น กีฬา บันเทิง การเมือง ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลและความรู้ทั่วโลกในทางสร้างสรรค์กับใช้อินเทอร์เน็ตในการพัฒนาตนเองทางการศึกษาให้ดีขึ้น ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลและเพื่อการติดต่อสื่อสาร ติดตามข่าวสารโลกที่เปลี่ยนแปลงไปทุกวันตามเทคโนโลยีเพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาตนเอง เล่นเกมทางอินเทอร์เน็ตเพื่อคลายเครียดสนุกสนาน ส่งรายงานและการบ้านให้ครู อาจารย์ ทางอีเมล สมัครเมลเพื่อความรวดเร็วในการรับส่งจดหมาย และประหยัดค่าใช้จ่าย ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลเพื่อหางานสร้างรายได้ ชอบเกมที่เน้นการแข่งขันต่อสู้กันอย่างรุนแรง เช่น เกมในสนามรบ คู่แข่งกับอาวุธสงครามต่างๆ ในเกม ใช้ MSN ค้นหาและสนทนากับเพื่อนต่างเพศ ห้องสนทนาที่เข้าไปใช้ส่วนมากจะเป็นห้องเกี่ยวกับหาแฟน หาเพื่อนใจ หาคู่ เป็นต้น ส่วนใหญ่

หัวข้อที่ท่านสนทนาจะเกี่ยวกับเรื่องของตัวเอง และเมื่อเล่นแพ้ม่าจะเล่นจนกว่าจะชนะในการเล่น เกมทางอินเทอร์เน็ต

### ข้อเสนอแนะ

1. สถานภาพครอบครัวและอาชีพผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าหากทางสมาชิกครอบครัวดูแลและเอาใจใส่ลูกหลาน จะเป็นผลดีให้เยาวชนรู้จักใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ถูกที่ควร ซึ่ง จะเกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อการใช้ไม่ว่าจะเป็น เรื่องของการศึกษาหรือการใช้ชีวิตประจำวัน
2. สถาบันการศึกษา ก็มีส่วนในการให้คำปรึกษา และคำแนะนำที่ดีแก่เยาวชน เพราะในการใช้ โดยส่วนใหญ่เยาวชนมีลักษณะการใช้ตามเพื่อนๆ ซึ่งพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออกมาไม่ได้ มีการชี้แนะในทางที่ถูกที่ควร ดังนั้นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับเยาวชนมากที่สุด คือ ครูอาจารย์ ผู้สอน ที่สามารถแนะนำได้ดีที่สุด โดยอาจจะเอากรณีศึกษาหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคดีเตือนใจเยาวชน เพื่อให้เกิดการระมัดระวังในการใช้อินเทอร์เน็ตได้
3. หน่วยงานราชการ ถึงแม้จะออกกฎระเบียบ หรือข้อกำหนดต่างๆ เพื่อบังคับใช้กับร้านบริการอินเทอร์เน็ต แต่ก็มีร้านอินเทอร์เน็ตไม่น้อยที่ละเลยไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ จึงควรมั่นตรวจสอบการกระทำผิดของร้านอินเทอร์เน็ต



เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เยาวชนหลงผิดหรือใช้อินเทอร์เน็ตในทางไม่ถูก

### กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเยาวชน” สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ได้มอบทุนการวิจัยประจำปี 2551 รวมถึง รศ.ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการการวิจัย และคณะกรรมการการวิจัยทุกท่าน ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และช่วยเหลือแนะแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

### เอกสารอ้างอิง

[1] กิดานันท์ มลิทอง. (2535). เทคโนโลยี

การศึกษาร่วมสมัย. กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสัน

เพรส โปรดักส์, เทคโนโลยีการศึกษา

และนวัตกรรม. (2540). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย,

[2] คมกริช ทัทกีฬา. (2540). พฤติกรรมการใช้

อินเทอร์เน็ตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา

ตอบปลายในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

เครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย.

วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย,

[2] นารีรัตน์ สุวรรณวาริ. (2543). พฤติกรรม

จริยธรรมในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษา. ปรินญา

นิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรี

นครินทร์วิโรฒ ประสารมิตร,

[3] ชีรยสดี อุดมมณีชนกิจ. (2544). พฤติกรรม

การใช้อินเทอร์เน็ตของอาจารย์มหาวิทยาลัย

เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ

เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย

เชียงใหม่

[4] ประเมศวร์ มินศิริ. (2539). Internet สำหรับ

ผู้ใช้ Windows. กรุงเทพฯ : เวฟพอยท์,

[5] ประภาศรี ศรีโน. (2543). การใช้บริการ

อินเทอร์เน็ตของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ศึกษาระดับ

บัณฑิตศึกษาเพื่อการศึกษาค้นคว้า. การ

ค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศ

ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- [6] พรทิพย์ โล่เลขา. (2539). การใช้ Internet ระบบ Unix & Windows. กรุงเทพฯ : อุษากาการพิมพ์,
- [7] เลอสรร ธนสุกาญจนม, จิตตภัทร เครือวรรณ และสุพรรณม อยู่ในธรรม.(2541). กฎหมายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยกรอบข้อเสนอแนะและการควบคุมดูแลการให้บริการ. กรุงเทพฯ : นิติธรรม, “วัยรุ่นไทยครึ่งจะแฉะออนไลน์หาเพื่อนแฟนยันคุยเรื่องเซ็กส์,” มติชน. 26 เมษายน 2542. หน้า 7.
- [8] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สุกร เสรีรัตน์ ปริญลักษณ์ตานนท์ องอาจปทวานิช.(2541). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร. บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิติ จิรศักดิ์ จิยะจันทน์ ขวลิต ประภาวานนท์ ฌดา ,จันทร์สม และวลัยลักษณ์ อัครีรวงศ์. ( 2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บริษัท A.N. การพิมพ์,สมนึก คีรีโต และคณะ. (2538). เปิดโลกอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, สุวรรณ มาศเมฆ.( 2540). ความคาดหวังมหาวิทยาลัยและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.ของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดพวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินการกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- [10] อุดลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [11] อมรรัตน์ เทพกำปนาท กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม (<http://www.culture.go.th/study.php?&YY=2549&MM=8&DD=4>)
- [12] องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์.(2539)ก.พฤติกรรม การสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. สาระสังเขป : ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย, อรรถนพ เกียรธาวร.(2540). “กฎหมายไทยก้าวไปทันใหม่กับอินเทอร์เน็ต,” ใน โลกของสื่อ,หน้า125-132. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์

## การศึกษาความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรใน มหาวิทยาลัย กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

A Study of Commitment and Attitude of Executive Education Trait of University's Employees:

A Case Study of Ubonrajchatani Rajabhat University

กิม พรประเสริฐ<sup>1\*</sup> อมรรัตน์ ชีโรภาส<sup>2</sup> เกียรติศักดิ์ พระเนตร<sup>3</sup>

<sup>1</sup>คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, peema2000@yahoo.com

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, otang\_o@yahoo.com

<sup>3</sup>คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, iiou\_kiatiasak@hotmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษา กรณีศึกษาบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีจำนวน 200 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือ สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่า t การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะของผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับสูง บุคลากรที่มี อายุ สถานภาพ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความความผูกพันองค์กรต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 บุคลากรที่มี อายุ และ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติต่อคุณลักษณะของผู้บริหารการศึกษาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระดับความความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะของผู้บริหารการศึกษาโดยรวมมีความสัมพันธ์กันทางบวกดังสมการเส้นตรง  $Y = 0.7226X + 1.0627$  หรือสมการเอ็กซ์โปเนนเชียล  $Y = 1.8914 e^{0.1832X}$  อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ความผูกพันองค์กร คุณลักษณะของผู้บริหารการศึกษา บุคลากรในมหาวิทยาลัย

### ABSTRACT

The purposes of this research were to study the level and the relationship between the commitment and attitude of executive education trait of University's employees of Ubonrajchatani Rajabhat University. The sample group was 200 persons. The statistics used in this research were descriptive statistics are percentage, mean and standard deviation. Inferential Statistics are t – test, one way Anova analysis and the Pearson's product moment correlation coefficient. The results of this research indicated that level of commitment and attitude of executive education trait of University's employees is high overall. The employees with various ages status and monthly incomes are more likely to have different commitment at the statistical significance level of .01. The employees with various ages and monthly incomes are more likely to have different attitude of executive education trait at the statistical significance level of .01. And the overall commitment related to the overall attitude of executive education trait of Linier equation is  $Y = 0.7226X + 1.0627$  or Exponential equation is  $Y = 1.8914 e^{0.1832X}$  at the level of significance of .01.

**KEYWORDS:** Organization Commitment, Executive Education Trait, University's Employees

## 1. รายละเอียดทั่วไป

การจัดการศึกษาของประเทศไทยมีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยโบราณเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน อาจจะเป็นเพราะมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ปัจจัยภายในเกิดจากความต้องการพัฒนาสังคมให้มีความเจริญและทันสมัย ส่วนปัจจัยภายนอกเกิดจากกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมือง ตลอดจนการติดต่อสื่อสารกันทำให้ประเทศไทยต้องปรับตัวให้ทันสมัย เพื่อความอยู่รอดและประเทศได้เกิดการพัฒนามาให้ทัดเทียมกับนานาประเทศ ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาทำให้การจัดการศึกษาของประเทศไทยมีวิวัฒนาการเรื่อยมา ด้วยความเชื่อที่ว่าการศึกษาช่วยกำหนดทิศทางของชาติ เพื่อพัฒนาคนไทยให้มีความพร้อมที่จะเป็นกำลังสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมความเจริญก้าวหน้าทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมืองของชาติให้มั่นคงและเจริญก้าวหน้า ดังนั้นการพัฒนาประเทศต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาคนโดยต้องคำนึงถึงการศึกษาเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ก้าวล้ำนำ

โลกไปมาก การศึกษาก็ต้องพัฒนาให้เท่าทันกับโลก [1]

มนุษย์มีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการเรียกว่าองค์กร องค์กรจึงเกิดขึ้นและมีอยู่ในสังคมมนุษย์ทุกหนทุกแห่ง เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความพยายามของกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันขึ้นสร้างความสำเร็จในสิ่งทีบุคคลคนเดียวไม่สามารถทำได้โดยลำพัง [2] การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรจะมีประสิทธิผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการจัดการ (Management) อันเป็นสิ่งแวดล้อมและเกี่ยวข้องกับองค์กรเสมอ การจัดการทั้งศาสตร์และศิลป์ เป็นเรื่องที่มีจุดมุ่งหมาย ต้องอาศัยความพยายามของผู้อื่นซึ่งมีความสำคัญต่อองค์กรด้วย เหตุผลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กรขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ซึ่งปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ ผู้นำนั่นเอง [3]

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรทางการศึกษา เช่นกัน คือความผูกพันองค์กรของบุคลากรทาง

การศึกษา ซึ่งการที่บุคลากรทางการศึกษาจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถอุทิศตนเพื่อผลประโยชน์ขององค์กร ส่วนหนึ่งย่อมมาจากความผูกพันขององค์กร หากบุคลากรทางการศึกษาไม่มีความผูกพันขององค์กรแล้วอาจทำให้ขาดความกระตือรือร้น หรือไม่ปฏิบัติอย่างเต็มความสามารถ ผลงานก็จะออกมาอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในทางกลับกัน หากบุคลากรทางการศึกษามีความผูกพันขององค์กรส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในสภาพการทำงานและคุณลักษณะที่เหมาะสมในการบริหารแล้วก็จะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ และกระตือรือร้น ผลงานก็จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล [4]

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาความผูกพันขององค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัย โดยใช้ทฤษฎีความผูกพันขององค์กรของ บุชานัน (Buchanan. 1974 :533) [5] อ้างอิงโดยภัทรพล กาญจนปาน[6] ซึ่งกล่าวไว้ว่านิยามความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง เป็นความรู้สึกรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ความผูกพันที่มีต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร การปฏิบัติงานตามบทบาทของตนเองเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ซึ่งความผูกพันต่อองค์กร และเกณฑ์มาตรฐานผู้บริหารการศึกษาของคุรุสภา พ.ศ. 2540 อ้างใน สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ [7] ซึ่งแบ่งออกเป็น 12 มาตรฐาน การศึกษาวิจัยเรื่องความผูกพันขององค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัย กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน การพัฒนาคุณลักษณะ และการกำหนดนโยบายของผู้บริหารเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความผูกพันขององค์กรและเสริมคุณภาพของผู้นำในองค์กรอีกทางหนึ่ง

## 2. วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการกำหนดรูปแบบการวิจัยในเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่งแยกประเด็นความสำคัญในแต่ละขั้นตอนดังนี้

### 2.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ว่ามากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนประชากรซึ่งคำนวณโดยใช้ สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977[8] อ้างใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2549[9]) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่า มีจำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรดังแสดงในสมการที่ 1

$$n = \frac{Z^2}{4e^2} \quad (1)$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ไม่เกิน 0.07

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า = 1.96 ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือ ระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า Z = 2.58

เมื่อแทนค่าหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะได้

$$n = 1.96^2 / (4 * 0.07^2) = 196$$

กลุ่มตัวอย่างที่ได้คือ 196 คน เพื่อความแน่นอนผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 200 ชุดจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 250 ชุดและต้องการได้รับคืนแบบสมบูรณไม่น้อยกว่า 200 ชุด และนำแบบสอบถามที่สมบูรณมาใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ให้เหลือเพียง 200 ชุด

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการหาข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

### 2.2.1) การสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร โดยผู้วิจัยได้ปรับจากแบบสอบถามของภัทรพล กาญจนปาน[6] ซึ่งได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นศึกษาจากทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาจากหนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำความรู้ที่ศึกษามาสร้างแบบสอบถามได้อย่างถูกต้องเหมาะสมครอบคลุมเนื้อหาตามที่ต้องการใน เพื่อพิจารณาข้อคำถาม และหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีการประเมินค่า IOC > 0.5 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะงานที่เหมือนกับประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ซึ่งในที่นี้คือนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 20 คน

### 2.2.2) เนื้อหาแบบสอบถาม

แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาการปฏิบัติงานและ รายได้ลักษณะของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จะเป็นลักษณะข้อคำถามแบบปรนัย โดยวัดตามสภาพที่เป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่2 เป็นการสอบถามเพื่อประเมินเกี่ยวกับความผูกพันองค์กรของบุคลากรในมหาวิทยาลัยฯ โดยผู้วิจัยมีเนื้อหาแบบสอบถามซึ่งปรับจากแบบสอบถามของภัทรพล[6] ซึ่งแบ่งการประเมินความผูกพันองค์กรออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร 2) การปกป้องชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กร 3) ความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร 4) ความเต็มใจทุ่มเทเพื่อประโยชน์ขององค์กร และ 5) ความต้องการคงไว้ซึ่งสมาชิกภาพขององค์กร

โดยลักษณะของคำถามแบบปลายเปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้ เพียงคำตอบเดียวในแต่ละข้อคำถาม โดยใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ของ Likert [10] จะกำหนดค่าของคำตอบออกเป็น 5 ตัวเลือก หรือ 5 ระดับ ส่วนที่3 เป็น การสอบถามเพื่อประเมินระดับทัศนคติการรับรู้ต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาตามที่บุคลากรในมหาวิทยาลัยฯพบเห็น โดยมีเนื้อหาแบบสอบถามแบ่งเป็น 12 ด้าน ได้แก่ 1) การปฏิบัติกิจกรรมทางวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาทางวิชาชีพการบริหารการศึกษา 2) ตัดสินใจปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ โดยคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาบุคลากร 3) มุ่งมั่นพัฒนาผู้ร่วมงานให้สามารถปฏิบัติงานได้เต็มศักยภาพ 4) พัฒนาแผนงานขององค์กรให้สามารถปฏิบัติได้เกิดผลจริง 5) พัฒนาและใช้นวัตกรรมการบริหารจนเกิดผลงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น 6) ปฏิบัติงานขององค์กรโดยเน้นผลถาวร 7) รายงานผลการพัฒนาคุณภาพการศึกษาได้อย่างเป็นระบบ 8) ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี 9) ร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่นอย่างสร้างสรรค์ 10) แสวงหาและใช้ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนา 11) เป็นผู้นำและสร้างผู้นำ และ 12) สร้างโอกาสในการพัฒนาในทุกสถานการณ์ ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยในคำถามแต่ละข้อ ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียวโดยใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า[10] ซึ่งกำหนดค่าของคำตอบออกเป็น 5 ตัวเลือกหรือ 5 ระดับ

ส่วนที่4 เป็น คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมและนำแบบสอบถามมาจัดเป็นกลุ่ม หาค่าร้อยละ และสรุปผล

### 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจึงส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายมีจำนวน 250 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มจากตัวอย่างจริง เพื่อป้องกันการสูญหายและเพื่อให้ได้กลับคืนมาไม่น้อยกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ตั้งไว้

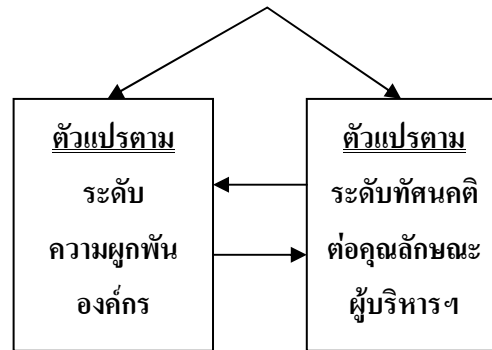
แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมดมีจำนวน 211 ชุด คิดเป็นร้อยละ 84.4 ของแบบสอบถามทั้งหมดจากการตรวจแบบสอบถามพบว่า มีแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์มีจำนวน 206 ชุด จากนั้นแบบสอบถามทั้งหมดมาสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ให้เหลือเพียง 200 ชุดจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เมื่อผู้วิจัยได้แบบสอบถามจะดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถาม และจะเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนถูกต้องนำมาลงรหัสข้อมูล(Code) และบันทึกข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบการบรรยายโดย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic) จะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนในการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาครั้งนี้ จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ t – test และ One Way Anova (F-test)

#### 2.5 กรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยมีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการข้อที่ 1 คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีระดับความผูกพันองค์กรต่างกัน

สมมติฐานการข้อที่ 2 คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 คือ ความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กันทางบวก

### 3. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยมีประเด็นที่สามารถสรุปผลดังต่อไปนี้

#### 3.1 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

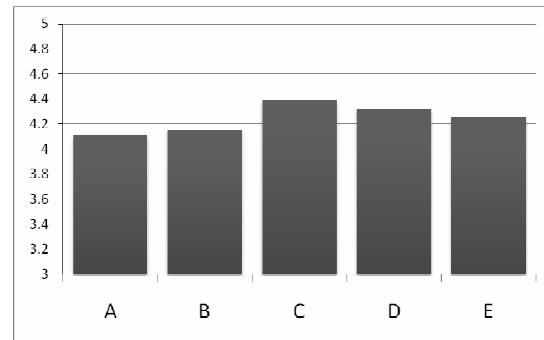
พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 30 ปีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 ด้านสถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสถานภาพสมรส จำนวน 110 คน สถานภาพโสด 84 คน และ หย่า

**ตัวแปรต้น**  
**ลักษณะทางประชากรศาสตร์**

ร้างหรือแยกกันอยู่ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 42.0 และ 3.0 ตามลำดับ พนักงานผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 และส่วนใหญ่รายได้มากกว่า 15,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5

### 3.2 ผลการศึกษาระดับความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษา

ผลการศึกษาระดับความผูกพันองค์กรพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความผูกพันองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ บุคลากรตั้งใจจะทำงานกับองค์กรนี้จนเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.38 บุคลากรพร้อมเสมอที่จะทำทุกอย่างเพื่อความเจริญรุ่งเรืองขององค์กร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36 องค์กรเปรียบเสมือนบ้านหลังที่ 2 ของบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 บุคลากรภูมิใจที่จะบอกกับคนทั่วไปว่าเป็นพนักงานขององค์กร และ บุคลากรรู้ว่าการปกป้องชื่อเสียงขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 บุคลากรอุทิศตนให้กับงานที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 บุคลากรพร้อมเสมอที่จะทำทุกอย่างเพื่อความเจริญรุ่งเรืองขององค์กร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนข้ออื่น ๆ มีระดับความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความผูกพันองค์กรในแต่ละด้านได้แก่ (A) ความเชื่อมั่นต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร (B) การปกป้องชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กร (C) ความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (D) ความเต็มใจทุ่มเทเพื่อประโยชน์ขององค์กร และ (E) ความต้องการคงไว้ซึ่งสมาชิกภาพขององค์กร แสดงผลในรูปที่ 2

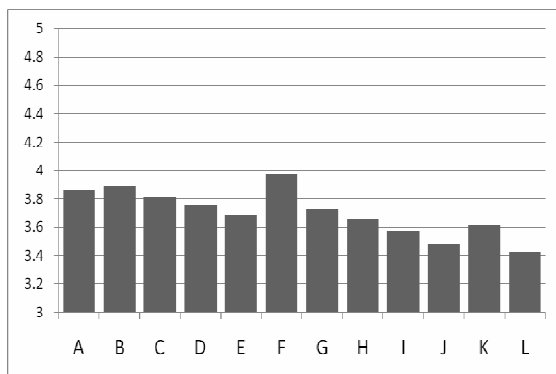


รูปที่ 2 ระดับความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยในแต่ละด้าน

ผลการศึกษาระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาพบว่าบุคลากรมีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่าไม่มีข้อใดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับสูงสุดคือ การเป็นผู้จัดงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิชาชีพบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.91 มีการชื่นชมผลสำเร็จของบุคลากรเป็นระยะๆ ทำให้บุคลากรชื่นชมและศรัทธาในความสามารถของตน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89 พัฒนาสนับสนุนให้บุคลากรศึกษา ค้นคว้า ปฏิบัติ และปรับปรุงงานต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 วิเคราะห์ตัดสินใจในการทำงานต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ผลดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 มีการพัฒนาตนเองในด้านเทคนิคการบริหาร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 ความสามารถวางแผนงานองค์กรได้อย่างมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 สามารถนำเสนอผลงานที่สำเร็จแล้ว รายงานผลที่แสดงถึงการวิเคราะห์งานอย่างรอบคอบ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยมีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาในแต่ละด้านได้แก่ (A) การปฏิบัติกิจกรรมทางวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาทางวิชาชีพการบริหารการศึกษา (B) ตัดสินใจปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ โดยคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นกับการพัฒนาบุคลากร (C) มุ่งมั่นพัฒนาผู้ร่วมงานให้สามารถปฏิบัติงานได้เต็มศักยภาพ (D) พัฒนาแผนงานขององค์กรให้สามารถปฏิบัติได้เกิดผลจริง (E) พัฒนาและใช้นวัตกรรม



บริหารจนเกิดผลงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น (F) ปฏิบัติงานขององค์กรโดยเน้นผลถาวร (G) รายงานผลการพัฒนาคุณภาพการศึกษาได้อย่างเป็นระบบ (H) ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี (I) ร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานอื่นอย่างสร้างสรรค์ (J) แสวงหาและใช้ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนา (K) เป็นผู้นำและสร้างผู้นำ และ (L) สร้างโอกาสในการพัฒนาในทุกสถานการณ์ ดังแสดงผลในรูปที่ 3



รูปที่ 3 ระดับความทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาในแต่ละด้าน

### 3.3 การวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีระดับความผูกพันองค์กรต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาการปฏิบัติงานและ รายได้ แตกต่างกันมีระดับความผูกพันองค์กรต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้วิจัยขออธิบายตามสมมติฐานย่อยดังนี้ สมมติฐานย่อยที่ 1.1 บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยบุคลากรที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีมีความผูกพันองค์กรน้อยกว่าบุคลากรที่มีอายุมากกว่า 30 ปี

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 บุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยบุคลากรที่มีสถานภาพโสดมีความผูกพันองค์กรน้อยกว่าบุคลากรที่แต่งงานแล้วหรือแยกกันอยู่

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 บุคลากรที่อายุการทำงานแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่อายุการทำงานแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 บุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความผูกพันองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยบุคลากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความผูกพันองค์กรน้อยกว่าบุคลากรที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท

### 3.4 การวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาการปฏิบัติงานและ รายได้ แตกต่างกันมี

ทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้วิจัยขออธิบายตาม สมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยบุคลากรที่มีอายุมากกว่า 30 ปีมีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาน้อยกว่าบุคลากรที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 บุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 บุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

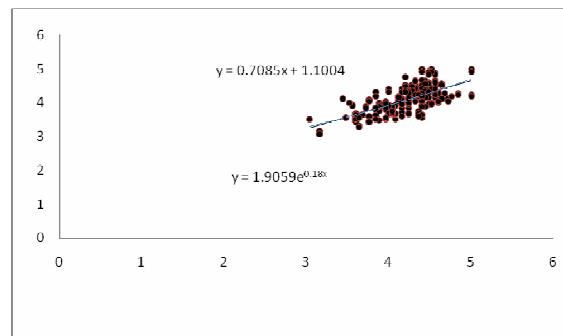
สมมติฐานย่อยที่ 2.5 บุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกัน พบว่าบุคลากรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยบุคลากรที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหาร

การศึกษาน้อยกว่าบุคลากรที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท

### 3.5 การวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 คือ ความผูกพันองค์กรและทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กันทางบวก

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความผูกพันองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัย ( $r = .479$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังแสดงในรูปที่ 4



รูปที่ 4 แผนภาพการกระจายแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันองค์กรกับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลฯ

จากแผนภาพการกระจายรูปที่ 4 ประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear relationship) ดังสมการที่ (2)

$$Y = 0.7226X + 1.0627 \quad (2)$$

หรือความสัมพันธ์แบบเอ็กซ์โพเนนเชียล (Exponential) ดังสมการที่ (3)

$$Y = 1.8914 e^{0.1832X} \quad (3)$$

## 4. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

### 4.1 อภิปรายผล

บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีมีระดับความผูกพันองค์กรด้านความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรอื่นเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยเป็นองค์กรการศึกษาและเป็นหน่วยงานของรัฐ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนกำลังพลของภูมิภาค และ ประเทศชาติ ทำให้บุคลากรรู้สึกมีเกียรติภาคภูมิใจในองค์กร[7] เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ บุคลากรตั้งใจจะทำงานกับองค์กรนี้จนเกษียณอายุ ซึ่งสอดคล้องกับเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผนวกกับความมั่นคงเนื่องจากเป็นหน่วยงานของรัฐ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีมีระดับทัศนคติต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษามากที่สุดด้านผู้บริหารปฏิบัติงานขององค์กร โดยเน้นผลถาวร เป็นผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารบ้านเมืองตลอดจนผู้บริหารองค์กรบ่อยครั้งทำให้เห็นนโยบายหรือผลการปฏิบัติไม่ต่อเนื่องบุคลากรจึงมีความพึงพอใจต่อผู้บริหารชุดปัจจุบันด้านดังกล่าว บุคลากรที่มีอายุน้อยมีความผูกพันองค์กรน้อยกว่าบุคลากรที่มีอายุมาก และบุคลากรที่มีสถานภาพโสดมีความผูกพันองค์กรน้อยกว่าผู้ที่สมรสแล้วเนื่องจากความยืดหยุ่นในการดำรงชีวิตและโอกาสในการแสวงหาอาชีพการเปลี่ยนงานของวัยหนุ่มสาวมีสูงกว่าจึงมีความผูกพันองค์กรน้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรพล กาญจนปาน[6] ซึ่งศึกษาจริยธรรมในองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและผลการดำเนินงานของการประปานครหลวง ซึ่งได้ผลเกี่ยวกับอายุและสถานภาพซึ่งมีผลต่อความผูกพันองค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ ด้านบุคลากรที่มีอายุมากมีระดับทัศนคติที่ดีต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาน้อยกว่าบุคลากรที่มีอายุน้อยเนื่องจากอายุที่ใกล้เคียงกับผู้บริหารและไม่มีวัฒนธรรมการบังคับบัญชาที่ชัดเจน ส่วนบุคลากรที่มี

รายได้น้อยมีความผูกพันองค์กรระดับทัศนคติที่ดีต่อคุณลักษณะผู้บริหารการศึกษาน้อยกว่าบุคลากรที่มีรายได้มากเป็นผลเนื่องมาจากแรงจูงใจในการทำงานและความเครียดในปัญหาด้านการดำรงชีวิต

### 4.2 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้บริหารการศึกษาคควรตระหนักถึงคุณลักษณะที่เหมาะสมอันจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยฯ และมีการพัฒนาตนเองในประเด็นนี้
2. มหาวิทยาลัยฯ ควรให้การสนับสนุนหรือเพิ่มงบประมาณในการพัฒนาด้านสุขภาพจิตของบุคลากรเนื่องจากการพัฒนาด้านสุขภาพจิตเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับมนุษย์โดยตรงและจะส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ก่อเกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น อันจะส่งผลทำให้ประเทศมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพซึ่งจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาประเทศชาติต่อไป
3. มหาวิทยาลัยฯ ควรจัดสรรงบประมาณรายจ่ายให้สอดคล้องกับแนวนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในปัจจุบันคือฉบับที่ 10 ซึ่ง เน้นการพัฒนาคนให้มีความสามารถอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม
4. ในการวางแผนพัฒนามหาวิทยาลัยฯ ไม่ควรคำนึงถึงเฉพาะเรื่องปริมาณของทรัพยากรในการพัฒนาเชิงประจักษ์ แต่ควรคำนึงถึงเรื่องของ ประสิทธิภาพและคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์และความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยฯ เป็นอย่างมาก

### 4.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มรายละเอียดประเด็นศึกษาความฉลาดทางจริยธรรม ความฉลาดทางอารมณ์และความสามารถในการเผชิญอุปสรรค ตลอดจนความฉลาดด้านต่าง ๆ ของบุคลากร ทำให้สามารถวิเคราะห์ ทรัพยากรมนุษย์ในมหาวิทยาลัย ได้อย่างถูกต้องมากขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณคุณ ภัทรพล กาญจนปาน เป็นอย่างสูง ซึ่งเป็นต้นแบบให้ผู้วิจัยจัดสร้างแบบสอบถามจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ประไพ เอกอุ้น, 2542, การศึกษาไทยภาควิชาพื้น การศึกษา, คณะครุศาสตร์, สถาบันราชภัฏสวน สุรนันทา กรุงเทพฯ., สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏ สวนสุนันทา.
- [2] พิมพ์จรชัย นามวัฒน์, 2539, การวางแผนและ ควบคุมงานบริหาร. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์.สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [3] ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์วงศ์, 2540, พฤติกรรมองค์การ และการบริหาร, กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์โอเดียนส โตร์.
- [4] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2542, องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์, กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์เพชร ธรรมแก้วแห่งโลกธุรกิจ.
- [5] Buchanan II B., 1974, Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. Administrative Science Quarterly. 19 : 533
- [6] ภัทรพล กาญจนปาน, 2552, จริยธรรมในองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานและ ผลการดำเนินงานของการประปานครหลวง, หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ โรฒ.
- [7] สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2543, ข้อเสนอเชิงนโยบาย การปฏิรูปวิชาชีพครูตามพระราชบัญญัติ การศึกษาแห่งชาติ, สำนักงานปฏิรูปวิชาชีพครู กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์สำนักงานปฏิรูปวิชาชีพครู.

- [8] Cochran William G. 1977, Sampling Techniques, John Wiley & Sons., New York.
- [9] ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2549, ระเบียบวิธีวิจัย ทาง พฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 4. โรงพิมพ์วิทยาออฟเซตการพิมพ์, อุบลราชธานี.
- [10] Likert, R., 1961, New Patterns of Management, McGraw-Hill Book Company, New York.

## ทัศนคติและการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ในจังหวัดนนทบุรี

### The Consumer's Attitudes And Buying Toward Direct Marketing Activities in Nonthaburi Province.

กรัณย์พัฒน์ อิมประเสริฐ

คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยราชพฤกษ์ E-mail. ta\_ton2512@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติ และการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ จำนวน 400 ชุด ใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t – test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way Analysis of Variance (one – Way ANOVA) และใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (multiple regression analysis) โดยกำหนดค่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีสถานภาพสมรสในส่วนของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ประเภทการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ การขายสินค้าทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) การใช้พนักงานขาย อยู่ในระดับดี ประเภทการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ อยู่ในระดับปานกลาง ประเภทการโทรศัพท์มาเสนอขายสินค้าหรือบริการ และ การขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์มือถือ อยู่ในระดับไม่ดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าหรือบริการจากพนักงานมาขายที่บ้าน มากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติแตกต่างกัน ส่วนทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อ พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และการขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์มือถือ จะส่งผลต่อการซื้อในกิจกรรมการตลาดทางตรง ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตงานวิจัยไปยังจังหวัดอื่น หรือ ขยายผลจากการวิจัยครั้งนี้ โดยศึกษากิจกรรมการตลาดทางตรง เจาะจงไปแต่ละประเภท เช่น การตลาดทางอินเทอร์เน็ต หรือ การตลาดทางโทรทัศน์ เพื่อทราบผลการวิจัยในเชิงลึกต่อไป

**คำสำคัญ** ทัศนคติ กิจกรรมการตลาดทางตรง

**ABSTRACT**

This research is aimed to study The Consumer's Attitudes And Buying Toward Direct Marketing Activities in Nonthaburi Province. Accidental sample selection. Questionnaires were distributed to 400 samples.

Statistic used frequency, percentage, mean, standard of deviation, t-test, the analysis of variance (one-way ANOVA) and multiple regression with level of statistics significance at 0.05.

Concluded that most of samples were female, younger than 20 years, bachelor degree level of education, the government occupation, average income of 10,001 – 20,000 baht per month, marriage status. The consumer's attitudes toward direct marketing activities type to sent the mail, T.V.direct, personal selling at great level, type selling to internet/website sales at moderate level, type telephone sales and SMS at is not good level. Most consumers purchase goods or service most from the staff to sell the homes. The findings hypothetical test as follows; Difference personal factor to effecting attitudes at deference. Attitudes to effecting buying as follows; consumer's attitudes toward selling to internet/website sales and SMS to effecting buying in direct marketing activities. Recommendation for the next research is to expand research to other provinces or extend the results of this research by specific to each type of study such as internet marketing or T.V. marketing for the results of in-depth research further.

**KEYWORDS:** Attitudes, Direct Marketing Activities

**1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

การตลาดทางตรงมีความสำคัญมากขึ้น และ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ไม่ค่อยยึดติดในตราสินค้า ชอบความแตกต่าง สนใจในเทคโนโลยี ซื้อสินค้าด้วยวิธีที่สะดวกรวดเร็ว ต้องการได้รับการบริการที่ดีที่สุด โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารก่อนตัดสินใจซื้อ การตลาดทางตรง ( Direct Marketing ) จะเป็นกลยุทธ์ใหม่ในการดำเนินการทางการตลาด มีเครื่องมือหรือกิจกรรมหลัก ๆ ได้แก่ แคตตาล็อก (Cataloge) จดหมายทางตรง (Direct Mail) การขายทางโทรศัพท์ (Telemarketing) การขายทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) การส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) หรือแม้กระทั่งใช้พนักงานออกไปแนะนำสินค้า นับว่าเป็นการทำการตลาดรูปแบบหนึ่งที่สามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคได้โดยตรง เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และทำการสื่อสารได้ตามความเหมาะสม The Marketer (www.marketer.co.th) พูดถึง “การตลาดทางตรงเป็นเครื่องมือในการเข้าหาผู้บริโภคแบบ one by one และไม่ใช่ว่าเป็นเพียงแต่เสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าใหม่เท่านั้นแต่ยังเป็นการรักษา

ความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่าด้วย” ผู้ประกอบการธุรกิจบางราย ทำธุรกิจผ่านการตลาดทางตรง โดยที่สินค้าไม่มีคุณภาพ มีราคาแพง จัดส่งสินค้าไม่ถูกต้องและไม่ตรงเวลา โทรศัพท์มาเสนอสินค้าหรือบริการบ่อยครั้ง แบบไม่เจาะจงลงไปตรงตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรำคาญ ไม่เชื่อมั่นและมีทัศนคติในทางลบต่อการตลาดทางตรง

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำวิจัยเรื่องนี้ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปเผยแพร่ให้กับองค์การธุรกิจในการนำไปวางแผนการตลาดและกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

**2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีที่มีผลต่อทัศนคติและการซื้อในกิจกรรมการตลาดทางตรง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรีที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง

### 3. ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 3.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล (2550: 3) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) นั้นหมายถึง “กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการมาเพื่อบริโภค ตลอดจนรวมไปถึงการบริโภคด้วย”

#### 3.2 ทฤษฎีทัศนคติ (Attitudes)

Loudon and Della Bitta (1993 อ้างถึงใน คาราทีปะปาล, 2546: 123) ให้นิยามของคำว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง ว่ามีความรู้สึกไปในทางบวกหรือทางลบ ชอบหรือไม่ชอบ

Del I. Hawkins และคณะ (1998 อ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 110) ว่า ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ Cognitive (ความเชื่อ) Affective (ความรู้สึก) และ Behavioral (แนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยาตอบ)

#### 3.3 ความหมายของการตลาดทางตรง (Direct Marketing Defined)

ฟิลิป คอตเลอร์ ให้ความหมายว่า หมายถึง การดำเนินงานการตลาดที่ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยไม่ใช้คนกลาง (Kotler, 1994: 655) สมาคมการตลาดทางตรง (The Direct Marketing Association : DMA) ให้ความหมาย การตลาดทางตรง หมายถึง ระบบการตลาดที่สามารถโต้ตอบกันได้ (Interactive Marketing System) โดยใช้สื่อโฆษณาอย่างหนึ่งหรือมากกว่า เพื่อให้เกิดผลการตอบสนองทันทีที่สามารถวัดได้ และ/หรือ เกิดรายการซื้อขายกัน ณ ที่ใดก็ได้ (DMA, quoted in Kotler, 2000: 650)

### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดนนทบุรี กำหนดขนาดตัวอย่าง ด้วยตารางสำเร็จรูป ของทาโร ยามาเน่ (สุวิมล ศิริกาณนท์, 2544: 155 อ้างถึง Yamane, 1960: 1088-1089) ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 จำนวน 400 ตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

(Accidental Sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถามผู้ที่ใช้บริการในห้างสรรพสินค้า และห้างโมเดิร์นเทรด จังหวัดนนทบุรี ดังนี้ ห้างเซ็นทรัล ห้างบิ๊กซี ห้างเดอะมอลล์ ห้างเทสโก้โลตัส ห้างคาร์ฟูร์

#### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการทดสอบความตรงตามเนื้อหา (Content variability) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์ อัลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.85 โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการซื้อของผู้บริโภค เป็นมาตราส่วนของ Likert โดยจำแนกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ดีมาก ดี ปานกลาง ไม่ดี และไม่ใช้อย่างมาก

#### 4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากเอกสารต่าง ๆ และนำแบบสอบถาม ไปแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลคืนทันทีที่ทำแบบสอบถามเสร็จ

#### 4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ

(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้ t-test ทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่มีสองกลุ่ม ใช้ One-way ANOVA (F-test) ทดสอบความแตกต่างสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม ใช้ Multiple regression เพื่อหาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการซื้อในกิจกรรมการตลาดทางตรง

## 5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีสถานภาพสมรสแล้ว

ตอนที่ 2 สรุปทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรงในจังหวัดนนทบุรี

ประเภท/ ทัศนคติ	ความ น่าเชื่อ ถือ $\bar{X}$	ความรู้ สึก $\bar{X}$	ความ ถูกต้อง ของ ข้อมูล $\bar{X}$	ภาพ รวม $\bar{X}$
ส่งเอกสารทาง ไปรษณีย์	3.98	3.71	3.47	3.72
ทาง อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	3.47	3.52	3.36	3.45
ทางโทรศัพท์	1.84	1.72	1.62	1.72
ทางโทรทัศน์ (TV Direct)	4.46	4.39	4.18	4.37
การส่งข้อความ สั้นทาง SMS	2.07	1.92	1.75	1.91
การใช้พนักงาน ขาย	3.93	3.95	3.89	3.92

ตารางที่ 1 สรุปทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง

แยกตามประเภท

5.1 อภิปรายผลทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อกิจกรรมการตลาดทางตรงในจังหวัดนนทบุรี

5.1.1 ประเภทการส่งทางไปรษณีย์ ภาพรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X}=3.72$ ) โดยมีทัศนคติต่อความน่าเชื่อถือ และความรู้สึก ในระดับดี และความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ คาวรีย์ สนใจแท้ เรื่อง เครื่องมือการตลาดทางตรงที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติ ต่อเครื่องมือการตลาดทางตรง ด้านจดหมาย อยู่ในระดับปานกลาง ทำให้เห็นว่า การส่งจดหมายทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดี ได้ข้อมูลของสินค้าและบริการ เกิดภาพลักษณ์ที่ดี สามารถวัดประสิทธิผลได้อย่างรวดเร็ว

5.1.2 ประเภทการขายทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.45$ ) โดยมีทัศนคติต่อความรู้สึก ในระดับดี ความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ งานวิจัยของ กรุณา จินถนอม เรื่อง การรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ ที่ กลุ่มตัวอย่างให้ความน่าเชื่อถือต่อ ข้อมูลชัดเจน ตรวจสอบได้ เป็นอันดับแรก แสดงให้เห็นว่า การตลาดทางตรงทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ เป็นรูปแบบ ที่นิยมใช้กัน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาเว็บไซต์ตนเอง ให้มีข้อมูลชัดเจน ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ อันจะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการต่อไปในอนาคต

5.1.3 ประเภทการขายทางโทรศัพท์ ภาพรวมอยู่ในระดับไม่ดี โดยมีทัศนคติที่ไม่ดีในทุกด้าน จากงานวิจัยสรุปได้ว่า การตลาดทางตรงโดยการใช้โทรศัพท์นั้นหากจะทำให้ประสบความสำเร็จ พนักงานขายจะต้องได้รับการฝึกอบรม มีน้ำเสียงที่นุ่มนวล มีบทพูดที่สั้น กระชับ และเชิญชวนให้เกิดความสนใจ



และเกิดการถาม รู้วิธีการสนทนาและเลือกเวลาที่เหมาะสม

5.1.4 ประเภทการขายสินค้าทาง (T.V. Direct) ภาพรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X}=4.37$ ) โดยมีทัศนคติทุกด้านในระดับดี สามารถอภิปรายได้ว่า กิจกรรมการตลาดทางตรงทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) นั้น ถ้าเจ้าของสินค้าหรือบริการได้นำเสนอรายละเอียด คุณสมบัติ ประโยชน์ ประสิทธิภาพของผู้ใช้ พร้อมกับเสนอส่วนลดพิเศษให้กับผู้ซื้อที่บ้าน พร้อมกับส่งมอบสินค้าตามเวลาที่กำหนด จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการตัดสินใจซื้อในอนาคตได้

5.1.5 ประเภทการขายด้วย (SMS) ภาพรวมอยู่ในระดับไม่ดี ( $\bar{X}=1.91$ ) โดยมีทัศนคติที่ไม่ดีในทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวดี ศรีชัย ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องกับการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น การตลาดโดยใช้ข้อความสั้น (SMS) ควรใช้เพื่อยื่นข้อเสนอบางอย่าง หรือแสดงความขอบคุณ ให้กับลูกค้าเก่า เพื่อให้เกิดความภักดีต่อสินค้า

5.1.6 ประเภทการใช้พนักงานขาย ภาพรวมอยู่ในระดับดี ( $\bar{X}=3.92$ ) โดยมีทัศนคติทุกด้าน อยู่ในระดับดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวรีย์ สนใจแท้ ศึกษาเรื่อง เครื่องมือการตลาดทางตรงที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร โดยมีทัศนคติที่มีต่อการใช้พนักงานขายนอกสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง วิธีการนี้สิ่งสำคัญคือตัวพนักงานขายที่จะต้องมีความรู้ในตัวสินค้าและบริการ ซึ่งจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่อไป

ตอนที่ 3 การซื้อของผู้บริโภคที่เป็นผลมาจากกิจกรรมการตลาดทางตรง

กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าหรือบริการจากกิจกรรมตลาดทางตรง มีทั้งหมด 203 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.75 โดยซื้อสินค้าและบริการจากกิจกรรมตลาดทางตรงประเภทพนักงานขายที่บ้าน จำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.56 รองลงมาคือ ทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 25.62 ทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.72 ทางไปรษณีย์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.32 ทางโทรศัพท์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.37 และ ข้อความสั้นทางมือถือ (SMS) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.42 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานและอภิปรายผลพบว่าเพศ และ อายุมีทัศนคติต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง แตกต่างกัน ในประเภทการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ระดับการศึกษามีทัศนคติต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ประเภทการโทรศัพท์มาเสนอขายสินค้าหรือบริการ ประเภทการขายสินค้าทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) ประเภทการขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์มือถือ แตกต่างกัน อาชีพมีทัศนคติต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ประเภทการโทรศัพท์มาเสนอขายสินค้าหรือบริการ ประเภทการขายสินค้าทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) และ ประเภทการขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์มือถือ แตกต่างกัน รายได้มีทัศนคติต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ประเภทการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ประเภทการโทรศัพท์มาเสนอขายสินค้าหรือบริการ ประเภทการขายสินค้าทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) ประเภทการขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์มือถือ และ ประเภทการให้พนักงานขายมาเสนอขายสินค้า แตกต่างกัน สถานภาพสมรสมีทัศนคติต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ในประเภทการขายสินค้าทางโทรทัศน์ (T.V. Direct) และประเภทการขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์มือถือ แตกต่างกัน จาก

ผลการวิจัย พอจะสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันนั้น ย่อมมีองค์ประกอบของทัศนคติที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความรู้หรือประสบการณ์ การรับข่าวสาร ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ และพฤติกรรมการซื้อ ของแต่ละคนทำให้ส่งผลต่อกิจกรรมการตลาดทางตรง ประเภทต่าง ๆ นั้นแตกต่างกันไปด้วย

## 6. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

6.1 ประเภทการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ผู้ประกอบการควรสร้างสรรค์วิธีการในการนำเสนอ ให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยออกแบบโบชัวร์ และ แคตตาล็อก ข้อความในจดหมาย ส่วนลดพิเศษ ให้มีความน่าเชื่อถือ มีข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน

6.2 ประเภทการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จะต้องสร้างความเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูล การออกแบบเว็บไซต์ วิธีการชำระ เงิน และการส่งมอบสินค้า ซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของ บริษัทฯ มีความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการยอมรับและเกิดการซื้อในที่สุด

6.3 ประเภทการโทรศัพท์ ควรจะมีการคัดเลือก กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ออกมาให้ตรงกับความต้องการกับ สินค้าหรือบริการที่เสนอขาย และฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถในการขายทางโทรศัพท์ ไม่ว่าจะ เป็นบทพูด น้ำเสียง การแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และ เลือกเวลาที่เหมาะสม

6.4 ประเภทการขายสินค้าทาง (T.V. Direct) ควรจะเลือกกลุ่มเป้าหมายให้มีความต้องการตรงกับ สินค้าหรือบริการ ผ่านทางช่องเคเบิลทีวี หรือจาน ดาวเทียม และมีช่องเป็นของตนเอง ก็จะเป็นการแบ่ง ส่วนตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนขึ้น

6.5 ประเภทการขายสินค้าด้วยข้อความสั้น (SMS) ควรใช้กับลูกค้าเก่าเพื่อขอบคุณ หรือแสดง

ความยินดี หรือแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าใหม่ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีได้

6.6 ประเภทการใช้พนักงานขาย พนักงานขาย จะต้องมีรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ มีบุคลิกภาพ และมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี สินค้าหรือบริการที่จะต้องมื อรรถประโยชน์ตรงกับความต้องการของลูกค้า และมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ได้ง่ายขึ้น

## 7. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายขอบเขตงานวิจัยไปยังจังหวัดอื่น หลาย จังหวัดรวมกัน เป็นภูมิภาค หรือระดับประเทศ เพื่อ ขยายงานวิจัยให้กว้างขึ้น และอาจเลือกทำวิจัย เฉพาะเจาะจงลงไปเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดทางตรง เช่น การตลาดทางอินเทอร์เน็ต หรือ การตลาดทาง TV. Direct เป็นต้น

## 8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง ทัศนคติและการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อ กิจกรรมการตลาดทางตรงในจังหวัดนนทบุรี ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์จากบุคคลหลาย ท่าน ขอกราบขอบพระคุณ ดร.อนาวุฒิ ชูทรัพย์ อธิการบดี และ อาจารย์สันธยา ดารารัตน์ รอง อธิการบดีฝ่ายบริหาร ที่ได้ให้โอกาสและทุนสนับสนุน การทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ ดร.ฉัตรพล มณีกุล ที่ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นอันมีประโยชน์ในการ วิจัย ขอขอบพระคุณที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ที่ อำนวยความสะดวกในการจัดเก็บข้อมูล และขอบคุณ กลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถาม และสุดท้ายขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ เพื่อนร่วมงาน และผู้ที่มีได้กล่าวนาม ที่เป็น ผู้ช่วยเหลือและให้กำลังใจ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัย

ฉบับนี้ ขอมอบเป็นกัตัญญกตเวที แต่ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรุณา จีนถนอม. (2551). การรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] การตลาดทางตรง. (2554). กิจกรรมการตลาดแบบไปรษณีย์ ละเมียดสิทธิ์ผู้บริโภคร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.Marketer.co.th> (วันที่ค้นข้อมูล: 15 กุมภาพันธ์ 2554).
- [3] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- [4] ดารา ทีปะปาล. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- [5] ดาวรีย์ สนใจแท้. (2551). เครื่องมือการตลาดทางตรงที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [6] ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). การจัดการการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เอชเอ็น กรุ๊ป.
- [7] พิบูล ทีปะปาล. (2549). การบริหารการตลาด ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- [8] วิภาวดี ศรีชัย. (2549). ทักษะที่มีต่อการสื่อสารการตลาดบนสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [9] ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. (2554). บทความการตลาดทางตรง. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.Nstrubi.com> (วันที่ค้นข้อมูล: 15 กุมภาพันธ์ 2554).
- [10] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไอเทกซ์.
- [11] ศิริวรรณ อัสวสกุลชัย. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่ออายุประกันภัยผ่านเครื่องมือ Telemarketing: กรณีศึกษา บริษัท เงินทุนชนชาติ จำกัด (มหาชน). ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- [12] ศิริพันธ์ ช้างสุนทร. (2542). การเปิดรับทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีต่อการตลาดทางตรง. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [13] สรชัย พิศาลบุตร. (2551). การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- [14] สุวิมล ติรกันันท์. (2544). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [15] อมรา รัตตากร. (2547). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- [16] อรชร มณีสงฆ์. (2549). การตลาดทางตรง พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: The Knowledge Center.
- [17] อุดลย์ จาตุรงค์กุล และ ดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [18] อัสนุไร เตชะสวัสดิ์. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซี.วี.แอล การพิมพ์.

## ทัศนคติและความพึงพอใจของพนักงานธนาคาร ที่มีต่อการแข่งขันในที่ทำงาน

A study of Attitudes and Satisfaction of bank officer with a competition in the workplace

ภาณุ ปั่นทุกำพล

สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, Email: oh\_panu@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของพนักงานธนาคาร ที่มีต่อการแข่งขันในที่ทำงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความขัดแย้งที่มีต่อการแข่งขันในที่ทำงานและศึกษาถึงข้อดีและข้อเสียในการแข่งขันในที่ทำงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มประชากรที่นำมาใช้ศึกษาแบ่งเป็นพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่าง 120 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – way Analysis of Variance (ANOVA)

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า พนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ให้ระดับความคิดเห็นด้านประโยชน์ของการแข่งขันในที่ทำงานที่แตกต่างกัน และพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ให้ระดับความคิดเห็นด้านโทษของการแข่งขัน ในที่ทำงาน ที่ไม่แตกต่างกัน รวมถึงพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ให้ระดับความพึงพอใจของการแข่งขันในที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** พนักงานธนาคาร, การแข่งขันในที่ทำงาน

### ABSTRACT

This research is to study the Attitudes and Satisfaction of bank officer with a competition at work. The objectives of this research were to study the conflict in competition at workplace and learn the advantages and disadvantages in competition at workplace. The survey is to collect information. The population used in this study is state bank officer and private bank officer in Bangkok. The research samples are 120 persons. Furthermore, the percentage, average, standard deviation and one-way analysis of variance (ANOVA) were used to the data analysis in this research.

The study found that the government bank officer and private bank officer, opinion on the benefits of competition in the workplace is different. The state bank officer and private bank, opinion on the disadvantages of competition in the workplace is similar. And state bank officer and private bank, in satisfaction level of competition in the workplace is different.

KEYWORDS: bank officer, competition in the workplace

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจสถาบันการเงินในประเทศไทยกำลังเป็นที่สนใจในปัจจุบันในประเด็นเกี่ยวกับการเปิดเสรีการเงินเป็นการเปิดรับการลงทุนและให้เสรีกับสถาบันการเงินต่างชาติซึ่งสามารถเข้ามาตั้งสาขาในประเทศไทยได้ ข้อตกลงเหล่านี้ทำให้นักการพาณิชย์ ต้องเกิดการพัฒนาการบริหารและการบริการอย่างเร่งด่วน เพื่อความอยู่รอดของตนเอง ซึ่งจะทำให้ธนาคารพาณิชย์ทั้งหลายจัดระบบโครงสร้างการบริหารให้มีความทันสมัยและแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ต้องทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจที่ได้รับบริการที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้พนักงานธนาคารต้องเปลี่ยนวิธีคิด และ ทักษะคิด ในการปฏิบัติงาน พนักงานมีหน้าที่เสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ พนักงานแต่ละคนจะได้รับเป้าหมายการขายในแต่ละเดือน ซึ่งจะแตกต่างกันตามระดับชั้นตำแหน่งงาน ตำแหน่งงานสูงกว่าก็ได้รับเป้าหมายการขายที่สูงกว่า ทำให้เกิดการแข่งขันภายในธนาคาร ซึ่งการ

แข่งขันก็มีตัวกระตุ้น ไม่ว่าจะเป็น การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือน และ โบนัสนั้นเป็นแรงจูงใจในการแข่งขัน ให้ได้มาซึ่งผลงานที่ดีของตนเอง กระแสการวัดคนจากผลงานเริ่มสูงขึ้นเมื่อภายในองค์กรเกิดการแข่งขันที่รุนแรง เป็นธรรมดาที่ถ้าไม่มีการแข่งขัน การพัฒนาในองค์กรจะมีน้อยหรือไม่มีเลย แต่ในทางกลับกันการแข่งขันก็ทำให้เกิดความขัดแย้ง พนักงานแต่ละคนต้องดิ้นรนต่อสู้ เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีเด่นเหนือกว่าคนอื่น โดยมีตัวกระตุ้นต่างๆเป็นแรงจูงใจ การแข่งขันในที่ทำงานอาจเป็นเหตุให้มีการแบ่งฝ่าย แข่งขันทั้งเรื่องผลงานและเรื่องส่วนตัว บางคนหวงข้อมูล ไม่ให้ความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน การแข่งขันเป็นแรงจูงใจสำหรับการทำงานที่ดีอย่างหนึ่ง แต่มักจะมาพร้อมกับความขัดแย้งระหว่างผู้ร่วมงาน ดังนั้นเราจะทำอย่างไรให้เกิดการแข่งขัน แต่ไม่ทำให้เกิดความขัดแย้ง ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานด้วย

## 2. แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

## 2.1 แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

Shell (1975: 252-268) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุขความสนนี้ เป็นความรู้สึกที่แตกต่างความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับความสุขที่สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและ ความสนนี้จะมผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

วิลลิสทรี ทรยางกูร (2526:74) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเรานี้สัมพันธ์กับโลกทัศน์ ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี – เลวพอใจ – ไม่พอใจ สนใจ – ไม่สนใจ เป็นต้น

ผาสวรรณ สนิตวงศ์ ณ อยุธยา (2532: 68) อธิบายว่า การวัดด้านจิตนึสัย หรือ ความรู้สึกเป็นการวัดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกหรืออารมณ์ เช่น ความสนใจ ความพอใจ ความซาบซึ้ง เจตคติหรือทัศนคติ ค่านิยมการปรับตัว ทัศนคติเป็นการวัดถึงความรู้สึกของบุคคลอันเนื่องมาจากการ เรียนรู้ หรือ ประสบการณ์ต่อสิ่งต่างๆ ที่ค่อนข้างถาวรในระยะหนึ่งแต่อาจเปลี่ยนได้และทัศนคติก็สามารถระบุทิศทางความมากน้อยหรือความเข้มได้

Rosenberg & Holland (Rosenberg และ Holland อ้างถึงใน กัลยาณี ทองสว่าง, 2553 : 10) กล่าวทัศนคติประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่หนึ่งเป็นความรู้สึก ความเข้าใจ กล่าวคือ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก ความนึกคิดอีกเรื่องหนึ่ง ส่วนที่สองเป็นเรื่องเกี่ยวกับ

อารมณ์หรือความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ ส่วนที่สามเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระทำหรือพฤติกรรมเป็นส่วนที่มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรม

หลุย จำปาเทศ (2533: 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้ บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาที่จะมีความสุข สังกัดได้จาก สายตา คำพูดและการแสดงออก

จากความหมายของความพึงพอใจที่ได้รวบรวม อาจสรุปความหมายความพึงพอใจได้ดังนี้ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และได้รับการสนองตอบตามความต้องการ ทั้งได้รับในทางด้านบวกและด้านลบ

Mullins (1985: 280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลายด้าน ที่มี ความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการทำงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ซึ่ง มนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคลเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมาย เมื่อบรรลุถึงเป้าหมายแล้ว จะเกิดความพอใจ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ

นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการในการกระทำ การเรียนรู้หรือแสวงหาบางอย่างด้วยตนเองโดยมิต้องให้ผู้อื่นมาเกี่ยวข้อง การจูงใจประเภทนี้ได้แก่ ความต้องการ, เจตคติและความสนใจพิเศษ 2) การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับแรงกระตุ้นมาจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทางและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงพฤติกรรมของบุคคล การจูงใจประเภทนี้ได้แก่ เป้าหมายหรือความคาดหวังของ

การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ

บุคคล, ความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้า, บุคลิกภาพและ เครื่องล่อใจอื่น ๆ

2.3 แนวคิดในเรื่องของความขัดแย้ง

แนวคิดในเรื่องของความขัดแย้ง Robbins (1993: 49) ได้แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง คือ 1) แนวคิดแบบดั้งเดิม สรุปว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่ต้องหลีกเลี่ยง เลวร้าย หน้าที่ของผู้บริหาร คือ การขจัดความขัดแย้ง ผู้บริหารระดับสูง เป็นผู้แก้ปัญหาความขัดแย้ง 2) แนวพฤติกรรมศาสตร์ สรุปว่า ความขัดแย้งเป็นสังขรมชาติหลีกเลี่ยงไม่ได้ มิใช่จะเกิดผลร้ายแรงต่อองค์กรอย่างเดียว แต่อาจจะทำให้เกิดผลดีต่อองค์กรด้วย หน้าที่ของผู้บริหารคือจัดระดับความขัดแย้ง กระตุ้นหรือยุติความขัดแย้งเพื่อดำเนินการที่ดีกว่า 3) แนวความคิดด้านปฏิกริยาสัมพันธ์นับเป็นแนวคิดที่มองความขัดแย้งในแง่ดี สร้างสรรค์คล้ายๆ กับแนวพฤติกรรมศาสตร์ที่มองว่าความขัดแย้งเป็นสิ่งจำเป็น ควรกระตุ้นให้เกิดการบริหารความขัดแย้ง ก็คือ การยอมรับว่าความขัดแย้ง การกระตุ้น การแก้ไข การแก้ปัญหาความขัดแย้งเป็นหน้าที่ของผู้บริหาร นอกจากนี้ Robbins ได้กล่าวสรุปสาเหตุของการขัดแย้งในองค์กรเกิดจาก ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) โครงสร้างขององค์กร ได้แก่ ขนาดองค์กร ซึ่งสัมพันธ์กับความต้องการทรัพยากรอันเป็นมูลเหตุให้เกิดความขัดแย้งมาตรฐานการทำงานต่างกัน ระบบรางวัล สไตล์ผู้นำ งานที่ต้องการความเชี่ยวชาญสูงอันเป็นทางให้เกิดความขัดแย้งในเชิงประสิทธิผลของงานและงานสร้างสรรค์ซึ่งสัมพันธ์กับกลุ่มอนุรักษ์
- 2) การสื่อสาร ซึ่งเป็นสาเหตุของความขัดแย้ง ได้แก่ ความยากในความหมายของภาษาการแลกเปลี่ยน ข้อมูลที่ไม่มีประสิทธิภาพ ข้อมูลไม่เพียงพอในการสื่อสาร ข้อมูลมากเกินไป เสียรบกวน

3) พฤติกรรมส่วนบุคคล ความแตกต่างของบุคคลได้แก่ อายุ อายุมากมีความขัดแย้งน้อยอายุน้อยมีความขัดแย้งมาก ระบบค่านิยมที่แตกต่างกัน บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

2.4 แนวคิดในเรื่องของการแข่งขัน

คำว่าการแข่งขันนั้น แท้จริงแล้วเป็นเรื่องดี ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน แต่การแข่งขันจะต้องโปร่งใส ยุติธรรม เปิดเผยและมีกติกาที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการหรือหน่วยงานต้องกำหนด สภาวะการแข่งขันวัตถุประสงค์หลักในการเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในรัฐวิสาหกิจ คือ การสร้างความเข้มแข็งของกลไกตลาด ซึ่งแนวคิด Structural-Conduct-Performance (SCP) Paradigm เสนอแนะว่า การแข่งขันผ่านกลไกตลาดก่อให้เกิดการมีประสิทธิภาพ เนื่องจากในตลาดที่มีการแข่งขัน การมีประสิทธิภาพจะเป็นสิ่งจำเป็นต่อการอยู่รอดขององค์กร องค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพก็จะไม่สามารถแข่งขันอยู่รอดได้ รวมทั้งการแข่งขันทำให้องค์กรมีข่าวสารข้อมูลเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การกำกับดูแลตรวจสอบกิจการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นางพ้องพรรณ จันทร์โอชา(2543) ทำการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพิษณุโลก การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพิษณุโลก รวม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคงของธนาคาร ด้านระบบบริหารของธนาคาร ด้านระบบบริการของธนาคาร ด้านสวัสดิการของธนาคาร และด้านโอกาสและความก้าวหน้าของพนักงาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ

1) พนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า พนักงานมีความพึงพอใจต่อระบบบริหารของธนาคาร ระบบบริการของธนาคาร ระบบสวัสดิการของธนาคาร โอกาสและความก้าวหน้าของพนักงาน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก ยกเว้น ด้านความพึงพอใจต่อความมั่นคงของธนาคารที่อยู่ในระดับมากที่สุด

2) พนักงานที่มีสถานภาพในหน่วยงานต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

3) พนักงานทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

4) พนักงานที่มีประสบการณ์ต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นางพัทธ์ธีรา แสนเทพ (2544) ทำการศึกษาผลกระทบของการลดขนาดองค์กรต่อประสิทธิผลขององค์กร ศึกษากรณีธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริหาร มีความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน เนื่องจากเป้าหมายที่มอบหมายให้กับพนักงานได้รับการตอบสนอง ร่วมมือและปฏิบัติจนสำเร็จ แต่การที่ธนาคารปรับโครงสร้างใหม่ทำให้พนักงานลดลง มีการยุบหน่วยงานทำให้ผู้บริหารมีงานมากขึ้น ต้องรับผิดชอบงานในหน่วยงานและตำแหน่งที่ถูกยุบไป เนื่องจากธนาคารยังคงต้องบริการลูกค้าเต็มรูปแบบเหมือนก่อนปรับโครงสร้าง พนักงานไม่มีความพึงพอใจในการทำงานและไม่มึประสิทธิผลในการทำงาน ต้องทำงานหนักขึ้น มีการแข่งขันกันมากขึ้น ถูกกดดันจากผู้บริหารสาขา อัตราค่าตอบแทนน้อยเกินไป ไม่มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พนักงานเกิดความเครียด ความสัมพันธ์กับผู้บริหารและเพื่อนร่วมงานน้อยลง

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

## 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแยกกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม พนักงานธนาคารของรัฐ แบ่งเป็นเพศชาย 30 คน เพศหญิง 30 คน และพนักงานธนาคารของเอกชน แบ่งเป็นเพศชาย 30 คน เพศหญิง 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมในการทำงานเกี่ยวกับสภาพการณ์แข่งขันในการทำงานต่อแรงจูงใจ

## 3.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการแข่งขันในการทำงาน

3) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม และ One-Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

## 4. ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การแข่งขันในที่ทำงาน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้



## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วน

บุคคล

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยการส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	อัตราส่วนร้อยละ
เพศ		
ชาย	60	50.00
หญิง	60	50.00
อายุ		
20-30 ปี	54	45.000
31-40 ปี	46	38.333
41-50 ปี	15	12.500
51 ปีขึ้นไป	5	4.167
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	1.667
ปริญญาตรี	116	96.667
ปริญญาโท	2	1.667
ปริญญาเอก	0	0.000
อาชีพ		
พนักงานธนาคารรัฐ	60	50
พนักงานธนาคารเอกชน	60	50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	6	5
10,001 – 15,000 บาท	37	30.833
15,001 – 20,000 บาท	27	22.500
สูงกว่า 20,001 บาท	50	41.667
สถานภาพ		
โสด	70	58.333
สมรส	50	41.667
ม่าย	0	0
หย่าร้าง	0	0

พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเพศชาย และเพศหญิง จำนวนเท่ากัน มีอายุ 20-30 ปี จำนวนมากที่สุด

คิดเป็นร้อยละ 45 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.67 มีอาชีพ

การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

พนักงานธนาคารรัฐและเอกชน จำนวนเท่ากัน มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 20,001 บาท จำนวนมาก

ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 และมีสถานภาพโสด จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.33

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประโยชน์ของการแข่งขันในที่ทำงาน

ทัศนคติ	n	Mean	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
การแข่งขันในการทำงานเป็นสิ่งที่ดี	120	3.425	1.255	มาก
การแข่งขันช่วยให้บรรลุเป้าหมาย	120	3.133	1.289	มาก
การประเมินที่วัดจากผลงานการแข่งขัน	120	3.750	1.218	มาก
การแข่งขันมีความสุข	120	2.650	1.221	น้อย
ยินดีช่วยเหลือเพื่อนที่เป็นคู่แข่ง	120	3.783	0.997	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>120</b>	<b>3.348</b>		<b>มาก</b>

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านประโยชน์ของการแข่งขันในที่ทำงาน จากกลุ่มตัวอย่างของพนักงานธนาคาร พบว่าระดับความเห็นด้วย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.348 ซึ่งด้านที่มีความเห็นด้วย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ยินดีช่วยเหลือเพื่อนที่เป็นคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.783 รองลงมา ได้แก่ การ

ประเมินที่วัดจากผลงานการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.750 ทัศนคติของการแข่งขันในการทำงานเป็นสิ่งที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.425 และทัศนคติของการแข่งขันช่วยให้บรรลุเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.133 และระดับความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ทัศนคติของการแข่งขันที่มีความสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.650 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ของโทษของการแข่งขันในที่ทำงาน

ทัศนคติ	n	Mean	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
การแข่งขันก่อให้เกิดความขัดแย้ง	120	3.983	1.137	มาก
รู้สึกกดดันมากเมื่อมีการแข่งขัน	120	3.808	1.298	มาก
การแข่งขันก่อให้เกิดความเครียด	120	3.817	1.159	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>120</b>	<b>3.689</b>		<b>มาก</b>

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านโทษของการแข่งขันในที่ทำงาน พบว่า ระดับความเห็นด้วย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.689 ซึ่งด้านที่มีความเห็นด้วย อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องการแข่งขันก่อให้เกิด

ความขัดแย้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.983 รองลงมา ได้แก่ การแข่งขันก่อให้เกิดความเครียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.817 และรู้สึกกดดันมากเมื่อมีการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.808 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในที่ทำงาน

ความพึงพอใจ	n	Mean	S.D.	ระดับความเห็นด้วย
ความพึงพอใจในการทำงาน	120	4.192	0.802	มากที่สุด

การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

แนะนำให้เพื่อนมาทำงานในองค์กร	120	3.500	1.181	มาก
รักที่จะทำงานกับองค์กร	120	4.317	0.788	มากที่สุด
แนะนำคนในครอบครัวมาทำงาน	120	3.650	1.193	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>120</b>	<b>3.915</b>		<b>มาก</b>

จากตาราง 4 พบว่า ระดับความพึงพอใจของการแข่งขันในที่ทำงาน พบว่า ระดับความเห็นด้วย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.915 ซึ่งด้านที่มีความเห็นด้วย อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ รักที่จะทำงานกับองค์กร มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.317 รองลงมา ได้แก่ ความพึงพอใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.192 และระดับความเห็น

ด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แนะนำคนในครอบครัวมาทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.650 รองลงมา ได้แก่ แนะนำให้เพื่อนมาทำงานในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.500 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา คือ การแข่งขันในการทำงานมีผลกระทบทางบวกและลบต่อความพึงพอใจในการทำงาน

ตารางที่ 5 ตารางการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน

ความคิดเห็น	ค่า P	ระดับความเห็นด้วย
ด้านประโยชน์ของการแข่งขันในที่ทำงาน	0.023	แตกต่าง
ด้านโทษของการแข่งขันในที่ทำงาน	0.571	ไม่แตกต่าง
ความพึงพอใจของการแข่งขันในที่ทำงาน	0.00	แตกต่าง

จากตารางเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน พบว่า ด้านการทดสอบสมมติฐานระหว่างความสัมพันธ์ของการแข่งขันในการทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อแรงจูงใจในการทำงาน พบว่าพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชน ให้ระดับความคิดเห็นด้านประโยชน์ของการแข่งขันในที่ทำงาน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย การทดสอบสมมติฐานระหว่างความสัมพันธ์ความขัดแย้งในสถานที่ทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความพึงพอใจในการทำงานพบว่า อาชีพที่แตกต่างให้ระดับความคิดเห็นด้านโทษของการแข่งขัน ในที่ทำงาน ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ จึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย การทดสอบสมมติฐานระหว่างความสัมพันธ์การการแข่งขันที่ไม่มี ความขัดแย้งในสถานที่ทำงานมีผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจในการทำงาน พบว่าอาชีพที่แตกต่างให้ระดับความพึงพอใจของการแข่งขันในที่ทำงาน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย

5. สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงทัศนคติของพนักงานธนาคารของรัฐและเอกชนของในเรื่อง

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ทัศนคติทางบวกและทางลบของการแข่งขันในที่ทำงาน สามารถอธิบาย ได้ดังนี้

ทัศนคติที่เป็นประโยชน์ของการแข่งขันในที่ทำงาน โดยรวม มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับ ปานกลาง ถึงมากทั้งของพนักงานธนาคารรัฐและเอกชน ระดับการแข่งขันในการทำงานที่ต่างกันขององค์กรรัฐบาลและเอกชน ทำให้การแข่งขันไม่เป็นเหตุจูงใจในการทำงาน ผลกระทบทางบวกต่อแรงจูงใจในการทำงานพบว่าพนักงานธนาคารรัฐและเอกชนมีทัศนคติความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

ทัศนคติที่เป็นโทษของการแข่งขันในที่ทำงาน โดยรวม มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับ ปานกลาง ถึงมากทั้งของพนักงานรัฐบาล และเอกชน การแข่งขันที่มีความขัดแย้งทำให้ความรู้สึกกดดันกับการแข่งขันในที่ทำงาน ความขัดแย้งในสถานที่ทำงานมีผลกระทบทางลบต่อความพึงพอใจในการทำงานพบว่าพนักงานธนาคารรัฐและเอกชนมีทัศนคติความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจในที่ทำงานที่มีการแข่งขัน โดยรวม มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับ ปานกลางถึงมาก ทั้งของพนักงานธนาคารรัฐ และเอกชน การจัดการระบบการแข่งขันในองค์กรที่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารความขัดแย้ง รวมถึงระดับความรุนแรงของการแข่งขันที่ต่างกัน พบว่าพนักงานธนาคารรัฐและเอกชนมีความพึงพอใจในการทำงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นจากผลวิจัยที่ได้ การแข่งขันภายในองค์กรที่เกิดขึ้น องค์กรใช้แรงจูงใจ ต่างๆเพื่อช่วยให้เกิด การแข่งขัน ที่ก่อให้ เกิด ประโยชน์ และมีประสิทธิภาพของผลงานแต่ถ้าองค์กรไม่มีระบบการจัดการที่ดี การแข่งขันนี้อาจเป็นฉนวนเหตุของความขัดแย้งขึ้นได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลเสียกับองค์กรในระยะยาว ทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจในที่

ทำงาน เกิดความรู้สึกท้อ หดหู่ในการทำงาน ซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดน้อยลง ควรที่จะมีการจัดการบริหารความขัดแย้งทั้งในองค์กรของรัฐและเอกชน ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน

## 6. เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยาณี ทองสว่าง, 2553. การศึกษาสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของชุมชนต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดลพบุรี : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [2] เกษม นครเขตต์, 2550. ทำเนียบรัฐบาลกรุงเทพฯ : บิสนิวส์.
- [3] แพทเฮม. หนังสือ101 Unconscious Mistakes Women Make That Sabotage Their Careers
- [4] ธิปดี วัฒนกุล, 2547. มอจุมใหม่. กรุงเทพฯ : กรุงเทพธุรกิจ.
- [5] ธงชัย สันติวงษ์, 2532. นิตยสารผู้จัดการ. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [6] ผ่องพรรณ จันท์โอชา, 2543. ทำการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารกรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพิษณุโลก. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- [7] ผาสวรรณ สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2532. บทบาทของอาจารย์พยาบาลในสถาบันการศึกษา พยาบาลแห่งประเทศไทย.
- [8] พัทธิธรา แสนเทพ, 2544. ทำการศึกษาผลกระทบของการลดขนาดองค์กรต่อประสิทธิผลขององค์กร ศึกษากรณีธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด

การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

- (มหาชน) ในจังหวัดชลบุรี. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [9] วิมลสิทธิ์ หรยางกูร, 2533. พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [10] หลุยส์ จำปาเทศ, 2533. จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ : บริษัทสามัคคีสาส์น จำกัด.
- [11] Mullins, 1985. L.J. Management and Organization behavior. London : Pitman.
- [12] Shell, 1975. Responding to Social change. Pennsylvania : Dowden Hutchison Press Inc.
- [13] Robbins, 1993. Organizational behavior. NJ. : Prentice-Hall.

## ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย

### Factors Affecting The Organizational Commitment of

### Employees, The Sports of Thailand

#### เพียงใจ เทียรเจริญ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, การกีฬาแห่งประเทศไทย, petit\_504@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การที่บุคคลยังคงทำงานอยู่กับองค์กรนั้น อาจไม่ได้หมายถึงการที่พนักงานยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าเมื่อพนักงานทำงานให้กับองค์กรแล้ว จะมีความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร โดยมีความเชื่อมั่นที่จะยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรมากน้อยแค่ไหน และจะมีความเต็มใจ ทดมความพยายามเพื่อประโยชน์ต่อองค์กรหรือไม่ รวมถึงมีความปรารถนาที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกขององค์กร นอกจากนี้ยังสนใจว่าคุณภาพชีวิตการทำงานในแต่ละด้านของพนักงานจะมีความสัมพันธ์ต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร โดยรวมแต่ละด้านหรือไม่ ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งการกีฬาแห่งประเทศไทยสามารถนำผลวิจัยที่ได้มาทบทวนนโยบายและปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไข ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น การศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 199 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยวิธี t-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกัน โดยวิธี LSD จากการศึกษา พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ อยุงาน และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรแตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** ปัจจัย, ความผูกพัน, องค์กร

#### ABSTRACT

That employee still worked with the organization does not mean they will love organization. For this reason, the researcher was interested to study how much employee will strongly love organization until they can accept the goal and value of organization and they were willing to try for benefit of organization or not. The wish of employee to retain status of organization member, not only because lacking of choice or not interest in progress of organization. Occupational life quality in each side of employee will related to the feel of love of

employee in The Sports of Thailand or not. The Sports of Thailand can use the research result to review policy and weak point to improve and support employee to feel better with working environment. Sample group of this research consisted of 199 employees of The Sports of Thailand. Tool used for collecting data were choice question about general information, and question about level of relationship with organization of employee of The Sports of Thailand. Statistic used for data analysis consisted of frequency, percentage, average, deviation standard and assumption by t-test, analyze one way ANOVA and case by case examine used LSD. The result was found that employee who has different sex, age, experience and income placed level of relationship with organization in term of the need to work with the organization continuously and loyal to organization indifferently. For employee who has different education and income placed level of relationship with organization in term of the need to work with the organization continuously and loyal to organization differently.

**KEYWORDS :** Factors, commitment, organization.

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญต่อประสิทธิผลขององค์กร อีกทั้งยังเป็นตัวทำนายอัตราการลาออกได้ พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูงสามารถปฏิบัติงานได้ดีกว่าผู้ที่มีความผูกพันต่อองค์กรต่ำ เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรเป็นแรงผลักดันให้บุคลากรในองค์กรทำงานได้ดีกว่า บุคคลในองค์กรที่มีความผูกพันต่อองค์กรสูง มีอัตราการขาดงานต่ำ ส่งผลมากที่สุดต่อการเปลี่ยนแปลงงานของพนักงาน จากการศึกษาสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป การบริหารทรัพยากรบุคคล ต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด ความสำเร็จ และความยั่งยืนขององค์กร เพื่อเพิ่มสมรรถนะองค์กรจึงเป็นการทำให้ได้มาด้วยการสรรหาบุคลากรขององค์กรได้ตรงกับความต้องการขององค์กร ทั้งความรู้ ความสามารถ และตำแหน่งงาน การรักษาบุคลากรที่ดีไว้ในองค์กร โดยต้องมีระบบค่าตอบแทน การจูงใจ และสร้างความพึงพอใจในการ

ทำงานให้เกิดกับบุคลากรและมีการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีสมรรถนะที่เหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติปรับตัวและเรียนรู้อยู่เสมอ รับผิดชอบต่อตนเองสูง มุ่งผลสัมฤทธิ์และผูกพันกับภารกิจขององค์กร ดังนั้นการที่บุคคลยังคงทำงานอยู่กับองค์กรนั้น อาจไม่ได้หมายถึงการที่พนักงานยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรอย่างแท้จริง

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย สามารถนำผลวิจัยมาทบทวนนโยบายและปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้สึที่ดีกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน มีความผูกพันต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น เพราะการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานและความยึดมั่นผูกพันของพนักงานด้วยเช่นกัน

## 2. ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของการกีฬาแห่งประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของ การ  
กีฬาแห่งประเทศไทย

2.1.2 ความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กร  
ต่อไป

2.1.3 ความจงรักภักดีต่อองค์กร

### 3. สมมติฐาน

1. พนักงานที่มีเพศที่แตกต่างกันจะให้ระดับความ  
ผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีอายุที่แตกต่างกันจะให้ระดับความ  
ผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
3. พนักงานที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันจะให้ระดับ  
ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
4. พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะให้  
ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
5. พนักงานที่มีสังกัดสายงานการบริหรงานที่แตกต่างกัน  
จะให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
6. พนักงานที่มีอายุงานที่แตกต่างกันจะให้ระดับ  
ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน
7. พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะให้  
ระดับความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน

### 4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานของ การกีฬาแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงาน การกีฬาแห่งประเทศไทย จำนวน 393 คน แบ่งตามฝ่ายงาน ดังนี้

สายงานผู้ว่าการ และฝ่ายตรวจสอบภายใน จำนวนบุคลากรในสังกัด จำนวน 46 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 คน

สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายบริหาร จำนวนบุคลากรในสังกัด จำนวน 106 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 54 คน

สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายกีฬาเป็นเลิศและวิทยาศาสตร์การกีฬา จำนวนบุคลากรในสังกัด จำนวน 66 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 33 คน

สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายกีฬาอาชีพและสิทธิประโยชน์ จำนวนบุคลากรในสังกัด จำนวน 120 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 61 คน

สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายส่งเสริมกีฬา จำนวนบุคลากรในสังกัด จำนวน 55 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน

ซึ่งจากการคำนวณออกมา ผลรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 199 คน

### 4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สังกัดสายงานการบริหรงาน อายุงาน และรายได้ต่อเดือน แสดงดังตารางที่ 1

### 4. ความมุ่งหมายของการวิจัย

#### 4.1 ขอบเขตการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 สถานภาพ

1.1.5 สังกัดสายงานการบริหรงาน

1.1.6 อายุงาน

1.1.7 รายได้ต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable)

2.1 ระดับความผูกพันต่อองค์กร คือ

2.1.1 ความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร



ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามที่เกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กร ลักษณะการตอบจะเป็นการให้นำน้ำหนักความคิดเห็นจากมากไปหาน้อย คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คะแนน 5 4 3 2 และ 1 แสดงดังตารางที่ 2

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยใช้คำพูดของตัวเองเป็นคำถามแบบไม่มีโครงร่าง และเป็นคำถามซึ่งไม่มีการวางแผนหรือจัดแนวคำตอบไว้

#### 4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัย รวมทั้งข้อมูลที่ได้มีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอ กับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และนำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และอธิบายถึงวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการรวบรวมแบบสอบถาม ด้วยตนเอง

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ในด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม เพื่อแสดงถึงลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ในเรื่องเกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กร ในการวิเคราะห์ความสำคัญเกี่ยวกับระดับความผูกพันต่อองค์กร

3. การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายค่าการกระจายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้

กรอกแบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2 ระดับความผูกพันต่อองค์กร

4. การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และ LSD. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานของกรีกีฬาแห่งประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน

#### 6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
1. เพศชาย	95	47.7
2. เพศหญิง	104	52.3
<b>อายุ</b>		
1. ต่ำกว่า 30 ปี	52	26.1
2. 31 - 40 ปี	101	50.8
3. 41 - 50 ปี	33	16.6
4. มากกว่า 50 ปี	13	6.5
<b>ระดับการศึกษา</b>		
1. ปริญญาตรี	97	48.7
2. ปริญญาโท	78	39.2
3. สูงกว่าปริญญาโท	24	12.1
<b>สถานภาพ</b>		
1. โสด	104	52.3
2. สมรส	80	40.2
3. หม้าย หย่า หรือแยกทาง	15	7.5
<b>สังกัดสายงานการบริหารงาน</b>		
1. สายงานผู้ว่าการ และฝ่ายตรวจสอบภายใน	23	11.6
2. สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายบริหาร	54	27.1
3. สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายกีฬาเป็นเลิศ และวิทยาศาสตร์การกีฬา	33	16.6
4. สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายกีฬา		

อาชีพ และสิทธิประโยชน์	61	30.7
5. สายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายส่งเสริม กีฬา	28	14.1
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		
1. 1-5 ปี	43	21.6
2. 6-10 ปี	53	26.6
3. 11-15 ปี	58	29.1
4. มากกว่า 15 ปี	45	22.6
รายได้ต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	50	25.1
2. 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน	83	41.7
3. 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน	42	21.1
4. 20,001 - 25,000 บาทต่อเดือน	24	12.1

## ตอนที่ 2 ระดับความผูกพันต่อองค์กร

ระดับความผูกพัน ต่อองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ความผูกพันที่เป็น ส่วนหนึ่งขององค์กร	4.25	0.73	มากที่สุด
2. ความต้องการที่จะ ปฏิบัติงานในองค์กรนี้ ต่อไป	4.05	0.76	มาก
3. ความจงรักภักดีต่อ องค์กร	4.36	0.69	มากที่สุด
รวม	4.22	0.73	มากที่สุด

## 6. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ปฏิบัติงานในสังกัดสายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายกีฬาอาชีพและสิทธิประโยชน์ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11 - 15 ปี มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน

2. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของระดับความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 3 ด้านความจงรักภักดีต่อองค์กร ให้ความสำคัญสูงสุด รองลงมาได้แก่ข้อ 1 ด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ข้อ 2 ความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป

3. การทดสอบสมมติฐาน จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ อายุงาน และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรแตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

1. ควรส่งเสริม สนับสนุน เกี่ยวกับความเต็มใจ ทุ่มเท เสียสละเวลาให้องค์กรเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน การเสียสละเวลาส่วนตัว เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด และผู้บังคับบัญชาควรเสริมสร้าง ด้านขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้เกิด การพัฒนาเกี่ยวกับการทำให้เป้าหมายขององค์กรบรรลุผล การแบ่งงานในหน่วยงานสอดคล้อง ตรงกับความสามารถ และการมอบหมายงานควรแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของงาน

3. ผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนการทำงาน เป็นทีมขององค์กรขนาดใหญ่เพื่อให้ทีมงานมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร

## สรุปผล

1. ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่าจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 สถานภาพโสด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 ปฏิบัติงานประจำสังกัดสายงานรองผู้ว่าการ กทท. ฝ่ายกีฬาอาชีพและสิทธิประโยชน์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11 - 15 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

2. ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของระดับความผูกพันต่อองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 3 ด้านความจงรักภักดีต่อองค์กร ให้ความสำคัญสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมาได้แก่ข้อ 1 ด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับความสำคัญต่ำสุด ได้แก่ ข้อ 2 ความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไปให้มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

3. การทดสอบสมมติฐาน พนักงานที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิวัฒน์ สังฆะมะณี (2551) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิธีทดลอง (1) เพื่อศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานใน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่า (1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่าโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิวัฒน์ สังฆะมะณี (2551) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษา แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่า (1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่าโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดี



ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิวัฒน์ สังฆะมะณี (2551) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ และ (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่า (1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่า (1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กรนี้ต่อไป และด้านความจงรักภักดีต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิวัฒน์ สังฆะมะณี (2551) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ และ (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่า (1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการพลเรือนในสำนักงานในภาคตะวันออกเฉียงใต้ จำแนกตามเพศ

อายุ ระดับตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษา พบว่าโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

## 8. เอกสารอ้างอิง

- [1] กาญจนา นุ้ใจกอง. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมการทำงานในพนักงานระดับปฏิบัติการ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [2] ฉัตรวิบูลย์ ฉาวเกียรติ. (2540). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงงานของผู้บริหารในองค์การเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [3] ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2538). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพ.
- [4] ดร.ณศรี ศิริยศธารง. (2542). คุณภาพชีวิตการทำงานกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพยาบาลห้องผ่าตัดโรงพยาบาลศูนย์. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพยาบาล. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [5] ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2547). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : ธนาคารฯ.
- [6] นาฎยา อ่วมผึ้ง. (2544). ปัจจัยคัดสรรที่เกี่ยวข้องกับความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรพยาบาลในงานพยาบาลอายุรกรรมโรงพยาบาลเชิงรายประชาณุเคราะห์. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพยาบาล. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [7] นิวัฒน์ วชิรวารการ. (2541). “องค์กรที่มีชีวิต: หน่วยงานที่มีความสุข”, วารสารข้าราชการ. 43(5) :

- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2547). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : บริษัทฯ.
- [8] ปัทมาพร เรียมพานิชย์. (2544). ความสัมพันธ์เชิงพหุ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและความคาดหวังใน ค่าตอบแทนกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) ในจังหวัด เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [9] พร้อมพรรณ ปี่หัตถกิจกุล. (2541). ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อความผูกพันต่อองค์กรและความผูกพันต่อวิชาชีพ ของพยาบาลโรงพยาบาลศิริราช. วิทยานิพนธ์ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและ องค์การ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [10] ภัทรา แสงอรุณ. (2543). การรับรู้คุณภาพชีวิตงานที่ ส่งผลต่อความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการที่ ปฏิบัติงานในพื้นที่ห่างไกลความเจริญ:กรณีศึกษาฐาน ทัพเรือพังงา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [11] มณีรัตน์ ไพโรจน์เรือง. (2541). ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล และคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ข้าราชการที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [12] รัชนิดา ตุงคสวัสดิ์. (2545). ความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจในงานกับความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ใน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [13] วิชรา มณีภาส. (2543). สัมพันธภาพระหว่างบุคคล และความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของพยาบาล วิชาชีพ โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราช. วิทยานิพนธ์ พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพยาบาล. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [14] วิกรม อัสกุล. (2541). ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้สึก มั่นคงในการทำงานและผลของความรู้สึกมั่นคงใน การทำงาน ที่มีต่อความทุ่มเทให้กับงานและความตั้งใจ ในที่จะลาออกของพนักงานบริษัทเงินทุก หลักทรัพย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [15] ศิระ ยินเจริญ (2541). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพัน กับองค์กรของตำรวจอารักขาและรักษาความ ปลอดภัยกองร้อยที่ 1 กองกำกับการอารักขาและ รักษาความปลอดภัย. วิทยานิพนธ์สังคม สงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมสงเคราะห์ ศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [16] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหาร การตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- [17] ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2544). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- [18] Allen, N.J. and Meyer, J.P. (1990). "The Measurement and Antecedents of Affective Continuance and Normative Commitment of the Organizations," *Journal of Occupational Psychology*.
- [19] Angle, H.L. and Perry, J.L. (1981). "An Empirical Assessment of Organizational Commitment and Organization Effectiveness," *Administrative Science Quarterly*.
- [20] Becker, H.S. (1960). "The Development of Identification with an Occupation," *The American Journal of Sociology*.
- [21] Best, J.W. and Kahn, J. V. (1998). *Research in Education*. 7th ed. Boston : Allyn and Bacon.

- [22] Campbell, J.M., Dunnette, E.L. and Weick, K. (1980). Environmental Variation and
- [23] Management Effectiveness, Organizational Theory Design. Chicago : Science Research Association.
- [24] Cherrington, J.D. (1994). Organizational Behavior : the Management of Individual and Organization Performance. Boston : Allyn and Bacon.
- [25] Cronbach, L. J. (1990). Essentials of Psychological Testing. 5th ed. New York : Harper Collins.
- [26] Herzberg, B.H. (1968). Management of Organization. New York : World.
- [27] Jennifer, M.G. and Gareth, R.J. (1999). Understanding and Managing Organizational Behavior. 2th ed. New York : Addison Wesley Longman.
- [28] Krejcie, R. V. and Morgan, D.W. (March 1970). "Determining Sample Size for Research Activities," Educational and Psychological Measurement. 30(3)
- [29] Mathieu, J.E. and Farr, J.L. (1991). "Further Evidence for the Discriminate Validity of Measures of Organizational Commitment, Job Involvement, and Job Satisfaction," Journal of Applied Psychology.
- [30] Mowday, R.T., Porter, L.W. and Steer, R.M. (1982). Employee Organization Linkage : the Psychology of Commitment. New York : Academic.
- [31] Smith, C.A. (1983). "Organizational Citizenship Behavior : Its Nature and Antecedents," Journal of Applied Psychology
- [32] Steer, R.M. (1977). Organizational Effectiveness : A Behavioral View. California : Goodyear.
- [33] Stone, E.F. and Porter, W.P. (1983). Motivation and Work Behavior. New York : McGraw Hill.
- [34] Thomas, W. H. (1972). Industrial Psychology. New York : Holt Rinehart and Winston.
- [35] Welsh, H.P. and Lavan, H. (1981). "Inter Relationship Between Organizational Commitment and Job Characteristic," Job Satisfaction, Human Relations.

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

### Study of The Push and Pull Factors that Affects The Decisions of Japanese to in Choosing Thailand as Their Destination

สมฤทัย ฌ น่าน

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ somruethai.r@bu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยผลักดัน และวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบไคสแควร์ สถิติการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 116,885 เยน มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนวันหยุด จัดรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งชอบการท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวระหว่าง 38,961 – 77,920 เยน ปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเลือกเดินทางมาประเทศไทย คือ ค่าครองชีพ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งจับจ่ายซื้อของ และความงดงามของธรรมชาติ จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่างกัน และยังพบว่านักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องการทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยต่างกันจะมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

#### ABSTRACT



The purpose of the research is to analyze the relationship between demographics and travel behaviors that affects the push factors in making a decision to travel to Thailand and also to analyze the differences in demographics, travel behaviors and tourist opinions that affect the pull factors. The sample group is 400 Japanese tourists traveling in Bangkok. The convenience sampling technique is used. Data analysis is performed using descriptive statistics (frequency, percentage, means and standard deviation) and inferential statistics (Chi-Square test, t-Test, One-Way ANOVA and Scheffe's multiple comparisons test). The result shows that Japanese tourists are mostly male, aged 21-30 years old, with bachelor degree and earning less than 116,885 yen per month. Their purpose for traveling is for a rest and relaxation. They like planning the tour by themselves and traveling to new interesting destinations. Their travel expense is between 38,961 – 77,920 yen. The pull factors are the cost of living, cultural/historical travel attractions travel expenses, variations of shopping areas and the beauty of the nature. The statistical analysis shows that the Japanese with different ages, levels of education and monthly salaries will have different push factors. It is also found that the Japanese tourists with different intended activities will have different attitudes towards the pull factors in making a decision to travel to Thailand at the 0.05 level of significance.

**KEYWORDS:** Push factors, Pull factors, Japanese Tourists

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่ทั่วโลกยอมรับว่าเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ นิสัยดี และมีกำลังซื้อสูง จากข้อมูลสถิติของ World Tourism Organization (WTO) พบว่ารายได้การท่องเที่ยวที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นคิดอันดับ 1 ใน 10 ของโลกช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมา ถึงแม้จะมีการผันผวนขึ้นลงทุกปีแต่ยังคงอยู่ในกลุ่ม 10 อันดับแรกเสมอ ในปี พ.ศ. 2553 นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการใช้จ่ายรวมกันถึง 2,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐคิดอันดับ 7 ของโลกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 จากปี พ.ศ. 2552 ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดีขึ้นจากเดิม (UNWTO, 2011) นอกจากนี้รัฐบาลญี่ปุ่นยังมีนโยบายในการส่งเสริมให้ชาวญี่ปุ่นเดินทางออกนอกประเทศเพิ่มมากขึ้นผ่านโครงการ Visit World Campaign (VWC) ปี พ.ศ. 2551-2553 กำหนดเป้าหมายให้มีจำนวนชาวญี่ปุ่นเดินทางไปต่างประเทศได้ถึง 20 ล้านคนภายในปี พ.ศ. 2553 จากโครงการนี้เองประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็น 1 ใน 9 ประเทศแรกที่รัฐบาลญี่ปุ่นสนับสนุนให้เดินทางไปท่องเที่ยวในช่วงปี 2551 เป็นต้นไป

จากการรวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยมีจำนวน 1,126,221 คน เป็นอันดับสามรองจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่หากดูจากสถิติการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้กับประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นชาติที่สร้างรายได้การท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับต้นๆ หลายปีติดต่อกัน อย่างไรก็ตาม จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางออกนอกประเทศมีความผันผวน โดยเฉพาะระหว่าง ปี พ.ศ. 2550 – 2553 เนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ประกอบกับเหตุการณ์ธรณีพิบัติในประเทศญี่ปุ่นเอง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นลดลง ปัจจัยข้างต้น ประกอบกับเหตุการณ์จลาจลในกรุงเทพมหานครส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนลดลงจากจำนวน 1,277,638 คน ในปี พ.ศ. 2550 เหลือ 993,674 คน ในปี พ.ศ. 2553 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนในระดับสูง และเป็นกลุ่มที่ไม่ต้องการเผชิญความเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยวที่ไป

เยื่อน (Money and Crofts, 2003) นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ชอบกิจกรรมเสี่ยงอันตราย (Pizam and Susmann, 1995)

ในปี พ.ศ. 2554 สถานการณ์มีแนวโน้มที่ดีขึ้นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีจำนวนเพิ่มขึ้นส่งผลให้รายได้การท่องเที่ยวจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตาม แนวโน้มรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน จากเดิมที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์เปลี่ยนมาเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น จากรายการนำเที่ยวมาตรฐานมาเป็นรายการนำเที่ยวตามความสนใจเฉพาะ จากการท่องเที่ยวแบบมีแบบแผนมาเป็นการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์หรือต้องการมีประสบการณ์เป็นที่ตั้ง นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวหนุ่มสาวในวัยอายุประมาณ 20 ปี มีจำนวนลดลง แต่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นสูงอายุมีจำนวนมากขึ้น (สิรินาถ และ โสรยา, 2553)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น สถานการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่ดีขึ้น และแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปของรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ณ ปัจจุบัน เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ประกอบการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพให้แหล่งท่องเที่ยวของไทยสามารถแข่งขันได้ พร้อมทั้งจะรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นใน โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย 5 ข้อ คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
5. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## 3. สมมติฐานของการวิจัย

สืบเนื่องจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. เพศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว
2. อายุของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยว
3. ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมที่ชื่นชอบ

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว

5. ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

6. ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมที่ชื่นชอบ และค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว) ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

#### 4. ทฤษฎีและงานที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ใช้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งได้แก่ ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push and Pull Factors) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivation) หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความรู้สึกภายในของบุคคลทางด้านร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถจัดกลุ่มได้ 2 ประเภท ตามวัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว คือ แรงจูงใจเพื่อการพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ และแรงจูงใจเพื่อการติดต่อและขยายงานทางธุรกิจ (ฉล่องศรี พิมพ์สมพงษ์, 2550) จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวพบว่าปัจจัยพื้นฐานที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน (Push

Factors) หรือปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเดินทาง และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หรือปัจจัยที่ดึงดูดที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่นั้น

ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคมหรือความต้องการภายในของตนกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเดินทาง (Dann 1977 และ Crompton 1979) Iso-Ahola (1982) เสนอทฤษฎี Optimal Arousal ที่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่ออธิบายเรื่องแรงจูงใจไว้ว่าการท่องเที่ยวเกิดจากส่วนผสมของความต้องการสิ่งเร้า (Seeking) และความต้องการหลีกเลี่ยงสิ่งเร้า (Escaping) ทฤษฎีเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของมาสโลว์เป็นอีกทฤษฎีที่นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวมักจะนำมาอธิบายเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยว กล่าวคือมนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เมื่อแรงจูงใจขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้วนั้นแรงจูงใจขั้นสูงกว่าจะเข้ามาแทนที่ ลำดับขั้นทั้ง 5 ขั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ขั้นคือ ขั้นต่ำประกอบด้วยลำดับขั้นที่ 1 – 2 (ความต้องการทางด้านกายภาพและความต้องการความปลอดภัย) และ ขั้นสูงประกอบด้วยลำดับขั้นที่ 3-5 (ความต้องการทางสังคม ความต้องการชื่อเสียง และความต้องการรู้จักตนเอง) ในประเทศที่เจริญแล้วลำดับขั้นที่ 1-2 หรือความต้องการทางด้านกายภาพมักจะได้รับการตอบสนอง ผู้คนมักจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการในขั้นสูง

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดหรือจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป เช่น ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชายหาดที่สวยงาม สิ่งบันเทิงต่างๆ เป็นต้น (Dann 1977 และ Crompton 1979) แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจะมีปัจจัยดึงดูดหลายอย่าง เช่น มีหาดทรายสวยงาม สามารถเดินทางได้สะดวก มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

ความสะดวกครบ มีชื่อเสียง เป็นต้น เพื่อตอบสนองแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม แต่บางแหล่งท่องเที่ยวอาจจะมีปัจจัยดึงดูดอย่างเดียว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มก็ได้

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1) แสงเดือน รตินธร (2554) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของชาวญี่ปุ่นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ย 350,656 เยนขึ้นไป นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อการพักผ่อน ชื่นชอบการเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

2) มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ (2553) ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว นิยมเดินทางด้วยตนเอง วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่และพัทยาภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยในสายตาของชาวญี่ปุ่นคือ ความคุ้มค่าของราคา อธิยาศัยของคนไทย วิถีไทย และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

3) วีรยุทธ เกื้อกิม (2548) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ต่อปีน้อยกว่า 1,212,120 เยน เดินทางลำพัง วัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่ชื่นชอบคือการเที่ยวชมโบราณสถาน

4) ณัฐปัญญาพัฒน์ ปิ่นมยุรา (2548) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่าง 80,001 – 100,000 เยน เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยว เพราะประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม โดยเฉพาะทะเล

## 5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient Sampling)

## 6. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามภาษาอังกฤษ สร้างขึ้นโดยศึกษาจากตำรา เอกสารการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ นำไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยทำการทดสอบ 30 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ลักษณะคำถามเป็นแบบมีโครงสร้างให้เลือกตอบแบบแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว รูปแบบในการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ชื่นชอบ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรอิสระในการศึกษาปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นรวม 7 ตัวแปร โดยกลุ่มตัวอย่างจะแสดงความคิดเห็นด้วยการตอบแบบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) ไม่เห็นด้วย (2) ปานกลาง (3) เห็นด้วย (4) และเห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) และมีเกณฑ์การแปลคะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.01 – 5.00 = เห็นด้วยระดับมากที่สุด

3.41 – 4.00 = เห็นด้วยระดับมาก

2.61 – 3.40 = เห็นด้วยระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 = เห็นด้วยระดับน้อย

1.00 – 1.80 = เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมข้อมูลมาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (The Statistical Package for Social Sciences) สำหรับการคำนวณค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย การแจกแจง

ความถี่ (Frequency) และการกระจายค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อตัวแปรอิสระในการศึกษาปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การกระจายค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และการหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อหาค่านัยสำคัญ 95 % โดยพิจารณาจากค่านัยสำคัญกล่าวคือ หากค่านัยสำคัญต่ำกว่าหรือเท่ากับ 0.05 แสดงว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และหากค่านัยสำคัญสูงกว่า 0.05 แสดงว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับคะแนนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเมื่อนักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันโดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ต้องการทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe)

## 8. สรุปผลการวิจัย

1. จากการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (52.75%) อายุระหว่าง 21-30 ปี (50.5%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (69%) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 116,885 เยน (36.5%)

2. จากการศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนวันหยุด (38%) จัดการรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง (56.5%) ชื่นชอบการไปท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ (35.5%) และมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 38,961 – 77,920 เยน (37.5%)

3. จากการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยดึงดูดทุกตัวแปรอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} =$

3.69, SD = 1.02) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นเป็นรายหัวข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.37 – 3.89 โดยพบ 5 ปัจจัยดึงดูด คือค่า

ครองชีพในประเทศไทย ( $\bar{X} = 3.89$ , SD = 1.05)

สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ ( $\bar{X} =$

3.82, SD = 0.99) ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ( $\bar{X} =$

3.77, SD = 1.07) ความหลากหลายของแหล่ง

ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.74$ , SD = 1.03) และความงดงาม

ของธรรมชาติ ( $\bar{X} = 3.65$ , SD = 0.94) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) กับพฤติกรรม การท่องเที่ยว (วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว รูปแบบ การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ชื่นชอบ และ ค่าใช้จ่าย สำหรับการท่องเที่ยว) ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้สถิติการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.1) เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกับวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ( $\chi^2 = 3.065$ , p = 0.547)

4.2) อายุของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับรูปแบบการท่องเที่ยว ( $\chi^2 = 20.437$ , p = 0.015\*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงผลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

รูปแบบการท่องเที่ยว	อายุ								รวม		Chi-Square Test	
	≤ 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		≥ 41 ปี					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	$\chi^2$	p
ซื้อตั๋วเครื่องบิน (การเดินทาง-ที่พัก)	13	15.48	41	48.81	14	16.67	16	19.05	84	100.00	20.437	0.015*
ท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์	18	28.13	25	39.06	13	20.31	8	12.50	64	100.00		
จัดการทุกอย่างด้วยตนเอง	37	16.37	130	57.52	32	14.16	27	11.95	226	100.00		
อื่นๆ	6	23.08	6	23.08	7	26.92	7	26.92	26	100.00		
รวม	74	18.50	202	50.50	66	16.50	58	14.50	400	100.00		

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3) ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมี 19.060, p = 0.015\*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความแตกต่างกับกิจกรรมที่ชื่นชอบ ( $\chi^2 = 0.05$  ดัง แสดงผลในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับกิจกรรมที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

กิจกรรมที่ชื่นชอบ	ระดับการศึกษา						รวม		Chi-Square Test	
	< ปริญญาตรี		ปริญญาตรี		> ปริญญาโท					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	$\chi^2$	p
ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	15	9.87	112	73.68	25	16.45	152	100.00	19.060	0.015*
เยือนแหล่งประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม	9	15.79	35	61.40	13	22.81	57	100.00		
ไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	7	10.94	47	73.44	10	15.63	64	100.00		
การช้อปปิ้ง	24	22.64	72	67.92	10	9.43	106	100.00		
ไปเยือนพื้นที่ท้องถิ่น	7	33.33	10	47.62	4	19.05	21	100.00		
รวม	62	15.50	276	69.00	62	15.50	400	100.00		

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมี ( $\chi^2 = 90.415$ , p = 0.000\*) อย่างมีนัยสำคัญทางความแตกต่างกับค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว สถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงผลในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน										รวม		Chi-Square Test	
	ไม่เกิน 116,885 เยน		116,886-194,800 เยน		194,801-272,730 เยน		272,731-350,655 เยน		350,656 เยนขึ้นไป					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	$\chi^2$	p
ไม่เกิน 38,960 เยน	32	64.00	8	16.00	5	10.00	3	6.00	2	4.00	50	100.00	90.415	0.000*
38,961-77,920 เยน	67	44.67	46	30.67	18	12.00	9	6.00	10	6.67	150	100.00		
77,921-115,845 เยน	24	26.97	24	26.97	16	17.98	11	12.36	14	15.73	89	100.00		
115,846-233,770 เยน	8	17.02	5	10.64	5	10.64	10	21.28	19	40.43	47	100.00		
233,771 เยนขึ้นไป	15	23.44	10	15.63	7	10.94	8	12.50	24	37.50	64	100.00		
รวม	146	36.50	93	23.25	51	12.75	41	10.25	69	17.25	400	100.00		

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์และตัวแปรด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการทดสอบค่าที่ (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

5.1) นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวเพศชายกับนักท่องเที่ยวหญิงมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $t = 0.172, p = 1.674$ ) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 1.674, p = 0.172$ ) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 0.335, p = 0.716$ ) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 1.078, p = 0.367$ )

5.2) นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ย

คะแนนความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 4.102, p = 0.003^*$ ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 0.636, p = 0.568$ ) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 0.806, p = 0.399$ ) และนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 0.173, p = 1.604$ ) ดังแสดงผลในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างตัวแปรด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	N	$\bar{X}$	SD	F	p
รูปแบบการท่องเที่ยว				0.636	0.568
ชื่อที่เก๋ไก๋ (การเดินทาง+ที่พัก)	84	3.612	0.655		
ท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์	64	3.643	0.680		
จัดการทุกอย่างด้วยตนเอง	226	3.728	0.818		
อื่นๆ	26	3.709	0.682		
รวม	400	3.689	0.756		
ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว				0.806	0.399
ไม่เกิน 38,960 เยน	50	3.749	0.760		
38,961-77,920 เยน	150	3.698	0.714		
77,921-155,845 เยน	89	3.709	0.786		
155,846-233,770 เยน	47	3.568	0.908		
233,771 เยนขึ้นไป	64	3.679	0.697		
รวม	400	3.689	0.756		
วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว				0.173	1.604
เพื่อพักผ่อนวันหยุด	142	3.760	0.748		
เพื่อใช้เวลาพักผ่อน/ครอบครัว	73	3.800	0.596		
เพื่อความบันเทิง	65	3.560	0.850		
เพื่อทำกิจกรรมกลางแจ้ง	38	3.654	0.548		
เพื่อศึกษารวัฒนธรรมที่แตกต่าง	82	3.584	0.879		
รวม	400	3.689	0.756		
กิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทย				4.102	0.003*
ท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่	152	3.652	0.796		
เยี่ยมชมประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม	57	3.687	0.746		
การช้อปปิ้ง	64	3.833	0.772		
ไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	106	3.768	0.642		
เยี่ยมชมวิถีชีวิตพื้นเมือง	21	3.116	0.743		
รวม	400	3.689	0.756		

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 9. การอภิปรายผลการวิจัย



จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นสามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1) การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ณ สภาวการณ์ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 116,885 เยน ซึ่งสอดคล้องกับมิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ (2553) และ วีรยุทธ์ เกื้อกิม (2548) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว

2) การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ณ สภาวการณ์ปัจจุบันมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนวันหยุด จัดการรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ชื่นชอบท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ และมีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว 38,961 – 77,920 เยน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของแสงเดือน รตินธร (2554) มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ(2553) วีรยุทธ์ เกื้อกิม (2548) และณัฐปัญญาพัฒน์ ปิ่นมยุรา (2548) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน

วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อเที่ยวพักผ่อนจัดเป็นแรงจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการทางกายภาพ ลำดับขั้นที่ 1 ตามทฤษฎีลำดับขั้นของมาสโลว์ นอกจากนี้ความต้องการพักผ่อนยังจัดเป็นสิ่งเร้า (Seeking) ตามทฤษฎี Optimal Arousal ของ Iso-Ahola อีกด้วย และหากพิจารณาในประเด็นของปัจจัยผลักดันจะพบว่าความต้องการพักผ่อนนั้นเป็นความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้

เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวตามทฤษฎีของ Dann (1977) และ Crompton (1979)

3) การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่าระดับค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวประเทศไทยทุกตัวแปรในระดับมาก ( $\bar{X}=3.69$ ,  $SD = 1.02$ ) โดยปัจจัยดึงดูดที่

มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ค่าครองชีพในประเทศไทย รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความงดงามของธรรมชาติ ตามลำดับ สอดคล้องกับทฤษฎีที่ Dann (1977) และ Crompton (1979) อธิบายว่าปัจจัยดึงดูดเป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา ซึ่งค่าครองชีพ สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และความงดงามของธรรมชาตินั้นเป็นคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมา

4) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นปัจจัยผลักดันในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยใช้สถิติการทดสอบไคส์แควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ( $\chi^2 = 3.065$ ,  $p = 0.547$ )

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 20.437, p = 0.015^*$ ) กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี เลือกการเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่สูงที่สุด กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี เลือกจัดการทุกอย่างด้วยตนเองในระดับที่สูงที่สุด ส่วนกลุ่มที่เหลือเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ โดยทั้งกลุ่มอายุระหว่าง 31 – 40 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 41 ขึ้นไปเลือกในระดับที่เท่ากัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับกิจกรรมที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 19.060, p = 0.015^*$ ) กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเลือกการไปเยือนพื้นที่ท่องเที่ยวในระดับที่สูงที่สุด กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเลือกการท่องเที่ยวในสถานที่แปลกใหม่ในระดับที่สูงที่สุด และกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเลือกการไปเยือนแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในระดับที่สูงที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกับค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 90.415, p = 0.000^*$ ) กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยไม่เกิน 116,885 เยน เลือกค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวไม่เกิน 38,960 เยนในระดับที่สูงที่สุด กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 116,886 – 194,800 เยน เลือกค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวระหว่าง 38,961 – 77,920 เยนในระดับที่สูงที่สุด และกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 194,801 – 272,730 เยนเลือกค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวระหว่าง 77,921 – 155,845 เยนในระดับที่สูงที่สุด ส่วนกลุ่มที่เหลือเลือกค่าใช้จ่าย

สำหรับการท่องเที่ยวระหว่าง 155,846 – 233,770 เยนในระดับที่สูงที่สุด โดยที่กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยเกินกว่า 350,656 เยน เลือกในระดับที่สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 272,731 – 350,655 เยน

5) และการวิจัยครั้งนี้ได้วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างตัวแปรประชากรศาสตร์และตัวแปรด้านพฤติกรรมการพบว่า

สมมติฐานข้อที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีลักษณะที่ประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศชายกับนักท่องเที่ยวหญิงมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $t = 0.172, p = 1.674$ ) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 1.674, p = 0.172$ ) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 0.335, p = 0.716$ ) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าคะแนนความคิดเห็น ( $F = 1.078, p = 0.367$ )

สมมติฐานข้อที่ 6 นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกันจะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 4.102, p = 0.003^*$ ) กล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบสถานที่แปลกใหม่ กลุ่มที่ชื่นชอบการช้อปปิ้ง และกลุ่มที่ชื่นชอบการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการไปเยี่ยมชมวิถีชีวิตพื้นเมืองอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนกลุ่มที่ชื่นชอบการไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์/วัฒนธรรมมีค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

## 10. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักคั้งในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

2) จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความนิยมในการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เปิดโอกาสและให้ความอิสระแก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมากขึ้นในการจัดโปรแกรมเองได้ผ่านบริษัทนำเที่ยว

3) จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับค่าครองชีพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวในอันดับต้นๆ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้ความสนใจในการพัฒนากลยุทธ์ที่เน้นความคุ้มค่าของราคาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

4) จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีกิจกรรมที่ชื่นชอบต่างกัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการ

ท่องเที่ยวควรพัฒนาแนวทางในการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา เช่น เน้นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และเน้นการไปเยือนแหล่งวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เป็นต้น

## 11. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบเห็นประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจและคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงผู้สนใจที่จะนำผลการศึกษานี้ไปขยายผลเพื่อการศึกษาในโอกาสอื่นๆ ต่อไปดังนี้

1) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาติอื่นๆ ด้วย อาทิเช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย และอเมริกา เป็นต้น เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมากของแต่ละภูมิภาคในโลกเพื่อนำไปสู่การปรับกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวในการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ต่อไป

2) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางออกนอกประเทศมีจำนวนมากขึ้นทุกปี และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง เพื่อนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การขยายฐานตลาดการท่องเที่ยวต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

[1] กรมการท่องเที่ยว, 2555. สถิตินักท่องเที่ยว สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2555 จาก <http://123.242.133.66/tourism/th/home/tourism.php?id=4>

[2] ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550. การวางแผนและพัฒนารการตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- [3] ฉัฐปัญญาพัฒน์ ปิ่นมยุรา, 2548. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- [4] ธนกฤต สังข์เฉย, 2554. ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. e-TAT Tourism Journal online. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2555 จาก <http://www.etatjournal.com>
- [6] มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, สุเมธ พงษ์ฤดี, จักริ เตชะวาริ, เกษรินทร์ พรหมเป็ง และอาภรณ์ สุนทรหม, 2553. รายงานการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติ: ตลาดตะวันออก (แผนงานวิจัยการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ปี 2551: ตลาดใหม่และความท้าทาย). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [7] วิรุทธิ์ เกื้อกิม, 2548. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- [8] สิรินาถ นุชชัยเหล็ก และ โศรยา หอมชื่น สรุปรายงานการเดินทางเข้าร่วมประชุมงาน JATA World Tourism Congress 2010 ณ ประเทศญี่ปุ่น. e-TAT Tourism Journal online. สืบค้นจาก <http://www.etatjournal.com>
- [9] แสงเดือน รตินธร, (2554). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น. BU Academic Review ฉบับครบรอบ 48 ปี หน้า 1-24.
- [10] Crompton L., 1979. Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research 6: 408-424.
- [11] Dann G., 1977. Anomie, ego-enhancement and tourism. Annals of Tourism Research 4: 184-194.
- [12] Klenosky D., 2002. The pull of tourism destinations: a means-end investigation. Journal of Travel Research, 40: 385-395.
- [13] Money, R.B. and Crofts, J.C., (2003). The effect to uncertainty avoidance on information search, planning and purchases of international travel vacation. Tourism Management, 24: 191-202.
- [14] Pizam A., Sussman S., 1995. Does nationality affect tourist behavior? Annals of Tourism Research, 22: 901-917.
- [15] Sangpikul A., 2008. Travel motivations of Japanese senior travellers to Thailand. International Journal of Tourism Research, 10: 81-94.
- [16] UNWTO, 2001. UNWTO Tourism Highlights 2011 Edition. Retrieved on 15 March 2012 from [http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr\\_3.php](http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr_3.php)

## การทำนายสภาพการสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ

## คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

## Evidence-based prediction of in-time and late graduation students: a study in the students of

## Information Technology, Faculty of Science and Technology, Bangkok University

ศิริรัตน์ วีรชาติยานุกูล

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, [sirirat.w@bu.ac.th](mailto:sirirat.w@bu.ac.th)

## บทคัดย่อ

การสำเร็จการศึกษาช้ากว่าที่กำหนดตามเกณฑ์ของหลักสูตรย่อมทำให้นักศึกษาเสียโอกาสในการสมัครงานและเสียค่าใช้จ่ายมากกว่านักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาก่อนหรือสำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์ อีกทั้งสูญเสียเวลามากกว่าเช่นกัน การวิจัยครั้งนี้จึงมีจุดประสงค์ในการทำนายกลุ่มนักศึกษาที่มีโอกาสสำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์และล่าช้ากว่าเกณฑ์ของหลักสูตร โดยนำเสนอสมการจำแนกกลุ่มของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเมื่อใช้เวลาศึกษาครบ 4 ปี โดยแบ่งประเภทตัวแปรเป็น 2 ชนิด คือ 1) ตัวแปรตามได้แก่ สภาพการสำเร็จการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มสำเร็จเกณฑ์ในระยะเวลา 4 ปี และกลุ่มสำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ และ 2) ตัวแปรอิสระมี 6 ตัว ได้แก่ เพศ ผลการเรียนและจำนวนหน่วยกิตสะสมในปีการศึกษาแรก ผลการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 วิชาภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 และวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 ได้เก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศปีการศึกษา 2549 และ 2550 จำนวน 148 คน จากการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มพบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญในการจำแนกกลุ่มมี 2 ตัวแปรได้แก่ ผลการเรียนในปีการศึกษาแรก และผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 นอกจากนี้ยังพบว่าสมการจำแนกกลุ่มที่ได้สามารถจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ได้ถูกต้องร้อยละ 85.2 จำแนกกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์ได้ถูกต้องร้อยละ 81.7 และจำแนกกลุ่มโดยรวมได้ถูกต้องร้อยละ 83.8 จากผลการวิจัยคาดว่าทางภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถใช้ผลที่ได้ในการพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการจบการศึกษาล่าช้าในการวางแผนแก้ไข ปัญหาต่อไปข้างหน้า และเฝ้าระวังปัญหาการสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์ได้ตั้งแต่ต้นักศึกษาเรียนในระดับปีที่ 1

**คำสำคัญ:** สมการจำแนกกลุ่ม สำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์ สำเร็จการศึกษาล่าช้า

## ABSTRACT

Late graduation of students leads to many undesirable consequences – opportunity to apply for a job, higher tuition cost, longer time spending. This study thus aimed at the evidence-based prediction on the chances of in-time and late graduations using a discrimination analysis to classify groups of the fourth-year Information Technology students. Two types of parameters used in this study included 1) dependent parameter which was students who graduate within a 4-year study period and 2) six independent variables including sex, the first-year GPA record, total accumulated credits in the first year, and the grade records in Calculus I, Fundamental English I and Computer Programming I. The data were sampled from the 4<sup>th</sup> year Technology and Information students Year 2006-2007 (n = 148). It was found that the 2 variables – the first-year GPA record and the grade record in Computer Programming I – were of significant variables among the 6 variables used for discriminating the groups. In addition, the formulated equation had a high prediction efficiency of 81.7% on the in-time graduation students, 85.2% on late graduation students, and 83.8% in total population. Based on this equation, a careful analysis on the first-year GPA record and the grade record in Computer Programming I as early as in the first year students by Department of Information Technology would help to set a warning sign for those students who are potentially categorized into the group of late graduation.

**KEYWORDS: Discriminant equation, Graduation , Late graduation**

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหาการศึกษาเล่าเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างๆ มีมากมาย หลากหลายปัญหาที่รบกวนใจ ไม่ว่าจะเป็นปัญหา ด้านการเรียนการสอน การฟื้นฟูสภาพของนักศึกษา การสำเร็จการศึกษาล่าช้า เป็นต้น การศึกษาระดับอุดมศึกษา นักศึกษาต้องเป็นผู้วางแผนการเรียนของตนเอง ในแต่ละปีจะมีนักศึกษาจำนวนไม่น้อยที่ประสบภาวะผลการเรียนไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ เนื่องจากนักศึกษา จะต้องปรับตัวให้เข้ากับ สภาพการเรียนที่ต้อง รับผิดชอบตนเอง การศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเอง ทำ กิจกรรมต่างๆ ตามเป้าหมายที่ทางมหาวิทยาลัยกำหนดไว้ และเมื่อเกิดปัญหาจากการเรียนต้องแก้ไขปัญหาการเรียนที่เกิดขึ้น ถ้าแก้ไขไม่ได้ ปัญหาต่างๆ ก็จะสะสม ต่อเนื่องและทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวนักศึกษาเอง ครอบครัว สถาบันการศึกษาเป็นลูกโซ่ไปจนถึงการพัฒนาประชากรของประเทศ การสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนดไว้นับเป็นปัญหาที่สำคัญไม่แพ้ปัญหาอื่นๆ เพราะปัญหาดังกล่าวจะทำให้เกิดผลเสียที่ต่อเนื่องกัน อาทิการสมัครงานต่างๆ เมื่อ

เปรียบเทียบกับนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์ที่กำหนดย่อมมีความเสียเปรียบอยู่ไม่น้อยทีเดียว นอกจากนี้ อาจจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษามากขึ้นกว่าที่วางแผนไว้ สร้างผลกระทบต่อรายจ่ายของครอบครัว อีกทั้งต้องอยู่ในระบบการศึกษาไม่สามารถออกไปทำงานได้ หรือทำงานได้ไม่เต็มที่เพราะยังต้องใช้เวลาในการเข้าเรียนในชั้นเรียน ดังนั้นการทำนายหรือพยากรณ์สภาพการสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่ากำหนด อาจเป็นวิธีทางหนึ่งที่จะช่วยเตือนนักศึกษาในเบื้องต้นต่อการเล่าเรียนให้สำเร็จการศึกษตามแผนการที่ทางมหาวิทยาลัยกำหนดให้ Golding [8] ได้ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆที่มีความสัมพันธ์และสามารถพยากรณ์ตัวแปรผลการเรียนโดยรวม (GPA) ของโปรแกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Information Technology) ซึ่งพบว่าผลการเรียนในปีแรกเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการพยากรณ์ผลการเรียนโดยรวมดังกล่าวมากกว่าตัวแปรอื่นๆ ส่วนผลการวิจัยของ Konvalina et al (อ้างถึงใน[8] ) บ่งชี้ว่าผลการเรียนคณิตศาสตร์เป็นตัวชี้วัดที่ดีต่อผลการเรียนทางด้านวิทยาการคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ Down [9] ได้ตรวจสอบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้ในการ

สำเร็จการศึกษาโปรแกรมการจัดการเทคโนโลยี (Technology Management) หลักสูตรปริญญาตรีแบบออนไลน์ พบว่าอายุและจำนวนเครดิตที่สามารถโอนได้จากสถาบันการศึกษาอื่นเมื่อแรกเข้ามีผลต่อการสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดไว้ 3 ปี สำหรับในประเทศไทยมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาของหลักสูตรดังนี้ บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร [3] ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรจำแนกกลุ่มมหำบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต โดยใช้เวลาศึกษาภายในสองปีการศึกษาและมากกว่าสองปีการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่สามารถจำแนกกลุ่มมหำบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตร พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิตโดยใช้เวลาศึกษาภายในสองปีการศึกษาได้แก่ คะแนนเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาโท และคะแนนสอบภาษาอังกฤษ (ตัวแปรอื่นๆ ได้แก่ การลาศึกษาเต็มเวลา ลักษณะนิสัยการทำวิทยานิพนธ์) ส่วนสุพัตรา วัชระลุน [6] พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ ของนักศึกษาโปรแกรมวิทยาการคอมพิวเตอร์ ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏอีสานใต้มี 5 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะพื้นฐานทางคอมพิวเตอร์ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความพร้อมของผู้เรียน การพัฒนาความรู้ และเครื่องมืออุปกรณ์ จากสถิติการจบการศึกษาของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีปีการศึกษา 2549 และ 2550 พบว่านักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาโดยใช้ระยะเวลาศึกษา 4 ปี มีเพียงร้อยละ 40.5 ของนักศึกษาทั้งหมดที่ใช้เวลาเรียนจนครบระยะเวลา 4 ปีเต็มตามที่หลักสูตรกำหนดไว้ นั่นหมายความว่ามึนักศึกษาสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนดเกินกึ่งหนึ่ง ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่สามารถจำแนกนักศึกษาที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์กำหนดของหลักสูตร รวมถึงทำนายสภาพการจบการศึกษาได้ ย่อมมี

ประโยชน์ต่อคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการแสวงหาหนทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และยอมเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาที่จำแนกอยู่ในกลุ่มที่มีโอกาสสำเร็จการศึกษาล่าช้าให้ตื่นตัวและรีบป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลทั้งต่อตนเอง ครอบครัว สถาบันการศึกษาและประเทศชาติดังกล่าวไว้ข้างต้น จึงจะเห็นได้ว่าการทำนายหรือจำแนกนักศึกษาที่มีโอกาสที่จะสำเร็จการศึกษาล่าช้าน่าจะเป็นประโยชน์ไม่น้อยทีเดียว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการทำนายหรือจำแนกนักศึกษาที่มีโอกาสที่จะสำเร็จการศึกษาล่าช้าของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยพิจารณาคัดเลือกตัวแปรจากงานวิจัยข้างต้นที่มีผลต่อการศึกษาลอดทั้งโปรแกรมการศึกษาได้แก่ จำนวนเครดิตสะสมและผลการเรียนในปีแรก คะแนนสอบคณิตศาสตร์ คะแนนสอบภาษาอังกฤษ ฯลฯ

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาตัวแปรที่สามารถจำแนกกลุ่มนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์และสำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ของหลักสูตร
2. เพื่อหาสมการจำแนกกลุ่มนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์และสำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ของหลักสูตร

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถใช้สมการทำนายกลุ่มนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีโอกาสอยู่ในกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนดไว้ เพื่อกระตุ้นเตือนนักศึกษาและเฝ้าระวังปัญหาการสำเร็จการศึกษาล่าช้าตั้งแต่ต้นการศึกษาเรียนในระดับปีการศึกษาที่ 1 นอกจากนี้ทางคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปหาแนวทางแก้ไขปัญหาการ

สำเร็จการศึกษาล่าช้าของนักศึกษา เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของการเรียนของนักศึกษาต่อไป

#### 4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กัลยา วานิชย์บัญชา [2] ได้กล่าวไว้ว่าการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม(Discriminant Analysis) มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาปัจจัยหรือสาเหตุที่ทำให้กลุ่มที่มีการจำแนกไว้แล้วมีความแตกต่างกัน และสร้างสมการจำแนกกลุ่มที่ดีที่สุดจากข้อมูลเพื่อใช้พยากรณ์หน่วยวิเคราะห์ใหม่ว่าสมควรจัดอยู่ในกลุ่มใดมากที่สุด ซึ่งการวิเคราะห์ประกอบด้วยตัวแปรตาม (Y) เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพหรือตัวแปรกลุ่ม และตัวแปรอิสระ (X) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ หรือถ้าเป็นตัวแปรกลุ่มจะต้องสร้างเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) เสียก่อน ในที่นี้ใช้เทคนิควิธีการจำแนกกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม โดย Y เป็นตัวแปรกลุ่มที่กำหนดค่า ดังนี้

$Y = 0$  ถ้าหน่วยนั้นถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มที่ 1

$Y = 1$  ถ้าหน่วยดังกล่าวถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มที่ 2

รูปแบบสมการจำแนกกลุ่มในรูปเชิงเส้น คือ

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_pX_p$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  คือ ค่าพยากรณ์ซึ่งใช้จำแนกกลุ่ม

$p$  คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เงื่อนไขการใช้การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม

1. ตัวแปรอิสระทั้ง  $p$  ตัวต้องมีการแจกแจงปกติแบบหลายตัวแปร (Multivariate Normal Distribution)
2. เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วม (Variance-Covariance Matrix) ของตัวแปรอิสระในแต่ละกลุ่มต้องเท่ากัน

#### 5. นิยามคำศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

2. การสำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์ หมายถึง นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้สถานะสำเร็จการศึกษาหลังจากศึกษาครบ 4 ปีการศึกษา

3. การสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์ หมายถึง นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ยังไม่ได้สถานะสำเร็จการศึกษาหลังจากศึกษาครบ 4 ปีการศึกษาและยังมีสถานภาพเป็นนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

#### 6. ขอบเขตของการวิจัย

เนื่องจากหลักสูตรการเรียนการสอนของสาขาวิชาต่างๆ มีความเฉพาะและแตกต่างกันไปตามสาขาวิชานั้นๆ ดังนั้นการใช้สมการจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์และสำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์จากผลการวิจัยจึงอาจใช้จำแนกกลุ่มได้เฉพาะนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศหรือสาขาที่มีหลักสูตรคล้ายคลึงกัน

#### 7. ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรศึกษา ในที่นี้ได้แก่นักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ปีการศึกษา 2542-2550 ที่ใช้ระยะเวลาเรียนในสาขานี้ 4 ปีหรือมากกว่า สุ่มตัวอย่างนักศึกษาในปีการศึกษา 2549 และ 2550 พบว่านักศึกษาที่เรียนครบระยะเวลา 4 ปีหรือมากกว่ามีจำนวน 148 คน ประกอบด้วยนักศึกษาที่ได้สถานะสำเร็จการศึกษาและนักศึกษาที่ยังมีสถานภาพเป็นนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ รวบรวมข้อมูล



จากข้อมูลที่บ้านทักไว้ในระดับียนนักศึกษา (Academic progress)

## 8. ตัวแปรศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- เพศ (Sex) กำหนดค่าเป็น 0 ถ้าเป็นนักศึกษาชาย และมีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นนักศึกษานหญิง
- ผลการเรียนของปีการศึกษาแรก ไม่รวมภาคฤดูร้อน (Gpa\_1) มีค่าเป็นคะแนนเฉลี่ยสะสมของภาคการเรียนที่ 1 และ 2 ของปีการศึกษาแรก
- จำนวนหน่วยกิตสะสมในปีการศึกษาแรก (Credit) มีค่าเป็นจำนวนหน่วยกิตสะสมของภาคการเรียนที่ 1 และ 2 ของปีการศึกษาแรก
- ผลการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 (MA111) กำหนดค่าเป็น 4 (เกรด A), 3.5 (เกรด B+), 3 (เกรด B), 2.5 (เกรด C+), 2 (เกรด C), 1.5 (เกรด D+), 1 (เกรด D) และ 0 (เกรด F)
- ผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐาน1(EN111) กำหนดค่าเช่นเดียวกับ ผลการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 (MA111)
- ผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 (IT310) กำหนดค่าเป็น 0 ถ้าเป็นนักศึกษาที่ผลการสอบต่ำกว่าระดับ 2 (เกรด C) และมีค่าเป็น 1 ถ้าเป็นนักศึกษาที่ผลการสอบตั้งแต่ระดับ 2 (เกรด C)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable: Y) ได้แก่ สภาพการสำเร็จการศึกษา ซึ่งจำแนกเป็น 2 กลุ่ม  
Y=0 กลุ่มยังไม่สำเร็จการศึกษาเมื่อใช้ระยะเวลาเรียน 4 ปีเต็ม

Y=1 กลุ่มที่สำเร็จการศึกษาเมื่อใช้ระยะเวลาเรียน 4 ปีเต็ม

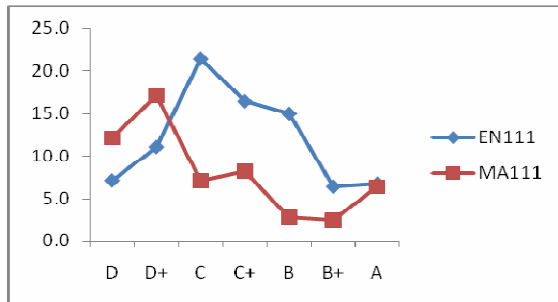
## 9. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและร้อยละของตัวแปร
2. ตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรอิสระ ด้วยวิธีของ Komogorov-Smirnov
3. ตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมของตัวแปรอิสระในแต่ละกลุ่มด้วยวิธี Box's M Test
4. ใช้การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discrimination Analysis) เพื่อหาสมการจำแนกกลุ่มนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำเร็จการศึกษาตามเกณฑ์และสำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ที่หลักสูตรกำหนด

## 10. ผลการวิจัย

จากตัวอย่างนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 148 คน ที่ใช้ระยะเวลาเรียนครบตามหลักสูตร 4 ปีการศึกษา ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชายร้อยละ 62.2 ผลการเรียนของปีการศึกษาแรก (ไม่รวมภาคฤดูร้อน) มีค่าเฉลี่ยที่ 2.37 จำนวนหน่วยกิตสะสมในปีการศึกษาแรกโดยเฉลี่ยเท่ากับ 30 หน่วยกิต สำหรับผลการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 (รูปที่ 1) พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 25 ได้เกรดระดับ 1.5 (D+) ส่วนวิชาภาษาอังกฤษพื้นฐาน 1 นักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 23.0 ได้เกรดระดับ 2.0 (C) นอกจากนี้ผลการสอบผ่านวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1

นั้นมีผู้สอบผ่าน (ได้ผลการเรียนระดับ C ขึ้นไป) ร้อยละ 41.9



รูปที่ 1 ร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามผลการเรียน

เมื่อใช้การวิเคราะห์จำแนกกลุ่มด้วยวิธี Stepwise ปรากฏว่ามีตัวแปรที่ถูกคัดเลือกให้อยู่ในสมการเพียง 2 ตัวแปรได้แก่ ผลการเรียนของปีการศึกษาแรก และผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระที่จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่สำเร็จตามเกณฑ์และกลุ่มที่สำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ จากตารางที่ 1 พบว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรทั้ง 2 ตัวแตกต่างกันในกลุ่มนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว น่าจะเป็นตัวแปรที่สามารถแบ่งกลุ่มได้ดี นอกจากนี้จากการตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรผลการเรียนของปีการศึกษาแรก ปรากฏว่ามีการแจกแจงแบบปกติ (Komorov-Smirnov Test:  $p = 0.207$ ) และจากการตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวนร่วมพบว่าความแปรปรวนร่วมนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน (Box's M test :  $p = 0.105$ )

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าพีของตัวแปรอิสระจำแนกตามการสำเร็จการศึกษา

กลุ่มสำเร็จการศึกษา	ผลการเรียน		
	GPA_1	IT310	P-value

ตามเกณฑ์	Mean	2.76	0.20	0.000
	SD	0.42	0.41	
ล่าช้ากว่าเกณฑ์	Mean	2.10	0.32	0.000
	SD	0.73	0.45	

ตารางที่ 2 แสดงค่าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสมการจำแนกกลุ่ม

Eigen Value	0.966
Canonical Correlation	0.701
Wilks' Lambda	0.509
Chi-Square	98.044
P-value	0.000

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าสหสัมพันธ์แคนนอนนิกัล (Canonoical Correlation) มีค่าเท่ากับ 0.701 เมื่อยกกำลังสอง จะได้เท่ากับ 0.491 แสดงว่าสมการจำแนกกลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม (กลุ่มนักศึกษา) ได้ร้อยละ 49.1 นอกจากนี้ยังพบว่าสมการมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) ดังนั้นสมการจึงมีคุณสมบัติที่จะใช้ในการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้สามารถสร้างสมการจำแนกกลุ่มได้ดังนี้

$$\hat{Y} = -5.660 + 2.217 \text{ Gpa}_1 + 0.976 \text{ IT310}$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  : ค่าการจำแนก

Gpa\_1 : ผลการเรียนของปีการศึกษาแรก

IT310 : ผลการเรียนวิชาหลักการเขียน

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1

ตารางที่ 3 แสดงผลการทำนายกลุ่มที่ได้จากสมการจำแนกกลุ่ม

กลุ่มจริง	กลุ่มที่ถูกทำนาย		
	ล่าช้า	ตามเกณฑ์	รวม
ล่าช้า	75 (85.2%)	11 (14.8%)	88
ตามเกณฑ์	11 (18.3%)	49 (81.7%)	60

\* การพยากรณ์ถูกต้องโดยรวมเท่ากับ 83.8%

ตารางที่ 3 แสดงถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกกลุ่ม โดยเปรียบเทียบจำนวนของนักศึกษาในกลุ่มจริงที่ถูกแบ่งไว้กับนักศึกษาในกลุ่มที่ทำนายถูกต้อง ดังเช่นในกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 88 คน สมการสามารถทำนายได้ถูกต้องจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 ส่วนในกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์ที่มีจำนวนทั้งหมด 60 คน สมการสามารถทำนายได้ถูกต้องจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 81.7 โดยรวมแล้วสมการจำแนกกลุ่มสามารถทำนายกลุ่มได้ถูกต้องร้อยละ 83.8 (ทำนายได้ถูกต้องรวม 124 ใน 148 คน) การใช้สมการจำแนกกลุ่มที่ได้ในการทำนายกลุ่ม จะใช้ค่ากึ่งกลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) มาพิจารณาประกอบกับค่าการจำแนกที่ได้จากสมการจำแนกกลุ่ม จากผลการวิเคราะห์ได้ปรากฏว่าค่ากึ่งกลางของกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาล่าช้ากว่าเกณฑ์เท่ากับ -0.806 ส่วนกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์เท่ากับ 1.182 ซึ่งเมื่อแทนค่าของตัวแปรอิสระของนักศึกษาที่ต้องการจำแนกกลุ่มลงในสมการแล้วได้ค่าการจำแนก ( $\hat{Y}$ ) มีค่าใกล้เคียงกึ่งกลางของกลุ่มใดก็จะจัดจำแนกนักศึกษาคงดังกล่าวไว้กลุ่มนั้น ๆ สมมตินักศึกษาศาขาทเทคโนโลยีสารสนเทศ มีผลการเรียนของปีการศึกษาแรกเท่ากับ 2.50 และผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 ได้ผลการเรียนระดับ 2.5 (C+) เมื่อแทนค่าลงสมการได้ค่าการจำแนก ( $\hat{Y}$ ) เท่ากับ 0.859 ใกล้กับจุดกึ่งกลางของกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์ (1.182) จึงจำแนกนักศึกษาข้างต้นให้อยู่ในกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์ เมื่อศึกษาครบระยะเวลา 4 ปี

เมื่อพิจารณาสมการมาตรฐานจำแนกกลุ่ม นักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์และนักศึกษาที่สำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์ซึ่งมีผลจากการวิเคราะห์ดังนี้

$$Z_Y = 0.807(Z_{Gpa_1}) + 0.412(Z_{IT310})$$

แสดงให้เห็นว่าตัวแปรผลการเรียนของปีการศึกษาแรกมีความสำคัญในการจำแนกกลุ่มของสมการจำแนกกลุ่มที่ได้ข้างต้นมากกว่าตัวแปรผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1

## 11. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอิสระที่มีความสำคัญต่อการจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่สำเร็จตามเกณฑ์และนักศึกษาที่สำเร็จล่าช้ากว่าเกณฑ์มากที่สุดได้แก่ตัวแปรผลการเรียนของปีการศึกษาแรกสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Golding [8] ซึ่งพบว่าผลการเรียนในปีแรกเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการพยากรณ์ผลการเรียนโดยรวมตลอดหลักสูตร โปรแกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากกว่าตัวแปรอื่นๆ และใกล้เคียงกับผลการวิจัยของบุญใจ ศรีสถิตยน์รากร [3] พบว่าตัวแปรที่สามารถจำแนกกลุ่มมหาบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิตโดยใช้เวลาศึกษาภายในสองปีการศึกษา ได้แก่ คะแนนเฉลี่ยสะสมระดับปริญญาโท ส่วนตัวแปรผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญรองลงมาที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษา อาจเนื่องมาจากการเรียนในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นนักศึกษาจะต้องสอบผ่านวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 ในระดับเกรด C เสียก่อน จึงจะสามารถลงทะเบียนเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 2 ได้ ซึ่งถ้านักศึกษาไม่สามารถสอบผ่านวิชานี้หรือสอบผ่านไม่ถึงระดับที่กำหนดไว้ย่อมจะทำให้การเรียนในสาขาวิชานี้ไม่เป็นที่ไปตามระยะเวลาที่วางไว้ตามหลักสูตร สาเหตุดังกล่าวทำให้ตัวแปรผลการเรียนวิชาหลักการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 เป็นอีกตัวแปรที่ส่งผลต่อระยะเวลาการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษา

## 12. ข้อเสนอแนะ

### สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ค้นหาตัวแปรอื่นๆ ที่มีผลต่อการสำเร็จ การศึกษาของนักเรียนนอกจากตัวแปรที่พบใน ผลการวิจัยซึ่งจะช่วยทำให้ผลการทำนายมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

### สำหรับผู้บริหารคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับผู้บริหารทางคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นำไปใช้วางแผนหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของ นักเรียนในการเรียนวิชาพื้นฐานต่าง ๆ ตามหลักสูตร การศึกษาชั้นปีที่ 1 เพื่อเพิ่มระดับผลการเรียนปี การศึกษาแรก

2. ในการเรียนการสอนวิชาหลักการเขียน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 อาจมีการวัดความรู้ก่อนการ เรียน เพื่อประเมินระดับความรู้เบื้องต้นของนักศึกษา และอาจนำข้อมูลที่ได้คัดแยกนักศึกษาที่มีความรู้ใน ด้านนี้ไม่เพียงพอต่อการศึกษาวิชาดังกล่าวมาปรับพื้น ฐานความรู้ด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น จัดกลุ่มคิ่ว หรือ อบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับหลักการเขียน โปรแกรมทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถจบการศึกษาตามระยะเวลาที่ วางแผนไว้

## 13. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดร. วุฒนิพนธ์ วราไกรสวัสดิ์ หัวหน้าภาควิชาวิทยาการ คอมพิวเตอร์ อ.ชลธร อริยปิณฑินท์ ที่ให้คำปรึกษา เกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูล และรศ.ดร. วัฒนา วีระชาติยา นุกูล ที่ให้คำปรึกษาในส่วนของการเขียนบทคัดย่อ

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544. การวิเคราะห์ ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows.

พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- [2] กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548. การวิเคราะห์ ข้อมูลหลายตัวแปร. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- [3] บุญใจ ศรีสถิตยน์ราษฎร์, 2548. การวิเคราะห์ ตัวแปรจำแนกกลุ่มมหบัณฑิต จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตร พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต โดยใช้เวลาศึกษา ภายในสองปีการศึกษาและมากกว่าสองปี การศึกษา. วารสารการศึกษาพยาบาล, ปี ที่ 16 ฉบับที่ 1. 71-78:
- [4] สมประสงค์ เสนารัตน์, 2533. การจำแนก กลุ่มด้วยเทคนิค Discriminant Analysis. <URL:http://learners.in.th/blog/ssenarat/363146>
- [5] สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540. เทคนิค การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัย ทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เฉียงเชียง.
- [6] สุพัตรา วยะละสุน, 2548. ปัจจัยที่มีผลต่อ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ ของ นักศึกษา โปรแกรม วิชา วิทยาการ คอมพิวเตอร์ กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ เขตอีสานใต้. วิทยานิพนธ์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีศึกษาศาสตร์.
- [7] ศิริชัย กาญจนวาสิ, 2550. การวิเคราะห์พหุ ระดับ. 2000 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [8] Golding, P. and Donaldson, O. Predicting Academic Performance. Proceedings of the 36th ASEE/IEEE Frontiers in Education Conference October 2006 Pages 21-26. <http://www.fie-conference.org/fie2006/>

- [9] Downs, G. What factors affect academic performance in an online Technology Management bachelors program?. Proceedings of the 11th Technology Management in the Energy Smart World, 2011.(Abstract).

<<http://www.picmet.org/new/conferences/2011>>

## การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์

A Study of community's potential for water tourism

a case study Khlong Prawet Buri Rom

ภณสิทธิ์ อ้นยะ

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,

E-mail: jabjune\_jabjune@hotmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศบุรีรมย์ และเขตลาดกระบังเพื่อประเมินศักยภาพ ในการพัฒนา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย สิ่งพิมพ์ วรรณกรรมท้องถิ่น และข้อมูล ของชุมชนที่ทำการศึกษา โดยข้อมูลที่ใช้มาจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ห้องสมุดวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และอินเทอร์เน็ต (Internet) โดยการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาศักยภาพของชุมชนริมคลองประเวศบุรีรมย์ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ โดยผู้ศึกษาได้ค้นคว้าแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อช่วยในการสร้างกรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา ได้แก่ สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของคลองประเวศบุรีรมย์ ความหมายและลักษณะของชุมชน การพัฒนาชุมชนนโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ศึกษา รูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยว แนวความคิดการท่องเที่ยวทางน้ำ แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลภาคสนาม การสนทนา การสำรวจด้านภูมิศาสตร์ มารวบรวมและแยกเป็นหมวดหมู่ แล้วนำมาวิเคราะห์ ร่วมกับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางน้ำ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตลอดจน บริบทของพื้นที่และนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน

**คำสำคัญ:** ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำ, การท่องเที่ยว, ศักยภาพการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวทางน้ำ

### ABSTRACT

This paper is purpose of research about A Study of community's potential for water tourism: a case study Khlong Prawet Buri Rom, in this time has the objective for study the development and tourism administration of waterside Khlong Prawet Buri Rom city amusing community, and Ladkrabang District. To assess the potential to develop into a major water attraction and a source of sustainable tourism.

Researchers study the data from research document, Bangkok Suvarnabhumi College library, The Tourism Authority of Thailand library and the Internet.

The conclusion Tourist suggestion mainstay community attractions s are supposed to idea side tourism education. For bring relay give a member in the community understands to arrive at the principle and the way manage tourism side that are correct , fix tourism activity of location waterside

Khlong Prawet Buri Rom, have activity arrangement travels to have the variety and the accordance with confiscate and the latency of the tourism of the community , and have format tourism integration has the variety more and more.

**KEYWORDS:** Potential for water tourism, Tourism, Potential for tourism, Water tourism

## 1. บทนำ

เขตลาดกระบังมีการเจริญเติบโตทั้งทางด้าน อสังหาริมทรัพย์ ด้านการขนส่ง การประกอบธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วอันสืบเนื่องมาจากการเปิดใช้ สนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้เกิดการขยายตัวด้านการลงทุนมากขึ้น มีการเพิ่มของแหล่งงานและประชากรอย่างรวดเร็ว จากพื้นที่การเกษตรกำลังจะเป็นพื้นที่ย่านธุรกิจใหม่ ผลจากการเติบโตนี้มีทั้งผลดีและผลเสียตามมา กล่าวคือ ผลดีที่จะเกิดขึ้น คือ ความเชื่อมโยงทางด้านการคมนาคม ทั้งน้ำเสี่ย ขยะมูลฝอยมลพิษจากควันและเสียง อันเป็นผลมาจากการเพิ่มของประชากรและการขยายตัวของเมือง

จากการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และการดำเนินกิจกรรมบริเวณชุมชนริมคลองประเวศบุรีรัมย์ พบว่า สภาพกายภาพของชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา เช่น ด้านสภาพแวดล้อมของชุมชน โดยเฉพาะอาคารร้านค้าตามริมคลอง ส่วนใหญ่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวัสดุอาคาร โดยไม่คงไว้เกี่ยวกับความงามด้านสถาปัตยกรรมแบบโบราณ ทำให้ความรู้สึกแบบไทย ๆ ในสมัยก่อนลดน้อยลงทางด้านชุมชนมีการขยายตัวทั้งที่อยู่อาศัยและประชากร ขาดการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและจัดระเบียบในด้านที่อยู่อาศัย อาจป้องกันและควบคุมการเกิดปัญหาอหิวาต์ได้ลำบาก ส่วนการดำเนินกิจกรรมในชุมชนริมคลองประเวศบุรีรัมย์พบว่า การเดินทางติดต่อและค้าขายโดยใช้เรือเป็นพาหนะในการเดินทางลดน้อยลง เนื่องจากย่านพื้นที่ศึกษาที่มีความเจริญในด้านระบบการคมนาคม มีการก่อสร้างถนนมากขึ้นทำ

ให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง จึงเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางโดยใช้รถยนต์แทนการเดินทางด้วยเรือ

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าหากมีการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ พร้อมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการส่งเสริมการอนุรักษ์ชุมชนในด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว จะทำให้ชุมชนริมคลองประเวศบุรีรัมย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญของคนไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายให้หน่วยงานภายใต้สังกัดที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการอนุรักษ์ฟื้นฟู รักษาสภาพแวดล้อมของชุมชน ศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ให้เกื้อหนุนคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน รักษาฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและโบราณ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำ การอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนตามแนวทางคลองประเวศบุรีรัมย์ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพัฒนาการและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศบุรีรัมย์ และเขตลาดกระบังเพื่อประเมินศักยภาพ ในการพัฒนา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่สำคัญและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

### 3. วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลอง ประเวศบุรีรัมย์

การศึกษาเพื่อให้ทราบถึงศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรัมย์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนริมคลองประเวศบุรีรัมย์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป ผู้วิจัยได้ใช้ประเด็นในการศึกษา คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพในตัวเองด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และสังคม ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของเขตลาดกระบัง ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวแก่ชุมชน ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยจะใช้การประเมินศักยภาพของชุมชน (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์) ด้วยวิธีการ SWOT Analysis (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป)) ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่ได้รับการนิยมนิยมและใช้กันแพร่หลาย มีกฎเกณฑ์การประเมินใน 5 ส่วน ตามวิธี Typology ของ Bailey และ Lazarsfeld (คณะวิจัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) ผลจากการวิเคราะห์ทั้งหมดนี้จะสามารถสะท้อนถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรัมย์ โดยมีผลการศึกษาดังนี้

### 3. ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศ บุรีรัมย์ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

คลองประเวศบุรีรัมย์ เป็นคลองสายหลักของเขตลาดกระบังตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คลองประเวศบุรีรัมย์นั้นเป็นคลองที่ถูกขุดขึ้นมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 เริ่มขุดตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2421 แล้วเสร็จในปี 2423 มีความยาวทั้งสิ้น 46 กม. ไหลผ่าน 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และฉะเชิงเทรา ด้วยเหตุนี้ จึงเป็น จุดแข็ง (Strengths) ที่สำคัญของการท่องเที่ยวทางน้ำ เนื่องจากเป็นคลองที่มีมาตั้งแต่อดีต จึงทำให้มีชุมชนเกิดขึ้นริมคลองประเวศบุรีรัมย์ ซึ่งก็

เป็นอีกจุดแข็งหนึ่ง เพราะกิจกรรมการนั่งเรือชมวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองนั้น ถ้าหากจะชมทัศนียภาพริมน้ำตามแม่น้ำลำคลองที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านก็ควรที่จะสามารถได้เห็นแสดงออกถึงการดำเนินชีวิต อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น การซักผ้าริมน้ำ การอาบน้ำและเล่นน้ำริมคลอง ซึ่งจากผลวิเคราะห์ พบว่ามีค่าออกซิเจนในน้ำ (BOD) ซึ่งเป็นค่าชี้วัดมลภาวะ มีค่าอยู่ระหว่าง 3.5 – 14 มก./ล. ที่จุดตรวจวัดบริเวณหน้าวัดลานบุญ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพน้ำในคลองที่บริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 20 - 30 มก./ล. ในปี พ.ศ. 2545 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพน้ำในคลองประเวศบุรีรัมย์มีคุณภาพน้ำที่ดีกว่า (สำนักงานเขตลาดกระบัง.2546) ก็นับได้ว่าคุณภาพน้ำของคลองประเวศบุรีรัมย์นั้นยังสามารถนำมาใช้อุปโภคได้ เพราะฉะนั้นจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์ที่จะล่องเรือชมวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง และต้องการถ่ายภาพเป็นที่ระลึก

### 4. ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศ บุรีรัมย์ด้านทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมากมายนับว่าเป็น จุดแข็ง (Strengths) ที่สำคัญนั้นผู้วิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1. สถานที่สำคัญทางศาสนา ประกอบไปด้วย วัด 14 วัด , มัสยิด 7 แห่ง , โบสถ์ 1 แห่ง , ศาลเจ้า 4 แห่ง 2. ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นประเพณีที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมายาวนานและกำลังจะสูญหายไปของเขตลาดกระบัง เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อยทางเรือ วัดสุทธาโภชน์ และชาวชุมชนเลียบคลอง และงานประเพณีสงกรานต์แห่งสี่งตะขาบของชาวรามัญชุมชนเลียบคลองมอญ ทั้งสองประเพณีล้วนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับชาวลาดกระบัง 3. แหล่งท่องเที่ยวทั่วไปของเขตลาดกระบัง เช่นสวนนกธรรมชาติแขวงลำปลาทิว , ชุมชนตลาดเก่าหัวตะเข้ , พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขต



ลาดกระบัง เป็นต้น จากข้อมูลในข้างต้นจะเห็นได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นจุดแข็งที่สุดของการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง โดยสถานที่ที่มีชื่อเสียงและอยู่ติดคลองประเวศบุรีรมย์ ได้แก่ วัดลานบุญ วัดสังฆราชา วัดลาดกระบัง วัดปลูกศรียา ตลาดเก่าริมน้ำหัวตะเข้ ศาลเจ้าองค์เซียน เป็นต้น

## 5. ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์ด้านความพร้อมด้านการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์ด้านความพร้อมด้านการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ร้านอาหาร ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว และร้านขายของที่ระลึก ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเห็นว่าความพร้อมด้านการท่องเที่ยวนับว่าเป็น จุดแข็ง (Strengths) อีกจุดหนึ่งที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวของเขตลาดกระบัง โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้อย่างสะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเอง หรือใช้บริการการขนส่งสาธารณะ ซึ่งการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นสามารถเดินทางได้ ดังนี้ ระบบขนส่งสาธารณะ รถประจำทางสายปอพ. 23 ปอ.517 ปอ.1013, สาย 1013, 517, 143, 151 และรถตู้สายต่างๆ นอกจากนี้ยังมีรถสองแถวสายต่างๆ ที่วิ่งให้บริการภายในเขตลาดกระบังอีกด้วย

## 6. ศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์ด้านความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์ด้านความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของ Bailey และ Lazarsfeld (คณะวิจัย

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) กำหนดไว้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวมากกว่า 8 กิจกรรมขึ้นไปจัดว่ามีกิจกรรมมาก หากมีน้อยกว่า 8 กิจกรรม ถือว่ามีกิจกรรมน้อย กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ การชมวิถีชีวิต การปิกนิก เล่นรอบกองไฟ ตกปลา พายเรือ อาบแดด ปีนเขา ดูสัตว์ไหว้พระ ทำบุญ ทำนายดวงชะตา ชมศิลปวัฒนธรรม ชื้อของที่ระลึก การชิมอาหาร และเครื่องดื่มประจำถิ่น เป็นต้น ซึ่งจากการวิเคราะห์โปรแกรมท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่า หากพิจารณาโดยรวมและนับจำนวนของกิจกรรมในโปรแกรมนำเที่ยว นั้นมีกิจกรรมมากกว่า 8 กิจกรรม แต่ถ้าหากพิจารณาลักษณะของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 2 โปรแกรมนั้น บางกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นมาเฉพาะเท่านั้น เช่น การแสดงลิเก ระเบียบ นันทนาการ โครงการฟื้นฟูเอกลักษณ์แห่งท้องถิ่น เขตประเวศ การล่องกระทง การประกวดหางเครื่อง ลูกทุ่งไทย หนูน้อยนพมาศ วาดภาพพระบายสี เป็นต้น เพราะฉะนั้น ความพร้อมด้านกิจกรรมจึงเป็นจุดอ่อน (Weaknesses) ของการท่องเที่ยวของเขตลาดกระบัง กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของโปรแกรมอื่นๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษานั้นจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน นั่นก็คือการนั่งชมวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง การชมความงดงามของสถาปัตยกรรมของสถานที่สำคัญทางศาสนา การสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเลือกซื้อของที่ตลาด ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้สามารถจัดขึ้นได้ตลอด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีน้อยมาก และเป็นกิจกรรมที่ไม่ค่อยแปลกใหม่ จึงทำให้ไม่เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป

## 7. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลสรุปของการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรมย์ ซึ่งผู้ศึกษาได้มุ่งประเด็นในการศึกษา คือ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวหรือศักยภาพ

ในตัวเองด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และสังคม ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของเขตลาดกระบัง ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวแก่ชุมชน ความหลากหลายของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีผลสรุปการศึกษาและข้อเสนอแนะดังนี้

### 7.1 จุดแข็ง (Strengths)

1. คลองประเวศบุรีรมย์ เป็นคลองสายหลักของเขตลาดกระบังตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คลองประเวศบุรีรมย์นั้นเป็นคลองที่ถูกขุดขึ้นมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 ไหลผ่าน 3 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และฉะเชิงเทรา ดังนั้นคลองประเวศจึงมีคุณค่าในตัวเองด้านการท่องเที่ยว

2. คุณภาพของน้ำอยู่ในระดับที่ดีซึ่งจากผลวิเคราะห์ พบว่ามีค่าออกซิเจนในน้ำ (BOD) ซึ่งเป็นค่าชี้วัดมลภาวะ มีค่าอยู่ระหว่าง 3.5-14 มก./ล. ที่จุดตรวจวัดบริเวณหน้าวัดลานบุญ ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบคุณภาพน้ำในคลองที่บริเวณศูนย์กลางกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 20-30 มก./ล. ในปี พ.ศ. 2545 แสดงให้เห็นว่า คุณภาพน้ำในคลองประเวศบุรีรมย์มีคุณภาพน้ำที่ดีกว่า ซึ่งเป็นคุณภาพที่สามารถนำมาอุปโภคได้ จึงทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ริมคลองประเวศบุรีรมย์สามารถดำเนินวิถีชีวิตได้อย่างใกล้ชิดกับคลอง เพราะฉะนั้นจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์ที่จะล่องเรือชมวิถีชีวิตของชุมชนริมคลอง และต้องการถ่ายภาพเป็นที่ระลึก

3. ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของเขตลาดกระบังที่มีความหลากหลาย ผู้วิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1. สถานที่สำคัญทางศาสนา ประกอบไปด้วย วัด 14 วัด , มัสยิด 7 แห่ง , โบสถ์ 1 แห่ง , ศาลเจ้า 4 แห่ง 2. ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นประเพณีที่ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมายาวนานและกำลังจะสูญหายไปของเขตลาดกระบัง เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อยทาง

เรือ วัดสุทธาโกชน และชาวชุมชนเลียบคลอง และงานประเพณีสงกรานต์แห่งสังฆตชะบาบของชาวรามัญ ชุมชนเลียบคลองมอญ ทั้งสองประเพณีล้วนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับชาวลาดกระบัง 3. แหล่งท่องเที่ยวทั่วไปของเขตลาดกระบัง เช่นสวนนกธรรมชาติแขวงลำปลาทิว , ชุมชนตลาดเก่าหัวตะเข้ , พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเขตลาดกระบัง เป็นต้น จากข้อมูลในข้างต้นจะเห็นได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นจุดแข็งที่สุดของการท่องเที่ยวเขตลาดกระบัง โดยสถานที่ที่มีชื่อเสียงและอยู่ติดคลองประเวศบุรีรมย์ ได้แก่ วัดลานบุญ วัดสังฆราชา วัดลาดกระบัง วัดปลูกศรัทธา ศาลเจ้าองค์เซียน เป็นต้น

4. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้อย่างสะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเอง หรือใช้บริการรถขนส่งสาธารณะ

5. การสร้างสนามบิณสูวรรณภูมิ ทำให้การเดินทางมาเขตลาดกระบังโดยการขนส่งสาธารณะสะดวกและหลากหลาย

6. ในเขตลาดกระบังมี คลองอยู่ทั้งหมดถึง 46 คลอง ด้วยกันจึงทำให้ง่ายต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำให้มากยิ่งขึ้น

7. สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานมีอย่างเพียงพอไว้สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสถานพยาบาล จำนวน 11 แห่ง สถานีตำรวจ จำนวน 4 แห่ง สถานีดับเพลิง จำนวน 1 แห่ง ธนาคาร จำนวน 33 แห่ง ร้านอาหาร เช่น คริวพานทอง , ร้านไก่อ่างโคราช สาขาสนามบิณสูวรรณภูมิ , ร้านไก่อ่างโคราช สาขาร่มเกล้า , ร้านพันธ์ , ข้าวคิมเฮง , คริวระเบียงน้ำ , สวนอาหาร สบาย สบาย ฯลฯ

8. มีหน่วยงานของรัฐที่มีส่วนร่วมในการพัฒนา คือ สำนักงานเขตลาดกระบัง ซึ่งจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรงคือ ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม

## 7.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1. การให้บริการการเดินทางทางน้ำ ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญที่สุด นั่นก็เพราะว่าการให้บริการการเดินทางทางน้ำเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวทางน้ำ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าสิ่งที่ประชาชนในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการเดินทางทางน้ำลดน้อยลง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า เป็นจุดอ่อนที่สำคัญมากเพราะการท่องเที่ยวทางน้ำจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากไม่มีการให้บริการการเดินทางทางน้ำ

2. รูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีน้อยและมีลักษณะที่คล้ายๆกัน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจลดลง

## 7.3 โอกาส (Opportunities)

1. เขตตลาดกระบี่จะมีแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่เกิดขึ้นมาอีก 1 แห่งนั่นก็คือ ตลาดน้ำมอญนคร สุวรรณภูมิ ซึ่งจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของคนกรุงเทพฯ ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเขตตลาดกระบี่ที่ดีในอนาคต

2. การเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว สามารถเดินทางมาได้หลายช่องทาง ทั้งนี้เกิดจากการสร้างสนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้ระบบขนส่งสาธารณะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ

## 7.4 อุปสรรค (Threats)

ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวทางน้ำของคลองประเวศบุรีรัมย์บรรลู่วัตถุประสงค์ คือ เนื่องมาจากมีการตั้งนิคมอุตสาหกรรมขึ้นในพื้นที่โดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยประกอบกับการเข้ามาลงทุนของภาคเอกชน มีการสร้างโรงงานอุตสาหกรรมหลายแห่งประชาชนส่วนใหญ่จึงหันมาประกอบอาชีพรับจ้าง

รองลงมาได้แก่อาชีพเกษตรกรรม ค่าขาย ธุรกิจส่วนตัว และอื่นๆ จึงทำให้คนในท้องถิ่นประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการท่องเที่ยวลดน้อยลง

## 8. ข้อเสนอแนะ

1. แคนนำชุมชนควรมีการศึกษาแนวคิดด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำมาถ่ายทอดให้สมาชิกในชุมชนเข้าใจถึงหลักการและวิธีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง รวมถึงศึกษากรณีแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่มีลักษณะใกล้เคียง โดยควรมีการศึกษาดูงานชุมชนที่ดำเนินการการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จ ยกตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น

2. กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่อยู่ริมคลองประเวศบุรีรัมย์ ให้มีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและความสอดคล้องกับบริบทและศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของชุมชน และมีการผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่เป็นประจำ ดังนั้น การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองประเวศบุรีรัมย์จึงควรอยู่บนพื้นฐานของลักษณะกิจกรรมที่เหมาะสม มีการกำหนดพื้นที่ และ การกำหนดสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่ต้องเตรียมไว้สำหรับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3. มีการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับชุมชน พงนา สวนศร (2546 :72) ได้กล่าวว่า หลักของการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย ให้นักท่องเที่ยวมีความสนุกสนาน สร้างความรู้ ความเข้าใจต่อตนเอง พื้นที่ คนท้องถิ่น และประวัติศาสตร์ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ มีการจัดการที่ดี ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นคง

ปลอดภัย และเกิดความเข้าใจในท้องถิ่น ธรรมชาติ และวัฒนธรรมในท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งนี้ โปรแกรมการท่องเที่ยว ต้องมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่ชุมชนต้องการให้มาเยือนชุมชนซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะ คือ ต้องการเรียนรู้ชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น โดยพยายามอย่างยิ่งที่สุดที่จะใช้ชีวิตอย่างที่คนในท้องถิ่นนั้นทำหรือเป็นอยู่ เช่น การกิน การพักบ้านชาวบ้าน ร่วมทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันของชาวบ้าน ซออบพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านสังคม การเมือง และการพัฒนาสังคม หรือมีความสนใจพิเศษด้านมนุษยวิทยาหรือด้านสิ่งแวดล้อม ต้องการ สนับสนุนการท่องเที่ยวที่คนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (พจนาน ศวนศรี, 2546 : 29)

### เอกสารอ้างอิง

- [1] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. วาระแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน [ระบบออนไลน์] <http://www.2tat.or.th/masterplan/draft1.html>.
- [2] กรุงเทพมหานคร. 2550. ข้อมูลพื้นฐานกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : กรุงเทพมหานคร
- [3] จิราพรธณ กาญจนจิตรา. 2520. การพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [4] บริษัททำอากาศยานไทย จำกัด มหาชน. 2549
- [5] บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [6] ประดิษฐ์ มัชฌิมา 2522. สังคมวิทยาชนบท. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- [7] พจนาน ศวนศรี. 2546. การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กองทุนแคนาดาประจำประเทศไทย.
- [8] ไพสิฐ พรหมรักษา. 2542 . การศึกษากับการพัฒนาชุมชน. อดุตรดิตถ์ : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏอุดรดิตถ์.
- [9] ละเอียด ศิลา น้อย. 2550. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th/e-journal/article-03.html>.

## การศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน

## โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน

Educational environment is conducive to student learning.

Private vocational schools.

ภูวนัย สุวรรณธารา<sup>1</sup> เสาวนีย์ เลวลัย<sup>2</sup>

สาขาบริหารการศึกษา คณะบัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ E-mail: phuwanais@hotmail.com

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การทำวิจัย เรื่องการศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนเพื่อศึกษารูปแบบการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงเรียนอาชีวศึกษาในอนาคต จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน ซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งเป็นครูโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แบบสอบถามทั้งหมด 375 คน อยู่ใน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ในด้านภาพรวมมีอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.74 ทั้ง 2 ด้าน คือ ด้าน 1. สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ 2. สภาพแวดล้อมด้านวิชาการ และหากเปรียบเทียบการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการสอนมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการพิจารณาถึงการศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียน เพื่อให้สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้, โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน

**ABSTRACT**

The purpose of research on the study of environmental management the benefits the learning of students in private vocational colleges is to study the style of environmental management that benefits the learning of students in private vocational colleges to be used as a guide line for development of vocational colleges in the future. Selected target group for this research are 375 teachers teaching Business Management subject in private vocational colleges in BKK. The result of this research from 375 questionnaires given to 375 teachers is found that most of them are female aged between 25-35 years old with bachelor degree and over 10 years of experience. The level of their opinion about the study of environmental management that benefits the learning of students in private vocational colleges is very high. The average is 3.74 in two terms : 1 term of physical environment and 2 term of academic environment. For comparison of environment management that benefits the learning of students in private vocational colleges of business management subject in BKK classified by sex , level of education and teaching experience , different opinions are found.

Therefore the management team should consider the study of environmental management that benefits the learning of students for the sustainable learning

**KEYWORDS:** Environment conducive to learning, Private vocational schools.

**1. บทนำ**

ปัจจุบันนี้ การศึกษาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในอันที่จะสร้างทรัพยากรมนุษย์ของชาติที่มีคุณภาพ และก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศว่า ดังนั้น การศึกษาจึงหมายถึง “กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของ บุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอด ความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างสรรค์ความรู้ขึ้นเกิดจากการจัด สภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้ อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต” (พระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ.2542 ) จากพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจึง

ส่งผลให้ กระทรวงศึกษาธิการ ได้กำหนดหลักการ จัด กระบวนการเรียนรู้ โดยให้สถานศึกษาและหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอน จัดการบรรยากาศสภาพแวดล้อม สื่อการเรียน ตลอดจนสื่ออำนวยความสะดวกเพื่อให้เอื้อต่อ การเรียนรู้ของผู้เรียน(กระทรวงศึกษาธิการ 2542:15-29) ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา แห่งชาติ ที่ได้ระบุสาระสำคัญของมาตรฐานการศึกษา เพื่อการประเมินคุณภาพภายนอกระดับการศึกษา ขั้น พื้นฐาน โดยเฉพาะมาตรฐานด้านกระบวนการ มาตรฐานที่ 15 ให้มีการจัดสภาพแวดล้อม ที่เอื้อต่อการ เรียนรู้ของผู้เรียน(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา

แห่งชาติ 2543: 24) จากการศึกษาข้อมูลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยเฉพาะด้านสภาพแวดล้อมด้านกายภาพ และสภาพแวดล้อมด้านวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารโรงเรียนได้ดำเนินการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียน การสอน ให้เกิดประสิทธิภาพ และนำไปใช้ในการพัฒนาโรงเรียน ตลอดจนเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารงานของโรงเรียน ซึ่งจะส่งผลต่อ การปรับตัว เพื่อความอยู่รอด และสามารถแข่งขันได้ในทุก ๆ สภาพการณ์ในยุคปัจจุบันต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร 2 ด้านคือ สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ และสภาพแวดล้อมด้านวิชาการ
2. เพื่อเปรียบเทียบการจัดการสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษา เอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการสอน
3. เพื่อรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้

## 3. สมมติฐานงานวิจัย

1. ครูที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้แตกต่างกัน
2. ครูที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้แตกต่างกัน

3. ครูที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้แตกต่างกัน

4. ครูที่มีประสบการณ์ในการสอนต่างกันมีความคิดเห็นในการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้แตกต่างกัน

## 4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษาและผู้เกี่ยวข้องของโรงเรียน อาชีวศึกษา เอกชนประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการดำเนินงานเพื่อ การพัฒนาการจัดสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมทางด้านวิชาการ ให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนต่อไป

## 5. แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา

5.1 ทฤษฎีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้  
กรมสามัญศึกษา มีนโยบายในการส่งเสริมการเรียนรู้ ในโรงเรียนโดยจัดการศึกษาบรรยากาศและสภาพแวดล้อมไว้ ประการ ดัง 4นี้

1. นักเรียนเป็นหัวใจของการจัดการศึกษา จัดการศึกษาต้องยึดนักเรียนเป็นตัวตั้ง มุ่งพัฒนาให้นักเรียนมีความรู้ความสามารถตามหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนและท้องถิ่นตามที่หลักสูตรเปิดโอกาสไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้

2. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมที่ดีของโรงเรียน จะมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความคิด จิตใจ และคุณธรรมต่าง ๆ อันพึงประสงค์ได้ บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของโรงเรียนถือว่าเป็นครูที่พูดไม่ได้ หากโรงเรียนสะอาด ร่มรื่น สดชื่น สงบ แจ่มใส มีชีวิตชีวา วัสดุ อาคารสถานที่ได้รับการดูแล มีความ

เป็นปัจจุบัน พร้อมทั้งจะให้ครูนักเรียนได้ใช้ตลอดเวลา ย่อมจะทำให้ครูและนักเรียนได้รับอิทธิพลทำให้เป็นคนละเอียดอ่อน จิตใจแจ่มใส รักสวยรักงาม รักความสะอาด รักความสงบ และรักความรุ่มรื่น ถือว่าคุณธรรมต่าง ๆ อันพึงประสงค์ตามหลักสูตรจะเกิดขึ้นในตัวนักเรียน โดยครูประเภทที่พูดไม่ได้นี้จำเป็นอย่างมาก จึงเป็นการสมควรที่โรงเรียนจะต้องพยายามจัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ในการที่นักเรียนจะได้พัฒนาให้เต็มความรู้ความสามารถ

3. โรงเรียนจะต้องไม่แยกจากชุมชนโรงเรียนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาร่วมคิดและหรือร่วมแก้ปัญหาของชุมชน และโรงเรียนควรใช้ทรัพยากรของชุมชนเพื่อการเรียนการสอนในหลายเรื่องควรใช้ชุมชนเป็นห้องเรียน และในหลายกรณีควรเชิญผู้รู้ในเรื่องต่าง ๆ ของชุมชนมาให้ความรู้แก่นักเรียนและร่วมในการพัฒนาการเรียนการสอนของโรงเรียนด้วย

4. การร่วมคิด ร่วมให้คำปรึกษาแนะนำ ยืนยันความถูกต้องและให้การสนับสนุนทั้งด้านความคิด ทรัพยากร ช่วยเผยแพร่ผลงาน ตลอดจนส่งเสริมให้มีสวัสดิการ จะทำให้ผู้บริหาร โรงเรียน ครู-อาจารย์และนักเรียนมีขวัญและกำลังใจ อันจะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูง (กรมสามัญศึกษา 2532:1-4)

สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สิ่งที่เรามองเห็นและจับต้องได้

2. สภาพแวดล้อมทางวิชาการ ได้แก่ สภาพการจัดการเรียนการสอน ตลอดจนกระบวนการและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้

3. สภาพแวดล้อมด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ กระบวนการดำเนินการต่างๆ ของโรงเรียนในอันจะผลักดันภารกิจให้บรรลุเป้าหมายของโรงเรียน

4. ( กรมสามัญศึกษา2532:12) สรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมในโรงเรียน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในบริเวณโรงเรียนที่มีอิทธิพลต่อการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคลากรในโรงเรียนทั้งปัจจัยที่เสริมสร้างหรือทำลาย ซึ่งได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สิ่งแวดล้อมทางวิชาการและสิ่งแวดล้อมทางการบริหาร

### 5.2 ทฤษฎีการเรียนรู้

การเรียนรู้ ตรงกับคำภาษาอังกฤษ “Learning” เป็นคำที่นักจิตวิทยาให้ความหมายไว้หลากหลาย บางท่านให้ความหมายที่เฉพาะเจาะจงและเป็นรูปธรรม แต่คำนิยามของการเรียนรู้ที่ดูจะเป็นที่ยอมรับกันมาก คือ หมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือศักยภาพของพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ (Baron, 1998:170)

จากความหมายของการเรียนรู้ข้างต้น สรุปลักษณะสำคัญของการเรียนรู้ได้ดังนี้

1. การเรียนรู้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยแบ่งได้ 3 ด้านดังนี้

1.1 การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้คิด (Cognitive Domain)

1.2 การเปลี่ยนแปลงด้านเจตคติ (Affective Domain)

1.3 การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ(Psychomotor Domain)

2. การเรียนรู้เป็นผลการฝึกหัดและประสบการณ์

3. การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร บลูม (Bloom,1982)

### 5.3 แนวคิดการจัดการศึกษาของ โรงเรียน อาชีวศึกษาเอกชน



การจัดการศึกษาอาชีวศึกษาในประเทศไทย มีหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าไปร่วมจัดการอาชีวศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะแตกต่างกันออกไป หน่วยงานหลักที่จัดการอาชีวศึกษาได้แก่ วิทยาลัยเทคนิค วิทยาลัยอาชีวศึกษา วิทยาลัยการอาชีพ วิทยาลัยสารพัดช่าง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา และโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน โดยสำนักบริหารงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเอกชน มีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในการควบคุมดูแลให้โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนอย่างมีคุณภาพ ตามกฎหมายระเบียบแบบแผนนโยบายของรัฐรวมทั้งส่งเสริมให้สามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพและเป็นธรรมต่อประชาชน ผลจากการที่รัฐเปิดโอกาสและสนับสนุนการจัดการอาชีวศึกษาเอกชนให้มีส่วนร่วมรับภาระในการจัดการอาชีวศึกษาของประเทศ เพื่อเป็นการสนองความต้องการของเยาวชนและการให้อิสระในการดำเนินกิจการของตนเองภายใต้กฎหมายระเบียบข้อบังคับที่กำหนด (พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน, 2525) จากทฤษฎี ดังกล่าวมาแล้วทั้งหมดทำให้ทราบว่า การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในปัจจุบันมีความสำคัญต่อการเรียนรู้เป็นอย่างมาก โรงเรียนต่าง ๆ ต้องมุ่งมั่นผลักดันให้มีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนในโรงเรียนอย่างมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ต่อผู้เรียนในอนาคตต่อไป

## 6. ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ การวิจัยเชิงปริมาณ(quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยศึกษาจาก

ประชากรซึ่งได้แก่ ครูโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2554 จำนวน 85 โรงเรียน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 6,067 คนและคำนวณหากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้แก่ ครูโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบ Stratified random sampling โดยมีวิธีดังนี้

- 1 ทำสลากเพื่อเลือกเขตพื้นที่การศึกษา
- 2 นำรายชื่อโรงเรียนในเขตพื้นที่ที่ได้รับเลือกมาทำสลากและสุ่มหยิบขึ้นมาโดยให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามความน่าจะเป็น(Probability Sampling)

ดังนั้นจึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยวิธียามานะ (Taro Yamane. 1970 : 580-587) ได้กลุ่มตัวอย่าง 375 รายซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มประชากรทั้งหมดและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ สถิติร้อยละ สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที่ T-Test การทดสอบค่าเอฟ F-Test (One-way Anova)

## 7. ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ด้านข้อมูลทั่วไป สรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 375 คน อยู่ใน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.0 มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี ร้อยละ 39.7 รองลงมาอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไปร้อยละ 28.8 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.6 รองลงมาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพครู ร้อยละ 17.9 มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 43.2 รองลงมามีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 32.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) เท่ากับ 3.74 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ด้าน คือ ด้าน

#### 1. สภาพแวดล้อมด้านกายภาพมาก

1.1 สภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนมาก

1.2 สภาพแวดล้อมภายนอกห้องเรียนมาก

#### 2. สภาพแวดล้อมด้านวิชาการ

2.1 บรรยากาศในชั้นเรียน 0.68 มาก

2.2 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) อยู่ระหว่าง 3.57 – 3.92

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการสอนสรุปได้ดังนี้

1. จำแนกเพศทั้งโดยรวมและรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ครูที่เป็นเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นมากกว่าครูที่เป็นเพศชาย

2. จำแนกตามอายุทั้งโดยรวมและรายด้านพบว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าในภาพรวมมีการปฏิบัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมด้านกายภาพ สภาพแวดล้อมในห้องเรียน และสภาพแวดล้อมภายนอกห้องเรียนมีการปฏิบัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สภาพแวดล้อมด้านวิชาการบรรยากาศในชั้นเรียน และ

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้พบว่ามีการปฏิบัติแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. จำแนกตามประสบการณ์การทำงานจำแนกประสบการณ์ในการสอน ในด้านสภาพแวดล้อมด้านวิชาการพบว่า มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .05 ทุกด้าน

## 8. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน สรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมมีผลต่อการการเรียนรู้ของนักเรียนโดยครูโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ประเภทบริหารธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในการจัดสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงาน เป็นเพราะว่ามีความคิดเห็นที่จะพัฒนาและสนับสนุนให้เกิดการปรับเปลี่ยน เพื่อประโยชน์ต่อผู้เรียนในอนาคตคล้ายๆกัน โดยเฉพาะการจัดการสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและ สภาพแวดล้อมทางวิชาการ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนในโรงเรียนอาชีวศึกษา

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.  
<http://www.dbd.go.th/mainsite/>, 2554
- [2] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
- [3] URL:<http://www.kasikomresearch.com>
- [4] ผู้จัดการ 360 [www.gotomanager.com](http://www.gotomanager.com)
- [5] Terence A.Shimp,2010.”Intergrated Marketing Communications in Advertising and Promotion” University of South Carolina.
- [6] ชีร์พันธ์ โล่ทองคำ, 2545, BrandAge: IMC IN ACTION. กรุงเทพฯ:

- [7] Don Schultz, Gayle Kerr, Charles Patti, and Ilchul Kim, 2008. "An inside-out approach to integrated marketing communication" *International Journal of Advertising*, 27, no 4, 511-54:
- [8] Don Schultz, Heidi Schultz, 2009. *IMC The Next Generation*. McGraw Hill.
- [9] Duncan, T.R. (2002). *IMC using advertising and promotion to build brands*. Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- [10] Alyssa S. Groom, 2008. "Integrated Marketing Communication Anticipating the Age of Engage" *Communication research Trends*. 27, no 4, 3019:
- [11] Chimhundu, Ranga, and Robert Hamlin, 2007. "Future of the brand management structure in FMCG." *Journal of Brand Management* 14, No.3 (February), 232-239:
- [12] Kotler, Philip and Gary, Armstrong, 2007. *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc.
- [13] Wallstrom, Asa, Karlsson, Ted, and Esmail Salehi-Sangari, 2008. "Building a corporate brand: The internal brand building process in Swedish service firms." *Journal of Brand Management* 16, no. 1/2 (August), 40-50:
- [14] Mike Reid, Sandra Luxton, and Felix Mavondo, 2009. "The Relationship Between Integrated Marketing Communication, Marketing Orientation, and Brand Orientation Ph.D., Marketing. Monash
- [15] David A. Aaker, 2007. *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons,
- [16] Sreedhar Madhavaram, Vishag Badrinarayanan, and Robert E. McDonald, 2007. "Integrated Marketing Communication (IMC) and Brand Identity as Critical Components of Brand Equity Strategy". Ph.D., Marketing. Texas Tech.

## การเปรียบเทียบระดับที่เป็นอยู่กับความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่ง หนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร

The comparison is based on the level of demand for the development of private  
school teachers in Bangkok.

ชนิตา เอี่ยมสอาด

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail: Cha.mutda11@windowslive.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการเปรียบเทียบระดับความเป็นอยู่กับความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือครูผู้สอน ปีการศึกษา 2554 จำนวน 203 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นแบ่งเป็น 2 ตอนคือ แบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงเพื่อวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของระดับความเป็นอยู่กับความต้องการในการพัฒนาการสอนมากที่สุดคือด้านการวัดและประเมินผล รองลงมาคือด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และด้านวัสดุประกอบหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอน ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความต้องการการพัฒนา

### ABSTRACT

The purpose of this research for comparison is based on the needs for development of private teaching in Bangkok. By the samples were teachers in 2554 academic year of 203 people. The Instruments used in this study is Questionnaire at author has created. The samples is subdivided 2 section is a check list and Rating Scale. After Lead data were analyzed find Percentage Average and Standard deviation.

The research results meet that the difference in the lives with Demand in Development of most teaching. Including Measurement and evaluation. Subordinate is activates teaching and learning and of course material and Instruction media respectively.

KEYWORDS : Needs for development

## 1. บทนำ

การศึกษาเป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของรัฐ ซึ่งรัฐจะจัดให้แก่พลเมืองทุกคน การศึกษาถือเป็นตัวเร่งที่สำคัญที่สุดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาการในสิ่งต่างๆ ของสังคมการพัฒนาที่เด่นที่สุดอันเป็นผลของการศึกษาในปัจจุบัน คือเศรษฐกิจและการเมือง จึงต้องให้ความสนใจและสนับสนุนในด้านการลงทุนเพื่อการศึกษาให้มากที่สุด (ภิญโญ, 2516 :1) การศึกษานอกจากจะเป็นวิถีทางและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนแล้ว การศึกษายังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยให้บุคคลแต่ละคนพัฒนาตนเองไม่ว่าในระดับไหนหรือทิศทางใดต้องอาศัยการศึกษาขั้นพื้นฐานในการพัฒนาต่อไป (ก่อ, 2525 : 7) การปรับปรุงคุณภาพการศึกษาในด้านการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวิชาการต่างๆ ที่กำลังพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไป หากบุคลากรไม่มีการปรับปรุงพัฒนา ก็จะเป็นคนล้าสมัยประสพการณ์ที่ถ่ายทอดมาตั้งแต่เดิมนั้นน่าจะจะไม่เหมาะสมกับสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อประสิทธิภาพในการให้การศึกษา ซึ่งจำเป็นจะต้องนำวิธีการใหม่ๆ มาใช้เพื่อแก้ปัญหาการพัฒนาคุณภาพการศึกษา (นพพงษ์, 2525 : 210)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงส่งผลต่อการบริหารงานต่างๆ ในสถานศึกษา อันได้แก่ งานวิชาการ งานกิจกรรมนักศึกษา งานบุคคล งานธุรการ การเงิน งานอาคารสถานที่ และงานความสัมพันธ์ระหว่างสถานศึกษากับชุมชน ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนาต่อการจัดการเรียนการสอนในด้านคุณภาพให้มีความก้าวหน้าโดยมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากร

## 2. ทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาบุคลากร คือกระบวนการซึ่งจะกำหนดขึ้นเป็นแผนงานหรือโครงการที่จะยกระดับความรู้ความสามารถของบุคคลในองค์การให้สามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและ

ครอบคลุมไปถึงกิจกรรมการเรียนรู้ ซึ่งเป็นแบบทางการและไม่ทางการ รวมทั้งงานที่อยู่ในปัจจุบันและอนาคต และใช้กับบุคลากรที่เป็นระดับปฏิบัติงานและผู้บริหาร จุดมุ่งหมายของการพัฒนาบุคลากรนั้น เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีความรู้ความสามารถ เจตคติที่ดีต่อวิชาชีพ และเป็นการส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์สิ่งแวดล้อมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ ส่วนด้านวิธีการพัฒนาบุคลากรที่จะได้ผลสมบูรณ์ได้ต่อเนื่องต้องเริ่มจากความต้องการของบุคลากรที่จะพัฒนาตนเองให้มีความรู้ที่ถูกต้อง ประกอบกับสถาบันองค์การได้จัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรแต่ละคน แนวทางการพัฒนา ได้แก่ การศึกษาต่อ การฝึกอบรม การสัมมนาทางวิชาการ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การสอนงาน การประเมินผลการพัฒนาบุคลากร (กิตติมา, 2531:19)

## 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับที่เป็นอยู่ในการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการกับระดับที่เป็นอยู่ในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 4. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยจะศึกษาในขอบเขตการบริหารงานด้านวิชาการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักสูตร และการใช้หลักสูตร ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านสนับสนุนการเรียนการสอน ด้านวัสดุประกอบหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอน ด้านการวัดและประเมินผล และด้านการนิเทศการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จะทำการศึกษาเฉพาะประชากรที่เป็นครูเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา โดยจะทำการศึกษาในช่วงวันที่ 1 ธันวาคม 2554 ถึง วันที่ 1 มีนาคม 2555 ในการกรอกแบบสอบถามและวิเคราะห์ผล

## 5. ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง จำนวน 203 คน ปีการศึกษา 2554

### 5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ คือ ความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูผู้สอน

ตัวแปรตาม คือ ระดับที่เป็นอยู่ของครูผู้สอนในลักษณะของงาน 6 ด้าน

### 5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) และแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าตามความต้องการในการพัฒนาการสอนกับระดับที่เป็นอยู่

2. แบบสอบถามได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์กำหนดไว้โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบ และแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความต้องการกับระดับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยครอบคลุมลักษณะงาน 6 ด้าน

3. แบบสอบถามระดับความเป็นอยู่และความต้องการในการพัฒนา มีข้อคำถามแบ่งรายด้าน 6 ด้านรวมจำนวน 50 ข้อ แต่ละข้อแบ่งระดับความเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และนำไปทดลองใช้ (Try Out) และหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค พบว่ามีความเชื่อมั่น 0.80

### 5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา บทความและสิ่งพิมพ์ต่างๆเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุม 6 ด้าน

2. กำหนดข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ตอน คือ ข้อมูลด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความต้องการกับระดับที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน โดยครอบคลุมลักษณะงาน 6 ด้าน จำนวน 50 ข้อ

3. นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจนสมบูรณ์ ไปเก็บจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 203 คน

### 5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้เก็บมาทำการแจกแจงหาความถี่และนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

## 6. ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบระดับที่เป็นอยู่กับระดับความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยเป็นดังต่อไปนี้

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่าระดับที่เป็นอยู่กับ

ตารางที่ 1 : ผลการวิเคราะห์ ด้านหลักสูตรและการใช้หลักสูตร (N = 203)

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
2.86	0.82	4.15	0.49	1.29

ระดับความต้องการมีความแตกต่างกันมากที่สุดในเรื่องการมีความรู้ในการจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการจัดหลักสูตร

ตารางที่ 2 : ผลการวิเคราะห์ ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน (N = 203)

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
2.81	0.9	4.56	0.6	1.75

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัย พบว่าระดับที่เป็นอยู่ กับระดับความต้องการมีความแตกต่างกันมากที่สุด เรื่องการมีความรู้ในการสอนให้นักเรียนปฏิบัติตนในการรักษาสุขภาพอนามัยของตนและครอบครัวได้

ตารางที่ 3 : ผลการวิเคราะห์ ด้านสนับสนุนการเรียนการสอน (N = 203)

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
2.18	0.77	4.82	0.38	2.64

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ระดับที่เป็นอยู่ กับระดับความต้องการมีความแตกต่างกันในเรื่องการมีส่วนร่วมในการวางแผนงานด้านการพัฒนาหลักสูตรโดยดำเนินการในรูปของคณะกรรมการ

ตารางที่ 4 : ผลการวิเคราะห์ ด้านวัสดุประกอบหลักสูตร และสื่อการเรียนการสอน

(N = 203)

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
2.13	0.78	4.12	0.1	1.99

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัย พบว่า ระดับที่เป็นอยู่ กับระดับความต้องการมีความแตกต่างกันในเรื่องการมีความรู้ในการจัดทำห้องศูนย์วิทยาการในระดับโรงเรียน เพื่อให้ครูรู้จักวิธีการใช้ให้เป็นประโยชน์กับนักเรียนและได้รับการบริการต่างๆอย่างทั่วถึง

ตารางที่ 5 : ผลการวิเคราะห์ ด้านการวัดผลและประเมินผล (N = 203)

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
3.51	0.80	4.89	0.30	1.38

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัย พบว่า ระดับที่เป็นอยู่ กับระดับความต้องการมีความแตกต่างกันมากที่สุดในเรื่องการมีความรู้และเทคนิคในการสร้างเครื่องมือวัดผลการเรียนรู้ตามจุดประสงค์การเรียนรู้

ตารางที่ 6 : ผลการวิเคราะห์ ด้านการนิเทศการศึกษา (N = 203)

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
1.91	0.81	4.43	0.52	2.43

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัย พบว่าระดับที่เป็นอยู่ กับระดับความต้องการมีความแตกต่างกันมากที่สุดในเรื่อง การเสนอข่าว ข้อมูลด้านการเรียนการสอน โดยจัดพิมพ์เป็นเอกสารเสนอครูผู้สอนอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 7 : การเปรียบเทียบรายด้านทั้ง 6 ด้าน

ระดับที่เป็นอยู่		ระดับความต้องการ		ความแตกต่าง
$\bar{X}_1$	S.D <sub>1</sub>	$\bar{X}_2$	S.D <sub>2</sub>	
2.22	0.85	4.45	0.50	2.23

จากตารางที่ 7 การเปรียบเทียบรายด้านทั้ง 6 ด้าน พบว่า ระดับที่เป็นอยู่ กับระดับความต้องการมีความแตกต่างกันมากที่สุดในเรื่องการวัดและประเมินผล

## 7. อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเปรียบเทียบระดับที่เป็นอยู่กับระดับความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการพัฒนาการสอน ด้านการวัดผลและประเมินผลมากที่สุดเนื่องจากเป็นสิ่งที่ต้องมีความแม่นยำและเที่ยงตรงเพื่อความยุติธรรมสำหรับนักเรียนและควรมีเกณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลและประเมินผลเพื่อให้เป็นแนวทางเดียวกันและยังสามารถตรวจสอบนักเรียนที่มีข้อบกพร่องตลอดจนสามารถหาแนวทางในการแก้ไขนักเรียนที่มีข้อบกพร่องหรือปัญหาในการเรียน(เสถียร,2535 : 44) ส่วนด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในที่ตรงตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ให้นักเรียนเกิดความรู้และทักษะมีการสร้างสื่อการเรียนการสอนที่เหมาะสมและการให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่ครูกับนักเรียนร่วมกันสร้างเพื่อต้องการให้นักเรียน ได้เกิดการเรียนรู้และได้ประสบการณ์(นราวัลย์, 2530 :36) และด้านวัสดุประกอบหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอนสำหรับด้านวัสดุที่ใช้ประกอบการเรียนและการใช้สื่อควรเป็นสิ่งที่หาได้ง่ายจากท้องถิ่นจะช่วยให้เกิดการประหยัด เพราะสื่อเป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักเรียนมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้นในการทำสื่อการเรียนอาจให้นักเรียนมีส่วนร่วมโดยหาวัสดุที่ใช้แล้วหรือวัสดุที่อยู่กับตัวของนักเรียนหรือในท้องถิ่นนั้นๆมาประยุกต์ใช้ (สุนันท์, 2526 :43)

## 8. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า

ความต้องการในการพัฒนาการสอนของครูทั้ง 6 ด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการการพัฒนาการสอนของครูด้านการวัดและประเมินผลมากที่สุด (ความแตกต่าง = 2.23) รองลงมาคือด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน (ความแตกต่าง = 1.83) และ

ด้านวัสดุประกอบหลักสูตรและสื่อการเรียนการสอน (ความแตกต่าง = 1.37) ตามลำดับ

## 9. ข้อเสนอแนะ

1. ควรส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาการเรียนการสอนทุกกลุ่มประสบการณ์ โดยวิธีจัดประชุมสัมมนา และฝึกอบรมทางวิชาการ ส่งไปศึกษาดูงานเพื่อนำความรู้มาถ่ายทอดประสบการณ์

2. ควรประสานงานหรือขอความร่วมมือกับหน่วยงานหรือสถาบันทางการศึกษาอื่นๆ เพื่อจัดฝึกอบรมให้ครูได้มีความรู้หลากหลาย

3. ด้านการนิเทศน์ควรเชิญศึกษานิเทศน์มาให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนวิธีการ

## 10. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่ได้สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้

## 11. เอกสารอ้างอิง

- [1] เชาว์เลิศ ขวัญเมือง, 2527. การปฏิบัติการความต้องการและปัญหาในการพัฒนาสมรรถภาพด้านของครูสังกัดสำนักงานการศึกษาจังหวัดสมุทรปราการ.
- [2] บุญโชติ จันทร์สุพัฒน์, 2527. ความต้องการในการพัฒนาบุคลากรครูประจำการของผู้บริหารการศึกษาและครูประจำการเขตการศึกษา 11
- [3] ชูชาติ ลิปิสุวรรณ์โชติ, 2532. สภาพและความต้องการเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนของมูลนิธิภราดา คณะเซนต์คาเบรียลแห่งประเทศไทย
- [4] สมกิต บุนทองนุ่น, 2533. การพัฒนาตนเองทางด้านวิชาการของครูผู้สอน สังกัด



สำนักงานการประถมศึกษา จังหวัด  
พิษณุโลก

- [5] ชัยศักดิ์ เกษมุล, 2534. ความต้องการในการ  
พัฒนาบุคลากรครูในโรงเรียนมัธยมศึกษา  
สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเพชรบูรณ์
- [6] สุชนิตย์ กิจกัญญาสนัน, 2542. ความต้องการ  
ในการพัฒนาการสอนของครู โรงเรียน  
สังกัดกรุงเทพมหานคร
- [7] Mary อังอิงในสุริยา, 2537. ความต้องการ  
ในการพัฒนาบุคลากรระหว่างบุคลากร  
ครูในการจัดการศึกษาเฉพาะอย่างและภาวะ  
ผู้นำของบุคลากรครูในมลรัฐยูทาห์ รัฐยูทาห์  
สหรัฐอเมริกา.

การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี  
วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

Comparison of learning achievement and attitude toward learning Accounting. Analysis of the transaction undergraduate course for 4 years and 2 years of Bangkok Suvarnabhumi College

ศศิณา สมเดช<sup>1</sup> พัทธ์ธีรา จิระอุดมสารโจน<sup>2</sup>

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail : noonbeeg12@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์การทำวิจัย เรื่องการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษา หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี ก่อนและหลังเรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี ที่เรียนโดยใช้วิธีการสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยากับการสอนตามปกติ 3) เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยากับการสอนตามปกติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 40 คน ได้จากการสุ่มอย่างง่าย กลุ่มทดลองจัดการเรียนการสอน โดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา กลุ่มควบคุมการจัดการเรียนการสอนตามปกติ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แผนการจัดการเรียนรู้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา แผนการจัดการเรียนรู้การสอนตามปกติ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบวัดเจตคติต่อการเรียน

**คำสำคัญ:** ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น, เจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น, นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปีและหลักสูตร 2 ปี

## ABSTRACT

The purpose of the research. The comparison of academic achievement. And attitude toward learning Accounting. The analysis of transactions of four students and two year college course in Bangkok Suvarnabhumi to: 1) to compare the academic achievement of Accounting. Study on analysis of transactions in an undergraduate course for 4 years before and after the solution step by step approach to solving the problem of drug user, 2) to compare the academic achievement of Accounting. The analysis of transactions of undergraduate courses, four years of study, by means of teaching problem solving steps to solve the problem of the user of the teaching method 3) to compare Jake attitudes towards learning. Accounting. Experimental approach to problem solving steps to solve the problem of teaching the usual drug user. The sample used in this study were four-year undergraduate college courses Bangkok Suvarnabhumi with 2 groups of 40 people from a simple random sampling. The experimental group students. Approach to problem solving steps to solve the problem of drug user. Control group of normal students. Tools used in this study. Including lesson plans for solving problems step by step approach to solving the problem of drug user. Lesson plans for teaching normal. Achievement tests. And attitude towards learning.

**KEYWORDS:** Academic achievement of Accounting , Attitude toward learning Accounting, An undergraduate course

### 1. บทนำ

โลกของธุรกิจในปัจจุบัน มีความเจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านการเงิน การธนาคาร ด้านการซื้อขายใช้จ่ายเงินและเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งความเจริญก้าวหน้าเหล่านี้ล้วนต้องอาศัยความรู้ทางด้านบัญชีโดยมีรากฐานมาจากวิชาคณิตศาสตร์ โดยเป็นที่ยอมรับกันในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการดำเนินธุรกิจจะมีรายการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย และรายการที่นักบัญชีจดบันทึกไว้นั้น เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการเงิน สิ่งที่มีค่า และหลักฐานที่เชื่อถือได้ การบันทึกรายการบัญชีนั้นจะจัดเป็นหมวดหมู่ และตามลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การบัญชีเป็นภาษาที่ใช้สื่อข่าวสารทางการเงิน โดยมีความสำคัญและเป็นส่วนงานที่สนับสนุนการก้าวไปข้างหน้าของธุรกิจ และใช้เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารที่จะนำมาใช้ประกอบการวางแผนธุรกิจ และควบคุมการดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

จากความสำคัญของการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิได้เปิดสอนหลักสูตรบัญชีบัณฑิต รับสมัครนักศึกษาภาคปกติเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี เป็นจำนวนมาก การที่นักศึกษาเลือกเรียนหลักสูตรบัญชีบัณฑิตเป็นเพราะนักศึกษาเห็นว่าเมื่อจบออกไปแล้วสามารถหางานทำได้ง่ายเนื่องจากสถานประกอบการและหน่วยงานภาครัฐมีความจำเป็นต้องจัดทำบัญชีเพื่อรวบรวมผลการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้นในองค์กรซึ่งจะนำเสนอในรูปแบบงบการเงิน ดังนั้นกระบวนการแก้ปัญหา (problem solving) เป็นทักษะพื้นฐานที่สำคัญในการฝึก โดยการสอดแทรกกระบวนการเข้าไปในเนื้อหา รูปแบบของกระบวนการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนมากขึ้นซึ่งแตกต่างจากยุคก่อนๆ อย่างมาก เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้สอนจะต้องมีการศึกษาและพัฒนา รูปแบบการสอนที่มุ่งเน้นการคิดแก้ปัญหา สำหรับในวิชาบัญชีขั้นต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าถ้านำขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาวิเคราะห์รายการค่าน่าจะเกิดผลดีเช่นกันทั้งนี้เพราะโพลยาได้จัดขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาไว้ว่าเป็นระบบโดยมีการแบ่งขั้นตอน

ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (ศิริกาญจน์ โกสุมภ์และ  
ดารณี คำวังนัง, 2546, หน้า 68-69) คือ

ขั้นที่ 1 การทำความเข้าใจปัญหา

ขั้นที่ 2 การวางแผนการแก้ปัญหา

ขั้นที่ 3 การดำเนินการตามแผน

ขั้นที่ 4 การตรวจคำตอบหรือการมองย้อนกลับ

จากขั้นตอนดังกล่าว แต่ละขั้นตอนมีการส่งเสริมให้  
นักศึกษาได้คิดวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินการ  
ทำงานรวมทั้งตรวจสอบผลที่ได้ซึ่งน่าจะช่วยให้  
นักศึกษามีความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาดีขึ้น  
รวมทั้งเป็นผลดีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอีกด้วย  
ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำวิธีการสอนแบบแก้ปัญหามาใช้พัฒนาการ  
จัดการเรียนการสอนในวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการ  
วิเคราะห์รายการค้าเพราะคิดว่าจะส่งผลให้นักศึกษามี  
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและเจตคติที่ดีต่อการเรียนวิชา  
บัญชีขั้นต้น สูงขึ้น

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา  
บัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปีและหลักสูตร 2 ปี  
ก่อน และหลังเรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหามา  
ขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา  
บัญชีขั้นต้นเรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปีและหลักสูตร 2 ปี ที่  
เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหามาขั้นตอนการแก้  
โจทย์ปัญหาของโพลยากับการสอนแบบปกติ

3. เพื่อเปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชี  
ขั้นต้น ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี

และหลักสูตร 2 ปี ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบ  
แก้ปัญหามาขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา  
กับการสอนแบบปกติ

### สมมติฐานงานวิจัย

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการ  
วิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี ที่เรียนโดยใช้  
วิธีการสอนแบบแก้ปัญหามาขั้นตอนการแก้โจทย์  
ปัญหาของโพลยาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการ  
วิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี ที่เรียนโดยใช้  
วิธีการสอนแบบแก้ปัญหามาขั้นตอนการแก้โจทย์  
ปัญหาของโพลยาสูงกว่าการสอนตามปกติ

3. เจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น ของนักศึกษา  
ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 2 ปี และหลักสูตร 4 ปี  
ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหามาขั้นตอนการแก้  
โจทย์ปัญหาของโพลยาสูงกว่าการสอนตามปกติ

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และ  
หลักสูตร 2 ปี มีผลสัมฤทธิ์และเจตคติต่อการเรียน  
วิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าสูงขึ้น

2. เป็นแนวทางสำหรับครูผู้สอนสาขาบัญชีและสาขาอื่น  
ๆ นำวิธีการสอนแบบแก้ปัญหามาขั้นตอนการแก้  
โจทย์ปัญหาของโพลยาไปใช้ในการจัดกิจกรรมการ  
เรียนการสอนต่อไป

### 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. หลักสูตรบัญชีบัณฑิต

1. ปรัชญา

“ผู้นำความรู้ควบคู่การใช้เทคโนโลยีมีทัศนคติที่ดี” เพื่อนำไปพัฒนางานธุรกิจ ให้เกิดความสำเร็จ และสามารถหาความรู้ได้ด้วยตนเองตลอดชีวิต

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรมในการดำรงชีวิต และมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารธุรกิจ โดยเน้นทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติอันจะเป็นความรู้พื้นฐานในการประกอบอาชีพในอนาคต

2.2 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการบริหารธุรกิจ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงด้านธุรกิจและเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีคุณธรรม และมีวิสัยทัศน์กว้างไกล สามารถนำความรู้ไปพัฒนาวิชาชีพ สังคมและประเทศชาติตามศักยภาพสูงสุด

2.4 ส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนา ด้านการศึกษา ด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม โดยการผลิตกำลังคนด้านบริหารธุรกิจ

## 3. เหตุผลในการขอเปิดหลักสูตร

มุ่งเน้นให้ผู้เรียนความรู้ความสามารถเป็นนักศึกษาที่มีแนวคิดเน้นเทคนิคการปฏิบัติงานจริง สามารถนำไปใช้ได้จริงในโลกของธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันนี้เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ นักศึกษายังสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ไปประยุกต์เพื่อสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีธุรกิจเป็นของตนเอง

วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ จึงเห็นความสำคัญที่จะพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในด้านการบริหาร เป็นนักวิเคราะห์สภาพภาวะทางเศรษฐกิจ พร้อมที่จะเป็นนักบริหารมืออาชีพในภาคธุรกิจเพื่อให้นักศึกษาสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

## 2. วิธีการสอน

### 2.1 ความหมายของวิธีสอน

วิธีสอน คือ ขั้นตอนที่ผู้สอนดำเนินการให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ด้วย วิธีการต่างๆ ที่แตกต่างกันไปตามองค์ประกอบและขั้นตอนสำคัญอันเป็นลักษณะเด่นหรือลักษณะเฉพาะที่ขาดไม่ได้ของวิธีนั้น ๆ เช่น วิธีสอนโดยใช้การบรรยาย องค์ประกอบสำคัญของการบรรยาย คือ เนื้อหาสาระที่จะบรรยาย และการบรรยาย และขั้นตอนสำคัญคือการเตรียมเนื้อหาสาระ การบรรยาย (พูด บอก เล่า อธิบาย) และการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนที่เกิดจากการบรรยาย ดังนั้นวิธีสอนโดยใช้การบรรยาย ก็คือกระบวนการหรือขั้นตอนที่ผู้สอนใช้ในการช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด โดยการเตรียมเนื้อหาสาระที่จะบรรยาย แล้วบรรยาย คือ พูด บอก เล่า อธิบาย เนื้อหาสาระหรือสิ่งที่ต้องการสอนแก่ผู้เรียนและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง (นักศึกษานิพนธ์ปริญญาโทสาขาหลักสูตรและการสอนรุ่น 2,2550)

### 2.2 ลักษณะการสอนที่ดี

1. มีการส่งเสริมนักเรียนให้เรียนด้วยการกระทำลงมือทำจริงให้ประสบการณ์ที่มีความหมาย
2. มีการส่งเสริมนักเรียนให้เรียนด้วยการทำงานเป็นกลุ่มนักเรียนได้แสดงความคิดเห็นยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การทำงานร่วมกับผู้อื่น
3. มีการส่งเสริมนักเรียนให้เรียนด้วยการทำงานเป็นกลุ่มนักเรียนได้แสดงความคิดเห็นยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การทำงานร่วมกับผู้อื่น
4. มีการตอบสนองความต้องการของนักเรียนเรียนด้วยความสุดความสนในกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมต่าง ๆ

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีสอน

การเรียนการสอนเพื่อให้บรรลุผลการเรียนอย่างมีประสิทธิภาพนั้น มีวิธีการเรียนการสอน

มากมาย สื่อที่ใช้หลากหลาย แต่ไม่มีวิธีสอนใดที่ระบุได้ว่าดีที่สุด เพราะแต่ละวิธีก็เหมาะสมกับเนื้อหาวิชา และสภาพการณ์ไม่เหมือนกัน ผู้สอนจึงเป็นผู้ทำหน้าที่สำคัญในการศึกษาวิธีการสอนแบบต่าง ๆ เลือกใช้เทคนิควิธีการสอน สื่อการสอนให้เหมาะสม

#### 2.4 วิธีสอนแบบต่าง ๆ

วิธีการสอนแบบต่าง ๆ ไม่สามารถกล่าวได้ว่า วิธีใดเป็นวิธีสอนที่ดีที่สุด เพราะการเรียนการสอนต้องขึ้นกับองค์ประกอบหลายประการ ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของครูที่จะต้องตัดสินใจเลือกวิธีสอนตามความเหมาะสมของสภาพที่เป็นอยู่ ควรนำเทคนิคต่าง ๆ มากระตุ้นและเร้าความสนใจของผู้เรียน โดยพิจารณาให้เหมาะสมกับเนื้อหาและเวลาที่กำหนดให้โดยมีแนวทางในการเลือกวิธีสอน ดังนี้

1. สอดคล้องกับจุดประสงค์ของบทเรียน เป็นวิธีที่มั่นใจว่าจะสามารถช่วยให้ผู้เรียนบรรลุจุดประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด
2. สอดคล้องกับเนื้อหาสาระที่จะสอนนั้น
3. เหมาะสมกับเวลา สถานที่ และจำนวนผู้เรียน

#### 3. วิธีสอนแบบแก้ปัญหา

##### 3.1 ความหมายของปัญหา

เมย์ (May, 1970, p. 266) กล่าวว่า การแก้ปัญหาเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนทางสมองซึ่งเกี่ยวข้องกับ การหยั่งเห็น การจินตนาการ การจัดกระทำ และการรวบรวมความคิด

ชุมพล พัฒนสุวรรณ (2531, หน้า 17) กล่าวว่า การแก้ปัญหาได้เป็นความสามารถเดี่ยวๆ แต่จะประกอบด้วย กลุ่มของความสามารถหลาย ๆ ด้านประกอบกัน เช่น ความนึกคิดที่รวดเร็วเกี่ยวกับลักษณะของวัตถุ หรือสถานการณ์ที่กำหนดให้ การจำแนกประเภทของวัตถุ การรับรู้ ความสัมพันธ์

##### 3.2 ความหมายของการแก้ปัญหา

แท่งทิพย์ วันเจริญพันธ์ (2536, หน้า 12) ได้กล่าวถึงวิธีสอนแบบแก้ปัญหา (problem solving) ตาม

แนวคิดของดิวอี้ ดังนี้ วิธีการสอนแบบแก้ปัญหาเป็นการสอนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนค้นคว้าด้วยตนเอง รู้จักสาเหตุของปัญหาและวินิจฉัยปัญหา โดยมีครูสอนแนะนำ หรือวางแผน งานค้นคว้าร่วมกับนักเรียนโดยพิจารณาหาความสัมพันธ์จากข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับปัญหาโดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นเตรียมการ เป็นการตั้งปัญหาว่า ปัญหาที่แท้จริงของเหตุการณ์นั้น ๆ คืออะไร
2. ขั้นในการวิเคราะห์ปัญหา เป็นการพิจารณาดูว่า สิ่งใดบ้างที่เป็นสาเหตุที่สำคัญของปัญหาหรือสิ่งใดที่ไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญของปัญหา
3. ขั้นในการเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา เป็นการหาวิธีการแก้ปัญหาให้ตรงสาเหตุของปัญหา แล้วออกมาในรูปของวิธีการสุดท้ายจะได้ผลลัพธ์ออกมา
4. ขั้นตรวจสอบ เป็นการเสนอเกณฑ์เพื่อการตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้จากการเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาถ้าพบว่าผลลัพธ์นั้นยังไม่ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการก็ต้องมีการเสนอแนวทางในการแก้ปัญหานี้ใหม่จนกว่าจะได้แนวทางที่ดีที่สุด หรือถูกต้องที่สุด
5. ขั้นในการนำไปประยุกต์ เป็นการนำวิธีการแก้ปัญหาที่ถูกต้องไปใช้ในโอกาสข้างหน้า เมื่อพบกับเหตุการณ์คล้ายคลึงกับปัญหาที่เคยพบเห็นมาแล้ว

##### 3.3 ความหมายของวิธีสอนแบบแก้ปัญหา

##### 3.4 ความสำคัญของวิธีสอนแบบแก้ปัญหา

การสอนแบบแก้ปัญหา มุ่งการคิดพิจารณาโดยตรงอย่างพินิจพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นปมประเด็นสำคัญของเรื่องราวสิ่งต่าง ๆ โดยพยายามหาทางคลี่คลายสิ่งเหล่านั้นให้ปรากฏ และหาหนทางขจัดปัดเป่าสิ่งที่เป็นปัญหาที่ก่อความรำคาญ ความยุ่งยาก สับสนให้หมดไปอย่างมีขั้นตอน การสอนแบบแก้ปัญหาจึงเป็นทักษะสำคัญและจำเป็นในภาวะสังคมปัจจุบันซึ่งในระบบการศึกษาจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการพัฒนา ฝึกฝนเยาวชน ทั้งในห้องเรียนและนอก

ห้องเรียน ให้มีโอกาสฝึกทักษะการคิดแก้ปัญหาให้มากขึ้น (ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ, 2543, หน้า 103)

### 3.5 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีสอนแบบแก้ปัญหา

การสอนให้คิดแก้ปัญหาหรือกระบวนการแก้ปัญหา มีผู้ศึกษาและเสนอวิธีการแก้ปัญหาไว้หลายแบบ แต่ละคนก็มีแนวคิดที่แตกต่างกัน เช่น การลองผิดลองถูก ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาแบบเดาสุ่ม และอาจจะไม่ได้ผลอย่างเต็มที่ การสอนให้คิดแก้ปัญหาจึงต้องอาศัยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการแก้ปัญหา

### 3.6 ยุทธวิธีในการแก้ปัญหา

ขั้นวางแผนถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่ผู้แก้ปัญหาคงต้องใช้ความรู้ความสามารถทักษะประสบการณ์ของตนเอง ในการเลือกยุทธวิธีที่สามารถนำมาใช้แก้ปัญหา ผู้แก้ปัญหาคงจะมียุทธวิธีในการแก้ปัญหาที่พร้อมที่จะเลือกนำมาใช้ได้ทันที

## 4. การแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา

### 4.1 แนวคิดทางจิตวิทยาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา

ไวคอกทสกี (Ellis, 1998, pp. 62-63) ได้รับการยกย่องว่าเป็นปราชญ์แห่งจิตวิทยา ไวคอกทสกีเชื่อว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการเรียนการสอนและสนับสนุนให้ใช้วิธีการด้านค้นคว้าหาความรู้ในการเรียน หลักการเรียนรู้ของไวคอกทสกี คือ การสร้าง ความหมาย เครื่องมือเพื่อการพัฒนาการเรียนรู้ และเขตการพัฒนาใกล้ขีด ไวคอกทสกียังเชื่อว่าเด็ก ๆ ย่อมเลียนแบบผู้ใหญ่ในขั้นแรก ต่อมาก็ค่อย ๆ พัฒนาที่ละน้อยจนกระทั่งสามารถจะปฏิบัติงานบางอย่างได้โดยไม่ต้องมีใครช่วยเขา เรียกระยะที่เด็กต้องมีคนมาช่วยกับระยะที่เด็กสามารถทำเองได้โดยไม่ต้องมีการแนะนำว่า “เขตการพัฒนาใกล้ขีด” จากแนวคิดที่เป็นที่มาของการสอนภาษาแบบไม่แบ่งแยก ซึ่งเชื่อว่า พัฒนาการทางภาษาของเด็กเกิดจากการใช้ภาษาของเด็กในการติดต่อกับบุคคลในบ้านและโรงเรียน

### 4.2 ขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา

#### 4.2.1 ขั้นทำความเข้าใจปัญหา

เป็นขั้นตอนแรกของการแก้ปัญหา โดยมองไปที่สาระของตัวปัญหา มีข้อมูลใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น สามารถระบุประเภทของปัญหาได้ พร้อมทั้งแยกส่วนสำคัญของปัญหาออกได้โดยส่วนที่เป็นปัญหาที่ต้องการและส่วนที่ปัญหาคำหนดให้ คือ สามารถบอกได้ว่า อะไรคือสิ่งที่โจทย์ต้องการหา โจทย์กำหนดอะไรให้บ้าง โจทย์กำหนดเงื่อนไขอะไรให้ และเพียงพอที่จะแก้ปัญหาหรือไม่

#### 4.2.2 ขั้นวางแผนการแก้ปัญหา

เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่จะต้องพิจารณากำหนดว่าจะแก้ปัญหาด้วยวิธีใด ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความรู้ ความคิดรวบยอดและหลักการต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้มาก่อนรวมทั้งอาจจะใช้ประสบการณ์ที่เคยคุ้นเคยแก้ปัญหาที่มีความคล้ายคลึงมาแล้ว หรือมีส่วนใกล้เคียงกับปัญหาที่ต้องการจะแก้ นำมาช่วยในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่กำหนด

#### 4.2.3 ขั้นดำเนินการตามแผน

เป็นการดำเนินการตามยุทธวิธีที่เลือกไว้จนกระทั่งหาคำตอบได้ หรือค้นพบวิธีแก้ปัญหาค้นใหม่ในขั้นนี้ผู้แก้ปัญหาคงต้องใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ประมวลเข้าด้วยกัน โดยให้เหตุผลและข้อสรุปที่เป็นของตนเอง ถ้าแก้ปัญหาไม่สำเร็จตามแผนที่วางไว้ต้องค้นหาสาเหตุและใช้ประโยชน์จากความผิดพลาดครั้งแรก ๆ ในการแก้ปัญหาค้างใหม่ สำหรับปัญหาที่มีการคิดคำนวณขั้นตอนนี้เป็นขั้นลงมือคิดคำนวณ ซึ่งความแม่นยำถูกต้องในการคิดคำนวณเป็นสิ่งสำคัญ ต้องตรวจสอบในแต่ละขั้นตอนโดยละเอียด สำหรับปัญหาที่เป็นการให้เหตุผลหรือการพิสูจน์ ต้องตรวจสอบทุกขั้นตอนว่าการให้เหตุผลนั้นเป็นแบบแผนของการให้เหตุผลหรือการพิสูจน์ที่ถูกต้องหรือไม่

#### 4.2.4 ขั้นการตรวจคำตอบหรือการมองย้อนกลับ

เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่ง แต่มักจะถูกละเลย เมื่อเราได้คิดและแสดงวิธีแก้ปัญหาค่ะแต่ละขั้น โดยละเอียดแล้วจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของคำตอบและกระบวนการได้มา ซึ่งคำตอบด้วย เพราะจะช่วยให้เราเข้าใจปัญหาและวิธีการแก้ปัญหโดยส่วนรวม ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญห นอกจากนี้นักศึกษาจะต้องรวบรวมความรู้ที่มีอยู่และพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญห เข้าด้วยกัน เพื่อทำความเข้าใจและปรับปรุงคำตอบให้ดีขึ้น

### 5. หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการสอนตามปกติ

#### 5.1 ความหมายของการสอนตามปกติ

บุญชม ศรีสะอาด (2546, หน้า 41) ได้กล่าวว่า การสอนตามปกติบางครั้งอาจเรียกว่าวิธีการสอนแบบบรรยายซึ่งเป็นการสอนที่อาศัยความสามารถของผู้สอนในการเรียบเรียงเนื้อหาสาระและการใช้เทคนิคในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระให้น่าสนใจ

#### 5.2 การจัดการเรียนการสอนตามปกติ

การจัดการเรียนการสอนตามปกติมีลักษณะดังต่อไปนี้ (วีระพันธ์ สิทธิพงษ์, 2540, หน้า 228)

1. การเรียนการสอนยึดตามหลักสูตร โดยใช้เนื้อหาเป็นหลัก
2. กำหนดเวลาเรียนแน่ชัด ใช้เวลาเรียนพร้อม ๆ กันทั้งกลุ่ม
3. เน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่ม
4. ใช้ตำรา แบบฝึกหัดเป็นอุปกรณ์การสอนสำคัญ
5. จำกัดขอบเขตการเรียนรู้
6. สอนโดยวิธีการบรรยายหรือวิธีการสอนสาธิตเป็นหลัก
7. กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้แบบกว้าง ๆ
8. เกณฑ์การวัดขึ้นอยู่กับบุคคล

9. การประเมินผลการเรียนรู้ของนักศึกษาจะแยกออกจากการสอน และเกิดขึ้นเกือบจะตลอดเวลาในช่วงของการทดสอบ

#### 10. ยึดถือคะแนนการสอบเป็นหลัก

จากที่กล่าวมานั้น การจัดการเรียนการสอนตามปกติจะยึดหนังสือ หรือตำราเป็นหลัก ครูเป็นผู้ป้อนความรู้ให้กับนักศึกษาโดยใช้วิธีการบรรยายหรือสาธิตเพื่อให้นักศึกษาจำไปทำข้อสอบ โดยนักศึกษาไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับชีวิตที่เป็นธรรมชาติ และนักศึกษาก็ไม่กล้าแสดงออก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวิธีสอนตามปกติครูจำมีบทบาทแต่เพียงผู้เดียว

### 5.3 ขั้นตอนการสอนตามปกติ

1. ช้่นนำเข้าสู่บทเรียน เป็นการเตรียมนักศึกษาให้พร้อมที่จะเรียน โดยครูกระตุ้นให้นักศึกษาเกิดความสนใจด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การทายปัญหา การซักถาม การทบทวน บทเรียนที่ผ่านมา
2. ช้่นสอน เป็นการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น ครูเสนอบทเรียนใหม่โดยการสนทนา ซักถามแล้วให้นักศึกษาศึกษาเนื้อหาในบทเรียนหรือเนื้อหาเสริมบทเรียน หลังจากนั้นนักศึกษาร่วมกันอภิปรายในกลุ่มปฏิบัติการกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่กำหนดในแผนการสอน เช่น ดำเนินการทดลอง เป็นต้น
3. ช้่นสรุป เป็นการสรุปเนื้อหาสาระและความคิดรวบยอดของบทเรียน โดยครูเลือกใช้กิจกรรมการสรุปในลักษณะต่าง ๆ เช่น ให้นักศึกษารายงานผลการทดลอง หน้าชั้นเรียนครูและนักศึกษาร่วมกันอภิปราย ร่วมกันสังเกตการณ์ตอบคำถาม การให้นักศึกษาทำแบบฝึกหัดเป็นการตรวจสอบพฤติกรรมที่กำหนดไว้ในจุดประสงค์การเรียนรู้ในแต่ละครั้ง
4. ช้่นประเมินผล เพื่อเป็นการทดสอบว่านักศึกษาเรียนเนื้อหาไปแล้ว เข้าใจนำไปใช้ปฏิบัติได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ครูอาจใช้เกมการแข่งขันเป็นรายบุคคล หรือเป็นกลุ่มก็ได้



## 6. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

### 6.1 ความหมายผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

วรณีย์ โสมประยูร (2537, หน้า 262) ได้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คือ ความสามารถหรือพฤติกรรมของนักศึกษาที่เกิดจากการเรียนการสอน ซึ่งพัฒนาขึ้นหลังจากได้รับการอบรมสั่งสอนและฝึกโดยตรง

### 6.2 องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

รัตนาวรรณ ธนานุรักษ์ (2547, หน้า 33) อธิบายถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามแนวคิดของ คลอสเมียร์ ไว้ดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้เรียน ได้แก่ ความพร้อมทางสมองและทางสติปัญญา ความพร้อมทางร่างกายและความสามารถทางด้านทักษะของต่างกัน คุณลักษณะทางจิตใจซึ่งได้แก่ความสนใจ แรงจูงใจ เจตคติและค่านิยม สุขภาพ ความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง ความเข้าใจในสถานการณ์ อายุ เพศ

2. คุณลักษณะผู้สอน ได้แก่ สติปัญญา ความรู้ในวิชาที่สอน การพัฒนาความรู้ ทักษะทางร่างกาย คุณลักษณะทางจิตใจ สุขภาพ ความเข้าใจเกี่ยวกับตนเอง ความเข้าใจในสถานการณ์ อายุ เพศ

3. พฤติกรรมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนจะต้องมีพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อกัน เข้าใจกัน มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน

4. คุณลักษณะกลุ่มผู้เรียน ได้แก่ โครงสร้างของกลุ่ม ตลอดจนความสัมพันธ์

### 6.3 การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ (2550) กล่าวว่า การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง การตรวจสอบความรู้ ทักษะและสมรรถภาพสมองด้านต่าง ๆ ที่นักเรียนได้รับการอบรมสั่งสอนจากครูโดยใช้เครื่องมือ

ที่เรียกว่า แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ ซึ่งหมายถึงแบบทดสอบที่ใช้วัดปริมาณความรู้ ความสามารถ ทักษะเกี่ยวกับด้านวิชาการที่นักเรียนได้เรียนรู้มาในอดีตว่ารับรู้มากเพียงใด แบบทดสอบประเภทนี้แบ่งออกเป็นสองประเภท คือ

- 1.แบบทดสอบที่ครูสร้างขึ้นเอง (teacher made test)

## 7. เจตคติ

### 7.1 ความหมายเจตคติ

เจตคติ (attitude) (ทิสารัตน์ เอี่ยมชาญบรรจง, 2545, หน้า 18) ได้ให้ความหมายของเจตคติไว้ว่า คำว่าเจตคติ เป็นคำศัพท์ที่มีความหมาย เช่นเดียวกับคำว่าทัศนคติ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า attitude และได้มีนักจิตวิทยาและนักการศึกษาหลายท่าน ให้ความหมายของเจตคติแตกต่างกันออกไปตามความคิดเห็นของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความหมาย เจตคติเป็นของจิตใจเป็นลักษณะของความรู้สึก ได้แก่

### 7.2 องค์ประกอบเจตคติ

เทรคคิส (Triadis, 1971, pp. 2-3) แบ่งองค์ประกอบของเจตคติไว้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ได้แก่ แนวความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้า ไม่ว่าจะบุคคลหรือสถานการณ์ใด ๆ ก็ตาม ความรู้และแนวคิดดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะ เจตคติของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความรู้หรือแนวความคิดต่อสิ่งเร้าใดครบถ้วนแล้วบุคคลนั้นจะมี เจตคติต่อสิ่งนั้นไปในทางบวก หรือทางลบชัดเจนขึ้น

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก ได้แก่ อารมณ์หรือความรู้สึกที่เป็นสิ่งกำหนดลักษณะ หรือทิศทางของเจตคติของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือเจตคติที่ดีต่อสิ่งใดบุคคลก็จะมีเจตคติไปทางบวกต่อสิ่งนั้น

3. องค์ประกอบด้านความพร้อมในการกระทำ

ได้แก่ พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่บอกลักษณะและทิศทางเจตคติของบุคคล กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมที่แสดงออกต่อสิ่งเร้านั้นชัดเจนแน่นอน ทิศทางก็มีลักษณะเด่นชัดแน่นอน และเป็นพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบอย่างชัดเจนด้วย

### 7.3 หลังการสร้างเจตคติที่ดีต่อเด็ก

ทวี ท่อแก้ว และอบรม สันภิบาล (2517, หน้า 57)

ได้เสนอหลักการสร้างเจตคติที่ดีแก่เด็กดังนี้

1. ให้ผู้เรียนทราบจุดมุ่งหมายของเรื่องที่เรียน
2. ให้ผู้เรียนเห็นประโยชน์ของวิชาที่เรียน

อย่างแท้จริง

3. ให้ผู้เรียนมีโอกาสมีส่วนร่วมในการจัดการเรียนการสอน
4. ให้ผู้เรียนได้เรียนให้สอดคล้องกับความสามารถ ความสนใจความถนัดเพื่อจะได้เกิดผลสำเร็จในการเรียน อันจะเป็นผลให้เกิดเจตคติที่ดีต่อการเรียน
5. การสอนของผู้สอนต้องมีการเตรียมตัวอย่างดี ใช้วิธีสอนที่ดี ผู้เรียนสามารถเข้าใจได้ง่ายและเข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง
6. ผู้สอนต้องสร้างความอบอุ่นใจและความเป็นกันเองกับผู้เรียน
7. ผู้สอนต้องสร้างเสริมบุคลิกภาพให้เป็นที่น่าเลื่อมใสแก่ผู้เรียน

8. จัดสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ภายในโรงเรียน ห้องเรียน ให้มีบรรยากาศที่น่าอยู่ น่าเรียน และน่าสนใจ

### 7.4 เจตคติต่อการเรียน

การเรียนการสอนวิชาบัญชี ในปัจจุบันนี้เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ครูผู้สอนควรคำนึงถึงและควบคู่ไปกับการให้ความรู้ด้านเนื้อหาวิชา คือ เจตคติของนักเรียน

ที่มีต่อการเรียน ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ครูควรสร้างขึ้นตามแนวความคิดของวิลสัน (Willson, 1973. p. 685-689) คือ

1. ความพึงพอใจ (willingness) เป็นสภาวะที่เกิดความอยากจะรับสิ่งที่มากระตุ้นความรู้สึก เช่น ได้รับความรู้เนื้อหาใหม่ หรือเกมส์ที่ต้องใช้ความอดทนในการเล่น เป็นต้น

2. ความสนใจ (interest) เป็นสภาวะต่อเนื่องจากความพึงพอใจที่สะสมในตัวมากขึ้นแตกต่างกันไป เช่นเนื้อหาในแต่ละระดับ วิธีสอน บุคลิกภาพของครู ฯลฯ

3. แรงจูงใจ (motivation) ในกรณีที่นักเรียนสนใจวิชาที่เรียนพฤติกรรมต่าง ๆ ที่จะตามมา คือ พยายามทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จโดยไม่ทอดทิ้ง ถ้าไม่สนใจก็จะแสดงพฤติกรรมในทางตรงกันข้าม

4. ความวิตกกังวล (anxiety) เป็นสภาวะจิตที่มีความตึงเครียดซึ่งอาจจะเนื่องมาจากการตั้งความหวังไว้ แล้วกลัวทำไม่สำเร็จ หรือทำแล้วไม่ประสบความสำเร็จ หรือความไม่พร้อมแต่ต้องทำ

5. มโนภาพแห่งตน (self-concept) เป็นความรู้สึกเกี่ยวกับสภาพของตนเองหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับการเรียนวิชาบัญชี

### 7.5 การวัดเจตคติ

เจตคติเป็นเรื่องเกี่ยวกับจิตใจ ความรู้สึก และอารมณ์ ดังนั้นในการวัดเจตคติจะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบหลัก ๆ 3 ส่วน คือ ตัวบุคคลที่จะวัด สิ่งเร้า และการตอบสนองสิ่งเร้า ซึ่ง 3 ส่วนนี้จะส่งผลให้บุคคลแสดงกิริยา ท่าทีหรือความรู้สึกได้อย่างมีทิศทางไม่ว่าจะเป็นไปในทิศทางบวกหรือลบ ซึ่งในการวัดเจตคติควรมีหลักในการวัด คือ จะต้องคำนึงถึงเนื้อหาที่ต้องการวัด ทิศทางในการวัดและความเที่ยงตรงของการวัด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 8.1 งานวิจัยภายในประเทศ

ชูรวัดน์ คล้ายมงคล (2534, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่องการศึกษากระบวนการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์สูง ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานการประถมศึกษากรุงเทพมหานคร กลุ่มตัว เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสังกัดสำนักงานการประถมศึกษากรุงเทพมหานครที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์สูง จำนวน 102 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบวัดกระบวนการแก้ปัญหาแบบสังเกตกระบวนการแก้ปัญหา และแบบสัมภาษณ์การใช้กระบวนการแก้ปัญหา ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีกระบวนการแก้ปัญหาเพียง 3 ขั้นตอน คือ การทำความเข้าใจในโจทย์ปัญหา การวางแผนการแก้ปัญหา สุขัญ พิทักษ์ศักดิ์ดากร (2541, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการสอนวิชาคณิตศาสตร์โดยใช้รูปแบบการแก้ปัญหของ โพลยาในโรงเรียนปรีณัติรอยแยลส์วิทยาลัย จังหวัด เชียงใหม่พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้รับการสอน โดยใช้รูปแบบการแก้ปัญหของ โพลยาและกลุ่มควบคุมผ่านเกณฑ์ร้อยละ 50 ของคะแนนแบบทดสอบมีจำนวนร้อยละ 76.85 และร้อยละ 73.25 ตามลำดับของนักเรียนกลุ่มทดลองส่วนใหญ่สามารถแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์โดยใช้รูปแบบการแก้ปัญหของโพลยาได้

### 8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แมททิงลี่ (Mattingly, 1992, pp. 434-A) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบนักเรียนที่ได้รับการสอนแก้ โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์โดยใช้ยุทธวิธีกับที่ไม่ได้สอน โดยใช้ยุทธวิธีในการแก้ปัญหาโดยตรง ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนแก้โจทย์ปัญหา คณิตศาสตร์ โดยใช้ยุทธวิธีมีคะแนนความสามารถใน

การแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ที่ไม่ธรรมดาสูงกว่า นักเรียนที่ไม่ได้รับการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01

ทูกอว์ (Tougaw, 1994, pp.2934-A) ได้ทำการวิจัย เกี่ยวกับผลที่เกิดขึ้นจากการสอนโดยใช้การแก้ปัญหา แบบเปิดกว้างในการสอนคณิตศาสตร์ โดยศึกษา พฤติกรรมการแก้ปัญหาและเจตคติเกี่ยวกับคณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา การแก้ปัญหาแบบเปิด กว้างหมายถึง การสร้างข้อาคาดเดา การสืบค้น การ อภิปราย การพิสูจน์ และการหารูปทั่วไป ในการ แก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์นักเรียนต้องใช้ความรู้ ทักษะ กระบวนการคิดและเจตคติทางบวกเป็นพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่ผ่านการสอนโดยใช้การ แก้ปัญหาแบบเปิดกว้างมีเจตคติทางบวกต่อการเรียน และเพศไม่มีความแตกต่างต่อพฤติกรรมในการ แก้ปัญหา

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยได้ ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และ หลักสูตร 2 ปี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ จำนวน 40 คน โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ซึ่งมี 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนแรกใช้การสุ่มอย่างง่ายโดยวิธีการจับ สลากจากนักศึกษาที่เรียนร่วมกันในห้องแบ่งเป็น 2 กลุ่มเป็นกลุ่มทดลอง 1 กลุ่ม และกลุ่มควบคุม

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ตามวิธีสอบแบบ แก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา แผนการจัดการเรียนรู้การสอนตามปกติแบบทดสอบ

วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องการวิเคราะห์รายการ  
ค้า แบบวัดเจตคติต่อการเรียน

### 3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. แผนการจัดการเรียนรู้ตามวิธีสอนแบบ  
แก้ปัญหตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา

2. แผนการจัดการเรียนรู้การสอน

ตามปกติ

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการ  
เรียน เรื่อง การวิเคราะห์รายการค้า

4. แบบวัดเจตคติต่อการเรียน

### 4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. สุ่มนักศึกษา โดยจับฉลากภายใน  
ห้องเรียนแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม  
จำนวนกลุ่มละ 20 คน

2. ทดสอบก่อนเรียนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2  
กลุ่ม ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา  
บัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้า เพื่อจะได้  
ทราบถึงความรู้ความสามารถของนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม  
ก่อนการทดลอง

3. ดำเนินการจัดการเรียนการสอนทั้ง 2 กลุ่ม  
โดยสอนในเนื้อหาเดียวกันและใช้ระยะเวลาในการ  
สอนเท่ากัน กลุ่มทดลอง สอนตามวิธีสอนแบบ  
แก้ปัญหตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา  
กลุ่มควบคุม สอนตามการสอนตามปกติ

4. เมื่อดำเนินการสอนเสร็จสิ้นตามขั้นตอนที่  
ระบุในแผนการจัดการเรียนรู้แต่ละแผนแล้วทำการ  
ทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น  
หลังเรียนทั้ง 2 กลุ่ม โดยใช้แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์  
ทางการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้นที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

5. นำคะแนนที่ได้จากการตรวจแบบทดสอบ  
วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและคะแนนจากแบบวัดเจต  
คติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น มาวิเคราะห์โดยวิธีการ  
ทางสถิติเพื่อตรวจสอบสมมติฐานต่อไป

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการ  
เรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของ  
นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และ  
หลักสูตร 2 ปี ก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้วิธีสอน  
แบบแก้ปัญหตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพล  
ยาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน  
วิชาบัญชีขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของ  
นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และ  
หลักสูตร 2 ปี ก่อนเรียนที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบ  
แก้ปัญหตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา  
กับการสอนตามปกติไม่แตกต่างกัน

2. เปรียบเทียบเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชี  
ขั้นต้น เจตคติที่มีต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น เรื่อง  
การวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี ที่เรียนโดยใช้การ  
สอนตามปกติ อยู่ในระดับปานกลาง

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์  
ทางการเรียนและเจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น  
เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญา  
ตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี วิทยาลัย  
กรุงเทพสุวรรณภูมิ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนบัญชีขั้นต้น  
เรื่องการวิเคราะห์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี โดยใช้วิธีสอน  
แบบแก้ปัญหตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพล  
ยาหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน  
ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการเรียนโดยใช้วิธีสอนแบบ  
แก้ปัญหตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยา  
เป็นการสอนแบบแก้ปัญหอย่างมีขั้นตอนซึ่งทำให้

ผู้เรียนได้มีโอกาสฝึกคิด แสดงความคิดเห็น มีอิสระในการหาคำตอบจากเนื้อหาที่เรียงลำดับจากง่ายไปหายาก โดยมีการฝึกกระบวนการคิดหาคำตอบที่เป็นขั้นตอน เน้นการเรียนรู้เป็นรายบุคคลและให้นักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ ทำให้นักศึกษามีความเข้าใจเนื้อหาที่เรียนมากขึ้น

## 2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาบัญชี

ขั้นต้น เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาสูงกว่าการสอนตามปกติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาเป็นการสอนแบบแก้ปัญหามีขั้นตอน ซึ่งมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นทำความเข้าใจปัญหา ผู้เรียนมีโอกาสวิเคราะห์ปัญหาและทำความเข้าใจว่าจะอะไรคือสิ่งที่ไม่รู้ อะไรคือข้อมูล โจทย์กำหนดเงื่อนไขอะไรบ้างเพียงพอที่จะแก้ปัญหาหรือไม่โดยการเขียนลงบนกระดาษจะทำให้นักศึกษาเข้าใจโจทย์ปัญหามากยิ่งขึ้น ขั้นการวางแผนการแก้ปัญหา พยายามกระตุ้นให้นักศึกษาค้นหาความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลกับสิ่งที่ไม่รู้ พยายามให้นักศึกษาสังเกตดูว่าโจทย์ปัญหานั้น นักศึกษาเคยประสบมากับโจทย์ปัญหาที่กำลังจะแก้ได้หรือไม่ ขั้นการดำเนินการตามแผนเป็นขั้นที่ผู้วิจัยให้นักศึกษาปฏิบัติตามแผนที่วางไว้และต้องตรวจสอบแต่ละขั้นตอนที่ปฏิบัติว่าถูกต้องหรือไม่ โดยให้นักศึกษาตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ว่าถูกต้องหรือไม่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาที่มีความเป็นระเบียบ แต่ละขั้นตอนสามารถเป็นแนวทางที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหานักศึกษาในสถานการณ์ใหม่ ๆ ได้ดีขึ้น

## 3. เจตคติต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้น

เรื่องการวิเคราะห์รายการค้าของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 2 ปี ที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาสูงกว่าการสอนตามปกติ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เรียนโดยใช้วิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาซึ่งครูผู้สอนได้สร้างความคุ้นเคยแลสัมพันธภาพที่ดีต่อนักศึกษา จึงทำให้บรรยากาศในการเรียนการสอนเป็นกันเองและผู้เรียนมีอิสระในการค้นหาคำตอบ มีการเสริมแรง ชมเชย และให้รางวัลเมื่อนักศึกษาทำงานเสร็จและถูกต้องตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยผู้สอนเป็นที่ปรึกษาและเป็นส่วนสนับสนุนให้มีการอภิปราย แลกเปลี่ยนความคิด ชี้แจงเหตุผลและแก้ปัญหาร่วมกัน ตลอดจนให้นักศึกษาได้มีโอกาสค้นหาวิธีการพิสูจน์ สังเกตสถานการณ์ต่าง ๆ โดยพิจารณาจากเหตุผลและความเป็นไปได้ส่งผลให้นักศึกษาคลายความวิตกกังวลต่อการเรียนวิชาบัญชีขั้นต้นไปได้เป็นอย่างมาก

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำวิธีการสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาไปใช้

1. จากการนำวิธีสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาไปใช้ในการเรียนการสอน พบว่า ผู้สอนควรจัดบรรยากาศในการเรียนการสอนให้นักศึกษารู้สึกสบายและเป็นกันเอง เพราะจากการจัดการเรียนสอนในช่วงแรก ๆ นักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคยกับการเรียนการสอนแบบแก้ปัญหาตามขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาจึงไม่กล้าที่จะตอบคำถาม กลัวว่าตอบแล้วจะผิดพลาดและไม่กล้าแสดงความคิดเห็น ดังนั้นผู้สอน

ควรให้ความเป็นกันเอง พยายามให้แรงเสริมเมื่อนักศึกษาตอบถูกและกระตุ้นให้นักศึกษากล้าแสดงออก

## 2. จากการทำวิจัยสอนแบบแก้ปัญหาตาม

ขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาของโพลยาไปใช้ในการเรียนการสอนพบปัญหา ในการทำโจทย์ปัญหาหรือการทำใบงานนักศึกษาไม่สนใจที่จะตอบคำถามหรือแสดงความคิดเห็นในขั้นตอนการแก้โจทย์ปัญหาขึ้นต่าง ๆ อาจจะเป็นเนื่องจากยังไม่เห็นความสำคัญของการแก้ปัญหาหรือไม่ให้ความสนใจในการแก้ปัญหาเท่าที่ควรดังนั้นครูผู้สอนควรช่วยกระตุ้นให้นักศึกษาสนใจอยากจะทำปัญหาโดยใช้เทคนิค ต่าง ๆ เช่น การใช้คำถามกระตุ้นหรือใช้การเสริมกำลังใจเมื่อนักศึกษาแก้ปัญหาในแต่ละขั้นตอนได้ถูกต้อง

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กมลวรรณ, และนิศยา เวียงสุวรรณ, 2539. เทคนิคการสอนสำหรับครูมืออาชีพ กรุงเทพฯ:วัฒนาพานิช.
- [2] ขวัญใจ โพธิ์ทองนาค, 2551, มกราคม 4 การศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
[http://thesis.swr.ac.th/swuthesis/Ed\\_ReSta/Sudruetai\\_S.pdf](http://thesis.swr.ac.th/swuthesis/Ed_ReSta/Sudruetai_S.pdf)
- [3] เตือนใจ ตรีเนตร, 2544. ผลการใช้แบบฝึกหัดการแก้โจทย์ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่อง พื้นที่สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 สารนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร: กรุงเทพฯ
- [4] นवलจิตต์ เขาวงกตพิงส์, 2545, ตุลาคม การจัดการเรียนการสอนตามแนวปฏิรูปการศึกษาวารสารวิชาการ, 5(10),4.

- [5] จิรภา หนูน้อย, 2533. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนวิชาสังคมศึกษาโดยสอนแบบแก้ปัญหาที่ใช้สื่อประสมการสอนแบบแก้ปัญหาตามคู่มือแนวการสอนของหน่วยการศึกษานิเทศน์ กรมสามัญศึกษา. ปรินิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร: กรุงเทพฯ

## ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน)

### วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

factors affecting the decision to study in the Bachelor of Accounting

(Transfer Program) College of Bangkok

พัทธ์ธีรา จิระอุดมสารโรจน์

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, E-mail : nid\_2555@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ตัวอย่างที่ศึกษา นักศึกษา สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) โดยวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว นักศึกษาให้ความสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้และความสามารถให้กับตนเอง ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ นักศึกษาให้ความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการวุฒิปริญญาตรีทางการบัญชี เพื่อไปพัฒนางานที่ตนทำอยู่

ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา สถานประกอบการให้การยอมรับและมีความเชื่อถือต่อวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอื่น ๆ

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ, ระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี

#### ABSTRACT

Independent Study is aimed to study the factors affecting the decision to study in the Bachelor of Accounting (Transfer Program) College of Bangkok airport. The study of accounting students (transfer students) were analyzed by using descriptive statistics including frequencies, percentages and averages.

Tools used to collect samples for analysis by the mean and standard deviation. The results are summarized below.

Factors for personal reasons. Students focus on the knowledge and skills for themselves.

Factors related to the profession. Students focus on the undergraduate degree in accounting. To the work that they do.

Factors associated with educational institutions. The establishment of the Trust and the School of Bangkok airport.

Factors related to the other side.

**KEYWORDS:** factors affecting the decision to study, Bachelor of Accounting

## 1. บทนำ

การศึกษาเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ ยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาสติปัญญาและการต่อยอดภูมิปัญญาของผู้เรียน เพื่อให้รู้จักการคิดการวิเคราะห์และการใช้เหตุผล ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่มีไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานและการดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพต่อไป เราจึงต้องพัฒนาการอุดมศึกษาให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อให้ประชาชนได้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเกิดความสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศในศตวรรษใหม่ (สมักร สุนทรเวช รายงานประจำปี 2551 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา , 2551 : ออนไลน์) [1]

พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 มาตรา 7 (6) ได้กำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชีไว้ว่า ผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีทางการบัญชีสามารถทำบัญชีได้ทุกขนาดของธุรกิจ ส่วนผู้ที่จบการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรี เช่น ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และอนุปริญญาตรี สามารถทำบัญชีได้เฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกินกว่า 5 ล้านบาท สินทรัพย์รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท และมีรายได้รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท ซึ่งผู้ที่จบการศึกษาในกลุ่มหลังนี้ ถ้าหากต้องการเป็นผู้ทำบัญชีได้ทุกขนาดของธุรกิจ

หรือทำบัญชีได้ในธุรกิจที่มีขนาดของทุนจดทะเบียนเกินกว่า 5 ล้านบาท สินทรัพย์รวมเกิน 30 ล้านบาท และรายได้รวมเกิน 30 ล้านบาทแล้ว จำเป็นต้องปรับวุฒิการศึกษาของตนเองโดยเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีทางการบัญชี หลักสูตรต่อเนื่อง ในสถาบันการศึกษาที่ทบวงมหาวิทยาลัย คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) และคณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพสอบบัญชี (ก.บช.) รับรองมาตรฐานการศึกษา ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับมาตรฐานวิชาชีพบัญชี อีกทั้งช่วยให้ธุรกิจต่างๆ นำเสนอข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพมากขึ้น จากการที่ผู้ทำบัญชีเหล่านี้ได้มีการเพิ่มพูนความรู้ทางด้านวิชาชีพบัญชี จากสภาวะการณ์ดังกล่าว จึงเป็นมูลเหตุและแรงจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษา ในการนำผลที่ได้จากการศึกษาไปวางแผน การจัดการศึกษา การแนะนำ และการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้าศึกษา



## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

## 3. สมมติฐานงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ในด้านต่าง ๆ และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้สำหรับพัฒนา สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

## 4. กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ โดยสรุปมีสาระสำคัญดังนี้ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21 – 23 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาในโรงเรียนอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในกรุงเทพมหานคร ก่อนเข้าศึกษาต่อ มีคะแนนเฉลี่ยสะสม(เมื่อสำเร็จการศึกษา)ก่อนเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย คะแนนเฉลี่ยสะสมตั้งแต่ 3.01 ขึ้นไป ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดาผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดาผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า โดยส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดา และมารดา รวมกัน หรือ ผู้รับผิดชอบค่าเล่าเรียน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละไม่เกิน 10,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพี่น้องร่วมบิดามารดาเดียวกัน จำนวน 2 คน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับ ปริญญาตรี สาขาการบัญชี

(หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ดังนี้

ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความสามารถ

ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความต้องการวุฒิปริญญาตรีทางการบัญชี

ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความเชื่อถือ และการยอมรับของสถานประกอบการที่มีต่อมหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ใหม่และมีความเจริญ

## 5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

## 6. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) (Novabizz, 2552 : online) [2] เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดย อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยแบรนดิส์ เป็นทฤษฎีที่รู้จักกันมากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง ซึ่งระบุว่าบุคคลมีความต้องการเรียงลำดับจากระดับพื้นฐานที่ต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด กรอบความคิดที่สำคัญของทฤษฎีนี้ มีสามประการ คือ

1. บุคคลเป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการมีอิทธิพลหรือเป็นเหตุจูงใจต่อพฤติกรรม ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการสนองตอบเท่านั้นที่เป็นเหตุจูงใจ ส่วนความต้องการที่ได้รับการสนองตอบแล้วจะไม่ใช่เหตุจูงใจอีกต่อไป

2. ความต้องการของบุคคลเป็นลำดับขั้นเรียงตามความสำคัญจากความต้องการพื้นฐาน ไปจนถึงความต้องการที่ซับซ้อน

3. เมื่อความต้องการลำดับต่ำได้รับการสนองตอบอย่างดีแล้ว บุคคลจะก้าวไปสู่ความต้องการลำดับที่สูงขึ้นต่อไป

## 6.2 พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2552) [3]

ในการจัดทำบัญชีมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักบัญชีควรทราบถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี ข้อกำหนดระเบียบ คำสั่ง ประกาศของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ แต่เดิมกฎหมายแม่บทเกี่ยวกับเรื่องนี้ ได้แก่ ประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 285 ลงวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ.2515 ซึ่งได้มีผลบังคับใช้มานาน และมีความล้าสมัย ไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ดังนั้น จึงมีการตราพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 ขึ้น มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2543 โดยกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบในการจัดทำบัญชีของบุคคลหรือนิติบุคคล ผู้ทำบัญชีเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำบัญชีของนิติบุคคลเพื่อให้มีการแสดงผลการดำเนินงานฐานะการเงิน หรือการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินที่เป็นอยู่ตามความเป็นจริงและตามมาตรฐานการบัญชี ซึ่งผู้ทำบัญชีจะเป็นพนักงานลูกจ้างที่ได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนของนิติบุคคล หรือผู้รับทำบัญชีอิสระ หรือสำนักงานรับทำบัญชีก็ได้ ซึ่งนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติการบัญชีจะต้องจัดให้มีผู้ทำบัญชีดังกล่าว แต่ผู้ทำบัญชีตามกฎหมายนี้จะต้องมี

คุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชีตามที่อธิบดีประกาศกำหนด ซึ่งในพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 ได้กำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชี ตามกฎหมาย โดยกำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชีไว้ตามประกาศของกรมทะเบียนการค้า เรื่อง กำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชี พ.ศ.2543 ซึ่งประกาศ ณ วันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ.2543 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2543 เป็นต้นไป จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสรุปได้ดังนี้

1. มีภูมิลำเนาหรือถิ่นที่อยู่ในราชอาณาจักร
2. มีความรู้ภาษาไทยเพียงพอที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ทำบัญชีได้
3. ไม่เคยต้องโทษโดยคำพิพากษาถึงที่สุด เนื่องจากได้กระทำความผิดตามกฎหมายว่าด้วยการบัญชี หรือกฎหมายว่าด้วยผู้สอบบัญชี หรือกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพบัญชี เว้นแต่พ้นระยะเวลาที่ถูกลงโทษมาแล้วเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี
4. คุณสมบัติดังต่อไปนี้
  - ก. ผู้ทำบัญชีของห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนและบริษัทจำกัดที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่ง ณ วันปิดบัญชีในรอบบัญชีที่ผ่านมา มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาทสินทรัพย์รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท และรายได้รวมไม่เกิน 30 ล้านบาท ต้องมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตร หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ทางการบัญชี หรือเทียบเท่าจากสถาบันการศึกษา ซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยหรือคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) หรือกระทรวงศึกษาธิการเทียบว่าไม่ต่ำกว่าอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ทางการบัญชี
  - ข. ผู้ทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดบัญชีดังต่อไปนี้ ต้องมีคุณวุฒิไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีทางการบัญชีหรือ

เทียบเท่าจากสถาบันการศึกษาธิการเทียบว่าไม่ต่ำกว่า  
ปริญญาตรีทางการบัญชี

1) ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนและบริษัทจำกัดที่  
จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่ง ณ วันปิดบัญชีในรอบปี  
บัญชีที่ผ่านมา มีทุนจดทะเบียน หรือสินทรัพย์รวม  
หรือรายได้รวม รายการใดรายการหนึ่งเกินกว่าที่  
กำหนดไว้ใน ก.

2) บริษัทมหาชนจำกัดที่จัดตั้งตามกฎหมายไทย

3) นิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่  
ประกอบธุรกิจในประเทศไทย

3) หลักสูตรระดับปริญญาตรี (ประกาศกระทรวง  
ศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตร  
หลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2548 ออนไลน์

สถาบันอุดมศึกษาใดก็ตามที่เปิดสอนในหลักสูตร  
ปริญญาตรีไม่ว่าสาขาใดต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน  
หลักสูตรปริญญาตรีตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ  
เรื่อง เกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตร หลักสูตรระดับ  
ปริญญาตรี พ.ศ. 2548 ซึ่งสามารถสรุปได้ใจความ  
ดังนี้

ระบบการศึกษาใช้ระบบทวิภาค โดย 1 ปี  
การศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ภาคเรียนการศึกษาปกติ 1  
ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลาศึกษาไม่น้อยกว่า 15  
สัปดาห์ สถาบันอุดมศึกษาที่เปิดการศึกษาภาคฤดูร้อน  
ให้กำหนดระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วน  
เทียบเคียงกันได้กับการศึกษาภาคปกติให้กำหนด  
ระยะเวลาและจำนวนหน่วยกิตโดยมีสัดส่วนเทียบเคียง  
กันได้กับการศึกษาภาคปกติ

สถาบันอุดมศึกษาที่จัดการศึกษาในระบบไตร  
ภาค หรือระบบจตุรภาค ให้ถือแนวทางดังนี้

ระบบไตรภาค 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 3  
ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลา  
ศึกษาไม่น้อยกว่า 12 สัปดาห์

ระบบจตุรภาค 1 ปีการศึกษา แบ่งออกเป็น 4  
ภาคการศึกษาปกติ 1 ภาคการศึกษาปกติ มีระยะเวลา  
การศึกษาไม่น้อยกว่า 10 สัปดาห์

สถาบันอุดมศึกษาที่จัดการศึกษาระบบอื่น ให้  
แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับระบบการศึกษานั้น รวมทั้ง  
รายละเอียดการเทียบเคียงหน่วยกิตกับระบบทวิภาคไว้  
ในหลักสูตรให้ชัดเจนด้วย การคิดหน่วยกิต

1. รายวิชาภาคทฤษฎีที่ใช้เวลาบรรยายหรือ  
อภิปรายปัญหาไม่น้อยกว่า 15 ชั่วโมงต่อภาคปกติ ให้  
มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

2. รายวิชาภาคปฏิบัติ ที่ใช้เวลาฝึกหรือทดลอง  
ไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มีค่า  
เท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

3. การฝึกงานหรือการฝึกภาคสนาม ที่ใช้เวลา  
ฝึกไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษาปกติ ให้มี  
ค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิตระบบทวิภาค

4. การทำโครงการหรือกิจกรรมการเรียนรู้อื่นใด  
ตามที่ได้รับมอบหมาย ที่ใช้เวลาทำโครงการหรือ  
กิจกรรมนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 45 ชั่วโมงต่อภาคการศึกษา  
ปกติให้มีค่าเท่ากับ 1 หน่วยกิต ระบบทวิภาคจำนวน  
หน่วยกิตรวมและระยะเวลาการศึกษา

หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) ให้มีจำนวน  
หน่วยกิตรวมไม่น้อยกว่า 72 หน่วยกิต ใช้เวลาศึกษา  
อย่างมากไม่เกิน 4 ปีการศึกษา สำหรับการ  
ลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาและอย่างมากไม่เกิน 6 ปี  
การศึกษา สำหรับการลงทะเบียนเรียนไม่เต็มเวลา

หลักสูตรปริญญาตรี (ต่อเนื่อง) จะต้องถือเป็น  
ส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาตรีและจะต้องสะท้อน  
ปรัชญาและเนื้อหาสาระของหลักสูตรนั้น ๆ โดย  
ครบถ้วนและให้ระบุ คำว่า “ต่อเนื่อง” ในวงเล็บ  
ต่อท้ายชื่อหลักสูตร

ทั้งนี้ ให้นับเวลาศึกษาจากวันที่เปิดภาคการศึกษาแรกที่ได้รับเข้าศึกษาในหลักสูตรนั้น

คุณสมบัติของผู้ที่ศึกษาหลักสูตรเทียบโอน ผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี หลักสูตรเทียบโอน จะต้องมียุทธศาสตร์โดยเป็นผู้สำเร็จการศึกษาในระดับ

1. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส) สาขาการบัญชี
2. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงพิเศษ (ปวส.พ.) สาขาการบัญชี
3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิค (ปวท.) สาขาการบัญชี
4. ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ โดยเรียนสาขาการบัญชีไม่น้อยกว่า 24 หน่วยกิต
5. หรือระดับอนุปริญญา (3 ปี) หรือเทียบเท่า

ตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรของทบวงมหาวิทยาลัยหรือตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับอนุปริญญา พ.ศ. 2548 และต้องมีคุณสมบัติตามระเบียบของมหาวิทยาลัยในแต่ละมหาวิทยาลัย ซึ่งจะกำหนดเรื่องที่ว่าด้วยคุณสมบัติของผู้มีสิทธิสมัครเข้าสอบคัดเลือกเพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี

### 6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภักดี ศรีอรุณ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน [5] พบว่า นักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน ปีที่ 3 ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 18-19 ปี มีผลการเรียนเฉลี่ยส่วนมากอยู่ในระดับพอใช้ได้หรือปานกลางรายได้ของครอบครัวส่วนมากค่อนข้างต่ำ บิดามารดาส่วนมากประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง หลังจากจบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพส่วนมากต้องการศึกษาต่อ ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคือ

ต้องการพัฒนาตนเองทางอาชีพ ต้องการตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้อง และต้องการพัฒนาสถานภาพทางสังคม ตามลำดับ ปัจจัยของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยของสถานศึกษา คือปัจจัยด้านโรงเรียนที่สำคัญ ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอน ที่ตั้งของโรงเรียน ภาพพจน์ของโรงเรียนตามลำดับ และปัจจัยการบริหารจัดการที่สำคัญ ได้แก่ ความรู้ความสามารถและการปฏิบัติตนของครู ระบบการจัดการภายใน สภาพแวดล้อมและระบบการแนะแนวและจัดหางานตามลำดับ

### 7. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

#### 7.1 ขอบเขตเนื้อหา

ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่มีความประสงค์ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี หลักสูตรเทียบโอน อันประกอบด้วยปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านอื่น ๆ

#### 7.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 สาขาการบัญชี หลักสูตรเทียบโอน ปีการศึกษา 2554 วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

### 8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 หลักสูตรเทียบโอน ของวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 150 คน ของจำนวนนักศึกษาทั้งหมด ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถาบันที่ศึกษาอยู่ในปัจจุบัน สถานภาพการทำงานก่อนเข้าศึกษาต่อ ประเภทของงานที่ทำ คะแนนเฉลี่ยสะสมก่อนเข้าศึกษาต่อ ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา มารดา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของบิดา มารดา หรือผู้รับผิดชอบค่าเล่าเรียน และจำนวนพี่น้องร่วมบิดามารดาเดียวกัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ได้แก่ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้านอื่น ๆ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ สถานภาพการทำงานก่อนเข้าศึกษาต่อ คะแนนเฉลี่ยสะสมก่อนเข้าศึกษาต่อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

### 9. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ยังไม่เคยทำงานมาก่อนเข้าศึกษาต่อ การศึกษาของบิดามารดาส่วนใหญ่ ระดับมัธยมศึกษา รายได้อยู่ระหว่างไม่เกิน 10,000 บาทโดยเฉลี่ย มีพี่น้องส่วนใหญ่ร่วมบิดามารดา จำนวน 2 คน ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ

ในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ให้มีความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากในปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านที่เกี่ยวกับวิชาชีพ ปัจจัยด้านที่เกี่ยวกับสถาบันการศึกษา และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับด้านอื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิจำแนกตามสถานภาพการศึกษา สถานภาพการทำงานก่อนเข้าศึกษาต่อ คะแนนเฉลี่ยสะสมก่อนเข้าศึกษาต่อ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความสามารถ และมีการยอมรับมากขึ้นจากสถานประกอบการเมื่อจบการศึกษา ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

โดยประชากรที่ทำการศึกษา คือนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 สาขาการบัญชี หลักสูตรเทียบโอน ในปีการศึกษาต่อ 2553 ของวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ซึ่งมีจำนวน 150 คน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิง

พรรณนา (Descriptive Statistics) คือ การอธิบายลักษณะทั่ว ๆ ไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยาย สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาระดับปริญญาตรีทางการบัญชี[4] ของผู้ทำบัญชีที่ขาดคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ 2543 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี อยู่ในช่วง 5-7 ปี ทำงานในตำแหน่งพนักงานบัญชี และหัวหน้างานบัญชี ทำงานในบริษัทจำกัดและบริษัทมหาชนจำกัด และรายได้ประจำต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-25,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยกับปัจจัยทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ และปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา ในระดับปานกลางขึ้นไปว่าจะส่งผลต่อการเลือกศึกษาปริญญาตรีทางการบัญชี โดยมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีทางการบัญชี ได้แก่ ความจำเป็นและหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งงานด้านบัญชีในปัจจุบัน ในฐานะเจ้าของสำนักงานบัญชี และการได้รับทุนการศึกษาจากหน่วยงานในสังกัด ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีทางการบัญชี ได้แก่ ความต้องการวุฒิปริญญาตรีทางการบัญชี ความต้องการประกอบอาชีพเสริมทางด้านบัญชี นอกเหนือจากงานประจำ ความต้องการประกอบอาชีพอิสระทางด้านบัญชี ความต้องการเป็นผู้สอบบัญชีภาษีอากร ความต้องการเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้อง

กับสถานศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาระดับปริญญาตรีทางการบัญชี ได้แก่ ชื่อเสียง มาตรฐานและคุณภาพของมหาวิทยาลัย ชื่อเสียง มาตรฐาน และคุณภาพของอาจารย์และผู้ทรงคุณวุฒิ ค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่เหมาะสม ทำเลและที่ตั้งของมหาวิทยาลัยมีความสะดวกในการเดินทาง มีการนำภาษาอังกฤษมาใช้ในวิชาบัญชี เวลาเรียนในภาคค่ำวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ เป็นช่วงเวลาที่สะดวกในการเรียน เวลาในวันเสาร์และวันอาทิตย์ เป็นช่วงเวลาที่สะดวกในการเรียน ทรงศรี อัจฉาโกมล(2545)

## 10. ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี (หลักสูตรเทียบโอน) วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ให้ตรงตามความต้องการของนักศึกษามากที่สุด

## เอกสารอ้างอิง

- [1] สมักร สุนทรเวช รายงานประจำปี 2551 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551 :  
ออนไลน์: [www.moe.go.th](http://www.moe.go.th)
- [2] Novabizz, Hierarchy of Needs Theory, 2552
- [3] กรมพัฒนาธุรกิจ กระทรวงพาณิชย์. “สรุปความเป็นมาของ พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543”, ออนไลน์: <http://www.dbd.go.th>
- [4] ทรงศรี อัจฉาโกมล, การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกศึกษาปริญญาตรีทางการบัญชี, 2545
- [5] ภักดี ศรีอรุณ, ปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนอาชีวศึกษาเอกชน, 2545

การติดตามผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี  
วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จการศึกษาในการศึกษา 2553  
Follow-graduate Bachelor of Accounting at Bangkok Suvarnabhumi  
College Graduatestudies in 2009

วฤตดา พิพัฒน์กุล

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail : [buoyant\\_wp@hotmail.com](mailto:buoyant_wp@hotmail.com)

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามผลบัณฑิตสาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จการศึกษาในปี 2553 ในด้านการจัดการเรียนการสอนของสาขาวิชาแลความสามารถในการปฏิบัติงานของบัณฑิต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้คือ บัณฑิตสาขาการบัญชี สำเร็จการศึกษา ในปีการศึกษา 2553 ที่มีงานทำ จำนวน 66 คน และผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต จำนวน 66 คนได้รับแบบสอบถามกลับคืนที่สมบูรณ์และสามารถนำวิเคราะห์ได้จากบัณฑิต จำนวน 66 ชุดและจากผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต จำนวน 66 ชุดวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**คำสำคัญ:** ผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี, สาขาการบัญชี , ที่สำเร็จการศึกษา

### ABSTRACT

This study aims to follow the Bachelor of Accountancy. Bangkok Suvarnabhumi college graduates in 2553 in the course of fieldoperations and the ability of the graduates. The sample used in this study is a graduate degree in accounting. Graduated in the year2553, which employed 66 workers and supervisors of the graduatesof 66 questionnaires were returned complete and can be analyzedfrom the graduates of 66 sets of Supervisors of graduates of 66samples were found. frequency, percentage, mean and standard deviation.

**KEYWORDS:** Bachelor of Accountancy, graduate degree in accounting

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานศึกษาสามารถผลิตผู้สำเร็จการศึกษาที่มีคุณภาพ และปริมาณที่สอดคล้องกับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศได้นั้นจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการจัดการศึกษาโดยมีการประสานการและร่วมมือกับภาคเอกชนหรือสถานประกอบการในอนาคตจะนำข้อมูลทางตรงซึ่งถือเป็นประสบการณ์จริงมาเป็นหลักในการจัดทิศทางหรือวางขอบเขตทางการศึกษาวิธีการที่จะได้รับข้อมูลจากสถานประกอบการเพื่อนำมาปรับสภาพการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความเป็นจริงของสังคมนั้นมีหลายวิธีการติดตามผลจากผู้สำเร็จการศึกษาที่ไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการก็เป็นวิธีหนึ่งที่จะทำให้สถานศึกษาได้รับข้อมูลย้อนกลับจากผู้สำเร็จการศึกษาและผู้ใช้ผู้สำเร็จการศึกษา ซึ่งเป็นความสำคัญยิ่งในการบอกคุณภาพผลผลิตของสถานศึกษา (แสวง แสนสิงห์ชัย, 2540, หน้า 2)

ปีการศึกษา 2549 ได้ขอจัดตั้งคณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี ซึ่งทางสาขาการบัญชี มีวัตถุประสงค์ตั้งนี้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ แนวคิดทาง

การบัญชี เป็นเครื่องมือในการบริหาร การนำวิธีและหลักการต่าง ๆ ทางบัญชีมาพัฒนาเพื่อสอดคล้องกับด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ และสังคมสามารถวิเคราะห์ตลาด การเงิน และตลาดทุน ในปัจจุบันและโน้มน้าในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ลักษณะงานที่จะไปทำเมื่อจบการศึกษาเป็นงานเกี่ยวกับระบบบัญชีของหน่วยงานการภาษีอากร การตรวจสอบความเชื่อถือทางการเงิน ผู้ตรวจสอบภายใน ผู้ช่วยผู้สอบบัญชี ที่ปรึกษาด้านการเงิน การลงทุนของหน่วยงานเอกชน บริษัทห้างร้าน และหน่วยงานของรัฐทั่วไป

(คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ, หน้า 8)

ในปีการศึกษา 52 ทางวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิได้มีการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการบัญชีจากเคยอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี เปลี่ยนเป็นหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บชบ) ซึ่งให้สอดคล้องกับสภาวิชาชีพการบัญชี บัณฑิตที่จบไปสามารถออกไปปฏิบัติงานบัญชี โดยเซ็นงบการเงิน และไปสอบขึ้นทะเบียนเป็นผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาตได้

การติดตามผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ จะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นภาพสะท้อนให้ทราบว่าบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาออกไปมีประสิทธิภาพการสอดคล้องกับความต้องการของสังคมและตลาดแรงงาน

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการติดตามผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จในปีการศึกษา 2553 ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาติดตามผลของบัณฑิตในครั้งนี้ จะช่วยทำให้มองเห็นสภาพการจัดการศึกษาของสาขาวิชา ว่ามีความเหมาะสมกับความต้องการของสถานประกอบการมากน้อยเพียงใด และมีสิ่งใดที่จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นแนวทางการจัดการศึกษาของสาขาวิชา ให้มีความก้าวหน้า และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อติดตามผลบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2553 เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของสาขาบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

2. เพื่อติดตามผลความสามารถในการปฏิบัติงานของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ในปีการศึกษา 2553 สาขาวิชาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ตามความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา



## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เป็นข้อมูลในการที่จะพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนของสาขาบัญชี วิทยาลัยการจัดการเพื่อที่จะผลิตบัณฑิตในรุ่นต่อไปให้มีความสอดคล้องตามความต้องการของสถาประกอบการตลาดแรงงาน

## 2.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้า จะเป็นเครื่องช่วยชี้แนวทางในการศึกษาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาได้ศึกษางานเขียนและผลงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการติดตามผล
2. จุดมุ่งหมายของการติดตามผล
3. วิธีการติดตามผล
4. ข้อมูลที่ควรติดตามผลของผู้สำเร็จการศึกษา
5. ประโยชน์ของการติดตามผล
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษา

### แนวคิดเกี่ยวกับการติดตามผล

ประไพ สิทธิวงศ์ (2536, หน้า 15) กล่าวว่า การติดตามผลการปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษาก็คือเป็นการศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับการทำงานของผู้สำเร็จการศึกษาเหล่านั้นว่าเขาทำงานอะไรได้ใช้ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากสถาบันของตนมากน้อยเพียงใด ตลอดทั้งมีการติดต่อสถาบันของตนในเรื่องราวต่าง ๆ อย่างไร อันเป็นการประเมินผลการจัดการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษานั้น ๆ สถาบันการศึกษานั้น ๆ สถาบันการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้และประสบการณ์เพียงพอในอันที่จะ

ทำงานประสบผลสำเร็จ แม้ว่าการเรียนของเขาได้สิ้นสุดลงแล้ว สถาบันการศึกษาต้องรับผิดชอบต่อไป ในฐานะผู้ให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมผู้สำเร็จการศึกษาเหล่านี้

คมเพชร นัตรสกุลกุล (2529, หน้า 117) ได้อธิบายว่า นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาไปแล้วอาจจะเรียกว่า “ศิษย์เก่า” เมื่อเขาสำเร็จการศึกษาและออกไปสู่สังคมภายนอกย่อมจะต้องใช้ชีวิตในชุมชนโดยนำวิถีชีวิตของตนเอง เขาเหล่านั้นอาจจะพบปัญหาต่าง ๆ มากมาย บางคนก็ประสบความสำเร็จในชีวิต มีหลายคนล้มเหลวในการปฏิบัติงานอาชีพ ตามความคาดหวังของโรงเรียนซึ่งมีต่อนักเรียน คาดว่านักเรียนที่สำเร็จการศึกษาได้รับการแนะนำอย่างดี และประสบความสำเร็จทุกคน แต่อย่างไรก็ตามความคาดหวังดังกล่าวอาจจะไม่ถูกต้องทั้งหมด ดังนั้นการติดตามผลนักเรียนที่สำเร็จไปแล้วจะทำให้ทราบว่า นักเรียนที่ได้รับการแนะนำไปแล้วประสบความสำเร็จในโครงการแนะนำอย่างไรบ้าง

### จุดมุ่งหมายของการติดตามผล

Stood and Other (อ้างใน พัชรวิพรรณ กิจมี, 2539, หน้า 8) ได้กล่าวว่าจุดมุ่งหมายในการติดตามผลคือ

1. เพื่อเป็นการให้กำลังใจแก่นักเรียนเก่าว่าโรงเรียนยังมีความสนใจในความก้าวหน้าและความสะดวกสบายของตน
2. เพื่อเป็นการวิเคราะห์ผลของหลักสูตร
3. เพื่อให้ทราบเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับงานอาชีพ
4. เพื่อใช้เก็บข้อมูลในการปรับปรุงหลักสูตร
5. เพื่อใช้ฝึกฝนนักเรียนตามความต้องการของสังคม
6. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาป้องกันการออกจากโรงเรียนกลางคัน

7. เพื่อฝึกให้นักเรียนเป็นผู้ที่สามารถปรับตัว และพอใจในการเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชน

8. เพื่อจัดบริการแนะแนว และจัดการศึกษา

### วิธีการติดตามผล

การติดตามผลสามารถกระทำได้หลายวิธี จะใช้วิธีการแบบใดย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการและความเหมาะสม ดังนั้นผู้ที่ทำการติดตามผลจึงต้องพิจารณาเครื่องมือหรือวิธีการที่จะนำมาใช้

คมเพชร ฉัตรสุกกุล (2529, หน้า 160-161) ได้อธิบายถึงวิธีการติดตามผลที่น่าสนใจ ดังนี้

1. การใช้แบบสอบถามหรือแบบสำรวจ การสร้างเครื่องมือนี้จะต้องพิจารณาจากขอบข่ายของงาน แล้วนำมาสร้างเป็นข้อคำถาม และให้นักเรียนได้ประเมินผลบริการเหล่านั้น นอกจากนี้จะมีคำถามดังกล่าวแล้ว จะต้องมีการเปิดเพื่อให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดบริการด้วย

2. การสัมภาษณ์ บางครั้งทางโรงเรียนอาจจะใช้วิธีการสัมภาษณ์นักเรียนโดยตรง ซึ่งได้รับข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการแนะแนว แต่วิธีการนี้อาจจะกระทำได้น้อยมากเพราะเสียเวลามากเกินไป แต่อย่างไรก็ตาม การสัมภาษณ์ก็อาจจะยังมีความจำเป็นที่ต้องมาใช้บ้าง เพราะอาจจะได้รับข้อมูลที่ลึกซึ้งและมีโอกาสถามได้กว้างขวางมากขึ้น

3. การใช้โทรศัพท์ ในชุมชนบางแห่งอาจจะใช้โทรศัพท์ในการติดตามผลได้เพราะเป็นการสะดวก แต่อย่างไรก็ตามการใช้โทรศัพท์ก็มีขอบเขตจำกัด เช่นเดียวกับการสัมภาษณ์ กล่าวคือ เสียเวลามากและการพูดโทรศัพท์นั้นจะต้องใช้เวลาจำกัดด้วย ดังนั้นวิธีการนี้อาจจะใช้กรณีที่จำเป็นเท่านั้น

4. การวิจารณ์โรงเรียน นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาไปแล้วย่อมถือว่ามีประสบการณ์โดยตรงจากการจัดการศึกษาของโรงเรียน ศิษย์เก่าเหล่านี้ควร

จะได้รับการสนับสนุนให้แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ การดำเนินงานของโรงเรียนว่ามีการจัดโปรแกรมต่าง ๆ เป็นอย่างไรบ้าง เช่น เขาประสบความสำเร็จทางการศึกษาหรือไม่ หลังจากสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนหรือได้ประกอบอาชีพหรือไม่ การตอบนี้จะเป็นไปอย่างอิสระ ถึงแม้ว่าจะเป็นการตอบแบบอ้อมก็ถือเป็นประโยชน์และอาจนำไปใช้ในการปรับปรุงโรงเรียนต่อไป

5. การเปิดโอกาสให้มีการอภิปรายกลุ่ม ในการอภิปรายกลุ่มนั้นสมาชิกจะได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กล่าวถึงจุดอ่อนของโครงการ มีการเสนอแนะปรับปรุง โดยปกติมักจะเป็นนักเรียนปัจจุบันที่ร่วมกันอภิปราย ผลจากการอภิปรายกลุ่มนั้นจะนำไปปรับปรุงการดำเนินโครงการต่อไป

### ข้อมูลที่ควรติดตามผลของผู้สำเร็จการศึกษา

ในการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษานั้น ควรจะได้มีการวางกรอบแนวคิดในการติดตามไว้ก่อนว่า ผู้ติดตามผลต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้าง และต้องการคำตอบที่เจาะลึกในเรื่องใดบ้าง เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือในการใช้เก็บข้อมูลมาทำการศึกษาได้ถูกต้องตามความต้องการของผู้ติดตามผล โดยทั่วไป ข้อมูลที่ควรตรวจสอบจะมีลักษณะเนื้อหาต่อไปนี้

1. ลักษณะประเภทของงานอาชีพที่ทำในปัจจุบัน
2. ระยะเวลาของการหางานทำหลังจากสำเร็จการศึกษา
3. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการหางานทำ
4. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำงาน
5. มีการเปลี่ยนแปลงการประกอบอาชีพหรือไม่
6. งานที่ทำอยู่ตรงกับสาขาวิชาที่เรียนหรือไม่
7. รายได้ที่ได้รับจากการทำงาน

8. ประโยชน์ของเนื้อหาวิชาแต่ละวิชาที่ถูกนำไปใช้ในการทำงาน

9. ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันของตัว โอกาสความก้าวหน้าของงานที่ทำ

10. ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับเพียงพอต่อการนำไปใช้ในการทำงานหรือไม่

11. ความคิดเห็นต่อสภาพและหลักสูตรในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียน

12. ความคิดเห็นต่อบริการแนะแนว และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางโรงเรียนจัดขึ้น

13. สำหรับผู้ที่ไม่ได้ศึกษาต่อหลังจากจบการศึกษาจากโรงเรียนแล้ว ใช้เวลานานเท่าใดในการทำงานทำ

### ประโยชน์ของการติดตามผล

สำหรับ สมเดช มุงเมือง (2532, หน้า 26-27) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษา ไว้ดังนี้

1. เพื่อช่วยในการแก้ไข ปรับปรุงหลักสูตร ให้สนองความต้องการของนักเรียน

2. เพื่อช่วยปรับปรุงโครงการแนะแนว ให้มีประสิทธิภาพบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย

3. เพื่อช่วยให้ทราบว่าผู้ใดต้องการความช่วยเหลือต่อไปอีก

4. เพื่อช่วยให้ทราบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หลังจากที่นักเรียนได้รับคัดเลือกเข้าเรียนในโปรแกรมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังจะช่วยให้ทราบว่านักเรียนมีความดีเด่นด้านใด ต้องการเสริมสมรรถภาพด้านใดเพิ่มเติม หรือพัฒนาด้านใดอีก

5. เพื่อให้ครูแนะแนวทราบว่า ควรให้ข้อเสนอเทศชนิดใดแก่นักเรียน ทั้งที่ศึกษาอยู่หรือจบจากโรงเรียนไปแล้ว

6. เพื่อช่วยเสนอข้อมูลให้แก่คณะครูอาจารย์ เพื่อให้จัดการเรียนการสอนได้ดียิ่งขึ้น มีความเข้าใจ ธรรมชาติและความต้องการของผู้เรียน

7. เพื่อช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้บริหาร โรงเรียนเพื่อปรับปรุงการจัดการศึกษาและบริการต่าง ๆ ให้สนองความต้องการของนักเรียนและช่วยให้นักเรียนประสบความสำเร็จในการศึกษาเล่าเรียนอย่างราบรื่น

### งานวิจัยที่เกี่ยวกับการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษานั้น ได้มีบุคคลต่าง ๆ ได้ทำการศึกษาไว้หลายเรื่อง ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำเสนอเพื่อเป็นแนวทางประกอบการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษาดังนี้

วิไลวรรณ เอี้ยวเจริญ (2530, หน้าบทคัดย่อ) ติดตามผลบัณฑิตสาขาวิชาภาษาและวรรณคดี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2521-2528 จากการติดตามผลพบว่าผู้สำเร็จการศึกษานำความรู้และประสบการณ์จากการศึกษาที่ได้จากภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออกไปใช้ในด้านการบริหารงานได้ประโยชน์น้อย นำไปใช้ในด้านการสอนระดับปานกลางเกี่ยวกับด้านการทำงานนั้นบัณฑิตสามารถนำความรู้และประสบการณ์ด้านมนุษยสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ได้มาในเรื่องการปรับตัวเข้ากับเพื่อนร่วมงาน และงานในหน้าที่ ที่ต้องรับผิดชอบในด้านการจัดการเรียนการสอนให้คำนึงถึงการนำไปปฏิบัติในวิชาชีพด้วย โดยสอนภาคปฏิบัติควบคู่ไปกับภาคทฤษฎีด้วย ควรสอนให้ได้รับประสบการณ์ตรงมาก ๆ คือ จัดให้มีการฝึกงานตามสถานที่ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับความสนใจและความถนัดของแต่ละคน ก่อนสำเร็จการศึกษา สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัย พบว่า นักศึกษาได้เรียนแต่ภาคทฤษฎีโอกาสฝึกปฏิบัติมีไม่มาก ควรเพิ่มชั่วโมงปฏิบัติในการสร้างศรัทธาในวิชาชีพนั้นภาควิชาฯ ควรหาทางทำให้บัณฑิตศรัทธาในวิชาชีพมากขึ้น โดยมุ่ง

การเรียนการสอน ความร่วมมือของอาจารย์ผู้สอน ด้วยการให้ผู้สอนกำหนดจุดประสงค์ในการสอนให้ชัดเจน ทั้งควรให้ความรู้คุณธรรมควบคู่กันไป

คนัย สุธิพจน์ (2533, หน้าบทคัดย่อ) ได้ทำการติดต่อผลผู้สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาการโรงแรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ระหว่างปีการศึกษา 2526-2532 ซึ่งปฏิบัติงานในหน้าที่บุคลากรด้านการโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 24 รร. รวม 143 คน และผู้บังคับบัญชาของผู้สำเร็จการศึกษา จำนวน 94 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้สำเร็จการศึกษาเห็นด้วยกับคำถาม

เกี่ยวกับหลักสูตรในด้านจุดมุ่งหมายอยู่ในระดับมาก ด้านเนื้อหาเพื่อการประยุกต์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านการฝึกงานอยู่ในระดับกลาง ความคิดเห็นของผู้สำเร็จการศึกษาในด้านการนำความรู้ความสามารถทางด้านวิชาการไปใช้ ความรู้ความสามารถพิเศษ ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ ทักษะคิดต่อวิชาชีพและมนุษยสัมพันธ์ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

สำหรับ ดวงพร อ่อนหวาน (2542, หน้าบทคัดย่อ) [2] ได้ทำการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขาจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ ปีการศึกษา 2535-2540 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้สำเร็จการศึกษามีจำนวน 98 คน ผู้บังคับบัญชาของผู้สำเร็จการศึกษา จำนวน 77 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้สำเร็จการศึกษามีความคิดเห็นว่าการจัดการศึกษาของหลักสูตรอยู่ในระดับดีมาก ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการศึกษาในหลักสูตร สามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ด้านผู้บังคับบัญชาของผู้สำเร็จการศึกษามีความคิดเห็นว่าผู้สำเร็จการศึกษามีความสามารถทางด้านวิชาการ อยู่ในระดับมากที่สุดมี

ความสามารถทางด้านเทคนิคทักษะและวิธีปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก มีบุคลิกภาพและคุณลักษณะส่วนตัวอยู่ในระดับมากที่สุด และทัศนคติต่ออาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้สำเร็จการศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะควรเพิ่มวิชาทางด้านคอมพิวเตอร์ และภาษาอังกฤษ เพราะจำเป็นในการปฏิบัติงาน และควรจัดหาอาจารย์พิเศษจากสถานประกอบการที่มีประสบการณ์จริงมาสอนเพิ่มในหลาย ๆ วิชา ซึ่งจะทำให้ได้รับความรู้ทั้งภาคทฤษฎี พร้อมประสบการณ์จริงเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานที่เกี่ยวข้องกับการติดตามผลสำเร็จการศึกษา จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ต้องการติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษา จะเห็นได้ว่าความต้องการของตลาดแรงงานและสถานประกอบการหรือสังคมได้มากขึ้นเพียงใดปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานอย่างไร เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของหลักสูตรหรือของสถาบันการศึกษานั้น ๆ หรือไม่

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับขั้นดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นบัณฑิตซึ่งจบการศึกษาปี 2553 จำนวน 66 คน
2. ผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตจากข้อที่ 1 จำนวน 66 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 แบบสอบถามบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบัณฑิต

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของบัณฑิต เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ของสาขาบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ

1. ความเหมาะสมของกระบวนวิชาในการที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

2. ความเหมาะสมในการจัดการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ

3. ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากการศึกษา เพื่อนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อทางสาขาการบัญชี

ชุดที่ 2 แบบสอบถามผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชียกี่ยวกับความสามารถในการปฏิบัติงานของบัณฑิต โดยสอบถามใน 3 ด้าน คือ

1. ความสามารถทางวิชาการ
2. เทคนิค และทักษะในการทำงาน
3. บุคลิกภาพ และคุณลักษณะส่วนตัว

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อทางสาขาการบัญชี

### การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการศึกษา มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากหลักสูตรสาขาวิชา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการติดตามผู้สำเร็จการศึกษา
2. สร้างแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปขอให้

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุง และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำอีกครั้งหนึ่ง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปจัดพิมพ์ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ทำหนังสือ ขอความร่วมมือบัณฑิตและ

ผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตในการตอบแบบสอบถาม

2. ส่งและรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

โดยขอความร่วมมือจากบัณฑิตให้นำแบบสอบถามฉบับผู้บังคับบัญชาไปมอบกับผู้บังคับบัญชาเพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามด้วย ผู้ศึกษากำหนดวันรับคืนแบบสอบถามประมาณ 2 อาทิตย์หลังจากการส่งแบบสอบถาม

3. ทำการตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามที่

ได้รับคือมาและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามของบัณฑิต และผู้บังคับบัญชา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบัณฑิต และข้อมูลเบื้องต้นของผู้บังคับบัญชานักศึกษา วิเคราะห์โดยนับแจกความถี่คำนวณค่าร้อยละ และนำเสนอเป็นตารางประกอบบรรยาย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของสาขาการบัญชีที่มีผลต่อการปฏิบัติงานและข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชาต่อการปฏิบัติงานของบัณฑิต วิเคราะห์เป็นรายด้าน

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ที่มีต่อสาขาการบัญชี นำเสนอ โดยการบรรยายสรุป

#### 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการติดตามบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จ

#### 5. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2553 โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากบัณฑิตระดับปริญญาตรีสาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2553 (หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรเทียบโอน) ที่มีงานทำ จำนวน 66 คน และเก็บรวบรวมข้อมูล

จากผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตจำนวน 66 คน และได้รับคืนแบบสอบถามมาทั้งหมดจากบัณฑิต

จำนวน 66 ชุด จากผู้บังคับบัญชาของบัณฑิตจำนวน 66 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด คือแบบสอบถามบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา และ แบบสอบถามผู้บังคับบัญชาของบัณฑิต การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน

#### 6. ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาจากข้อมูลต่าง ๆ ที่พบจากการติดตามผลบัณฑิตระดับปริญญาตรี สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ ที่สำเร็จการศึกษาในปี 2553 ควรจะได้มีการปรับปรุง แก้ไข กระบวนการจัดการเรียนการสอนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านการสอนภาษาอังกฤษ วิทยาลัยควรจะเน้นในด้านการสนทนาให้มากขึ้นเพราะส่วนใหญ่จะได้ในชีวิตประจำวันมากกว่าด้านไวยากรณ์
2. ด้านการจัดการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ

ควรให้บัณฑิตทุกคนได้รับการฝึกงาน ที่ตรงกับความรู้ความสามารถตามสาขาของตนเองเพื่อจะได้ฝึกงานเป็นการเตรียมความพร้อมในการที่จะเข้าไปสู่การทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการทำงานร่วมกับผู้อื่น การรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย การมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ถ้าไม่ได้รับการฝึกจะทำให้บัณฑิตที่สำเร็จออกไปทำงานปรับตัวไม่ค่อยได้ ทำให้มีการเปลี่ยนงานบ่อย ๆ อาจไม่เป็นผลดีต่อบัณฑิต

#### 3. ด้านเอกสาร ตำรา หนังสือในห้องสมุด

ควรปรับปรุงให้มีจำนวนเพียงพอและทันสมัย เพื่อให้บัณฑิตสามารถค้นคว้าได้โดยไม่รู้สึกลำบาก และควรมีห้องสมุดในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาเป็นของตนเอง

#### 4. ด้านบุคลิกภาพ และคุณลักษณะส่วนตัว

ควรมีการฝึกในด้านของการกล้าแสดงออก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ฝึกความเป็นผู้นำ การมีมนุษยสัมพันธ์และการแต่งกายให้สุภาพ ซึ่งคุณลักษณะและบุคลิกภาพต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนจำเป็นต่อการเข้าไปทำงานเป็นอย่างมาก

#### 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] คู่มือนักศึกษา. (2549 – 2553). จุดมุ่งหมาย. คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี วิทยาลัยกรุงเทพมหานครสุวรรณภูมิ
- [2] ดวงพร หุตะจุฑะ, สันติติ บุญปฤษฎ, ศุภกิจ หุตะสิงห์, ราชันย์ อัสวเวศน์. (2540). การติดตามผลผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปกรรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเพาะช่าง วิชาเอกการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ศิลปการถ่ายภาพ ปีการศึกษา 2537-2538. (เอกสารการประชุมสัมมนาทางวิชาการครั้งที่ 15) กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.

- [3] ดนัย สุธิพจน์. (2533). การติดตามผู้สำเร็จ  
การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
สาขาวิชาการโรงแรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชา  
อุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- [4] ประไพ สิทธิวงศ์. (2536). การติดตามผลการ  
ปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตร  
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช  
2527 สาขาวิชาการบัญชีในวิทยาลัยอาชีวศึกษา
- [5] แสง แสนสิงห์ชัย.(2540). การติดตามผลการ  
ปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษา วิทยาลัยอาชีว  
ศึกษาเชียงราย. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร  
มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตา ในเขตกรุงเทพมหานคร

### The Affecting Factors to Consumer Behavior of Purchasing Eyeglasses

#### in Bangkok Metropolitan Area

ณัฐนันท์ โกมลดิษฐ์<sup>1</sup> อัสวิน เสนีชัย<sup>2</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์พิเศษ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail : k\_nuttanun@hotmail.com

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail : atsavin555@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ และ ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุน้อยกว่า 20 ปี และมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป เคยใส่แว่นตามาแล้วจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 21-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่การเลือกสถานที่ซื้อแว่นตาพบว่าผู้บริโภคเลือกร้านแว่นตาในห้างสรรพสินค้าบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อแว่นตาพบว่าผู้บริโภคเลือกซื้อด้วยตนเอง แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคเลือกแผ่นพับ/โบว์รัวร์ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตาผู้บริโภคมีค่าใช้จ่าย 2,001-4,000 บาท และความถี่ในการเลือกซื้อคือ 2 ปีต่อครั้ง
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อแว่นตาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกรองลงมาคือปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านคุณภาพของแว่นตาและแบบรูปทรงที่ทันสมัยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยย่อยด้านช่อง



ทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีที่จ้อครดสะดวกและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สินค้ามีส่วนลดพิเศษ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมผู้บริโภค การเลือกซื้อแว่นตา

## ABSTRACT

This research objective was aimed to study the affecting factors consumer behavior of purchasing eyeglasses in Bangkok Metropolitan area. The study included demographic data , marketing mix and factors affecting customer behavior purchasing of eyeglasses.

Sample size was 400 consumer both male and female, who were less than 20 years old and above 60 years old and bought eyeglasses randomized by purposive sampling and convenience sampling. The statistics for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance and pearson product moment correlation coefficient.

The results of data analysis of most consumers were female in age range 21-40 years old holding bachelor degree, most of them being student and having average monthly income between 10,000-20,000 baht.

The results of consumer behavior analysis found that most of consumers bought their eyeglasses from the optical shop in Department store. The person influenced in purchasing selection an eyeglasses found that most of consumers are themselves. Consumers acquired information before purchasing decisions of eyeglasses from brochure. Each transaction between 2,001-4,000 baht. Most of them purchased eyeglasses for vision correction in every 2 years.

The results of factors analysis of the marketing mix for consumers focused on purchasing eyeglasses revealed the product was higher priority. The second factor was the price factor in distribution channels. Factors and the promotion of market factors, respectively, with the sub-product. The average of the highest quality eyewear and stylish shape is unique. Sub factor of price. The highest average price is reasonable and quality. Sub factor in its distribution channels with the highest average with parking spaces and the promotion of market factors that have the highest mean score was a product discounts.

**KEYWORDS:** Consumer Behavior , Purchasing Eyeglasses

### 1. ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้สายตามากขึ้นเพื่อการดูโทรทัศน์มองจอคอมพิวเตอร์ขณะทำงาน มองกระดานขณะเรียนหนังสือ ขณะขับรถ เย็บผ้า ทำงานที่กลางแจ้งมากขึ้นความต้องการใช้แว่นตาของคนไทยมีมากขึ้นซึ่งดูได้จากยอดการใช้แว่นตาในปี 2546 มีประมาณร้อยละ 5 ของประชากรทั้งประเทศ ในปี 2551-2552 ประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ และในปี 2553 มียอดการใช้แว่นตาเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ (ข่าวเศรษฐกิจหนังสือพิมพ์

บ้านเมือง ออนไลน์) ปัจจุบันตลาดรวมธุรกิจแว่นตามีมูลค่ารวมราว 6,000 ล้านบาท แบ่งเป็นแว่นสายตาร้อยละ 80 แว่นกันแดดแฟชั่นร้อยละ 20 ขณะที่ตลาดแว่นตามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคมีความต้องการใช้แว่นตามากขึ้น จากปัญหาทางด้านสายตาที่เกิดจาก การมีพฤติกรรมที่ต้องใช้สายตาในการเรียนและการทำงานและเกิดจากพันธุกรรมซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาทางด้านสายตา

ปัจจุบันผู้มีปัญหาสายตามีแนวโน้มมากขึ้น เนื่องจากการใช้สายตาในการเรียน การทำงานที่แข่งกับเวลา ทำ

ให้มีการใช้สายตามากเกินไปเกิดภาวะเพ่งตลอดเวลา ส่งผลให้เกิดภาวะสายตาสั้น สายตาสั้น สายตายาว และสายตาดำ เป็นต้น จึงทำให้มองว่า ตลาดแว่นตาในประเทศไทยยังอยู่ในช่วงของการ เจริญเติบโต จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อ แว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากการทำ วิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทผู้จัดจำหน่าย และร้านค้าปลีกเพื่อเป็นแนวทางการวางแผนทางการ ตลาด กำหนดแผนกลยุทธ์ในการแข่งขัน และพัฒนา ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ให้ ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย การส่งเสริมการตลาด
- 2.2 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตา ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทาง

การตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตา

## 3. สมมติฐานของการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

3.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## 5. ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) อุไรวรรณ พรสิงห์ (2550, หน้า 9) กล่าวถึงแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ไว้ว่า “เป็นแนวทฤษฎีที่เชื่อในหลักการความเป็นเหตุเป็นผล คือเชื่อว่าคนเราทำพฤติกรรมต่าง ๆ ตามแรงผลักดันจากภายนอก และพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้”

5.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด  
 ฆนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547. หน้า 22) กล่าวไว้ว่า “ส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix) เป็นชุดเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้ดำเนินงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย McCarthy จำแนกเครื่องมือนี้ออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ซึ่งเรียกว่า 4Ps ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์(Product) ราคา(Price) ช่องทางการจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังแสดงรายละเอียดดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 แสดงส่วนประสมทางการตลาด

(The Four Ps Components of the Marketing Mix)

5.3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค  
 วิจิต พัฒนะอนง (2551, หน้า 16) ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมของผู้บริโภค(Consumer Behavior) หมายถึง”พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริหารซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา”

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

บาร์นาร์ด (Banard. 1938: 881) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึง เทคนิควิธีที่ลดจำนวนทางเลือก การเลือกลงมา เพราะฉะนั้นการเลือกนั้นจะใช้เทคนิควิธีใดก็ตามที่จะเลือกทางเลือกเหล่านั้นมาเหลือทางเดียว นั่นก็หมายถึงว่าเลือกทางใดทางหนึ่งขึ้นมานั่นเอง

น้ำฝน ชุ่มวงษ์ (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอนแทคเลนส์ของประชากรในเขตเทศบาลอุดรธานี พบว่าผู้บริโภคเลือกซื้อคอนแทคเลนส์ด้วยเหตุผลส่วนใหญ่คือ มีปัญหาสายตา แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อคอนแทคเลนส์มากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการขายตามลำดับ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก ในเรื่องคุณภาพของคอนแทคเลนส์ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่องความเหมาะสมของราคา ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก ในเรื่องมีความสะดวกในการหาสถานที่ซื้อ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่องส่วนลดพิเศษ

อุบลทิพย์ รัตนพงษ์สถิตย์ (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณค่าตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี ในด้านคุณภาพที่รับรู้และ

ผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในด้านความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า, ในด้านการรับรู้ตราสินค้า และในด้านความภักดีต่อตราสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อแว่นตากันแดดที่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีพฤติกรรม การเลือกซื้อโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้บริโภคที่มีอายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผล ต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

## 6. วิธีการดำเนินการวิจัย

แหล่งข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองและรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

6.1) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Editing) โดยการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามและคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จนได้แบบสอบถามครบถ้วน 400 ชุด

6.2) ทำการลงรหัส (Coding) ข้อมูล โดยแบ่งเป็นกลุ่มตามตัวแปรที่ทำการศึกษา แล้วนำข้อมูลบันทึกลงในโปรแกรม SPSS

6.3) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) ในการประมวลผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติด้านการวิจัย

6.4) แปลความหมายข้อมูลเพื่อทำ การสรุปผลการวิจัย

## 7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ครบถ้วนแล้ว นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง

สมบูรณ์แล้วลงรหัสข้อมูลเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติ ค่าสถิติที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่

7.1) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

7.2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตัวอย่าง แล้วนำผลการวิเคราะห์นั้นอ้างอิงถึงลักษณะที่สำคัญของประชากร ได้แก่

7.2.1 การทดสอบโดยใช้ t-Test และ F-test (One way Anova) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

7.2.2 การทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตา

7.2.3 การทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตา

## 8. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา

ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.01 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.88 ตามลำดับ

สรุประดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม

ส่วนประสมการตลาดโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	0.63	มาก
2. ด้านราคา	4.01	0.72	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	0.75	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.88	0.75	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.99</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สัมมติฐาน

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig. (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.26	0.54	4.11	0.69	2.35	0.00*
ปัจจัยด้านราคา	4.08	0.68	3.98	0.75	1.38	0.79
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.01	0.69	3.86	0.78	1.39	0.03*
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	0.87	3.87	0.65	0.49	0.01*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 2 พบว่าเพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกซื้อแว่นตา กับเพศ

พฤติกรรมกรเลือกซื้อแว่นตา	เพศ		
	$\chi^2$	df	Sig.
1. สถานที่เลือกซื้อแว่นตา	4.28	3	0.23
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา	15.86	4	0.01*
3. แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อแว่นตา	21.58	6	0.00*
4. ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตา	18.31	3	0.00*
5. ความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา	10.71	4	0.03*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเลือกซื้อแว่นตา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา, แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อแว่นตา, ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตา และความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมกรเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกรเลือกซื้อแว่นตา	ด้านผลิตภัณฑ์	
	Chi-Square	Sig. (2-tailed)
1. สถานที่เลือกซื้อแว่นตา	19.69	0.07
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา	24.63	0.08
3. แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	40.04	0.02*
4. ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตา	30.27	0.02*
5. ความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา	14.83	0.54

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็นซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จึงสรุปได้ว่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา คือ แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ และค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตา ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา	ด้านราคา	
	Chi-Square	Sig. (2-tailed)
1. สถานที่เลือกซื้อแว่นตา	16.55	0.17
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา	34.08	0.01*
3. แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	59.40	0.00*
4. ค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อแว่นตา	53.15	0.00*
5. ความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา	15.44	0.49

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านราคากับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็นซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จึงสรุปได้ว่าด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา คือ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา, แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ และค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อแว่นตา ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
	Chi-Square	Sig. (2-tailed)
1. สถานที่เลือกซื้อแว่นตา	24.07	0.02*
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา	22.50	0.13
3. แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	50.79	0.01*
4. ค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อแว่นตา	56.15	0.00*
5. ความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา	22.75	0.12

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็นซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จึงสรุปได้ว่าด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา คือ สถานที่เลือกซื้อแว่นตา, แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ และค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อแว่นตา ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	
	Chi-Square	Sig. (2-tailed)
1. สถานที่เลือกซื้อแว่นตา	19.50	0.08
2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแว่นตา	20.14	0.21
3. แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ	39.56	0.02*
4. ค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อแว่นตา	38.26	0.00*
5. ความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา	25.26	0.07

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อใช้สถิติ Chi-Square ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็นซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) จึงสรุปได้ว่าด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตา คือ แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ และค่าใช้จ่ายของการเลือกซื้อแว่นตา ตามลำดับ

## 8. การอภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อคือแผ่นพับ/โบวัวร์เนื่องจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากแผ่นพับ/โบวัวร์ที่บริษัทห้างร้านต่างๆแจกให้ข้อมูลกับผู้บริโภค จึงมีพฤติกรรมในการรับข้อมูลจากแผ่นพับ/โบวัวร์และผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตาต่อเดือน 2,001-4,000 บาทให้เหตุผลว่าเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติกา ดันดิวัฒน์กุลชัย (2546) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนแทคเลนส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครกล่าวว่าผู้บริโภคให้เหตุผลในการซื้อคอนแทคเลนส์เพราะคุณภาพของคอนแทคเลนส์ ราคาสอดคล้องกับคุณภาพ สถานที่จัดจำหน่ายที่ง่ายต่อการหาซื้อและด้านส่งเสริมการขายให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่องการจัดรายการลดราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่นำเสนอต่อผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จต้องทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคใน

ตลาดเป้าหมายและคู่แข่งชั้นการกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่ง

ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ตลาดเป้าหมาย (เพลินทิพย์ โกเมศโสภา, 2542, หน้า 88) จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดโดยเน้นเรื่องคุณภาพของแว่นตา และแบบรูปทรงที่เหมาะสมกับรูปหน้า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศทั้งเพศชายและเพศหญิง ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามพันธุกรรมและเหตุผลทางสังคม (ชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ, 2547, หน้า 377)

ปัจจัยด้านราคา สำหรับสินค้าที่มีความเหมือนกันหรือคล้ายกัน หรือสินค้าที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับราคาแล้ว ผู้บริโภคจะทราบราคาระดับใดควรซื้อในราคาเท่าใด (วิมล จิโรจพันธุ์ และอุดม เขยทิวส์, 2538, หน้า 140) จากการวิจัยพบว่าเพศที่ต่างกันให้ความสำคัญด้านราคาต่างกันเพศชายสนใจราคาถูกกว่าเพศหญิง และเชื่อมั่นในแบรนด์แว่นตาในขณะที่เพศหญิงซื้อราคาสูงกว่าและมีเหตุผลในการเลือกซื้อคือการรับประกันสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องของราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด แต่ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงซึ่งเกี่ยวข้องกับอาชีพที่ดีกว่ารายได้สูงกว่าจะพิจารณาเรื่องราคาและการส่งเสริมการตลาดมากกว่าเนื่องจากมีทัศนคติและพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตต่างกัน

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายเป็นการวางกลยุทธ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้แก่ลักษณะทางด้านประชากร ขนาดและกำลังซื้อ ทำเลที่อยู่อาศัย (เพลินทิพย์ โกเมศโสภา, 2542, หน้า 115-116) จากตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา จะเป็นการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมที่สุด เพราะเพศชายและเพศหญิงมีทัศนคติและพฤติกรรมที่ต่างกัน ตามพันธุกรรม

และเหตุผลทางสังคม(ชนวรรณะ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547, หน้า 377) การศึกษาพบว่า เพศให้ความสำคัญที่แตกต่างกันด้านสถานที่จำหน่าย เพศชายจะสนใจสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน และหน่วยรถบริการส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญสถานที่จัดจำหน่ายคือในห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่ายกับตลาดเป้าหมาย เพื่อชักชวนให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ พอใจและต้องการซื้อสินค้า(ทับทิม วงศ์ประยูร และคณะ, 2542, หน้า 103) ซึ่งเชื่อมโยงกับทฤษฎีแรงจูงใจของเฮอรัชเบอร์เกอร์ คือปัจจัยที่สร้างความพอใจผู้ผลิตควรจำแนกความพอใจหลักหรือแรงจูงใจในการซื้อของตลาดเพื่อผู้ผลิตจะตอบสนองได้ถูกต้องบุคคลมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป การสื่อสารเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคล ดังนั้นพฤติกรรมสื่อสารของบุคคลมีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันด้วย

จากผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ (สมควร เจริญสุข, 2539, หน้า 21) การศึกษาพบว่าเพศชายนิยมสื่อโฆษณาที่เข้าถึงได้ตลอดเวลา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร

## 9. สรุปผลการวิจัย

### 9.1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 ซึ่งมากกว่าเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 อายุของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.7 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.2 ระดับการศึกษาของผู้บริโภคอยู่

ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.2 อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.4

### 9.2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อแว่นตาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การเลือกสถานที่เลือกซื้อแว่นตา บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อแว่นตา แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อแว่นตา ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตา ความถี่ในการเลือกซื้อแว่นตา โดยในส่วนนี้ได้แจกแจงความถี่ และร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมในส่วน of สถานที่เลือกซื้อแว่นตา ผู้บริโภคเลือกซื้อแว่นตาในห้างสรรพสินค้า มีจำนวนรวม 207 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือร้านแว่นตาที่อยู่นอกห้างสรรพสินค้ามีจำนวนรวม 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมในส่วน of บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อแว่นตามากที่สุด คือตนเอง มีจำนวนรวม 244 รายคิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาคือ พ่อแม่ มีจำนวนรวม 77 รายคิดเป็นร้อยละ 19.25

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรมในส่วน of แหล่งข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อแว่นตามากที่สุดคือ ผ่านพับ/โบวัวร์



มีจำนวนรวม 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.25

รองลงมาคือ พนักงานขาย มีจำนวนรวม 99

ราย คิดเป็นร้อยละ 24.75

ผู้ตอบแบบสอบถามด้าน

พฤติกรรมในส่วนของการใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตาเฉลี่ยต่อครั้ง ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแว่นตาต่อ/ครั้งมากที่สุด คือ

ระหว่าง 2,001-4,000 บาท มีจำนวนรวม 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาคือ ราคาต่ำกว่า 2,000 บาท มีจำนวนรวม 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75

ผู้ตอบแบบสอบถามด้านพฤติกรรม

ในส่วนของการตัดสินใจในการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการเลือกซื้อ 2 ปี/ครั้ง มากที่สุด มีจำนวนรวม 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ปี ต่อครั้ง มีจำนวนรวม 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25

### 9.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อแว่นตา

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.99 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

9.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับความสำคัญมากเมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากที่สุดด้านคุณภาพของแว่นตาและด้านแบบและรูปทรงที่เหมาะสมกับรูปหน้ามีเอกลักษณ์โดดเด่น ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 และ 4.30

รองลงมาคือความหลากหลายของประเภท

สินค้าคือแว่นสายตา แว่นกันแดดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 สินค้ามีหยื่อ ตราสินค้า ชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 และตัวผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักเบา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 ให้ความสำคัญในระดับมาก

9.3.2 ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคาโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.02 อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านมีส่วนลดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 และราคาถูกกว่าต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.94 และขายควบกับสินค้าอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ให้ความสำคัญในระดับมาก

9.3.3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านสถานที่จัดจำหน่ายโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.90 อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า สถานที่ที่มีที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.01 สถานที่จำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.95 วางสินค้าให้ทดลองใส่ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.88 และสถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.74 ให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน

9.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.89 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า สินค้ามีส่วนลดพิเศษมีค่าเฉลี่ย 4.15

การเอาใจใส่ของพนักงานขายสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 4.13 สินค้ามีของแถมมีค่าเฉลี่ย 3.88 สื่อโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.80 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.78 ฟรีเซ็นเตอร์มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ย 3.57 ให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน

## 10. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

10.1 การศึกษาครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และมีรายละเอียดเพิ่มขึ้นทางด้านพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดจึงควรขยายการเก็บข้อมูลนอกเขตกรุงเทพมหานคร หรือในจังหวัดใหญ่ ๆ ทุกภาคของประเทศไทย ซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางผลิตภัณฑ์ ราคาและการตลาด

10.2 การออกแบบสอบถามในส่วนผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ลึกซึ้งและเพิ่มรายละเอียดในด้านความพึงพอใจในด้านส่วนประสมทางการตลาดให้มากขึ้นเช่นราคา การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

10.3 ควรวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และโครงสร้างตลาด Market Structure ของธุรกิจแว่นตา เพื่อหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ในการนำมาใช้วางแผนการตลาดและกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา.(2544).การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ.พิมพ์ครั้งที่5.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [2] ครรชิตพล ยศพรไพบูลย์.(2552).เอกสารประกอบคำบรรยาย “หลักการวิเคราะห์กรณีศึกษาทางการบริหาร” รายวิชาการจัดการการตลาด 900 714 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร.
- [3] โชติการ ตันตวิวัฒนกุลชัย. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อคอนแทกเลนส์

ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์ บชม.(การตลาด).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- [4] ธงชัย สันติวงษ์. (2524). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- [5] Herzberg, Frederick. (1959). The Motivation to work. New York : John Wiley.
- [6] Philip kotler. 1997 Marketing Management: Analysis Planning Implementation and Control. New Jersey : A Simon and Schuster Company.

## ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด และพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ของประชาชน จังหวัดปทุมธานี

### THE IMPORTANT FACTORS OF DECISION MAKING FOR CONSUMING FRESH COFFEE AND CONSUMER BEHAVIOR OF PEOPLE IN PATHUMTHANI PROVINCE

จิรวรรณ ลำเจียก

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Jirrara2008@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาระดับปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด 2) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด 3) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 คน เนื้อหาการวิจัยเป็นส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) ค่าเอฟ (One-way ANOVA: F-test) เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD และไคสแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ ) ผลการวิจัยพบว่า

ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.75 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 49.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.75 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 42.75 ตามลำดับ พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคกาแฟส่วนมากเลือกซื้อกาแฟที่ร้านบ้านไร่กาแฟ ร้อยละ 29.00 นิยมดื่มกาแฟชนิดเย็น ร้อยละ 87.50 นิยมดื่มรสชาติกาแฟ ร้อยละ 37.25 ชอบดื่มกาแฟอย่างเดียว ร้อยละ 41.00 เหตุผลที่เลือกดื่มเพราะชอบรสชาติและกลิ่นกาแฟ ร้อยละ 56.80 ดื่มกาแฟสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง ร้อยละ 49.75 ดื่มโดยไม่จำกัดเวลา ร้อยละ 38.25 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟประมาณครั้งละ 30-150 บาท ร้อยละ 81.75 และนิยมซื้อน้ำกลับไปดื่มนอกบ้าน ร้อยละ 74.00

ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค พบว่า โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.61$ ) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.58$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านราคา ( $\bar{X} = 3.43$ )

ลักษณะประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจ, พฤติกรรมการบริโภค, กาแฟสด

**ABSTRACT**

This study aimed to study 1) the Important Factors and Behavior for Fresh Coffee 2) to study behavior of consumer for Fresh Coffee 3) compare different between consumer's and the important factor for Fresh coffee and 4) to study between consumer's and behavior for Fresh Coffee on consumer's in Pathumthani. Four hundred are samples by accidental sampling and Marketing Mix: Product Price Place and Promotion. The statistics used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, t-test, F test, and Chi-Squares ( $\chi^2$ ).

The results showed that: Most samples are female (61.75%), age between 31-40 year old (49.75%), bachelor's degree (53.75%) employees of officer (44.00%) and income 10,000-20,000 Bath (42.75%). Most sample buying Fresh Coffee at Ban Rai Kafae coffee shop (29.00%), like drink cool coffee (87.50%) like Fresh Coffee only (41.00%) like taste and smell of coffee (56.80%) drink coffee 2-4 cup/weeks (49.75%) drink to usually (49.75%) pay for coffee 30-150 Baht (81.75%) and choose take away on out site (74.00%).

The important factor in the decision of consumer's Fresh coffee in overall and every aspect at high level ( $\bar{X} = 3.57$ ), when show by aspect follow that: product ( $\bar{X} = 3.67$ ), Promotion ( $\bar{X} = 3.61$ ), Place ( $\bar{X} = 3.58$ ), and Price ( $\bar{X} = 3.43$ ) respectively.

Comparing between consumer's and the important factor in decision for fresh coffee follows that: age of consumer's different have to decision is not difference. But sex education occupation and income of consumer's are difference to found that: consumer's have to decision for marketing mix for fresh coffee are difference significant at .01 levels.

The relationship between coffee consumer's and behavior for fresh coffee to found that: sex age education occupation and income of consumer's were associated with to behavior in fresh coffee is difference significant at .01 levels.

**KEYWORDS:** The Important Factors of Decision, Consumer Behavior, Fresh Coffee

**1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

กาแฟ เป็นเครื่องดื่มที่ทำจากเมล็ดกาแฟคั่ว ซึ่งได้จากต้นกาแฟ กาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลกชนิดหนึ่งเช่นเดียวกับชาและน้ำ กาแฟเป็นสินค้าธรรมชาติที่มีการซื้อขายกันมากเป็นอันดับสองของโลก รองจากปิโตรเลียมเท่านั้น

ปัจจุบันธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจที่มีอัตราการขยายตัวสูง ผู้ประกอบการขนาดย่อมมีการปรับปรุงธุรกิจของตนเอง รวมทั้งมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาอีกเป็นจำนวนมาก ถึงแม้กาแฟจะเป็นเครื่องดื่มที่มีจำหน่ายและเป็นที่รู้จักในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน แต่ลักษณะความนิยมและพฤติกรรมการดื่มกาแฟของคนไทยจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากชาวต่างประเทศ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

ตลาดผลิตภัณฑ์กาแฟมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิวัฒนาการในการจำหน่ายกาแฟในประเทศไทย เริ่มจากรถเข็นขายกาแฟที่เราเคยเห็นกัน จะมีถุงลวกกาแฟแล้วเทใส่กระดาษ ใส่นม คนให้เข้ากัน แล้วทานกับปาท่องโก๋ ซึ่งเป็นของคู่กัน และมีโต๊ะกลม และเก้าอี้ นั่ง มักจะพบเห็นได้ตามตลาดสด สถานที่คนพลุกพล่าน ฯลฯ และรูปลักษณะจะเป็นแบบเรียบ จะเน้นขายผลิตภัณฑ์มากกว่าขายรูปลักษณะ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จึงทำให้อัตราการขยายตัวของธุรกิจร้านกาแฟเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ความนิยมการดื่มกาแฟของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่นิยม ดื่มกาแฟสำเร็จรูป มาเป็นการนิยมกาแฟสดจากร้านกาแฟคั่วบด ทั้งจากร้านแบบพรีเมียมที่มีการตกแต่งร้านหรูหราทันสมัย และเน้นบรรยากาศ และร้านแบบคิออส (Kiosk) ซึ่งต้องการ

เงินลงทุนไม่มากนัก จึงมีการเปิดร้านกาแฟเพิ่มขึ้น และมีการแข่งขันสูง ผู้ที่จะประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ในธุรกิจนี้ จึงต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคซึ่งจะทำให้สามารถเพิ่มหรือรักษายอดขายไว้ได้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าธุรกิจร้านกาแฟเป็นธุรกิจในกลุ่มเอสเอ็มอี (SME) มีความสำคัญและนำลงทุน เนื่องจากธุรกิจนี้ไม่ต้องใช้เงินทุนมากนัก ตลอดจนไม่ต้องใช้เทคนิคในการบริหารที่มีความซับซ้อนมากนัก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่จะลงทุนในธุรกิจดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้ที่สนใจธุรกิจร้านกาแฟสด จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด และพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจในการวางแผน ตัดสินใจในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสดต่อไป

## 2. ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

### 3.1 ขอบเขตของเนื้อหาของการวิจัย

ส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

### 3.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป เป็นผู้ที่เคยบริโภคกาแฟสด และมีที่พัก

อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 985,643 คน (ข้อมูลทะเบียนราษฎร จังหวัดปทุมธานี, กุมภาพันธ์ 2555) เนื่องจากว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟสด และสามารถอธิบายเหตุผลในการเลือกบริโภคกาแฟสดได้

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร กำหนดความคาดเคลื่อนไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน

## 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

1. **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. **ตัวแปรตาม** คือ ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด และพฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

2.1 ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2.2 พฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสด ประกอบด้วย ร้านกาแฟที่เลือกซื้อ ชนิดกาแฟ รสชาติของกาแฟ ลักษณะการบริโภค เหตุผลที่เลือกบริโภค ความถี่ในการบริโภคกาแฟ ช่วงเวลาที่บริโภค ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง และสถานที่ดื่มกาแฟ

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์สมมติฐานโดยใช้สถิติอ้างอิง (Inference statistics) โดยทดสอบค่าที (t-test independent) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA: F-test) และทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยวิธี LSD

3. การทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square:  $\chi^2$ )

**5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n= 400)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
1. ชาย	153	38.25
2. หญิง	247	61.75
รวม	400	100.00
<b>อายุ</b>		
1. 18-30 ปี	131	32.75
2. 31-40 ปี	199	49.75
3. 41 ปี ขึ้นไป	70	17.50
รวม	400	100.00
<b>ระดับการศึกษา</b>		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	113	28.25
2. ปริญญาตรี	215	53.75
3. สูงกว่าปริญญาตรี	72	18.00
รวม	400	100.00
<b>อาชีพ</b>		
1. นักศึกษา	58	14.50
2. พนักงานบริษัท	176	44.00
3. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	81	20.25
4. ธุรกิจส่วนตัว	85	21.25

รวม	400	100.00
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
1. 10,000 บาทหรือต่ำกว่า	133	33.25
2. 10,001-20,000 บาท	171	42.75
3. 20,001 บาท ขึ้นไป	96	24.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้บริโภคส่วนมาก เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.75 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 49.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.75 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 42.75

**ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด**

ผู้บริโภคกาแฟสดส่วนมากเลือกซื้อที่ร้านบ้าน ไร่ กาแฟ มากที่สุด ร้อยละ 29.00 ผู้บริโภคนิยมดื่มกาแฟเย็น ร้อยละ 87.50 นิยมบริโภคกาแฟสด ร้อยละ 37.25 ชอบดื่มกาแฟสดเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 41.00 เหตุผลที่เลือกดื่มกาแฟสดเพราะว่าชอบรสชาติและกลิ่นกาแฟ ร้อยละ 56.80 ดื่มกาแฟสดสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง ร้อยละ 49.75 ดื่มกาแฟโดยไม่จำกัดเวลา ร้อยละ 38.25 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสดประมาณครั้งละ 30-150 บาท ร้อยละ นิยมนำกาแฟไปดื่มนอกร้าน ร้อยละ 74.00 และดื่มในร้านกาแฟ ร้อยละ 26.00 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด**

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.61$ ) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.58$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านราคา ( $\bar{X} = 3.43$ ) ตามลำดับ

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ แก้วกาแฟสามารถเก็บความร้อนและความเย็น

ของกาแฟ ( $\bar{X} = 3.75$ ) รองลงมาคือ กาแฟสดมีรสชาติดี ( $\bar{X} = 3.73$ ) และอันดับสุดท้ายคือ มีสูตรเฉพาะที่แตกต่างจากร้านอื่น ( $\bar{X} = 3.61$ ) ตามลำดับ

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด ด้านราคา โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.43$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด อยู่ในระดับมาก 5 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ ข้อ 2 กาแฟสดมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ( $\bar{X} = 3.70$ ) รองลงมาคือ ข้อ 3 มีราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ( $\bar{X} = 3.68$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ข้อ 7 สามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ ( $\bar{X} = 2.75$ ) ตามลำดับ

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ข้อ 1 ท่าเลที่ตั้งของร้านกาแฟสดสามารถไป-มาได้สะดวก ( $\bar{X} = 3.67$ ) และ ข้อ 2 สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบายและความพอเพียงของพื้นที่จอดรถ ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาคือ ข้อ 3 มีการจัดร้านให้สามารถสะดวกแก่การเลือกซื้อ ( $\bar{X} = 3.65$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ข้อ 6 มีการจัดส่งนอกสถานที่ ( $\bar{X} = 3.44$ ) ตามลำดับ

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ข้อ 7 พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสามารถแนะนำลูกค้าได้ชัดเจน ( $\bar{X} = 3.65$ ) รองลงมาคือ ข้อ 3 บรรยายภาพภายในร้านดูอบอุ่นและเป็นกันเอง และข้อ 4 ภายในร้านมีความสะดวกสบาย ( $\bar{X} = 3.63$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ข้อ 1 มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ( $\bar{X} = 3.56$ ) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดในด้านส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดในด้านส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดในด้านส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านราคา พบว่า ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดในด้านส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 5** ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดในด้านส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 6** เพศของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ชนิดของกาแฟสดที่นิยมบริโภค ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสดต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กับเพศของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ รสชาติกาแฟสดที่นิยมบริโภค

ลักษณะการบริโภคกาแฟสด ความถี่ในการบริโภคกาแฟสด ช่วงเวลาที่นิยมบริโภคกาแฟสด และสถานที่ดื่มกาแฟสด พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับเพศของผู้บริโภค

**สมมติฐานที่ 7** อายุของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสดต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์กับอายุของผู้บริโภค ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ชนิดกาแฟที่นิยมบริโภค รสชาติของกาแฟที่นิยมบริโภค ลักษณะการบริโภคกาแฟสด ความถี่ในการบริโภคกาแฟสด ช่วงเวลาที่นิยมดื่มกาแฟสด และสถานที่นิยมดื่มกาแฟสด พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับอายุของผู้บริโภค

**สมมติฐานที่ 8** ระดับการศึกษาของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการบริโภคกาแฟสด มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความถี่ในการบริโภค ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสดต่อครั้ง สถานที่ดื่มกาแฟสด มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ชนิดของกาแฟที่นิยมบริโภค รสชาติของกาแฟที่นิยมบริโภค และช่วงเวลาที่นิยมบริโภค พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับระดับการศึกษาของผู้บริโภค

**สมมติฐานที่ 9** อาชีพของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า รสชาติของกาแฟที่นิยมบริโภค มีความสัมพันธ์กับอาชีพของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ชนิดกาแฟที่นิยมบริโภค ลักษณะการบริโภคกาแฟสด ความถี่ในการบริโภค ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสดต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กับอาชีพของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ ช่วงเวลาที่นิยมบริโภค และสถานที่ดื่มกาแฟสด พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับอาชีพของผู้บริโภค

**สมมติฐานที่ 10** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน

จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ชนิดกาแฟที่นิยมบริโภค ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสดต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ได้แก่ รสชาติของกาแฟที่นิยมบริโภค ลักษณะการบริโภคกาแฟสด ความถี่ในการบริโภค ช่วงเวลาที่นิยมบริโภค สถานที่ดื่มกาแฟสด พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

## 6. สรุปผล อภิปรายผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.75 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 49.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.75 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 44.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 42.75 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคกาแฟสดส่วนมากเลือกซื้อกาแฟสดที่ร้านบ้านไร่กาแฟ ร้อยละ 29.00 นิยมดื่มกาแฟชนิดเย็น ร้อยละ 87.50 นิยมดื่มรสชาติกาแฟสด ร้อยละ 37.25 ชอบดื่มกาแฟสดอย่างเดียว ร้อยละ 41.00 เหตุผลที่เลือกดื่มเพราะว่าชอบรสชาติและกลิ่นกาแฟสด ร้อยละ 56.80 ดื่มกาแฟสดสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง ร้อยละ 49.75 ดื่มโดยไม่จำกัดเวลา ร้อยละ 38.25 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสดประมาณครั้งละ 30-150 บาท ร้อยละ 81.75 และนิยมซื้อน้ำกลับไปดื่มนอกร้าน ร้อยละ 74.00

พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคกาแฟสดส่วนมากเลือกซื้อกาแฟสดที่ร้านบ้านไร่กาแฟมากที่สุด นิยมดื่มกาแฟชนิดเย็น นิยมดื่มรสชาติกาแฟสด ชอบดื่มกาแฟสดอย่างเดียว เหตุผลที่เลือกดื่มเพราะว่าชอบรสชาติและกลิ่นกาแฟสด ดื่มกาแฟสดสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง ดื่มโดยไม่จำกัดเวลา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสดประมาณครั้งละ 30-150 บาท และนิยมซื้อน้ำไปดื่มนอกร้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ร้านบ้านไร่กาแฟสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ชื่นชอบการดื่มกาแฟเพราะรสชาติและกลิ่นของกาแฟ



ซึ่งร้านบ้านไร่กาแฟได้เน้นการปรับปรุงสูตรกาแฟให้เป็นเอกลักษณ์ประจำร้านสร้างสินค้า และบริการเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีภาพลักษณ์ชัดเจนและในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์มาเน้นการให้บริการลูกค้า อีกทั้งภายในร้านมีความสะอาด มีสินค้าหลากหลายอีกด้วย ส่วนความนิยมในการบริโภคกาแฟสดชนิดเย็น สาเหตุอาจเป็นเพราะว่าสภาพภูมิศาสตร์ของจังหวัดปทุมธานี เป็นลักษณะเมืองเขตร้อน ผู้บริโภคจึงนิยมดื่มกาแฟสดชนิดเย็น เพื่อคลายร้อน และทำให้ร่างกายสดชื่น เพิ่มความกระฉับกระเฉงด้วยกาแฟที่มีสารคาเฟอีนอยู่นั่นเอง จากพฤติกรรมการดื่มกาแฟสด ที่พบว่า ผู้บริโภคนิยมดื่มกาแฟสดเพียงอย่างเดียว โดยชอบดื่มรสชาติกาแฟสด เหตุผลที่ชัดเจนคือ รสชาติและกลิ่นของกาแฟสดที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลไม้ชนิดอื่นๆ และยังมีคุณสมบัติที่ออกฤทธิ์เฉพาะตัว สำหรับลักษณะการดื่มกาแฟสด 1-4 ครั้ง อาจเป็นลักษณะของแต่ละบุคคลที่นิยมดื่มกาแฟสดที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น มีโรคประจำตัว หรือต้องการสร้างความกระฉับกระเฉงให้กับร่างกาย แต่ผู้บริโภคส่วนมากก็เลือกที่จะดื่มโดยไม่จำกัดเวลา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภค ที่มีร้านกาแฟสดอยู่ตามกมมาย จนทำให้สามารถตัดสินใจบริโภคได้โดยไม่จำกัดเวลา สำหรับค่าใช้จ่าย ที่พบว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการซื้อกาแฟสดประมาณครั้งละ 30-150 บาท อาจเป็นเพราะราคาที่เป็นมาตรฐานของร้านกาแฟสด และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดที่เลือกดื่มด้วย และส่วนมากพบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อนำไปดื่มนอกร้าน อาจเป็นเพราะโดยส่วนมากผู้บริโภคมีภาระหน้าที่ต้องปฏิบัติ และมีเวลาจำกัด จึงทำให้มีเวลาน้อยที่จะต้องไปนั่งดื่มที่ร้านเป็นประจำ อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนมากตัดสินใจที่จะซื้อแล้วนำไปดื่มนอกร้าน

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดของประชาชน จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจบริโภคกาแฟสด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}= 3.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}= 3.67$ ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}=3.61$ ) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}= 3.58$ ) และอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านราคา ( $\bar{X}= 3.43$ ) ตามลำดับ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ความนิยมในการดื่มกาแฟของประชาชนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อาจด้วยเหตุผลที่หลากหลายของแต่ละบุคคล เช่น ทำให้สดชื่น สร้างความกระปรี้กระเปร่า รสชาติที่กลมกล่อม และกลิ่นหอม ร้านค้าที่ซื้อไป-มาสะดวก มีราคาที่เหมาะสม ช่วยรักษาโรคบางชนิดได้ เป็นต้น

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญในการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้เหตุผลว่า แก้วกาแฟสามารถเก็บความร้อนและความเย็นของกาแฟ กาแฟสดมีรสชาติดี ประสิทธิภาพดี ใหม่เสมอ มีให้เลือกหลากหลายประเภท และแก้วกาแฟมีการออกแบบที่สวยงามทันสมัย และมีให้เลือกขนาดได้ตามต้องการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริโภคยอมพิจารณาถึงความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตที่จะให้คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสด สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Kotler ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดๆ ที่เสนอให้แก่ตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อการใช้หรือเพื่อการใช้บริโภค โดยที่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีวรรณ โสมาศรี (2549: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมกรบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลมากที่สุดคือ เมล็ดกาแฟที่นำมาใช้ต้องมีคุณภาพสูง และการเอาใจใส่และบริการที่ดีแก่ลูกค้า และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิวุฒิ พูลศรี (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมกรบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติของกาแฟสด กลิ่นของกาแฟสด และความหลากหลายของชนิดกาแฟ นอกจากนี้ยัง

**ด้านราคา** ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญในการตัดสินใจด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยให้เหตุผลว่า กาแฟสดมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ราคาเหมาะสมกับสินค้า ราคา มี มาตรฐาน ให้ ความเป็น ธรรม แก่ ลูกค้า

ติดป้ายราคาชัดเจน เนื่องจากราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับ ราคา (Price) ถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Payne Adrian, 1993) ด้วยเหตุนี้ ผู้บริโภคส่วนมาจึงตัดสินใจในการซื้อกาแฟสดด้วยความหลากหลายราคา คุณภาพ และ ปริมาณของสินค้าที่มีความเหมาะสม ทั้งนี้ เครื่องดื่มกาแฟตามร้านกาแฟสดทั่วไป มีระดับราคาตั้งแต่ 20 บาท ไปจนถึง 100 กว่าบาท ส่วนใหญ่การตั้งราคาพิจารณาจากต้นทุนวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิวุฒิ พูลศรี (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยเห็นว่าราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ และราคากาแฟสำเร็จรูป และกาแฟประเภทอื่นๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชววรรณ โสมาศรี (2549: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลมากที่สุดคือ ราคากาแฟแก้วละไม่เกิน 25 บาท และร้านกาแฟต้องมีป้ายแจ้งราคากาแฟที่ชัดเจน

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญในการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยให้เหตุผลว่า ท่าเลที่ตั้งของร้านกาแฟสดสามารถไป-มาได้สะดวก สถานที่จอดรถสะดวกสบายและพอเพียงจัดร้านสะดวกแก่การเลือกซื้อ จัดวางสินค้าอื่นๆ ได้เหมาะสม จัดร้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งเป็นข้อแตกต่างของร้านกาแฟสดแต่ละร้าน เนื่องจากโครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่าย การตัดสินใจจึงเกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้กับผู้บริโภค มีผลต่อการรับรู้ ใน ด้าน คุณ ค่า และ ประ โย ช น์ ที่ได้รับ ทั้งนี้ จึงเป็นสาเหตุที่ร้านกาแฟสดส่วนใหญ่จะมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มุ่งไปตามย่านธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตใหญ่ๆ ใกล้สถาบันการศึกษา ใกล้โรงพยาบาล และ

ปั้มน้ำมัน เพราะเป็นทำเลที่ดีของร้านกาแฟสด สามารถไป-มาได้สะดวก มีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและพอเพียง จัดร้านสะดวกแก่การเลือกซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิวุฒิ พูลศรี (2550: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ด้านสถานที่จำหน่าย ได้แก่ ความสะอาดของร้าน พนักงานสุภาพเรียบร้อย และบรรยากาศของร้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชววรรณ โสมาศรี (2549: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลมากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านกาแฟอยู่ติดถนน อยู่ในห้างสรรพสินค้า อยู่ในปั้มน้ำมัน

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญในการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยให้เหตุผลว่า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสามารถแนะนำลูกค้าได้ชัดเจน บรรยากาศภายในร้าน อบอุ่น และเป็นกันเอง สะดวกสบาย ลดราคาเมื่อซื้อสินค้าถึงระดับราคาที่กำหนด ตกแต่งร้านมีความสวยงาม ทันสมัย เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมที่ดีจึงจะกระตุ้นผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้าที่จัดจำหน่ายได้ นั่นคือการติดต่อสื่อสารที่กระชับระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจจะใช้พนักงานขายทำการขาย และใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารอื่นๆ เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อโฆษณาทางแจ้งต่างๆ ก็ได้ ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชววรรณ โสมาศรี (2549: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การลดราคา เรื่องการแจกของแถม และเรื่องการใช้คูปองสะสมเพื่อแลกหรือลดราคา

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1-5 สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อกาแฟสดในด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอายุของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน พบว่า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อกาแฟสดในด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6-10 สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสด ผลการวิจัยพบว่า

ชนิดกาแฟที่นิยมบริโภค มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้บริโภค

รสชาติของกาแฟที่นิยมบริโภค มีความสัมพันธ์กับอายุ และอาชีพของผู้บริโภค แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

ลักษณะการบริโภคกาแฟสด มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาและอาชีพของผู้บริโภค แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

ความถี่ในการบริโภค มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาและอาชีพของผู้บริโภค แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

ช่วงเวลาที่นิยมบริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อกาแฟสดต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

สถานที่ดื่มกาแฟสด มีความสัมพันธ์กับ ระดับการศึกษาของผู้บริโภค แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

## 7. ข้อเสนอแนะ

### 14.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรพิจารณา คือ อุปกรณ์ในการชงกาแฟมีความทันสมัยและสะอาด สุตรเฉพาะที่แตกต่างจากร้านอื่น สินค้าหลากหลายประเภทที่เกี่ยวข้องจำหน่าย และการทำผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักร้านแก่คนทั่วไป

2. ด้านราคา ควรมีการปรับราคาสินค้าขึ้นลงตามสภาวะทางเศรษฐกิจ มีการจัดทำอุปสงค์อุปทานในการซื้อแต่ละครั้ง และการให้ผู้บริโภคสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตได้ เป็นต้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรพิจารณาความเหมาะสมของการจัดวางสินค้าอื่นๆ สำหรับให้ลูกค้าเลือกซื้อ การจัดร้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการบริการสั่งซื้อกาแฟสดทางโทรศัพท์ และจัดให้มีการจัดส่งนอกสถานที่ ซึ่งจะเป็นการดึงดูดลูกค้าได้

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมทั้งการขยายสาขาเพื่อทำให้ผู้บริโภครู้จักตลาดมากยิ่งขึ้นจะเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจได้เป็นอย่างดี

### 14.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบผลกระทบและความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจร้านกาแฟสด

2. ควรศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของเป็นเจ้าของธุรกิจกาแฟสดเพื่อได้ข้อมูลสารสนเทศเชิงลึก

3. ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของพนักงานร้านกาแฟสด

4. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟสดในพื้นที่อื่นๆ

## 8. เอกสารอ้างอิง

- [1] จารุ ประภาส. (2549). พฤติกรรมของผู้บริโภคกาแฟสดในเขต อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

- [2] ฉัฐวรรณ โสมาศรี. (2549) พฤติกรรมการบริโภคกาแฟของผู้บริโภคในเขตเมืองพัทยา. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารทั่วไป. ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [3] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัท วี. อินเทอร์เน็ต จำกัด.
- [4] นิวุฒิ พูลศรี (2550). พฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลตำบลเขาสูง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [5] พรรณทิพย์ กระจ่างวุฒิ. (2551). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคกาแฟคั่วสดของผู้บริโภคในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [6] Payne Adrian. (1993). **The Essence of Service Marketing: Prentice Hall Essence of Management Series.** New Jersey: Prentice-hall, Inc.

## รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง

The pattern of integrated marketing communication that effects the brand equity perception in  
direct sale of global cosmetics brand

ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา<sup>1</sup>ผศ. วัลลภ นิมมานนท์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ,

<sup>2</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

E-mail: nattakarn2010@hotmail.com

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การทำวิจัย เรื่องรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้ามีวิธีการอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาตราสินค้าของไทยในอนาคต จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คนที่อยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง ที่นำมาใช้สื่อสารถึงผู้บริโภคและทำให้เกิดการรับรู้ในระดับมากคือ การขายโดยพนักงานขาย โดยการใช้เทคนิคในการจูงใจ การรับฟังปัญหา และการแนะนำการแก้ปัญหา ของพนักงานขายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ได้ในระดับมาก และการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อ คุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง สรุปได้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในระดับจรรักษ์ก็คือ การขายโดยการใช้พนักงานขาย การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ การจัดกิจกรรมทางการตลาด สำหรับรูปแบบการสื่อสารด้านการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย คุณค่าตราสินค้าอยู่ในระดับการตระหนักรู้ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวส่งผลต่อการวางแผนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าไทย ในระบบขายตรง ในอนาคตได้

ดังนั้น ผู้ประกอบการตราสินค้าไทย ควรศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรงว่ามี รูปแบบการสื่อสารและการสร้างคุณค่าตราสินค้าอย่างไร จึงสามารถทำให้มียอดขายติดลำดับที่ 1 ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในระบบขายตรง

- คำสำคัญ**
1. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ
  2. คุณค่าตราสินค้า
  3. ตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง

### ABSTRACT

The purpose of this research The pattern of integrated marketing communication that effects the brand equity perception in direct sale of global cosmetics brand. Is to study the pattern of marketing communication of global brand product in direct sale which effects the brand equity in term of management process. In order to use the research as a guide line to develop Thai products in the future from selected 440 people living in BKK and outskirt area. The result is found that pattern of integrated marketing communication of global cosmetic brands in direct sales used to communicate with consumers and bring the most awareness is to use sales staff, motivation techniques, listen to the problem, For the perception of integrated marketing communication effects the brand equity of global cosmetic brand in direct sales concluded that the integrated marketing communication which results in the brand equity in term of loyalty is the use of sales staff, electronic marketing and activites marketing For communication in advertising and sales promotion, the brand equity is awared. This analysis result will effect the planning and development of products for direct sales in the future. Therefore Thai brand product producers should study the style of marketing communication for oversea cosmetic brands in direct sales how to communicate and build up the product's value for the best selling among the cosmetic products

**KEYWORDS** 1.integrated marketing communication

2. brand equity

3. global cosmetic brands in direct sales

1. บทนำปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรงได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทยอย่างมาก ส่งผลทำให้ตราสินค้าของไทยต้องเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยมีการสรุปยอดขายสูงสุดประจำปี พ.ศ. 2553 ของตลาดเครื่องสำอางที่มีช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรงในประเทศไทย คือตราสินค้าต่างประเทศ ของแอมเวย์ มียอดขาย 14,370 ล้านบาท จากคุณค่าตลาดรวมทั้งหมด 4.65 หมื่นล้านบาท(กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2554) จึงทำให้ผู้ประกอบการของไทยจะต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและในขณะนี้การทำธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในประเทศไทย เปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากต่างประเทศมีโอกาสเข้ามามากขึ้น เช่น ข้อตกลงกรอบการค้าเสรี (FTA) ในการ

นำเข้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต่างประเทศโดยไม่มี การเสียภาษี เริ่มปี พ.ศ.2553 เป็นต้นไป มีผลทำให้เพิ่ม อัตราการนำเข้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางใน ต่างประเทศเข้าในประเทศไทย ทำให้ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ สูงขึ้นในด้านของราคาคุณภาพและคุณค่าของตรา สินค้า

ปรากฏการณ์ดังกล่าวนำไปสู่ภาวะการแข่งขันกัน เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่มีคุณค่าสูงขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าในปี 2555คุณค่าตลาด เครื่องสำอางนำเข้าจะมีคุณค่าไม่ต่ำกว่า 17,000 ล้านบาทเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 15 (YoY) คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 50 ของคุณค่าตลาดเครื่องสำอางของไทย โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่นำเข้าทั้งจาก

ประเทศกลุ่มประเทศตะวันตกเช่น สหรัฐฯ สหภาพยุโรป และกลุ่มประเทศเอเชีย โดยเฉพาะญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เนื่องจากผลของข้อตกลงกรอบการค้าเสรี (FTA) ต่างๆ ที่ส่งผลให้ไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าโดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2553 [www.gotomanager.com](http://www.gotomanager.com) จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการเครื่องสำอางในประเทศไทยจะต้องมีการวางแผนทางการตลาดที่ดีมีผลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในต่างประเทศจะเข้ามามีบทบาททางการตลาดเหนือเครื่องสำอางในประเทศไทยอย่างแน่นอน กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่นิยมนำมาใช้ในการวางแผนทางการตลาดในธุรกิจปัจจุบันนี้คือ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลาย นักการตลาดจะต้องวางแผนในการเลือกรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพราะจะส่งผลต่อการวัดระดับคุณค่าตราสินค้าซึ่งระดับคุณค่าตราสินค้าที่ดีคือ การทำให้ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของตนเอง

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคถึงรูปแบบการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง

### สมมติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดบูรณาการ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรงแตกต่างกัน

2. รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรงส่งผลต่อระดับคุณค่าตราสินค้า

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้นักการตลาดทราบถึงการใช้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรงประเภทใดบ้างที่ผู้บริโภคมีการรับรู้มากที่สุด
2. ทำให้นักการตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์การใช้รูปแบบ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าให้อยู่ในระดับ ความจงรักภักดี
3. ทำให้ผู้ประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าไทยในระบบขายตรง สามารถวางแผนทางการตลาดเพื่อแข่งขันกับตราสินค้าต่างประเทศได้

### 2. แนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integration marketing communication) ชิม (Shimp., 2010) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นแนวคิดภายใต้การดูแลขององค์กร โดยต้องปฏิบัติอย่างครบถ้วน และเป็นการสื่อสารที่ร่วมกัน โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (2553) ลักษณะเด่นๆ ของ IMC ว่ามีคุณสมบัติพิเศษ 5 ประการคือ 1. มุ่งหวังผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (Affect Behavior) 2. การเริ่มต้นวางแผนส่วนใหญ่เกิดจากความ

ต้องการของกลุ่มเป้าหมาย(Start with the Customer or Prospect) 3.การกำหนดจุดยืนของตราสินค้า (Brand Positioning)ให้ชัดเจน 4.ต้องบรรลุการทำงานร่วมกัน (Achieve Synergy) 5.จะต้องสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (Build Relational ships) สำหรับซุทล์และคณะ(Schultz,et al,2008)ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นกระบวนการพัฒนาและนำโปรแกรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆมาใช้เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าคาดหวัง ในช่วงเวลาหนึ่งคันแคน (Duncan.,2002)การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการหมายถึง กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีส่วนผลักดันคุณค่าตราสินค้า (Brand value)

นอกจากนี้ ซุทล์ และ ซุทล์ (Schultz and Schultz.,2009)ได้สรุปความหมายการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการดังนี้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเกิดจากการนำกิจกรรมหลายๆ อย่างมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสมประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย การตลาดทางตรง การสนับสนุนทางการตลาด การจัดกิจกรรมทางการตลาด การจัดงานแสดงสินค้าการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้นกลุ่ม(Groom.,2008) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีลักษณะพัฒนาและปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคแต่ละสมัย เพื่อสนับสนุนการวางแผนการตลาด

ดังนั้น หลักการใช้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีการผสมผสานกันอย่างเหมาะสม และที่สำคัญจะต้องง่ายสะดวกในการควบคุมและสามารถวัดผลประสิทธิภาพได้

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระดับคุณค่าตราสินค้า

ทฤษฎีที่ใช้อธิบายหลักการและแนวคิดของระดับคุณค่าตราสินค้าใช้ทฤษฎีของ แนวคิดเรื่อง “คุณค่าตราสินค้า” (Brand equity)ชิมฮันดูและฮาลิน (himhundu and Hamlin., 2006 )ให้ความหมาย คุณค่าตราสินค้า ไว้ว่ามีความสำคัญกับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย เนื่องจากตราสินค้า เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้แยกแยะสินค้าและช่วยสร้างยอดขายให้กับผู้ผลิตสินค้า และสามารถทำให้ผู้บริโภคนำตราสินค้ามาช่วยในการสะท้อนระดับของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้หากตราสินค้าขององค์กรมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือย่อมส่งผลต่อสินค้าที่เกิดขึ้นภายใต้องค์กรเดียวกันให้มีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือไปด้วย

คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (kotler and Armstrong, 2007) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ตราสินค้าในปัจจุบันเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากสำหรับองค์กรในปัจจุบัน เพราะตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสร้างผลกำไรที่ยั่งยืนสำหรับแวดลอม (Wallstrom,etal.,2008) ให้ความหมายว่า ตราสินค้าเป็นทรัพย์สินของบริษัท เป็นสิ่งที่ระบุถึงแนวทางในการปฏิบัติของบริษัท และเป็น การ สื่อ สาร ลักษณะเฉพาะของบริษัทสอดคล้องกับ คันแคน (Duncan.,2002) ที่กล่าวไว้ว่าตราสินค้าคือ สิ่งที่มีคุณค่าที่จับต้องไม่ได้และอยู่นอกเหนือสินทรัพย์ที่กิจการมีอยู่ สำหรับการสร้างตราสินค้าสามารถเชื่อมโยงกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้เพราะ สามารถทำให้เกิดการสร้างตราสินค้า การศึกษาวิจัยของ ริชและคณะ(Reid,et al., 2009) ได้สนับสนุนแนวคิดดังกล่าว ซึ่งงานวิจัยพบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่าง การกำหนดทิศทางของการตลาด และการกำหนดทิศทางของตราสินค้า ทั้ง 2 ส่วน มีการเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกัน

เอเคอร์(Aaker.,2007) นักจิตศาสตร์ด้านการบริหาร ได้ให้ความหมายของคุณค่าตราสินค้าไว้ว่า



คุณค่าตราสินค้าหมายถึง ความต่อเนื่องของสินทรัพย์ (Assets) และหนี้สิน(Liabilities) ที่เชื่อมโยงกันตราสินค้า (Brand name) และสัญลักษณ์ (Symbol) ที่ช่วยเพิ่มหรือลดคุณค่าของสินค้าหรือบริการต่อองค์กรหรือต่อลูกค้าขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาดฮาวาราม(Madhavaram, et al.,2007) ได้กล่าวไว้ว่าความสำเร็จการสร้างตราสินค้าจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีประสิทธิภาพนั้นทำให้ตราสินค้ามีเอกลักษณ์ของตราสินค้า(Brand identity) นอกจากนี้เอเคอร์(Aaker) ยังได้แบ่งประเภทของการวัดคุณค่าตราสินค้าไว้ 4ระดับ ดังนี้

1. การตระหนักรู้(Brand awareness)
2. การรับรู้คุณภาพ(Brand quality)
3. ความเชื่อมโยงกับตราสินค้า(Brand associations)
4. ความภักดีต่อตราสินค้า(Brand loyalty)

ซึ่งนักการตลาดต้องวางแผนการตลาดให้เหมาะสมว่าจะสร้างคุณค่าตราสินค้าให้อยู่ในระดับใด หากนักการตลาดสามารถสร้างคุณค่าตราสินค้าให้อยู่ในระดับความภักดีต่อตราสินค้าได้จะเป็นผลดีอย่างมากต่อตราสินค้า

### 3. ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการศึกษานี้คือการวิจัยเชิงปริมาณ(quantitative research)โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภค ในเขตจังหวัด กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 440คน ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ สถิติร้อยละ สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ

เชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที่ T-Test การทดสอบค่าเอฟ F-Test (One-way Anova)และการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

### 4. ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 440 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุดและมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 15,001-20,000 บาทและผลการศึกษาตามสมมติฐานสรุปได้ว่า

ในด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ มีการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ไม่แตกต่างกันเป็นเพราะว่าปัจจุบันนี้ ไม่ว่าจะเพศใดก็ตาม ต่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับบุคลิกภาพเท่าเทียมกัน จึงทำให้เกิดความสนใจในรูปแบบการสื่อสารการตลาดที่ไม่แตกต่างกัน ในด้านอายุที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันเพราะอายุมีผลต่อการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแตกต่างกัน ช่วงอายุที่มากกว่า 51 ปีมีการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการแตกต่างจากอายุช่วงอื่น ๆ มากที่สุด

ในด้านของการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง โดยรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านขายโดยพนักงานขาย การตลาด อิเล็กทรอนิกส์ และด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาดอยู่ในระดับมากตามลำดับ สำหรับด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับน้อย

สำหรับรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศที่ส่งผลกระทบต่อระดับคุณค่าในตราสินค้า สามารถสรุปได้ตามตารางด้านล่าง

### ตารางที่ 1 รูปแบบสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าในระบบขายตรง

รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง	ระดับคุณค่าตราสินค้า				ค่าความสัมพันธ์ของรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ กับระดับคุณค่าตราสินค้า
	การประชาสัมพันธ์	การวิจัยผู้บริโภค	การเชื่อมโยงกับตราสินค้า	ความถี่ที่สื่อสารสินค้า	
1. การโฆษณา					ปานกลาง
2. การประชาสัมพันธ์	✓				ปานกลาง
3. การส่งเสริมการขาย	✓				ต่ำ
4. การใช้พนักงานขาย				✓	สูง
5. การจัดกิจกรรมทางการตลาด				✓	สูง
6. การตลาดอิเล็กทรอนิกส์				✓	สูง

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปได้ดังนี้ รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรงที่สามารถสร้างคุณค่าตราสินค้าในระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและอยู่ในระดับสูงคือ การขายโดยพนักงานขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ มีคุณค่าตราสินค้าในระดับการตระหนักรู้และอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อระดับคุณค่าตราสินค้าในระดับการตระหนักรู้ และอยู่ในระดับต่ำ

#### 5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรงสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์ จะพบว่า การรับรู้รูปแบบการสื่อสารแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง ในด้านเพศมีการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกันเป็นเพราะว่าในสังคมปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตามต่างให้ความสนใจกับเรื่องบุคลิกภาพตนเอง สนใจที่จะรับรู้เรื่องผลิตภัณฑ์

เครื่องสำอางผ่านรูปแบบการสื่อสารที่เหมือนกัน สำหรับด้าน อายุ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ที่แตกต่างกัน เป็นเพราะแต่ละด้านดังกล่าวมีการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในระบบขายตรงที่หลากหลาย เช่น การศึกษาที่อยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และรายได้ที่อยู่ในระดับ 20,001-25,000 บาท มีการรับรู้ต่อรูปแบบการสื่อสารด้านการขายโดยพนักงานขาย และสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่ารูปแบบอื่น ๆ อาจเป็นเพราะรูปแบบสื่อดังกล่าวผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากกว่า หรือมีความสนใจมากกว่ารูปแบบสื่ออื่น สำหรับการรับรู้รูปแบบการสื่อสารด้านการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ ผู้บริโภคมีการรับรู้ในระดับปานกลาง เป็นเพราะว่าการสื่อสารของตราสินค้าต่างประเทศมีการสื่อสารที่ไม่มากนักเพราะการสื่อสารทั้ง 2 ด้าน มีการใช้งบประมาณที่สูงสำหรับด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคมีการรับรู้ระดับต่ำ เป็นเพราะว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศเน้นด้านคุณภาพ และความมีมาตรฐานของสินค้า ผู้บริโภคยอมรับและมีการรับรู้ในเรื่องดังกล่าวจึงมีการนำการส่งเสริมการขายด้านการส่งเสริมการขายที่น้อยจึงส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้อยู่ในระดับต่ำ

สำหรับการใช้รูปแบบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อระดับคุณค่าตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต่างประเทศในระบบขายตรงสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการสื่อสารในด้านการโฆษณา และส่งเสริมการขายส่งผลต่อระดับคุณค่าตราสินค้าในระดับการตระหนักรู้เท่านั้นและมีค่าอยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า การโฆษณาเป็นเพียงให้ผู้บริโภคได้รู้จักว่ามีตราสินค้าดังกล่าวอยู่ในตลาดเครื่องสำอาง เป็นเพียงสร้างความรู้จักตราสินค้า และหากทำการโฆษณา

ไม่สามารถจูงใจได้ อาจจะไม่ส่งผลในระดับคุณค่าตราสินค้าได้สำหรับด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคมีการรับรู้คุณค่าในระดับตระหนักู้เช่นกัน เป็นเพราะว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับการ ลด แลก แจก แถม เท่าไหร่ นักเพราะการส่งเสริมการขายไม่ส่งผลต่อการความต้องการซื้อ สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศ ในระบบขายตรง

2. รูปแบบการสื่อสารด้านการใช้พนักงานขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาด การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการรับรู้ระดับคุณค่าตราสินค้าในระดับความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างมาก เพราะการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวส่งผลในระดับความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งเป็นค่าที่สูงสุดของระดับคุณค่าตราสินค้าเป็น เพราะารูปแบบสื่อเหล่านั้นสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว และรูปแบบสื่อทำให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าตราสินค้าในระดับจงรักภักดีต่อตราสินค้า มีความมั่นใจในตราสินค้า และไม่เห็นถึงความจำเป็นในการต้องเปลี่ยนตราสินค้าใหม่

จากผลงานการวิจัย เรื่องรูปแบบของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางตราสินค้าต่างประเทศในระบบขายตรง ทำให้นักการตลาดสามารถวางแผนทางการตลาดได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นการนำประสิทธิภาพของแต่ละสื่อมาทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และการสื่อสารการตลาดต้องสามารถวัดผลของการสื่อสารให้ได้ว่า เมื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายแล้วจะต้องทราบว่ารูปแบบของสื่อแต่ละด้าน เหล่านี้มีคุณค่าตราสินค้าอยู่ในระดับใด เพื่อ

วิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าและการสื่อสารการตลาดเพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งไม่เพียงพอต่อการรับรู้และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นจะต้องนำรูปแบบการสื่อสารแต่ละด้านมาบูรณาการกัน ซึ่งนักการตลาดเรียกว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งปัจจุบันนักการตลาดนิยมนำมาใช้มากที่สุด เพราะสามารถวัดถึงประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารได้ด้วยว่า ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่าตราสินค้าในระดับใด โดยเฉพาะคุณค่าตราสินค้าในระดับความภักดีต่อตราสินค้า เพราะระดับความภักดีต่อตราสินค้า เป็นระดับสูงสุดของการวัดระดับคุณค่าตราสินค้า และหากนักการตลาดสามารถสื่อสารการตลาด จนทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในระดับภักดีต่อตราสินค้าได้ จะส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์

#### เอกสารอ้างอิง Reference

- [1] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. <http://www.dbd.go.th/mainsite/>, 2554
- [2] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย  
URL:<http://www.kasikornresearch.com>
- [3] ผู้จัดการ 360 [www.gotomanager.com](http://www.gotomanager.com)
- [4] Terence A. Shimp, 2010. "Intergrated Marketing Communications in Advertising and Promotion" University of South Carolina.
- [5] ชีรพันธ์ โล่ทองคำ. 2545, BrandAge: IMC IN ACTION. กรุงเทพฯ:
- [6] Don Schultz, Gayle Kerr, Charles Patti, and Ilchul Kim, 2008. "An inside-out approach to integrated marketing communication" *International Journal of Advertising*, 27, no 4. 511-54:
- [7] Don Schultz, Heidi Schultz, 2009. *IMC The Next Generation*. McGraw Hill.

- [8] Duncan, T.R. (2002). IMC using advertising and promotion to build brands. Boston:McGraw-Hill/Irwin.
- [9] Alyssa S. Groom,2008. “Integrated Marketing Communication Anticipating the Age of Engage” Communication research Trends. 27.no 4.3019:
- [10] Chimhundu, Ranga, and Robert Hamlin, 2007. “Future of the brand management structure inFMCG.” *Journal of Brand Management* 14, No.3 (Febuary).232-239:
- [11] Kotler, Philip and Gary, Armstrong, 2007. *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc.
- [12] Wallstrom, Asa, Karlsson, Ted, and EsmailSalehi-Sangari, 2008. “Building a corporate brand: The internal brand building process in Swedish service firms.” *Journal of Brand Management* 16, no. 1/2 (August).40-50:
- [13] Mike Reid, Sandra Luxton, and Felix Mavondo, 2009. “The Relationship Between Integrated Marketing Communication, Marketing Orientation, and Brand Orientation Ph.D.,Marketing. Monash
- [14] David A. Aaker, 2007. *Strategic Market Management*. John Wiley & Sons,
- [15] SreedharMadhavaram, VishagBadrinarayanan, and Robert E. McDonald, 2007. “Integrated Marketing Communication (IMC) and Brand Identity as Critical Components of Brand Equity Strategy”. Ph.D., Marketing. Texas Tech.

แรงจูงใจ ความไว้วางใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรม การซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี

MOTIVATION, TRUST, AND MARKETING MIX RELATING CONSUMER'S BUYING  
BEHAVIOR ON GOLDSMITH IN SUPHANBURI PROVINCE

มลฤดี วัฒนชโนบล

MONLEUDEE WATTANACHANOBON

ภาควิชาการตลาด หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Department of  
Marketing, Master of Business Administration Degree, Faculty of Social Science, Srinakharinwirot University.

Email Address: tiffy\_i@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึง แรงจูงใจ ความไว้วางใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อทองคำที่ร้านขายทองในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี สถานภาพ สมรส/อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท ผู้บริโภคมีแรงจูงใจ ในด้านเหตุผล อยู่ในระดับ มาก และด้านอารมณ์ อยู่ในระดับ ปานกลาง ผู้บริโภคมีความไว้วางใจ ในด้านการสื่อสาร ด้านความใส่ใจและการให้ ด้านความสะดวกสบาย และด้านการแก้สถานการณ์ขัดแย้งและการไว้วางใจ อยู่ในระดับ ดี และด้านการให้ข้อมูล อยู่ในระดับ ปานกลาง ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวม ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับ มาก ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับ ปานกลาง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการร้านทองต่อปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่จุดประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภค เพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน นักหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4 บาทต่อครั้ง ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคมาใช้บริการมากที่สุด คือ วันจันทร์ ถึง วันศุกร์ (13.00 – 16.00 น.) ส่วนใหญ่แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อทอง คือ ร้านทองที่คุ้นเคยหรือรู้จักคนขายเป็นอย่างดี พฤติกรรม การซื้อทองในภาวะที่ราคาทองสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่จะไม่ซื้อทองในภาวะที่ราคาทองสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง พฤติกรรม การนำทองออกมาขายในภาวะที่ราคาทองสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่จะไม่ขายทองในภาวะที่ราคาทองสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะตัดสินใจในการซื้อทองในครั้งต่อไป อยู่ในระดับ มีแนวโน้มว่าจะซื้อ ผู้บริโภคแนวโน้มจะแนะนำให้ผู้อื่นมาซื้อทองในจังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ในระดับ มีแนวโน้มว่าจะแนะนำ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกันมีพฤติกรรม การซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านนักหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรม การซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อ

ปี และน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แรงจูงใจทางด้านเหตุผล และแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี น้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความไว้วางใจ ด้านการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความไว้วางใจด้านความใส่ใจและการให้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความไว้วางใจด้านความใส่ใจและการให้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี น้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความไว้วางใจด้านความไว้วางใจด้านการแก้สถานการณ์ความขัดแย้งและการไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี น้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการซื้อในอนาคตของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**คำสำคัญ :** แรงจูงใจ , ความไว้วางใจ , พฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภค

## Abstract

The research aimed to study motivation, trust, and marketing mix relating consumers' buying behavior on Goldsmith in Suphanburi Province. Sample size was 385 consumers who bought gold from goldsmith shop in Suphanburi Province. Questionnaire was a tool for data collection. Results were as follows: Most consumers were female, aging between 25 and 34 years old, having status as married/lived together, holding bachelor's degree, having their own businesses, and earning monthly income between Baht 10,000 and 19,999. Consumers had motivation on rational reason at the high levels, whereas consumers' motivation on emotional reason was at the moderate levels. Consumers had trust in category of communication, caring and giving, and convenience, conflict easing and trust at the good levels, whereas consumers' trust in category of commitment was at the moderate levels. Consumers had overall opinions toward marketing mix consisting of product, distribution channel, process, personnel, and physical evidence at the high levels, while consumers' opinions towards price and marketing promotion were at the moderate levels.

Most consumers had buying behavior as follows: average frequency of visiting Goldsmith shop was at three visits per year; main objective on buying gold was to diversify their investment; average weight of gold bought was

at four baht per time; most often visit time was on Monday to Friday (at 13.00 to 16.00 hours); they usually bought gold from their familiar goldsmith shops or known well sellers; most consumers would not buy gold during continuously increasing gold price trend; and they would not sell gold during continuously increasing gold price trend. Consumers trended to decide on next gold buying at highly likely to buy levels. Consumers trended to recommend other people to buy gold in Suphanburi Province at highly likely to recommend levels. Results of hypotheses testing were as follows: Consumers with different age influenced on gold buying behavior of consumers in Suphanburi Province differently in category of average weight of gold bought per time with statistical significance of 0.01 level. Consumers with different career influenced on gold buying behavior of consumers in Suphanburi Province differently in category of frequency of visiting Goldsmith shop per year and category of average weight of gold bought per time with statistical significance of 0.01 levels. Motivation on rational reason and emotional reason had positively low related to buying behavior of consumers in Suphanburi Province in category of frequency of visiting Goldsmith shop per year and category of average weight of gold bought per time is at low level, in the same direction, with statistical significance of 0.01 levels. Trust on communication had positively low related to buying behavior of consumers in Suphanburi Province in category of frequency of visiting Goldsmith shop per year with statistical significance of 0.05 levels. Trust on caring and giving had positively low related to buying behavior of consumers in Suphanburi Province in category of frequency of visiting Goldsmith shop per year is with statistical significance of 0.05 levels. Trust on caring and giving had positively low related to buying behavior of consumers in Suphanburi Province in category of average weight of gold bought per time with statistical significance of 0.01 levels. Trust on confliction easing and trust had positively low related to buying behavior of consumers in Suphanburi Province in category of frequency of visiting Goldsmith shop per year with statistical significance of 0.05 levels. Marketing mix on process had positively low related to buying behavior of consumers in Suphanburi Province in category of average weight of gold bought per time with statistical significance of 0.05 levels. Buying behavior of consumers in Suphanburi Province had positively low related to future buying trend of consumers in Suphanburi Province in category of frequency of visiting Goldsmith shop per year and average weight of gold bought per time with statistical significance of 0.01 levels.

**KEYWORDS:** motivation, trust, consumers' buying behavior on Goldsmith

## 1. บทนำ/Introduction

เนื่องจากทองคำเป็นโลหะที่มีมูลค่าสูง คนจึงนิยมซื้อทองคำเก็บไว้เป็นสินทรัพย์ เพราะคาดว่าจะมีมูลค่าสูงขึ้น สามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายเป็นเงินได้ง่าย มีสภาพคล่องสูง ทำให้ปัจจุบันมีร้านทองเป็นจำนวนมากทั้งร้านทองที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยจะตั้งร้านในบริเวณตลาด หรือแหล่งชุมชนต่างๆ จะเปิดร้านค้าห้องแถว หรือตามอาคารต่างๆ ดิถีริมถนน เพื่อให้ผู้คนที่สัญจรไปมาสังเกตเห็นได้ง่าย และแม้ราคาทองคำจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด แต่ก็ไม่ได้ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคลดน้อยลงในทางตรงกันข้ามทองคำกลับได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น

จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ทั้งทางประวัติศาสตร์ และทางธรรมชาติ ซึ่งจะมีการหมุนเวียนของเงินจำนวนมาก มีอัตราการเจริญเติบโตที่ขยายตัว ทำให้ธุรกิจต่างๆ เกิดขึ้นมากมายรวมทั้งธุรกิจร้านทองด้วย ซึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีมีการเปิดร้านทองเป็นจำนวนมาก เมื่อราคาทองคำสูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคหันมาคำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ ของทองคำ ความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์และร้านค้า ที่สามารถเชื่อถือได้ เนื่องจากเมื่อราคาทองคำสูง คุณภาพอาจจะไม่เป็นไปตามมาตรฐานเดิม ดังนั้นผู้ประกอบการต่างๆ จึงต้องหากกลยุทธ์ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าในร้านของตนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย/Objectives

1. ศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านเหตุผล และแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจ ได้แก่ การสื่อสาร ความใส่ใจและการให้ การให้ข้อมูล การให้ความสะดวกสบาย การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งและการให้ความไว้วางใจกับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี

6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อทองกับแนวโน้มการซื้อในอนาคตของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย/Methods

### 3.1. ประชากร

กลุ่มประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อทองคำที่ร้านขายทองในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

### 3.2. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้บริโภคที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549: 26)[1] ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 4% เท่ากับ 15 คน รวมขนาดตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อ



คัดเลือกในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 2 อำเภอ จากอำเภอทั้งหมด 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสองพี่น้อง และอำเภอเมืองสุพรรณบุรี

ขั้นที่ 2 วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) โดยโควตามตามอำเภอสองพี่น้อง 200 คน และอำเภอเมืองสุพรรณบุรี 200 คน โดยทั้งสองอำเภอมีร้านทองทั้งหมด 36 และแจกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม ประมาณร้านละ 12 ชุด

ขั้นที่ 3 วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บตามความสะดวกบริเวณร้านที่จำหน่ายทอง เพื่อเก็บแบบสอบถามตามขั้นตอนที่ 1 และ 2 จนครบ 400 คน

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของประชากร โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 4.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มโดยใช้ t-test แบบ Independent และทดสอบสมมติฐานในความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และทดสอบสมมติฐานในด้านสหสัมพันธ์ (Correlation) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป (หรือข้อมูล 2 ชุด ขึ้นไป) โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 135, 311-312)

#### 5. ผลการวิจัย/Results

ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยพบว่า

1. อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. อาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
3. แรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
4. แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
5. ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
6. ความไว้วางใจด้านความใส่ใจและการให้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
7. ความไว้วางใจด้านการแก้สถานการณ์ความขัดแย้ง และการไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ

ทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

9. พฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการซื้อในอนาคตของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## 6. สรุปและอภิปรายผล/Conclusions and

### Discussion

#### 6.1. ลักษณะประชากรศาสตร์

##### 6.1.1 อายุ

อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ส่วนใหญ่ผู้มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.25 มีพฤติกรรมการซื้อทองมากที่สุด ในด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง เนื่องจากผู้ลงทุนที่มีอายุน้อยมักกล้าเสี่ยงและสนใจในการลงทุนที่ก่อให้เกิดความงอกเงยแก่เงินลงทุน อายุที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคมีรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบกิจกรรมต่างๆ และประสบการณ์ในการเลือกซื้อทองรูปพรรณที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล ปิยะกุลดำรง (2553) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารการตลาดร้านทองใน

ห้างสรรพสินค้า ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับแท้ในห้างสรรพสินค้า[2] และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541) ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ขึ้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ การศึกษา ค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการของผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกัน คือผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อทองต่างกัน[3]

##### 6.1.1 อาชีพ

อาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 51.25จะมีพฤติกรรมการซื้อทองมากที่สุด ในด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง เนื่องจากธุรกิจส่วนตัวน่าจะมียาได้มากกว่าอาชีพอื่นและต้องการทรัพย์สินที่สามารถให้ผลตอบแทนจากการลงทุนค่อนข้างสูง เมื่อต้องการเปลี่ยนเป็นเงินสดก็สามารถทำได้โดยง่าย จึงมีความถี่ในการซื้อทองมากกว่าอาชีพอื่น และเมื่อมีผลกำไรก็จะทำให้ผู้บริโภคซื้อทองน้ำหนักมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพัฒน์ พิพิชกุล (2550) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มการลงทุนในทองคำแท่งของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อาชีพแตกต่างกัน มีแนวโน้มการลงทุนในทองคำแท่งของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่าง[4] และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลเชษฐ ษณะภัย (2548 : 99-102) ที่ศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีและพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ99.99เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคหรือ

นักลงทุนที่มีอาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัว จะบริโภคหรือซื้อทองคำมากกว่าอาชีพอื่น โดยมองว่าทองคำเป็นสินทรัพย์ที่มีค่าและมีความคล่องตัวมากกว่าสินทรัพย์ประเภทอื่น ในการที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสดจึงทำให้ผลต่อการซื้อหรือลงทุนในอนาคต [5]

## 6.2. แรงจูงใจ

### 6.2.1 แรงจูงใจด้านเหตุผล

แรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองคำของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีแรงจูงใจมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อทองคำเพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณารายชื้อจะเห็นว่า ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในเรื่องการออม และเป็นสินทรัพย์ที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ ทั้งนี้เนื่องจาก ทองคำมีสภาพความคล่องในการที่จะเปลี่ยนเป็นเงินสดได้รวดเร็ว และใช้สะดวกเพื่อเก็งกำไรในอนาคตได้ มีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการลงทุนในทองคำจึงมีต้องการซื้อทองคำที่ถี่ขึ้นและปริมาณมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ม่านศรีสุข (2546) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 96.5 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านการเก็บสะสมไว้ในอนาคต การออมที่มีผลตอบแทนสูง และการลงทุนเพื่อเก็งกำไรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 96.5 เปอร์เซ็นต์ [6]

### 6.2.2 แรงจูงใจด้านอารมณ์

แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองคำของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีแรงจูงใจมากขึ้น จะมีพฤติกรรมการซื้อทองคำเพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณารายชื้อจะเห็นว่า ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในเรื่องเพื่อแสดงฐานะทางสังคม เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จและเข้าสังคมได้อย่างภาคภูมิใจ ทั้งนี้เนื่องจาก ทองคำมีราคาสูงขึ้นและเป็นสัญลักษณ์ของความสำเร็จสามารถแสดงออกถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ม่านศรีสุข (2546) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 96.5 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านการเป็นที่ยอมรับและการยกย่องจากผู้อื่น ซึ่งประกอบด้วย แสดงถึงความมีรสนิยมและแสดงความเป็นฐานะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 96.5 เปอร์เซ็นต์ และซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจของ ยุทธนาธรรมเจริญ (2530) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยตัวกระตุ้นและแรงจูงใจ ซึ่งประกอบไปด้วยแรงจูงใจทางด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ [7]

## 6.3. ความไว้วางใจ

### 6.3.1 ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร

ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองคำของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เนื่องจากทองคำมีราคาค่อนข้างสูงดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการทราบข้อมูลต่างๆ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการมีการ

ตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน ก็จะเพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Stephen M.R. Covey (2550) ที่กล่าวว่าความไว้วางใจถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญสำคัญยิ่งกว่าที่เคยเป็นมาใน นับเป็นอาวุธทรงพลังในการแข่งขันนอกจากลูกค้าจะแวะเวียนกลับมาหาซ้ำอีก ยังแนะนำบอกเล่าให้ผู้อื่นได้ทราบ”[8] และซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ รอตเตอร์ (Rampel; Holmes; & Zanna 1985: 95; Citing Rolter. 1979: 1-7) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่น และความคาดหวังของบุคคลต่อคำพูด คำสัญญา[9]

### 6.3.2 ความไว้วางใจด้านความใส่ใจและการให้

ความไว้วางใจด้านความใส่ใจและการให้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของของผู้บริโภค ในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการให้ความใส่ใจในการบริการ จะสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีและกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ แรมเพิล โฮลเมส และซานนา,ไซตง สแกนโซนี่ (Rampel; Holmes; & Zanna 1985: 95; Citing Scanzoni.1979) ที่กล่าวว่า ความไว้วางใจหมายถึงความคาดหวังว่าอีกฝ่ายจะกระทำในสิ่งที่พึงพอใจและเป็นการเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยง โดยความไว้วางใจจะยังไม่ปรากฏในระยะแรกของสัมพันธภาพ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดจากการสั่งสมของประสบการณ์ และซึ่งสอดคล้องกับ รุจ เจริญลาภ (2548 ) ได้ให้ความหมายของความไว้วางใจว่า เป็นความเชื่อมั่น ความเชื่อ หรือความคาดหวังในแง่บวกของบุคคลๆ หนึ่งที่มีต่อบุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าจะปฏิบัติกับบุคคลนั้นตามที่ได้คาดหวังหรือเชื่อมั่นไว้ ความ

ไว้วางใจจะเพิ่มขึ้นเมื่อความคาดหวังในแง่บวกได้รับการสนองตอบหรือเป็นจริง แต่ความไว้วางใจจะลดลงหากความคาดหวังในแง่บวกนั้นไม่ได้รับการสนองตอบหรือตอบสนองได้ในระดับต่ำกว่าที่คาดหวัง กล่าวคือ เราจะไว้วางใจกับคนที่ไม่ทำให้เราผิดหวัง โดยสามารถกระทำในสิ่งที่เราคาดหวังได้บรรลุผลสำเร็จ[10]

### 6.3.3 ความไว้วางใจด้านการแก้

#### สถานการณ์ความขัดแย้งและการไว้วางใจ

ความไว้วางใจด้านการแก้สถานการณ์ความขัดแย้งและการไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างร้านทอง และลูกค้าไม่มีประโยชน์อย่างยิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และเกิดความพึงพอใจ ซึ่งพฤติกรรมที่ตอบสนองความพึงพอใจนั้นก็คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำ และเกิดความภักดีต่อร้านทองที่เคยใช้บริการ นั่นคือ เมื่อร้านทองสามารถสร้างความมั่นใจ และความไว้วางใจแก่ผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความเชื่อมั่นในการซื้อทอง และจะนึกถึงร้านเดิมเสมอเมื่อไรก็ตามที่ผู้บริโภคต้องการซื้อทองคำ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภค ในจังหวัดสุพรรณบุรี ความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีความไว้วางใจของ Selnes ที่ว่า “ความไว้วางใจถูกมองว่าเป็นตัวแปรในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบัน (Selnes, 1998) ความไว้วางใจจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นต่อความสำเร็จในการสร้างสัมพันธภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายคือการรักษาความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ[11]

### 6.4. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

#### 6.4.1 .ด้านกระบวนการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภค ในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ วันเวลาเปิด-ปิด ของร้านทองมีความเหมาะสมและมีความสะดวกรวดเร็วในการซื้อก็จะทำให้ผู้บริโภคสะดวกในการซื้อขายทองมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ช่อนกลิ่น สมอ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของลูกค้านักศึกษาจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านกระบวนการในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทองจากร้านค้าทอง[12]

#### 6.5. พฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภค

พฤติกรรมการซื้อทองของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการซื้อในอนาคตของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี ด้านความถี่ในการใช้บริการร้านทองครั้งต่อปี และด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือ ผู้บริโภคจะมีแนวโน้มที่จะแนะนำให้ผู้อื่น และมีแนวโน้มที่จะซื้อทองในครั้งต่อไป เนื่องจากมูลค่าของทองคำที่สูงดังนั้นเมื่อผู้ประกอบการทำให้ผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจและมีความมั่นใจในคุณภาพและน้ำหนักของทองคำ ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อทองในร้านทองนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลเชษฐ ชนะภัย (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดี และพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 99.99 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความจงรักภักดีของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 99.99 เปอร์เซ็นต์ ในอนาคตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในข้อในอนาคตท่านคิดจะซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 99.99

เปอร์เซ็นต์และในข้อท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อเครื่องประดับทองรูปพรรณ 99.99 เปอร์เซ็นต์ และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรินทร์ ตันนวิจิตร (2539) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคทองคำรูปพรรณของปัจเจกบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อทองคำรูปพรรณจากร้านค้าที่คุ้นเคยหรือเคยซื้อประจำมากที่สุด ซึ่งจากคุณภาพของทองคำรูปพรรณที่มีจำหน่ายในปัจจุบันสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างดี ทำให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อไปยังผู้บริโภครายอื่นๆ[13]

#### 7. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการร้านทอง ควรสร้างความเชื่อมั่นในการลงทุนและความไว้วางใจ เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีเงินออมมาก ในอนาคตลูกค้ากลุ่มช่วงอายุนี้จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและคาดว่าจะมีกำลังซื้อที่สูงขึ้นตาม จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีการซื้อทองส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการซื้อทองมากที่สุด ในด้านน้ำหนักทองเฉลี่ยที่ซื้อต่อครั้ง
2. ผู้ประกอบการร้านทองควรหาวิธีในการทำการตลาดกับกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว เพราะอาชีพธุรกิจส่วนตัวมักจะนิยมลงทุนในลักษณะที่มีความเสี่ยงสูง เพื่อโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้น และมีความคล่องตัวที่จะติดตามผลการลงทุน
3. ผู้ประกอบการร้านทองควรมีการสื่อสารกับผู้บริโภคถึงการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าทองคำอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ผู้บริโภคมีข้อมูลในการตัดสินใจซื้อและสามารถซื้อ ขายได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น
4. ผู้ประกอบการร้านทองควรเน้นกระบวนการของร้านให้เป็นระบบสมัยใหม่มากขึ้น การทำฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อนำไปใช้ในด้านการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการออกไปเสิร์ฟรับเงินให้กับลูกค้าเพื่อเป็น

หลักฐานในการทำธุรกรรมของลูกค้า และพบว่าการขายเวลาเปิด ปิดร้านนั้นทำให้เกิดลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อีกด้วย

#### 8. กิตติกรรมประกาศ/Acknowledgements

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วย ความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร. ณัฏฐ์ กุณิศร์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความเมตตา ตลอดจนรองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ รองศาสตราจารย์สุพาดดา สิริกุดตา และดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบปริญญานิพนธ์ และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการ MBA, คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวกจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จ

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติๆ และคุณภรรยา พี่น้อง สุขขา ที่คอยห่วงใย และช่วยเหลือทุกๆ ด้าน รวมทั้งเพื่อนๆ MBA รุ่น 12 ที่คอยช่วยเหลือ และให้กำลังใจกันเสมอมา

#### 9. เอกสารอ้างอิง/References

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] พรพิมล ปิยะกุลดารง. 2553. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การบริหารการตลาดของร้านทองในห้างสรรพสินค้า จังหวัดกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ
- [3] ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิสุทษ์วัฒนา.
- [4] สิทธิพัฒน์ พิพิชกุล. 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มการลงทุนในทองคำแท่งของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [5] กุลเชษฐ์ ชนะภักย์. 2548. ความจงรักภักดีและพฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองคำรูปพรรณ 99.99 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บ.ธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [6] กนกวรรณ ม่านศรีสุข. (2546). พฤติกรรมการซื้อเครื่องประดับทองคำรูปพรรณ 96.5% ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [7] ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2530). พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ: ศรีบุญอุตสาหกรรมพิมพ์
- [8] สตีเฟน โควีย์. (2550). พลาณภาพแห่งความไว้วางใจ: สิ่งเดียวที่เปลี่ยนแปลงทุกสิ่ง (The Speed of trust). แปลโดย นกคณ เวชสวัสดิ์; และฉันทน์ จันทร์เจ้าฉาย, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โบนัส พรีเมรส.
- [9] Rempel, J. K.; Holmes, J. G.; & Zanna, M. (1985). Trust in close relationships. Journal of

Personality and Social Psychology. 49: 95-112.

- [10] รุจ เจริญลาภ. 2548. ความไว้วางใจภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ซีเมนส์ จำกัด กลุ่มธุรกิจสื่อสารเคลื่อนที่. สารนิพนธ์ บช.ม.(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [11] Selnes, F. 1998. Antecedents and consequences of trust and satisfaction in buyerseller relationships. European Journal of Marketing. 34(3/4): 305-322.
- [12] ซ่อนกลิ่น สมอ. 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทองคำรูปพรรณของลูกค้ากรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์(บริหารธุรกิจ) ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- [13] สุรินทร์ ตันนวิจิตร. 2539. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการบริโภคทองคำรูปพรรณ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์  
เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS)  
ในกรุงเทพมหานคร

Factors which affect to level of customer's loyalty in using products and services of Mobile Phone owned  
by Advanced Info Service Public Company Limited (AIS) in Bangkok.

สุวรรณศรี ศรีรักษ์

สาขาวิชาการจัดการ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ วิทยาเขตสะพานใหม่

จังหวัดกรุงเทพมหานคร 199/22 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทร 087-1147274

E-mail: [suwansri@hotmail.com](mailto:suwansri@hotmail.com)

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ในกรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของลูกค้า (2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (3) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการ และ (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ พร้อมด้วยคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านความจงรักภักดีของลูกค้า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ และปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (AIS) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ F-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA Analysis) และทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิธี LSD

จากผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้คุณภาพการบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน ด้านความมั่นใจได้ ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีความจงรักภักดีต่อการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคำบอกเล่า ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ด้านการแสดงตัว ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ ตามลำดับ ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการ



ใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS ในภาพรวม ในระดับปานกลาง ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ AIS

**คำสำคัญ:** ความจงรักภักดีต่อสินค้า, คุณภาพการบริการ, บริการที่เป็นรูปธรรม, ความพึงพอใจของลูกค้า, คำบอกเล่า

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study the research. "Factors which affect to level of customer's loyalty in using products and services of Mobile Phone owned by Advanced Info Service Public Company Limited (AIS) in Bangkok." in four different aspects: (1) the levels of customers' loyalty for using products and services of Advance Info Service Public Company Limited AIS in Bangkok. (2) the levels evinced of customers' loyalty in the use of products and services of AIS in Bangkok by reference to demographical factors. Additionally, the researcher examines (3) the perceptions of service quality insofar as they affect the level of customers' loyalty in the use of these products and services. Finally, the researcher considers (4) satisfaction as a factor affecting the levels of customers' loyalty for using these products and services of the 400 people who used to collect data was the kind of choice about the demographic characteristics include demographical characteristics of gender, age, marital status, educational level, occupation, and monthly. With questions concerning the levels of loyalty in the use of products and services, levels of perception of service quality and the levels of customers' satisfaction as a factor affecting. The data were statistically analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis tested by t-test, F-test ANOVA analysis and testing of LSD in case of a difference with statistical significance by LSD.

The results were as follows: "Factors which affect to level of customer's loyalty in using products and services of Mobile Phone owned by Advanced Info Service Public Company Limited (AIS) in Bangkok." in four different aspects: Majority of respondents were females aged between nineteen and twenty-five. Most of them were single working individuals with bachelor degree and earned less than 10,000 baht a month. Overall, participants perceived AIS's service quality at a high level. Further investigation revealed that the following aspects were consistently high level. Overall, customers were satisfied with the use of products and services provided by AIS at a high level. Overall, customers in Bangkok exhibited loyalty in the use of products and services provided by AIS at a high level. The customers under classified by the demographical characteristics of gender, age, marital status, educational level, occupation, and monthly income did not differences in respect to levels of loyalty evinced toward the use of products and services of AIS in Bangkok. The levels of perception of service quality were found to be positively correlated with levels of loyalty in the use of products and services of AIS in Bangkok at a moderate level. Finally, the levels of customers' satisfaction were found to have no correlation with the levels of loyalty of customers in using AIS products and services in Bangkok.

**Keywords:** Brand Royalty, Service Quality, Tangibles, Customer Satisfaction, Word-Of-Mouth.

## บทนำ

การประกอบธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันของธุรกิจต่างๆมากขึ้นเรื่อยๆ มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆเพื่อดึงดูดและจูงใจให้มาเป็นลูกค้าของตนลูกค้าที่ภักดี จะทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องหันมาสนใจลูกค้าที่ภักดี เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ (Kotler, 2006:97-98) ให้เหตุผลว่าลูกค้าที่ภักดีจะทำให้เกิดความมั่นคงการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดและส่งผลกระทบต่อความแข็งแกร่งทางการเงินของธุรกิจ การให้ความสนใจในเรื่องความภักดีของลูกค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

ธุรกิจต่างๆจำนวนมากจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการที่มอบให้กับลูกค้าเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจ จนเกิดเป็นความจงรักภักดีต่อสินค้าหรือการบริการที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการกลับเข้ามาใช้บริการหรือซื้อซ้ำ(Oliver,1993:289) การเปลี่ยนแปลงในด้านสังคมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านคุณภาพชีวิตที่ก่อให้เกิดความต้องการสำหรับการบริการที่จะทำให้อุณหภูมิชีวิตดีขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ ที่มีความต้องการบริการด้านการสื่อสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และการตัดสินใจธุรกิจสามารถที่จะใช้คุณภาพบริการเป็นเครื่องมือในการเพิ่มผลผลิตให้กับองค์กร โดยอาศัยลูกค้าที่มีความจงรักภักดีที่ได้รับบริการจากองค์กรทำการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากไปยังบุคคลอื่นๆ เพื่อให้มาใช้บริการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการด้านบริการยังสามารถที่จะใช้คุณภาพของการบริการเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดที่มีการแข่งขันสูง เช่นกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ เนื่องจากมีคู่แข่งเกิดเพิ่มมากขึ้นในตลาด และลูกค้าได้มีการประเมินความต้องการที่จะให้ผู้ประกอบการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพที่สูง ดังนั้นคุณภาพของการให้บริการจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการซึ่งสามารถเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และก่อให้เกิดผลกำไรมากขึ้นให้กับองค์กร

ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของแต่ละบุคคลว่ามีผลต่อระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้า

และบริการหรือไม่ รวมทั้งปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการ ในการวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)หรือ AIS ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับนักการตลาดและผู้บริหารในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อรักษาความจงรักภักดีของลูกค้าและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ให้ได้มากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคก็จะได้รับผลประโยชน์ในท้ายที่สุด

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสจำกัด(มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิสจำกัด(มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต รวมประชากร 1, 824,982 คน (2553)

### ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้ต่อเดือน, อาชีพ

1.2 ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพการบริการ ได้แก่ บริการที่เป็นรูปธรรม, ความเชื่อถือได้, การตอบสนองต่อลูกค้า, ความมั่นใจได้, ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ

1.3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านบุคลากร, ด้านกระบวนการ, ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ คำบอกเล่า, ความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ, การแสดงตัว, การมีส่วนร่วมในการป้องกัน, การไตร่ตรองเป็นพิเศษ

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **คุณภาพการบริการ (Service Quality)** หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงของลูกค้า

1.1 บริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ พนักงานให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

1.2 ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่ทำได้ตามที่ให้สัญญาไว้กับลูกค้า อย่างน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และสม่ำเสมอ

1.3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่พนักงานของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) จะช่วยเหลือลูกค้า ให้บริการอย่างทันทีทันใดและรวดเร็วจับใจ

1.4 ความมั่นใจได้ (Assurance) หมายถึง พนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่ให้บริการมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ และสัมมาคารวะ ซึ่งจะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ

1.5 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathy) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจเป็นการส่วนตัวที่มีไว้ให้แก่ลูกค้า คือ พนักงานให้ความสนใจต่อ

ลูกค้าพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าอย่างสูงสุด และพนักงานมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า

2. **ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)** หมายถึง ระดับความรู้สึกยินดีด้วยความเปี่ยมสุขของลูกค้าเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ เมื่อใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เช่น ในด้านประสิทธิภาพของเครือข่าย ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

3. **ความจงรักภักดีของลูกค้าต่อการบริการ (Service Loyalty)** หมายถึง ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งของลูกค้าที่จะให้การอุปถัมภ์สินค้า หรือบริการของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งความจงรักภักดีนั้นนอกจากจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าแล้ว ยังเกี่ยวข้องกับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ และเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวระหว่างลูกค้ากับศูนย์บริการ ดังนั้น ความจงรักภักดีการบริการ จึงประกอบด้วย

3.1 คำบอกเล่า (Word-Of-Mouth) หมายถึง ความเต็มใจที่ลูกค้าแนะนำบริการของ AIS ตามที่ตนคิดว่ามีชื่อเสียง และยอมจ่ายเงินไปแล้วให้แก่เพื่อนหรือครอบครัวได้รับทราบ คือ การที่ลูกค้าแนะนำการใช้บริการแก่เพื่อน การพูดถึงแต่สิ่งดีๆเกี่ยวกับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ให้ผู้อื่นฟังและการสนับสนุนให้เพื่อนหรือคนรู้จักไปใช้บริการ เช่นเดียวกับตัวลูกค้า

3.2 ความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ (Strength of Preference) หมายถึง ความรู้สึกชอบ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บริการประจำมากกว่าตราสินค้าอย่างหนักแน่น

3.3 การแสดงตัว (Identification) หมายถึง การที่ลูกค้าจะจงกับบริการ โทรคมนาคมใช้บริการว่าต้องการเป็นเจ้าของบริการ หรือการเป็นสมาชิกกับองค์กรหรือการมีส่วนร่วมในคุณค่าต่างๆกับ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) คือ การที่ลูกค้าใช้บริการเกือบทุกชนิดของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บริการประจำการใช้บริการเพียงตราสินค้าเดียวและการจ่ายเงินทั้งหมดตามที่ตั้งใจไว้แต่แรกเมื่อได้รับบริการไปแล้ว

3.4 การมีส่วนร่วมในการปกป้อง (Share of Wallet) หมายถึง ความปรารถนาของลูกค้าที่จะปกป้องสินค้าและบริการต่างๆของผู้ให้บริการโทรคมนาคมรายเดิม คือ การที่ลูกค้าระบุว่าเป็นลูกค้าเพราะภาพลักษณ์ที่ดีของผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่ใช้บริการประจำความมั่นใจและพูดได้เต็มปากว่าใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เป็นเสมือนสถานที่ให้บริการประจำตัวของลูกค้า และมีลักษณะที่ตรงกับรสนิยมของลูกค้า

3.5 การไต่ตรองเป็นพิเศษ(Exclusive Consideration) หมายถึง การที่ลูกค้าระบุจำนวนชนิดบริการ ที่จะตัดสินใจซื้อที่สถานที่ให้บริการโทรคมนาคมแห่งใด แห่งหนึ่งในแต่ละครั้งอย่างรอบคอบ และตัดสินใจเพียงรายเดียว คือการนึกถึงผู้ให้บริการโทรคมนาคมที่ใช้ประจำเพียงแห่งเดียวเมื่อต้องใช้บริการ ลูกค้าไม่รู้สึกรู้ว่าต้องใส่ใจในรายละเอียดมากหากใช้โทรคมนาคมที่ใช้ประจำ และลูกค้าได้ไต่ตรองมาเป็นอย่างดีแล้ว

#### 4. ความจงรักภักดีต่อสินค้า (Brand Royalty)

หมายถึง การที่ลูกค้ายินดีที่จะกลับมาใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) การให้ข้อมูลแบบปากต่อปากเชิงบวก การชมเชยและแนะนำให้กับผู้อื่น รวมถึงความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ อันเนื่องมาจากมีความรู้สึกทางอารมณ์ต่อตราสินค้าร่วมอยู่ด้วย

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. ลูกค้าในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครมีความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก
2. ลูกค้าในกรุงเทพมหานครมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน
3. การรับรู้คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร
4. ความพึงพอใจของลูกค้าลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและ

บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร กรณีที่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Finite population) ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973:125), นราศรี ไววานิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี (2545:104) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน

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

แทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 0.05

ในงานวิจัยนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น e = 0.05 เพราะฉะนั้นได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{893,879}{1+893,879(0.05)^2}$$

$$n = \frac{893,879}{1+2234.6975}$$

$$= \frac{893,879}{2,235.6975}$$

$$n = 399.82 \text{ หรือ } 400 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Check List)

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน จำแนกได้ดังนี้ 1. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม 2. ด้านความน่าเชื่อถือได้ 3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน AIS 4. ด้านความมั่นใจได้ 5. ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจ แบบสอบถามแบบปลายปิดจัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยเป็นคำถามเชิงบวก (Positive) และใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) ของ Likert Scale

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน จำแนกได้ดังนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด 5. ด้านบุคลากร 6. ด้านกระบวนการ 7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดจัดเป็นการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยเป็นคำถามเชิงบวก (Positive) และใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) ของ Likert Scale

**ส่วนที่ 4** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้าน จำแนกได้ดังนี้ 1. ด้านคำบอกเล่า 2. ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ 3. ด้านการแสดงตัว 4. ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน 5. ด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดจัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยเป็นคำถามเชิงบวก (Positive) และใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) ของ Likert Scale

การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) สูตรของครอนบราค (Cronbach) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของชุดคำถาม โดยมีค่าระหว่าง  $\leq \alpha \leq 1$  ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่า มีความเชื่อมั่นสูง จากผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น พบว่าค่าความเชื่อมั่น

ของการรับรู้คุณภาพการบริการ เท่ากับ 0.971 และค่าความเชื่อมั่นของความพึงพอใจของลูกค้า เท่ากับ 0.979 ความเชื่อมั่นของความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 0.966

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา บทความวารสารต่างๆ หนังสือวิชาการ แหล่งข้อมูลปริมาณการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัทเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 จัดทำหนังสือแนะนำตัว และขออนุญาตในการดำเนินการทำงานวิจัยถึง บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด(มหาชน)ในกรุงเทพมหานคร

2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกลูกค้าที่ใช้สินค้าและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตามสถานที่ที่กำหนดไว้ โดยเริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 จนได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

2.3 เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ผู้สอบถามได้นำเนนการคัดเลือกแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาคัดเลือกเฉพาะที่ตอบแบบสอบถามที่ตอบได้ครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นนำแบบสอบถามมาบันทึกลงรหัสและตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ และนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

**1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติดังนี้**

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ และอาชีพปัจจุบัน (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550:152)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร(ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550:152)

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ และระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550:169)

**2. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้**

2.1 สถิติวิเคราะห์ t-test(Independent Statistic) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีค่าอยู่ 2 ค่า ใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนที่ 1 ได้แก่ เพศ กับระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร

2.2 สถิติวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis Of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีค่าอยู่มากกว่า 2 ค่าขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550:169)

- ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากันกรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แล้ว ต้องทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

2.3 สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณ 2 ตัวแปร ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้คุณภาพการบริการและระดับความพึงพอใจของลูกค้า กับระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการ (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2549:201)

**ผลการศึกษา**

**ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม**

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-25 ปี มีสถานภาพ โสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

**การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในกรุงเทพฯ**

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS ของลูกค้าในกรุงเทพฯ ในภาพรวม

การรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS	ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปล
1. ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม	3.75	0.58	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือได้	3.66	0.66	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน	4.01	0.61	มาก
4. ด้านความมั่นใจได้	3.89	0.48	มาก
5. ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	3.53	0.68	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.41</b>	<b>มาก</b>

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.77, S.D.= 0.41$ ) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพการบริการของ AIS อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การตอบสนองต่อลูกค้าของพนักงาน ( $\bar{x} = 4.01, S.D. = 0.61$ ) รองลงมาคือด้านความมั่นใจได้ ( $\bar{x} = 3.89, S.D. = 0.48$ ) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ( $\bar{x} = 3.53, S.D. = 0.68$ )

**ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS ในกรุงเทพฯ**

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.40	0.64	ปานกลาง
2. ด้านราคา	3.43	0.82	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56	0.73	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	0.76	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.47	0.79	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	3.70	0.58	มาก
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.57	0.62	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.50$ , S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{x} = 3.70$ , S.D. = 0.58) รองลงมาคือด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ( $\bar{x} = 3.57$ , S.D. = 0.62) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.40$ , S.D. = 0.64)

**ผลการวิเคราะห์ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในกรุงเทพฯ**

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

ความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS	ระดับความจงรักภักดี		
	$\bar{x}$	S.D.	แปล
1. ด้านคำบอกเล่า	4.03	0.53	มาก
2. ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ	3.55	0.56	มาก
3. ด้านการแสดงตัว	3.74	0.64	มาก

4. ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน	3.76	0.57	มาก
5. ด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ	3.51	0.70	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.45</b>	<b>มาก</b>

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.71$ , S.D. = 0.45) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีที่มีต่อการใช้นิตินค้าและบริการ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านคำบอกเล่า ( $\bar{x} = 4.03$ , S.D. = 0.53) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ( $\bar{x} = 3.76$ , S.D. = 0.57) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ ( $\bar{x} = 3.51$ , S.D. = 0.70)

**ผลการเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS ในกรุงเทพฯ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์**

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความจงรักภักดี	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านคำบอกเล่า	4.01	0.51	4.05	0.54	-0.896	0.371
2. ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ	3.55	0.57	3.56	0.56	-0.196	0.845
3. ด้านการแสดงตัว	3.74	0.62	3.74	0.65	0.097	0.923
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน	3.74	0.54	3.78	0.59	-0.703	0.482
5. ด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ	3.45	0.65	3.56	0.73	-1.612	0.108
<b>โดยรวม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.44</b>	<b>3.73</b>	<b>0.46</b>	<b>-0.862</b>	<b>0.389</b>

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีค่า (p-value = 0.389) ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้นิตินค้าและบริการของ AIS

โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีค่า (p-value = 0.733) ลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีค่า (p-value = 0.489) ลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีค่า (p-value = 0.597) ลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีค่า (p-value = 0.592) และลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน มีค่า (p-value = 0.627)

#### ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้คุณภาพการบริการกับระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้บริการของ AIS ในกรุงเทพฯ

จากการศึกษาพบว่าระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความจงรักภักดีในการใช้บริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.01$

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความจงรักภักดีในการใช้บริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.01$

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความจงรักภักดีในการใช้บริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.01$

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ายของพนักงาน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความจงรักภักดีในการใช้บริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานครในภาพรวม ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.01$

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความจงรักภักดีในการใช้บริการของ AIS ของลูกค้ายใน

กรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $p < 0.01$

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความจงรักภักดีในการใช้บริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม

#### ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้า กับระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้บริการของ AIS ในกรุงเทพฯ

ระดับความพึงพอใจ ในภาพรวม ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ กับระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้บริการของ AIS ในกรุงเทพมหานคร ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก

#### อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพฯ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ลูกค้ายในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้คุณภาพในการบริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้คุณภาพในการบริการของ AIS ของลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ายของพนักงาน ด้านความมั่นใจได้ ด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ เอี่ยมชวลีเลิศ (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการรับรู้ความภักดีในตราสินค้าและพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การรับรู้ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน) ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเข้าถึงจิตใจ อยู่ในระดับมาก

ลูกค้ายในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของ AIS ของลูกค้าย



ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของ AIS ในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน)(DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออก พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าและบริการและด้านส่งเสริมการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ DTAC อยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าในกรุงเทพมหานครมีความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS โดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าลูกค้าในกรุงเทพมหานคร มีความจงรักภักดีของลูกค้าในการใช้สินค้าและบริการ AIS อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคำบอกเล่า ด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกัน ด้านการแสดงตัว ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ และด้านการไตร่ตรองเป็นพิเศษ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกชัย ลีนสุวรรณ (2545:40-96) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์เทคโนโลยีเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) สาขาฟอร์จูนทาวน์รัชดาภิเษก ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจในด้านสถานที่ประกอบการ ความรวดเร็วของการบริการ ความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่าอยู่ในระดับพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ เอี่ยมชลวิเลิศ(2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ ความภักดีในตราสินค้าและพฤติกรรมการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน)(DTAC) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความภักดีในตราสินค้าของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของ บริษัทโทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน) อยู่ในระดับมาก

ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์

ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด(มหาชน) (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออก พบว่าลูกค้าที่มีเพศ ต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ โดยรวมแตกต่างกัน

ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออก พบว่าลูกค้าที่มีอายุ ต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ โดยรวมแตกต่างกัน

ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออก พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ โดยรวมแตกต่างกัน

ลูกค้าในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความจงรักภักดีต่อการใช้บริการของ AIS โดยรวมไม่แตกต่างกัน ต่างกับผลงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออก พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพ ต่างกัน จะมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ โดยรวมแตกต่างกัน

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัด กรุงเทพมหานคร ในภาพรวมในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข (2552, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีต่อการบริการ ในธุรกิจร้านยา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณภาพ

ของการบริการที่ผู้รับบริการรับรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับความภักดีต่อการบริการในธุรกิจร้านขายยาใน ระดับสูง ( $R = 0.719, p < 0.05$ )

ระดับความพึงพอใจ ด้านราคา มีความสัมพันธ์ ในเชิงลบ กับระดับความจงรักภักดีในการใช้สินค้าและบริการของ AIS ของลูกค้าในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านความหนักแน่นในสิ่งที่ชอบ ในระดับต่ำมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ชัย อินทวิชัย (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเป็นลูกค้าแบบ จงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โท เทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (DTAC) สำนักงานสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าความพึงพอใจต่อ สินค้าและบริการของลูกค้าในภาพรวมมีความสัมพันธ์ กันกับการเป็นลูกค้าแบบจงรักภักดีต่อตราสินค้าและ บริการ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ได้แก่ ในด้านความ พึงพอใจด้านราคา

#### ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

1. ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ใช้บริการได้ เช่น จัดการส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้หญิงที่เป็นนักเรียนหรือ นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จากผลการ การศึกษา งานวิจัยครั้งนี้พบว่าลูกค้าในการใช้สินค้า และ บริการ AIS ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน

2. ผู้บริหารควรเพิ่มความพึงพอใจด้านราคา ให้ เพิ่มขึ้น โดยการสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าว่าอัตรา ค่าบริการที่เสียไปนั้นมันสูงก็จริงแต่บริการที่ลูกค้า ได้รับ กลับไปนั้นมันคุ้มค่ากับอัตราค่าบริการที่เสียไป เมื่อลูกค้า ได้รับความคุ้มค่านั้นจะทำให้มีความพึงพอใจมากขึ้น

3. ควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีใจรักใน ด้านการบริการอย่างต่อเนื่อง หรือมีการจัดการให้คะแนน ความพึงพอใจพนักงานหลังลูกค้ามีการใช้บริการเสร็จ แล้ว เพื่อจะทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้านปัจจัยอื่นๆ เช่น คุณภาพการให้บริการจากศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์ด้าน การส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกล

ยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายฐาน ลูกค้าได้

2. ควรมีการศึกษาด้านความจงรักภักดี ความ คาดหวังและการรับรู้จริงของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแนวทาง ในการปรับปรุงพัฒนา และรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ มากที่สุด

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ทักษะคิด และ ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง ที่ สร้างรายได้ให้กับบริษัท เช่น กลุ่มลูกค้าเซรเนด

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] จีราวรรณ เอี่ยมชลวิเลิศ. (2552). การรับรู้ ความภักดี ในตราสินค้า และพฤติกรรมการใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบจ่ายรายเดือนของ บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [2] ชาญณรงค์ โชคบำรุงสุข. (2552). ความสัมพันธ์ ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและ ความภักดีต่อการบริการในธุรกิจร้านยา ใน เขตกรุงเทพมหานคร.สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [3] ณรงค์ชัย อินทวิชัย. (2547). ปัจจัยในการเป็นลูกค้า แบบจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมู นิเคชั่น จำกัด(มหาชน) (DTAC) สำนักงาน สาขาภาค - ตะวันออก. ปริญญารัฐ ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย บูรพา.
- [4] ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [5] นราศรี ใววานิช และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2545). ระเบียบ วิจัยทางธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [6] ประกายรัตน์ สุวรรณ. (2549). การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด- ยูเคชั่น.
- [7] ปิยะวรรณ พุ่มโพธิ์. (2542). ความภักดีต่อตราสินค้า การขยายตราสินค้าและการประเมินผลของ

ผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขาย  
ตราสินค้า. วิทยานิพนธ์นี้เศรษฐศาสตรมหา-  
บัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- [8] ผ่องศุค ตริบุบผา. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างการ  
รับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีต่อ  
การบริการ. วิทยานิพนธ์นี้เศรษฐศาสตรมหา  
บัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [9] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาด: การ  
บริหารการตลาดและกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ:  
ดวงกมลสมัย.
- [10] เอกชัย ดินสุวรรณ. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้า  
ที่มีต่อการรับบริการของศูนย์บริการโทรศัพท์  
เทเลคอมเอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)  
สาขาฟอรัมทาวน์รัชดาภิเษก. สารนิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนคริน  
ทรวิโรฒ.
- [11] Aaker, D.A. (1991). *Managing brand equity:  
Capitalization on value of brand name*.  
New York: Free Press.
- [12] Anderson, N.H. (1996). *Foundations of  
information integration theory*. New  
York: Academic Press.
- [13] Anderson, R.E. (1998). Consumer  
Dissatisfaction: The Effect of  
Disconfirmed Expectancy on Perceived  
product Performance. *Journal of  
Marketing Research*, 10(1), 38-44.
- [14] Caruana, A. (1999). *Neighborhood watch in  
Malta: A case study*. Unpublished  
doctoral dissertation, University of  
Malta.
- [15] Chaudhuri, A., & Holbrook, M.B. (2001). The  
chain of effects from brand trust and  
brand affect to brand performance: The  
role of brand loyalty. *Journal of  
Marketing*, 65(2), 81-93.
- [16] Heizer, Jay., & Render, B. (2006). *Operation  
management*. Englewood Cliffs, NJ:  
Prentice Hall.
- [17] Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing  
management*. Upper Saddle River, NJ:  
Peason Education.
- [18] Kuhl, J., & Beckmann, J. (1985). *Action  
control: From cognition to behavior*.  
New York: Springer-Verlag.
- [19] Kumar, N. (1995). The effects of perceived  
interdependence on dealer attitudes.  
*Journal of Marketing Research*, 32,  
348-356.
- [20] Lee, M., & Cunningham, L. (2001). A  
cost/benefit approach to understanding  
service loyalty. *Journal of Services  
Marketing*, 15(2), 113-130.
- [21] Oliver, R. L. (1999). Whence consumer  
loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-  
44.
- [22] Ostrowski, P., Brien, T., & Gordon, G.  
(1993). Service quality and customer  
loyalty in the commercial airline  
industry. *Journal of Travel Research*,  
32, 16-24.
- [23] Patterson, P. G., & Ward, T. (2000).  
Relationship marketing and  
management. Thousand Oaks, CA:  
Sage.

## ทัศนคติและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์นิสสันมาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร

### CONSUMERS' ATTITUDES AND MOTIVATIONS AFFECTING SELECTION BEHAVIOR ON NISSAN MARCH IN BANGKOK METROPOLIS

พิชชาภา กิตตินันท์วัฒนา

Pitchapa Kitinanwattana

ภาควิชาการตลาด หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ Department  
of Marketing, Master of Business Administration Degree, Faculty of Social Science, Srinakharinwirot University.

Email Address: nuy\_rainy@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาทัศนคติและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อนิสสัน มาร์ช ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 27 – 35 ปี สถานภาพโสด และหม้าย/หย่าร้าง ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอื่นๆ เช่น แม่บ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน
2. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของรถยนต์นิสสัน มาร์ช โดยรวมอยู่ในระดับดี
3. แรงจูงใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน เพื่อใช้สอยเพื่อความสะดวกสบาย และเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากระบบการขนส่งมวลชน มีจำนวนร้อยละโดยเฉลี่ย 78.03, 75.75, 75.28 และ 69.85 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช สีขาว ไวท์ เฟอร์ล รุ่น Hatchback EL XTRONIC CVT เลือกซื้อรถยนต์จากศูนย์จำหน่ายรถยนต์ มีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองและทำการซื้อด้วยการผ่อนชำระ โดยราคาของผู้บริโภคซื้อได้เฉลี่ยคันละ 494,000 บาท ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ประมาณ 4 เดือน ซึ่งจะทำให้การเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้รถยนต์โดยมีสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจซื้อ เพราะประโยชน์จากการประหยัดน้ำมัน และสมรรถนะของรถยนต์
5. แนวโน้มการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่ไม่แน่ใจที่จะซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ชในอนาคต และหากมีบุคคลที่ทำงานรู้จักต้องการจะซื้อรถยนต์คันใหม่ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะแนะนำให้ผู้ซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. อายุ แตกต่างกันไป มีพฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน แตกต่างกันไป
2. จำนวนสมาชิกในครอบครัว แตกต่างกันไป มีพฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในด้านท่านซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในราคา (บาท) แตกต่างกันไป
3. ทักษะทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลเชิงเส้นตรง ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน เพื่อใช้สอย
4. ทักษะทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงเส้นตรง ในทิศทางเดียวกันกับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อความสะดวกสบาย
5. ทักษะทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีอิทธิพลเชิงเส้นตรง ในทิศทางตรงกันข้ามกับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาที่ท่านใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช (เดือน)
6. แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน เพื่อใช้สอย และเพื่อความสะดวกสบาย โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง
7. แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากระบบการขนส่งมวลชน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ
8. แรงจูงใจด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช และด้านท่านซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในราคา (บาท) โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ
9. แรงจูงใจด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อใช้สอย โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง
10. แรงจูงใจด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาที่ท่านใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช (เดือน) โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ
11. แนวโน้มพฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

คำสำคัญ : รถยนต์นิสสัน มาร์ช, ทักษะทางด้านส่วนประสมทางการตลาด, แรงจูงใจ

## ABSTRACT

The research aimed to study consumers' attitudes and motivations affecting selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis. Sample size was 400 people in Bangkok metropolis aging 18 years and above driving Nissan March. Questionnaire was a tool for data collection.

Results were as follows:

1. Most respondents were male, aging between 27 and 35 years old, having status as single and widowed/divorced, holding bachelor's degree, working as private company employees and other careers such as housewife, earning average monthly income between Baht 10,000 and 19,999, and having family member between 3 and 4 persons.
2. Overall attitudes towards marketing mix of Nissan March was at the good levels.
3. Consumers' motivation on selecting Nissan March based on overall emotional motivation was at the high levels, while their motivation based on overall rational motivation was at the highest levels.
4. Most respondents had reasons on selecting Nissan March for fuel economy, utilization, convenience, and avoiding mass transportation problems with the average percentage of 78.03, 75.75, 75.28, and 69.85, respectively. Most respondents selected white pearl hatchback Nissan March model EL XTRONIC CVT, bought from authorized dealers on their own decision, using installment payments at average price of 494,000 Baht, made decision buying Nissan March in average 4 months period, bought Nissan March for their necessity, and had important reason on buying for its fuel economy and performance.
5. Trend on selecting Nissan March of consumers in Bangkok metropolis, consumers' trend on buying Nissan March in the future was uncertainty. If there was any known person needing to buy a new car, consumers probably would recommend him to buy Nissan March.

Results of hypotheses testing were as follows:

1. Consumers with different age influenced selection behavior on Nissan March in category of reason to select Nissan March was fuel economy differently.
2. Consumers with different number of family member influenced selection behavior on Nissan March in category of price (Baht) of Nissan March differently.
3. Attitudes towards marketing mix in product had positively linear influenced to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March for fuel economy and convenience.

4. Attitudes towards marketing mix in category of product and marketing promotion had positively linear influenced to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March for convenience.

5. Attitudes towards marketing mix in category of personnel had negatively linear influenced to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of period of buying decision on Nissan March (month).

6. Emotional motivation had positively moderate related to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March for fuel economy, utilization and convenience.

7. Emotional motivation had positively low related to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March for avoiding mass transportation problems.

8. Rational motivation had positively low related to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March and in category of price (Baht) of Nissan March.

9. Rational motivation had positively moderate related to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March for utilization.

10. Rational motivation had negatively low related to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of period of buying decision (month) on Nissan March.

11. Selection behavior trend on Nissan March had positively low related to selection behavior on Nissan March in Bangkok metropolis in category of reason to select Nissan March.

**KEYWORDS:** Nissan March, Attitude towards Marketing Mix, Motivation

## 1. บทนำ/Introduction

ในปัจจุบันรถยนต์นับเป็นปัจจัยหลักที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค เนื่องจากรถยนต์เป็นพาหนะที่ใช้ในการคมนาคมขนส่ง ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว สร้างความสะดวกสบายในการเดินทาง และเปรียบเสมือนสิ่งที่ยังบอกถึงฐานะของผู้เป็นเจ้าของ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ตลาดรถยนต์นั้นส่วนบุคคลเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง

ในส่วนของประเทศไทยจากการที่อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สามารถทำรายได้จากการส่งออกปีละหลายแสนล้านบาท รัฐบาลจึงได้กำหนดโครงการ อีโค คาร์ (Eco Car) ขึ้น โดยเป็นโครงการที่จะทำให้เมืองไทยมีรถยนต์รุ่นใหม่ที่เกิดในประเทศไทย ที่มีขนาดกะทัดรัด แต่ถูกประกอบขึ้นภายใต้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อภัยด้านประหยัดน้ำมัน รักษาสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของคณะกรรมการเศรษฐกิจยุโรปแห่งสหประชาชาติ (UNECE) ซึ่งเป็นที่ยอมรับทั่วโลก โดยรถยนต์ที่จะถูกเรียกว่าเป็น Eco Car นั้นจะต้องมี 5 คุณสมบัติหลัก คือ

1. มีอัตราการใช้น้ำมัน ไม่เกิน 5 ลิตร/ 100 กิโลเมตร
2. เป็นรถที่ได้รับมาตรฐาน Emission ตามEuro4
3. เป็นรถที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ไม่เกิน 120 กรัม/กิโลเมตร
4. เป็นรถที่มีมาตรฐานความปลอดภัย UNECE Reg.94. Rev.0. และ UNECE Reg.95. Rev.0
5. เป็นรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน และ 1,400 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล

จากการที่กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น และตลาดของผู้บริโภคมีขนาดใหญ่ประกอบกับราคาน้ำมันใน

ปัจจุบันมีการปรับตัวค่อนข้างสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยรูปร่างลักษณะและคุณสมบัติของรถยนต์นิสสัน มาร์ช ที่เหมาะกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่ต้องการความสะดวกสบายและความเร่งด่วน ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการรองรับความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ในด้านต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการ ในการเตรียมพร้อมรับมือกับการแข่งขัน จากคู่แข่งในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย/Objectives

1. ศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดสามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของผู้บริโภคที่เลือกใช้รถยนต์ นิสสัน มาร์ช กับพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช กับแนวโน้มการเลือกใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย/Methods

### 3.1. ประชากร



ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ นิสสัน มาร์ช ทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากเป็นผู้ที่ได้รับใบอนุญาตในการขับขี่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

### 3.2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ใช้ในการทำวิจัย คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ นิสสัน มาร์ช ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากได้มีการศึกษาและนำข้อมูลจากผู้เข้ามาใช้บริการในโชว์รูม นิสสัน จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการเลือกเก็บข้อมูลด้วยวิธีจับฉลาก โชว์รูม นิสสัน จำนวน 5 แห่งจากโชว์รูม นิสสัน ทั้งหมด 31 แห่งในกรุงเทพมหานคร (บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด : ออนไลน์) [1]

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบสัดส่วน (Quota Sampling) โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโชว์รูมๆ ละ 80 ชุด

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 4.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### 4.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

เพื่อทดสอบสมมติฐาน เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

4.2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

4.2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม

4.2.3 สถิติวิเคราะห์สมการถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Regression Analysis) ใช้วิเคราะห์สมการของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกัน สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มหรือมากกว่า

4.2.4 สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน

## 5. ผลการวิจัย/Results

ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยพบว่า

1. อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช แตกต่างกันในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช แตกต่างกันในด้านท่านซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช ในราคา (บาท) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดสามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช และด้านระยะเวลาที่ท่านใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช (เดือน) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

4. แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช ในเขต

กรุงเทพมหานคร ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. แรงจูงใจด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน ด้านท่านซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ชในราคา (บาท) และด้านระยะเวลาที่ท่านใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช (เดือน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.05 ตามลำดับ

6. แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อ รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 6. สรุปและอภิปรายผล/Conclusions and

### Discussion

#### 6.1. ลักษณะประชากรศาสตร์

##### 6.1.1 อายุ

อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช แตกต่างกัน ในด้านเหตุผลในการเลือก ซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีเหตุผลในการเลือก ซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน มากที่สุด เพราะผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป เมื่อทำการตัดสินใจ เลือกซื้อรถยนต์คันใหม่ จะคำนึงถึงประโยชน์ที่จะ ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของศิริลักษณ์ พรหมสร (2546: 163) ที่ว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นั่งส่วน บุคคลแตกต่างกัน [2] และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 298) ที่กล่าวว่า อายุมีผลต่อ พฤติกรรมการแสดงออกและพฤติกรรมการซื้อ อายุ

เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่อง ความคิดและพฤติกรรม [3]

##### 6.1.2 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกัน มี พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช แตกต่างกัน ในด้านท่านซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในราคา (บาท) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจำนวน สมาชิกในครอบครัว 5 คนขึ้นไป มีพฤติกรรมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สมเกียรติ รุ่งอภิญา (2543) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใน การเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีสมาชิกใน ครอบครัว มากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 [4]

##### 6.2 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด

ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้าน ผลิตภัณฑ์ สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกซื้อ รถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้าน เหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช เพื่อ ประหยัดน้ำมัน และเพื่อใช้สอย อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคจะพิจารณาถึง ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้รถยนต์นิสสัน มาร์ช ใน ด้านการประหยัดน้ำมัน และสมรรถนะของเครื่องยนต์ ที่เหมาะแก่การขับขี่ เป็นเหตุผลหลักในการเลือกซื้อ ซึ่ง สอดคล้องกับการวิจัยของ โกสิย์ รุ่งจำกัด (2550) ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า ยาริสของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทาง การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถทำนาย พฤติกรรม การเลือกซื้อรถยนต์ โตโยต้า ยาริส ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 50.80 อย่างมีนัยสำคัญที่ ระดับ 0.05 [5]

ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถทำนาย พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขต

กรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อความสะดวกสบาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากคุณสมบัติในการประหยัดน้ำมัน และการออกแบบให้มีรูปปลั๊กอินที่ทันสมัย สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และจากการตอบรับข้อเสนอของรัฐบาลในการคืนภาษีรถยนต์คันแรกไม่เกิน 1 แสนบาท จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อและเลือกใช้ได้เร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของสาคร เกี้ยวช่อง (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล กรณีศึกษา : เกษตรกรผู้ปลูกพืชจังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อัตราสิ้นเปลืองน้ำมันต่ำ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ [6]

ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาที่ท่านใช้ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช (เดือน) โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพนักงานขาย เพราะบางครั้งพนักงานขายมีการติดต่อหาลูกค้าบ่อยครั้งเกินความจำเป็น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ว่าสูญเสียความเป็นส่วนตัว หรือรู้สึกไร้ค่า จึงส่งผลให้พฤติกรรมเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ เข้มทอง บำเพ็ญเพียร (2546) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้า บริษัท วรจักรยนต์ จำกัด พบว่า ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้า บริษัท วรจักรยนต์ จำกัด กล่าวคือ เมื่อพนักงานของ

ศูนย์บริการมีทัศนคติในการให้บริการที่ดี ปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นกับรถยนต์เป็นอย่างดี จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต [7]

### 6.3 แรงจูงใจ

แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์พฤติกรรม การเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน เพื่อใช้สอยเพื่อความสะดวกสบาย โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากระบบการขนส่งมวลชน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุวีณา สุริยประภากร (2551) พบว่า แรงจูงใจในการซื้อรถอีโคคาร์ ด้านอารมณ์และด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [8] และสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman & Kanuk (2007: 83) กล่าวว่า การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังกระตุ้น (Drive) จากภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ ดังนั้นการจูงใจจึงเป็นอิทธิพลภายในตัวบุคคลซึ่งผลักดันให้เกิดพฤติกรรม เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ [9]

แรงจูงใจด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อประหยัดน้ำมัน เพื่อความสะดวกสบาย เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากระบบการขนส่งมวลชน ด้านท่านซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช ในราคา (บาท) โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ และด้านเหตุผลในการเลือกซื้อรถยนต์นิสสัน มาร์ช เพื่อใช้สอย โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01,

0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ สุวีณา สุริยประภากร (2551) พบว่า แรงจูงใจในการซื้อ รถอีโค คาร์ด้านอารมณ์และด้านเหตุผลมีความสัมพันธ์ ระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันกับแนวโน้มพฤติกรรมการ ตัดสินใจซื้อรถอีโค คาร์ ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร [8] และสอดคล้องกับแนวคิดของ พิบูล ที่ปะบาล (2545: 156-159) ที่กล่าวถึงสาเหตุของ แรงจูงใจ ไว้ว่า แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล เป็นแรงจูงใจ ที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมี เหตุผลก่อนว่า ทำไม่ถึงซื้อสินค้าชนิด เนื่องจากสภาพ เศรษฐกิจในปัจจุบันได้ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ สินค้า โดยการคำนึงถึงเหตุผลมากยิ่งขึ้น [10]

#### 6.4 แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์ นิสสัน มาร์ช

แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์ นิสสัน มาร์ช มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้รถยนต์ นิสสัน มาร์ช ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเหตุผล ในการเลือกซื้อรถยนต์ นิสสัน มาร์ช โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการ วิจัยของ รัศมี มีสุวรรณ (2551) ศึกษาเรื่อง เครื่องมือ สื่อสารทางการตลาดครบวงจร ที่มีผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ ยี่ห้อฮอนด้า ใน กรุงเทพมหานคร พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อ รถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า มีความสัมพันธ์กับ เครื่องมือสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณา ด้านการ ส่งเสริมการขาย ด้านการจัดแสดงสินค้า และด้านสื่อ โฆษณาเคลื่อนที่ [11]

### 7. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรทำการพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน การประหยัคน้ำมันเชื้อเพลิงของเครื่องยนต์มากยิ่งขึ้น มี การปรับปรุงทรงหรือขนาดให้เหมาะสมกับพฤติกรรม

ของผู้บริโภค ที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความ สะดวกสบายในการเดินทางได้ ซึ่งอาจทำได้โดย การ นำความคิดเห็นของลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ เกิดขึ้นกับลูกค้ามากที่สุด

2. ผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ แก่พนักงานขายในการให้รายละเอียดเกี่ยวกับรถยนต์ เพื่อสามารถตอบทุกข้อซักถามของลูกค้าได้ตรง ประเด็น และควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขาย ให้แก่พนักงานขาย โดยในระหว่างการขายต้องไม่ทำ ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกลำคาญ หรือสูญเสียความเป็น ส่วนตัว ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นแก่ ผู้บริโภค และอาจเพิ่มการมี Call Center สำหรับให้ ลูกค้าโทรมาสอบถามเมื่อเกิดปัญหา เพื่อให้ลูกค้า คลายความกังวลหากเกิดปัญหาไม่มากนัก และเพื่อช่วย ให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจที่เร็วขึ้น

3. ผู้ประกอบการ อาจสร้างแรงจูงใจ ด้วยการ เพิ่มกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณา การส่งเสริม โฆษณารวมถึงรางวัล การใช้ดารานักแสดง บุคคลทั่วไป ที่ มีเพศ อายุและวัยแตกต่างกัน เป็นต้น มาร่วมถ่ายทอด ประสบการณ์ ความประทับใจ ที่มีต่อสมรรถนะของ เครื่องยนต์จากการขับจริง เพื่อสร้างแรงจูงใจด้าน อารมณ์ให้เกิดแก่ผู้บริโภค และเป็นการกระตุ้นให้ ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อขึ้น

4. ผู้ประกอบการ ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อเื้อ ให้ความรู้ เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ Eco Car ผ่านสื่อ ต่างๆ รวมถึงองค์กร และภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อสร้างความ เข้าใจที่ถูกต้องให้แก่ผู้บริโภค ตระหนักถึงความสำคัญ ของการเลือกใช้รถยนต์ นิสสัน มาร์ช ที่ผลิตขึ้นด้วย เทคโนโลยีที่รักษ์โลก เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการ เลือกใช้ ในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สมรรถนะ ของเครื่องยนต์เหมาะกับการใช้งาน มีความคล่องตัว ให้แก่ผู้บริโภคและเกิดการตัดสินใจซื้อที่เร็วขึ้น

## 8. กิตติกรรมประกาศ/Acknowledgements

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่ง จากรองศาสตราจารย์ ดร. ณัฏฐ์ กุณิศร์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้ให้คำปรึกษาและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง ตั้งแต่เริ่มดำเนินการ จนกระทั่งได้เป็นปริญญานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ ตลอดจนคณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์อันประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกฤตดา และอาจารย์ ดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล ที่ได้ให้คำปรึกษาและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้และแนวคิดต่างๆ อันทำให้ผู้วิจัยมีความเติบโตทางความคิด จนสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ได้อย่างสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณสกุล กิตตินันท์วัฒนา ทุกท่านที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้าน มาโดยตลอด

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำที่ดีตลอดมา จนทำให้งานวิจัยสมบูรณ์ได้

## 9. เอกสารอ้างอิง/References

- [1] บริษัท นิสสัน มอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2555. จาก [http://www.nissan.co.th/th/web/shoppingsupport/dealer\\_search.htm](http://www.nissan.co.th/th/web/shoppingsupport/dealer_search.htm).
- [2] ศิริลักษณ์ พรหมสร. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพ*

ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์

บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

[3] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

[4] สมเกียรติ รุ่งอภิญา. (2543). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.

[5] โกสิย์ รุ่งจำกัด. (2550). *พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า ยาริสของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

[6] สาคร เกี่ยวข้อง. (2550). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล กรณีศึกษา : เกษตรกรผู้ปลูกพืชจังหวัดกระบี่*. วิทยานิพนธ์. ภูเก็ต: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. ถ่ายเอกสาร

[7] เข้มทอง บำเพ็ญเพียร. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการศูนย์บริการ โตโยต้า บริษัททอจิกอยนต์ จำกัด*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

[8] สุวีณา สุริยประภากร. (2551). *ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโค คาร์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บช.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

[9] Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazer. (2007). *Consumer Behavior*. 9 th ed. New Jersey: Prantice-Hall, Inc.

[10] พิบูล ทีปะปาล. (2545). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

[11] รัชมี มีสุวรรณ. (2551). เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้า ในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

## การวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทจำกัดสัญชาติญี่ปุ่นในประเทศไทย

### Financial Statement of Japanese Company in Thailand Analysis

กฤติกร เลิศปรีชาภักดี ,ลักคณา วรศิลป์ชัย

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, [kitihong@gmail.com](mailto:kitihong@gmail.com)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, [lukkana.w@bu.ac.th](mailto:lukkana.w@bu.ac.th)

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบโครงสร้างหนี้สิน สภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น ที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์อัตราส่วน จากงบการเงินของบริษัทจำนวน 5 บริษัท โดยใช้ฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า(DBD) เลือกเฉพาะบริษัทที่มีสัดส่วนการลงทุนมากกว่า 50% ของการลงทุนทั้งหมดในประเภทธุรกิจ ที่อยู่ในประเทศไทย โดยสามารถแบ่งการศึกษาออกเป็น การวิเคราะห์อัตราส่วนหนี้สิน อัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ซึ่งจากการวิจัยได้ผลการศึกษาดังนี้ บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทย มีอัตราส่วนหนี้สินเฉลี่ยที่ต่ำ และมีแนวโน้มที่จะลดได้อีกในอนาคต มีอัตราส่วนสภาพคล่องที่สูง และมีอัตราส่วนผลตอบแทนที่สูง แต่ก็มีมีความผันผวนมาก

**คำสำคัญ :** การวิเคราะห์งบการเงิน, อัตราส่วนทางการเงิน, ญี่ปุ่น

#### ABSTRACT

This research has an objective to study the structure of debt, liquidity and the ability to make a profit of Japanese companies in Thailand by using Ratio Analysis of their financial statements. This study selected five companies from database in Department of Business Development (DBD) which their investment are more than 50% of the total investment in each industries in Thailand. Those five companies has been analyzed by using their Debt Ratio, Liquidity Ratio and Profitability Ration. The result from the research indicate that Japanese companies in Thailand have low debt ratio and those ratio tend to lower in the future while liquidity ratio is high. Those companies also have high profit ratio which is very fluctuate.

**KEYWORDS:** Financial Statements Analysis, Financial Ratios, Japanese Companies

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศมีความสัมพันธ์กับประเทศไทยมานานนับตั้งแต่สมัยอยุธยา และเริ่มมีความสัมพันธ์ในเชิงการทูต ในยุคสมัยของสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งทำให้ประเทศไทยสามารถค้าขายกับประเทศญี่ปุ่น ได้มากขึ้น

จากข้อมูลในอดีต ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้าจากญี่ปุ่น มากเป็นอันดับ 1 และมีการส่งออกเป็นอันดับ 2 ของประเทศ นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2550 ประเทศญี่ปุ่นยังมีการลงทุนในประเทศไทยเป็นจำนวนมากเป็นอันดับ 1 โดยคิดเป็นร้อยละ 29 ของทางลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมดในประเทศไทย ดังนั้นประเทศญี่ปุ่นจึงเป็นประเทศที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งหากบริษัทของประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทยเกิดปัญหา จะส่งผลให้ประเทศไทยสูญเสียผลประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจไปในหลายๆ ด้านทั้งในด้านการส่งออกและนำเข้าสินค้า รวมไปถึงการเลิกกิจการที่มาลงทุนในประเทศไทย

ด้วยเหตุผลข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นเมื่อเข้ามาดำเนินธุรกิจภายในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ถึงสภาพในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มในอนาคต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทย

โดยใช้วิธีการวิเคราะห์อัตราส่วนของบริษัท จากข้อมูลในงบการเงินของบริษัท เนื่องจากงบการเงินถือเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ที่มีความน่าเชื่อถือ และการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินก็เป็น

การวิเคราะห์ที่นักลงทุน นักวิเคราะห์ และสถาบันทางการเงินนิยมใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจด้านเศรษฐกิจ ว่าบริษัทเหล่านั้นมีความสามารถมากน้อยเพียงใด

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงรูปแบบโครงสร้างหนี้สิน สภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น ที่ดำเนินงานอยู่ในประเทศไทย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง(บางส่วน)

นิกันต์ ยะมะโน (2549).ศึกษาแนวทางในการวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทข้ามชาติกรณีศึกษากิจการในประเทศญี่ปุ่นและประเทศเนเธอร์แลนด์ โดยใช้กลุ่มสินค้าอุปโภค อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 บริษัท คือ บริษัท มัตสึชิตะ อิเล็กทริก อินดัสเตรียล จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น และบริษัทรอยัล ฟิลิปส์ อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด(มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก โดยจะทำการศึกษาในช่วง 2 ปี ระหว่างปี พ.ศ.2546-2547 โดยผลการศึกษา จากการวิเคราะห์งบการเงิน ของบริษัทมัตสึชิตะ อิเล็ก ทริก อินดัสเตรียล(มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น พบว่ามีสภาพคล่องอยู่ในเกณฑ์ดี รอบหมุนเวียนสินค้าคงคลังและความสามารถในการเก็บหนี้จากลูกหนี้ได้เร็ว แต่มีอัตรากำไรสุทธิและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ต่ำกว่า บริษัทจากเนเธอร์แลนด์ที่ทำการเปรียบเทียบ แต่ก็สามารถสร้างผลตอบแทนได้อย่างสม่ำเสมอ



ดาวฤกษ์ บุญศิริ (2551) การศึกษาเรื่อง แนวทางการลดของเสียจากกระบวนการผลิต โดยการประยุกต์ใช้ระบบบริหารงานแบบญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหา ค้นหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาและจัดทำระบบให้มีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายลดอัตราของเสียที่เป็นกรณีศึกษาลงร้อยละ 50 ใน

การศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากบริษัทไม่มีการกำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน ไม่มีคู่มือในการปฏิบัติงาน การขาดความรู้ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงาน และการใช้วิธีการควบคุมต่างๆ การดำเนินงาน

อรรวรรณ ชันกสิกรรม (พ.ศ.2549) ศึกษาเกี่ยวกับการค้าระหว่างไทย – ญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อเพื่อศึกษาสภาวะการค้าระหว่างไทยและญี่ปุ่น ระหว่างปี พ.ศ.2531 – 2548 โดยผลจากการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า การค้าระหว่างไทย-ญี่ปุ่น มีจุดแข็งที่สามารถนำมาใช้เป็นโอกาสในการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศได้ ในปัจจุบัน การค้าระหว่างไทย-ญี่ปุ่น มีอัตราการขยายตัวทางการตลาดสูง แต่ควรมีส่วนครองในตลาดเปรียบเทียบกับในระดับต่ำ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดต่างๆ ที่ทำให้ประเทศไทยยังเสียเปรียบคู่แข่ง และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อส่งออกของไทยไปญี่ปุ่น คือผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของญี่ปุ่น ในทิศทางเดียวกัน และดัชนีราคาผู้บริโภคของญี่ปุ่น ที่มีผลต่อการส่งออกของไทยไปญี่ปุ่นในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าของไทยจากญี่ปุ่น ในทิศทางเดียวกัน คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของไทย และดัชนีราคาผู้บริโภคของ

ไทย มีผลกระทบต่อมูลค่าการนำเข้าของไทยจากญี่ปุ่น ในทิศทางตรงกันข้าม

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทญี่ปุ่นในประเทศไทย นี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยการนำข้อมูลของบริษัทตัวอย่างทั้ง 5 บริษัท ที่มีสัญชาติญี่ปุ่น จากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – 2553 เพื่อศึกษาหาถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทตัวอย่าง โดยมีลำดับขั้นตอนในการศึกษาวิจัยดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่จดทะเบียนในประเทศไทย จากฐานข้อมูลของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นจำนวน 5 บริษัท ที่มีหลักการในการเลือก ดังนี้

เลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มอุตสาหกรรม ที่มีบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นอัตราส่วนการลงทุนใน มากกว่า 50% ขึ้นไป ของการลงทุนในอุตสาหกรรมรวมทั้งหมดในประเทศไทย โดยเป็นบริษัทที่มีมูลค่าการลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นรวมมากกว่า 900 ล้านบาทขึ้นไป ผลกำไรสุทธิจากประกอบการในช่วง 5 ปีมากกว่า 50 ล้านบาท สินทรัพย์รวมกว่า 50 และมีงบการเงินในฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ครบทั้ง 5 ปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ทำวิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ได้แก่ บจ. มิค อินดัสตรีส์(ประเทศไทย), บจ. นิโปร

(ประเทศไทย), บจ.นิคอน(ประเทศไทย), บจ.มิซูบิชิ  
เอลเลเวเตอร์ เอเชีย และบจ.สตาร์ส เทคโนโลยี  
อินดัสเตรียล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการ  
วิเคราะห์บริษัทตัวอย่าง โดยวิธีการ วิเคราะห์อัตราส่วน  
ทางการเงิน (Ratio Analysis) โดยใช้ข้อมูลจากงบ  
การเงินของบริษัทต่างๆ โดยการเปรียบเทียบอัตราส่วน  
ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อแสดงถึงความสามารถในด้าน  
ต่างๆ ของบริษัท โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การ  
วิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน การวิเคราะห์นโยบาย  
ทางการเงินในส่วนของหนี้สิน และการวิเคราะห์  
ความสามารถในการทำกำไรของเงินทุน

โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมด้วยวิธี  
ต่างๆ ได้แก่ การวิเคราะห์การเจริญเติบโตหรือแนวโน้ม  
(Trend Analysis) โดยในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการ  
วิเคราะห์เปรียบเทียบจากปี 2549 เรื่อยมาจนถึงปี 2553  
เพื่อพิจารณาอัตราการขยายตัวของแต่ละบริษัทในแต่ละ  
ด้าน การวิเคราะห์ค่ากลาง (Mean) หรือค่าเฉลี่ย  
(Average) เพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนต่างๆ  
ของแต่ละบริษัท รวมไปถึงอัตราแนวโน้มเฉลี่ย ทั้งนี้  
ผู้วิจัยได้ใช้การหาค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนต่างๆ และค่า  
แนวโน้ม ของระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี 2549 ถึง 2553

โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากแหล่งทุติย  
ภูมิ (Secondary Data) ที่หาได้จากฐานข้อมูลทาง  
อิเล็กทรอนิกส์ จากทางเว็บไซต์ฐานข้อมูลของ กรม  
พัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ทางอินเทอร์เน็ต  
(www.dbd.go.th) ซึ่งประกอบไปด้วย งบกำไร

ขาดทุน งบดุล อัตราการเปลี่ยนแปลงระหว่างช่วงปี  
และอัตราส่วนทางการเงิน จำนวน 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.  
2549 – 2553 ของแต่ละบริษัท

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แบ่ง การวิเคราะห์ ออกเป็น  
3 ส่วน ตามจุดประสงค์ ที่ต้องการจะศึกษาได้แก่

1. วิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างหนี้สิน ของ  
บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นซึ่งดำเนินกิจการงานอยู่ในประเทศ  
ไทย โดยใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนนโยบายทางการเงิน  
จากอัตราส่วนทางการเงิน 2 ประเภท ได้แก่ อัตราส่วน  
หนี้สินต่อทรัพย์สินรวม (Debt Ratio) และอัตราส่วน  
หนี้สินต่อทุน (Debt/Equity Ratio)

2. การวิเคราะห์สภาพคล่อง ของบริษัท  
สัญชาติญี่ปุ่นซึ่งดำเนินกิจการงานอยู่ในประเทศไทย  
โดยใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนสภาพคล่อง จาก  
อัตราส่วนทางการเงิน 3 ประเภท ได้แก่ อัตราส่วนทุน  
หมุนเวียน (Current Ratio) อัตราส่วนหมุนเวียนสินค้า  
คงคลัง (Inventory Turnover) และอัตราส่วน  
หมุนเวียนลูกหนี้ (Account Receivable Turnover)

3. การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร  
ของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นซึ่งดำเนินกิจการงานอยู่ใน  
ประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์อัตราส่วน  
ความสามารถในการทำกำไร จากอัตราส่วนทางการเงิน  
2 ประเภท ได้แก่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์  
รวม (Return on Assets Ratio/ROA) และอัตราส่วน  
ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity  
Ratio/ROE)

### การสรุปผลการวิจัย

งานวิจัย นี้ผู้วิจัยใช้การสรุปผล จากค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนที่นำมาวิเคราะห์ รวมไปถึงแนวโน้มของอัตราส่วนดังกล่าว ในช่วงปี 2549 – 2553 เพื่อจัดอันดับและวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยที่เป็นภาพรวมของบริษัทกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นซึ่งดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยในเรื่อง รูปแบบโครงสร้างหนี้สินโดยเฉลี่ย ลักษณะสภาพคล่องโดยเฉลี่ย และความสามารถในการทำกำไรโดยเฉลี่ย ของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่ดำเนินงานในประเทศไทย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน จากงบการเงินของบริษัทตัวอย่างแต่ละบริษัท เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินงาน และรูปแบบโครงสร้างโดยมีผลการวิจัยที่สามารถสรุปค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนแต่ละตัวของบริษัท รวมถึงแนวโน้มในอนาคต ได้จากตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 8 : ตารางแสดงอัตราส่วนเฉลี่ยอัตราส่วนทางการเงินรวม ของทั้ง 5 บริษัท ในช่วงระหว่างปี 2549 - 2553

	Ratio Mean	Trend Mean
Debt Ratio	0.46	(0.03)
D/E Ratio	1.13	(0.08)

Current Ratio	1.52	0.10
Inventory Turnover	9.11	0.13
A/R Turnover	11.06	0.03
ROA	4.92	(3.33)
ROE	11.04	(3.30)

จากตารางที่ 8 พบว่า อัตราส่วนนโยบายทางการเงินเฉลี่ยของทั้ง 5 บริษัท ในช่วงปี 2549 - 2553 มีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินรวม (Debt Ratio) อยู่ที่ 0.46 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะลดลง 3% ต่อปี และค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Debt/Equity Ratio) อยู่ที่ 1.13 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะลดลง 8% ต่อปี

อัตราส่วนสภาพคล่อง เฉลี่ยของทั้ง 5 บริษัท ในช่วงปี 2549 – 2553 มี ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหมุนเวียน (Current Ratio) อยู่ที่ 1.52 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี ค่าเฉลี่ยอัตราส่วนหมุนเวียนสินค้าคงคลัง (Inventory Trunover) อยู่ที่ 9.11 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น 13% ต่อปี และค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหมุนเวียนลูกหนี้ (Account Receivable Turnover) อยู่ที่ 11.06 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น 3% ต่อปี

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร เฉลี่ยของทั้ง 5 บริษัท ในช่วงปี 2549 – 2553 มีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return on Assets Ratio) อยู่ที่ 4.92 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะลดลง 333% ต่อปี และค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนผลตอบแทนต่อ

ส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity Ratio) อยู่ที่ 11.04 เท่า โดยมีแนวโน้มที่จะลดลง 330% ต่อปี

### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยถึงลักษณะโครงสร้างหนี้สิน สภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไรของ บริษัทสัญชาติญี่ปุ่น ที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทย เพื่อให้สามารถทราบถึงรูปแบบ ลักษณะการดำเนินงาน รวมไปถึงความสามารถในการทำกำไรของบริษัท สัญชาติญี่ปุ่นซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย จาก ฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) ของ ประเทศไทย โดยมีข้อสรุปที่สามารถแบ่งออกเป็น 3 ข้อ ตามสมมุติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้เบื้องต้นดังต่อไปนี้

1. บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นซึ่งดำเนินงานอยู่ใน ประเทศไทย มีลักษณะ โครงสร้างหนี้ที่ดี มีการควบคุม อย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้แต่ละบริษัทไม่มีการสร้าง หนี้สินมากเกินไปจนเป็นภาระของบริษัท และยังมีการ จัดการเพื่อพัฒนาตามความเหมาะสมอยู่ตลอดเวลา

2. บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่ดำเนินงานอยู่ใน ประเทศไทย เป็นบริษัทที่มีสภาพคล่องที่ดี ในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะในด้านการควบคุมทรัพย์สินหมุนเวียนให้ เหมาะสมกับหนี้สิน ในขณะที่สินค้ำคงเหลือมีการ ควบคุมไปตามยอดขายที่สร้างให้เกิดต้นทุนของบริษัท โดยไม่มีการควบคุมมากนัก แต่ก็อยู่ในระดับที่ เหมาะสมและค่อนข้างคงที่ และในด้านการควบคุม ลูกหนี้บริษัทมีการควบคุมที่มาก มีความสามารถอย่าง มากในการเปลี่ยนลูกหนี้เป็นเงินสดได้ดี และมีความ แน่นนอน

3. บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่ดำเนินกิจการใน ประเทศไทย เป็นบริษัทที่สามารถสร้างผลตอบแทนได้ เป็นจำนวนมาก แต่ก็มีความผันผวนของกำไรสูง โดย

เป็นไปตามสถานะเศรษฐกิจ ซึ่งอาจทำให้เกิดผล ขาดทุนที่มากได้เช่นกัน

### อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ห้งบการเงิน ของบริษัทข้ามชาติกรณีศึกษากิจการ ในประเทศญี่ปุ่น และประเทศเนเธอร์แลนด์. นิกานต์ ยะมะโน (2549). ที่ ได้สรุปผลการวิจัยเอาไว้ว่า จากการวิเคราะห์งบการเงิน ของบริษัทมัตสึซิตะ อิเล็กทรอนิกส์ (มหาชน) ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติญี่ปุ่น พบว่ามีสภาพคล่องอยู่ใน เกณฑ์ดี รอบหมุนเวียนสินค้ำคงคลังและความสามารถในการ เก็บหนี้จากลูกหนี้ได้เร็ว แต่มีอัตรากำไรสุทธิ และผลตอบแทนจากการลงทุนที่ต่ำกว่า บริษัทจากเนเธอร์แลนด์ที่ทำการเปรียบเทียบ แต่ก็สามารถสร้าง ผลตอบแทนได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมีความคล้ายกับ ผลการวิจัยการวิจัยนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทสัญชาติ ญี่ปุ่นในประเทศไทย มีความสามารถในการบริหาร สภาพคล่องที่ดี และมีความสามารถในการสร้างผล กำไรที่สูง

2. จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการลดของเสีย จากกระบวนการผลิต โดยการประยุกต์ใช้ระบบ บริหารงานแบบญี่ปุ่น, ดาวฤกษ์ บุญศิริ (2551). ซึ่งได้ สรุปผลการวิจัยเอาไว้ว่า การบริหารงานแบบญี่ปุ่น ดังกล่าว ยังทำให้เกิดปัญหา ในหลายๆ ได้ ซึ่งอาจทำให้ การบริหารงานแบบญี่ปุ่นไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งขัดกับผลการวิจัยในครั้งนี้ ที่พบว่า บริษัทสัญชาติ ญี่ปุ่นในประเทศไทย มีประสิทธิภาพในการบริหารสินค้ำคง คลัง อย่างไรก็ตามอาจจะเพราะบริษัทที่นำวิธีการ ดังกล่าวไปใช้ ไม่สามารถบริหารงานได้ดีเท่ากับบริษัท สัญชาติญี่ปุ่นเองจริงๆ

3. จากผลการศึกษาในเรื่อง พฤติกรรมการจัดซื้อวัตถุดิบของบริษัทร่วมทุน ญี่ปุ่น ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน, นุชนภา อินตามูล (2546). ซึ่งได้ผลสรุปเอาไว้ว่า บริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมีการบริหารจัดการ การสั่งซื้อวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินงานของบริษัท ส่วนใหญ่มีการกำหนดปริมาณและช่วงเวลาในการจัดซื้อวัตถุดิบโดยใช้การวางแผนควบคุมวัตถุดิบ (Material Requirement Planning) ที่มีความชัดเจน และมีระบบ ซึ่งมีความคล้ายกับงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมีความสามารถในการบริหารสภาพคล่องที่ดี และมีการจัดการ ซึ่งทำให้อัตราส่วนในส่วนของอัตราส่วนสภาพคล่องมีอัตราส่วนที่สูง

4. จากบทความทางสื่อต่างๆ ในประเทศไทย ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา ซึ่งประเทศไทยต้องประสบปัญหาภาวะน้ำท่วมอย่างรุนแรง ที่ทำให้นิคมอุตสาหกรรมจำนวนมากได้รับผลกระทบ และโรงงานอุตสาหกรรมของญี่ปุ่นจำนวนมากก็ได้รับผลกระทบอย่างมาก ซึ่งทำให้ภาครัฐบาลของไทย เกิดความกังวลว่าบริษัทจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นกลุ่มนักลงทุนรายใหญ่ที่สุดในประเทศจะทำการถอนทุนออกไป ทำให้มีการสนับสนุนและช่วยเหลือบริษัทเหล่านี้อย่างมาก จนปัจจุบันบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นได้มีการประกาศไม่ถอนตัว และยังมีแนวโน้มที่ดีที่จะฟื้นตัวได้ ซึ่งจากเหตุการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นในประเทศไทย มีความสามารถในการบริหารงาน และสามารถกลับมาสร้างผลกำไรได้อีก หลังภาวะปัญหาที่ทำให้เกิดผลขาดทุน ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัย ที่ได้จากการ

วิเคราะห์ ว่าผลกำไรของบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นมีผลกำไรมาก จากการวิเคราะห์สภาพอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร แต่มีความผันผวนไปตามสภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะประสบผลขาดทุนได้

### ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. จากการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เป็นเพียงการนำข้อมูลที่ปรากฏในงบการเงินมาวิเคราะห์เท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถยืนยันถึงความเป็นจริงถึงสภาพของธุรกิจนั้นๆ ได้ เนื่องจากรายการต่างๆ ที่อยู่ในงบการเงินนั้น อาจจะไม่ได้แสดงถึงค่าที่เหมาะสมหรือแท้จริงของทรัพย์สินรายได้ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น ที่เป็นมูลค่าที่แท้จริงตามตลาดได้ ดังนั้น การนำข้อมูลไปใช้ควรมีการนำข้อมูลถึงสภาวะ และปัจจัยตัวแปรต่างๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องในการตัดสินใจตีความของข้อมูลให้มีความเหมาะสมมากขึ้นได้

2. สำหรับค่าแนวโน้มของการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเทียบกับปีฐานกับปีปัจจุบันแบบปีต่อปี และนำมาหาค่าเฉลี่ยรวมของบริษัททั้ง 5 บริษัท ซึ่งจากการใช้วิธีดังกล่าวภายใต้ความไม่แน่นอน กับอัตราส่วนผลตอบแทนที่มาจาก ผลกำไรซึ่งสามารถมีค่าเป็นติดลบ ทำให้เกิดค่าแนวโน้มที่ผิดพลาด และไม่มี ความเหมาะสมในการนำมาคาดคะเนสภาพในอนาคตของอัตราส่วนผลตอบแทนได้ ดังนั้น การนำข้อมูลไปใช้ควรมีการศึกษาถึงแนวโน้ม โดยการวิธีอื่น เพื่อหาค่าแนวโน้มที่มีความเหมาะสมได้

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1.ควรมีการศึกษา เพิ่มเติมในส่วนของ อัตราส่วนอื่นๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์ เช่น การวิเคราะห์อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อหาถึงความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทว่าเป็นเช่นใด

2.ควรมีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มจำนวนกลุ่มบริษัท ที่ต้องการจะศึกษา หรือจำกัดเฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอุตสาหกรรม เพื่อให้การวิเคราะห์มีประสิทธิภาพ และสามารถจำกัดขอบเขตของงานวิจัยได้ง่ายขึ้น

เอกสารอ้างอิงและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

[1] บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์,2542, เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 5), B&B Publishing

[2] นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี,2547, ระเบียบการวิจัยธุรกิจ,(พิมพ์ครั้งที่ 14)

[3] ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540, สถิติวิทยาทางการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3), สำนักพิมพ์สุวิริยสาส์น การพิมพ์

[4] บุญชม ศรีสะอาด, 2535, การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์สุวิริยสาส์น การพิมพ์

[5] พรรณภา ชูนิมิตรกุล , 2548, การเงินธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 1). แอดวานซ์คอนโทรล จำกัด

[6] พรชัย ชนจินดา , 2550, การบริหารการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Management) (พิมพ์ครั้งที่ 4). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[7] ฐาปน ฉิมไพศาล , 2544, การเงินระหว่างประเทศ (International Finance)(พิมพ์ครั้งที่ 5). บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์จำกัด

[8] วิมล ประคัลภ์พงศ์. สมชาย เบ็ญจวรรณ. สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. การเงินธุรกิจ , 2550, (Business Finance) (พิมพ์ครั้งที่ 13), บริษัท สำนักพิมพ์สุภา จำกัด

[9] วิไล วีระปรีช และจงจิตต์ หลีกภัย , 2547, ระบบบัญชี (พิมพ์ครั้งที่ 22 ฉบับปรับปรุงใหม่), สำนักพิมพ์จุฬารังกรณมหาวิทยาลัย

[10] Carl S.Warren, James M.Reeve, Philip E.Fess,แปลและเรียบเรียงโดย กัลยาภรณ์ ปานมะเร็ง เบอร์ด , 2546, การบัญชีการเงิน (Financial Accounting) (พิมพ์ครั้งที่ 1) , สำนักพิมพ์ท็อปจำกัด

[11] ธากุล เกียรติกระจา และศิลปะพร ศรีจันเพชร , 2546,การบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม (พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุงใหม่) ,ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทีพี เอ็น เพชร

[12] วรรณวิภา ท้วงศ์ , 2543,การบัญชีการเงิน (พิมพ์ครั้งที่ 1).แผนกการพิมพ์ ฝ่ายบริหารพัสดุ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

[13] ณรงค์ อ่อนอินทร์ , 2543, ญี่ปุ่น – การย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมมายังประเทศไทย. รัฐศาสตร์. ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง

[14] นิกานต์ ยะมะโน , 2549,. การวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทข้ามชาติกรณีศึกษากิจการในประเทศไทยญี่ปุ่นและประเทศเนเธอร์แลนด์. บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[15] นิยม คำบุญทา, 2551, อัตราส่วนทางการเงินของอุตสาหกรรมธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ใน

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- [16] ดาวฤกษ์ บุญศิริ , 2551, แนวทางการลดของเสียจากกระบวนการผลิต โดยการประยุกต์ใช้ระบบบริหารงานแบบญี่ปุ่น, คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- [17] เรวดี รัตนานูบาล ,2539, การลงทุนจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย มีความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมจากไทย
- [18] สมศักดิ์ ไชยวงศ์บุตร, 2549, ผลกระทบการเปิดเสรีการค้า(FTA) ไทย- ญี่ปุ่น ต่อการเป็นศูนย์กลางการผลิตยานยนต์แห่งเอเชีย. เศรษฐศาสตร์มหบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [19] อรวรรณ ชันกสิกรรม, 2549, การค้าระหว่างไทย – ญี่ปุ่น. เศรษฐศาสตร์มหบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [20] สุภกาญ มาศทอง ,2553, การส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปญี่ปุ่น. เศรษฐศาสตร์มหบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [21] การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Ratio Analysis), 2551, สืบค้น วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.bloggang.com>
- [22] กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2550) ,สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.dbd.go.th>
- [23] อัตราส่วนทางการเงิน ความหมายและแนวทางการวิเคราะห์, 2554, สืบค้น วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2555 ,จาก <http://sites.google.com/site/gaiusjustthink/nida-mpa>
- [24] สำนักบริการข้อมูลสารสนเทศรวบรวม, 2547, ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ. สืบค้น วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2555. จาก <http://www.idis.ru.ac.th>
- [25] วิกีพีเดีย. อัตราส่วนทางการเงิน , 2554, สืบค้น วันที่ 16 มีนาคม 2555. จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/>
- [26] การค้าระหว่างประเทศ, 2551, สืบค้น วันที่ 10 มีนาคม 2555 จาก [http://megaclever.blogspot.com/2008/07/blog-post\\_8307.html](http://megaclever.blogspot.com/2008/07/blog-post_8307.html)

## การศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร (bjmh093)

## The Study of Problems Related to Using Krung Thai KTC in

## Bangkok Metropolitan.

สุภาวดี สิริวัฒน์

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, siriwat\_91@hotmail.com

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อการศึกษาปัญหาในการใช้บัตรกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งในภาพรวมและรายด้าน จำนวน 6 ด้าน คือ ด้านเงื่อนไข ด้านวงเงินอนุมัติ ด้านค่าธรรมเนียม ด้านขอบเขตการใช้บริการ ด้านการชำระหนี้การใช้จ่าย ด้านเวลาการใช้บริการ และเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรด้านต่างๆ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ซึ่งเป็นลูกค้าของบริษัทบัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มาติดต่อใช้บริการ KTC Touch จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปัญหาในการใช้บัตรกรุงไทย KTC โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.793 และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t - test และ F - test ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 36 - 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขายและกิจการส่วนตัว มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของระดับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย ยกเว้นด้านค่าธรรมเนียมที่พบว่ามีระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีระดับปัญหาในการใช้บัตรกรุงไทย KTC แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: บัตรเครดิต, ปัญหา

## ABSTRACT



The purpose of this research was to study problems related to using Krung Thai KTC in Bangkok Metropolitan both an overview and each of 6 aspects, that is, terms and conditions, credit lines, bank charges or fees, scope of service, credit card payment and time for services, as well as to compare differences in mean of variables. The sample group in this study was 400 KTC holders who use KTC services, selected by a simple random sampling technique. A tool used to collect data was the questionnaire of problems in using Krung Thai KTC with a reliability of 0.793 and descriptive statistics used in this research were mean, standard deviation, and inferential statistics, i.e., t-test and F-test. The results showed that most of the respondents were female in the age of 36-45 years old with the educational level of bachelor degree. Additionally, they had their own business with the income of 15,001-20,000 baht. Overall, problems related to using Krung Thai KTC were at a low level, except for bank charges or fees at a high level. According to the comparison of KTC holders' problems in Bangkok Metropolitan, differences of age, educational level, occupation, and income had an effect on the level of problems related to using Krung Thai KTC with a statistically significant difference at .05.

**KEYWORDS:** Credit Card, Problems

## 1. บทนำ

ตั้งแต่ต้นปี 2553 ดูเหมือนว่าธุรกิจบัตรเครดิตเริ่มกลับมามีความคึกคักมากขึ้น โดยมีสาเหตุมาจากภาวะเศรษฐกิจไทยที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเริ่มกลับมา และผู้บริโภคบางกลุ่มเริ่มกลับมาใช้จ่ายสอยมากขึ้น นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์และสถาบันที่ไม่ใช่ธนาคาร หรือ Non-Bank ต่างระดมแคมเปญกระตุ้นการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตกันอย่างคึกคัก ทำให้ในช่วง 3 เดือนแรกของปี ปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตเติบโตกว่าร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน แต่อย่างไรก็ดีในช่วงเดือนเมษายน และพฤษภาคม เมื่อเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมือง ธุรกิจบัตรเครดิตจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะได้รับผลกระทบ

ภายหลังจากที่ความวุ่นวายทางการเมืองได้ยุติลง รัฐบาลได้เร่งสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้กลับคืนมาอย่างรวดเร็ว โดยการเร่งออกนโยบายให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการเมืองทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจหลังความวุ่นวายทางการเมืองเริ่มกลับมาดีขึ้นตามลำดับ และคาดว่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจบัตรเครดิตในระยะที่เหลือของปี

ตลาดบัตรเครดิต เริ่มกลับมามีสีสันมากขึ้นอีกครั้ง เมื่อผู้ประกอบการต่างเริ่มออกแคมเปญเพื่อขยายฐานบัตรเครดิตและกระตุ้นปริมาณการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต โดยจะเห็นได้จากที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ๆ ในตลาดได้ตั้งเป้าหมายการเติบโตทางธุรกิจบัตรเครดิต ในปี 2554 ไว้ที่

ตัวเลขไม่ต่ำกว่า 2 หลัก โดยเฉพาะเป้าหมายการขยายฐานการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ทำให้ในปี 54 นี้ ผู้บริโภคเห็นแคมเปญการตลาดที่เข้มข้นและกลยุทธ์การจูงใจให้ลูกค้าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตของตนที่หลากหลายน่าสนใจ และเนื่องจากธุรกิจบัตรเครดิต เป็นธุรกิจที่ขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อภาวะเศรษฐกิจเริ่มมีทิศทางที่ดีขึ้น ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อรายได้และความมั่นคงทางการทำงานในระยะข้างหน้า ทำให้ผู้บริโภคกล้าที่จะใช้จ่ายให้สอยมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตทั้งในและนอกประเทศขยายตัวได้ดี

การใช้จ่ายบัตรเครดิตมักจะเกิดปัญหานี้เกินตัวกันเป็นส่วนมาก อาจกล่าวได้ว่าบัตรเครดิตเป็นบ่อเกิดแห่งหนี้ก็ได้ สาเหตุหนึ่งที่คนเป็นหนี้บัตรเครดิตมักเกิดจากการขาดวินัยในการใช้เงินและลักษณะการใช้จ่ายบัตรเครดิตจนเกิดเป็นปัญหาหนี้บัตรเครดิตมักเกิดจากการเอาเงินในอนาคตมาใช้โดยไม่มีการวางแผนในการชำระคืนว่าจะสามารถเคลียร์หนี้บัตรเครดิตที่อามาใช้ได้อย่างไร

คนที่เป็หนี้บัตรเครดิตส่วนมากจะไม่ค่อยตระหนักถึงปัญหาแต่กลับปล่อยปละละเลยให้บ่อเกิดแห่งนี้เป็นปัญหาต่อไปโดยไม่หาทางจัดการหนี้บัตรเครดิตให้จบสิ้นเด็ดขาดแต่กลับคิดจะสมัครบัตรเครดิตใหม่เพื่อนำเงินมาหมุนใช้ในการชำระหนี้บัตรเครดิตไปเก่า เกิดเป็นไปบ่อเกิดแห่งหนี้ที่สอง และเมื่อบัตรเครดิตใบที่สองก็จะมิใบที่สาม....สิ ตามมา จนเป็หนี้สินเกินกว่าที่เงินเดือนจะสามารถชำระได้และกลายเป็นปัญหาหนี้บัตรเครดิตในที่สุด

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจการศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิต

กรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีมุ่งศึกษาเฉพาะผู้ใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC เพื่อนำมาข้อเสนอที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงข้อตกลงและเงื่อนไขในการให้บริการบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อเปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปบริหารหนี้บัตรเครดิต
2. ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาอนุมัติปล่อยสินเชื่อบัตรเครดิต

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ถือบัตรเครดิตที่มีเพศแตกต่างกันมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตในด้านเงื่อนไข วงเงินอนุมัติ ค่าธรรมเนียม ขอบเขตการใช้บริการ การชำระรายการใช้จ่าย และเวลาใช้บริการต่างกัน
2. อายุของผู้ถือบัตรเครดิตที่แตกต่างกันมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตในด้านเงื่อนไข วงเงินอนุมัติ ค่าธรรมเนียม ขอบเขตการใช้บริการ การชำระรายการใช้จ่าย และเวลาใช้บริการต่างกัน
3. วุฒิการศึกษาของผู้ถือบัตรเครดิตที่แตกต่างกันมีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตในด้านเงื่อนไข วงเงินอนุมัติ ค่าธรรมเนียม ขอบเขตการใช้บริการ การชำระรายการใช้จ่าย และเวลาใช้บริการต่างกัน

4. อาชีพของผู้ถือบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตในด้านเงื่อนไข วงเงิน อนุมัติ ค่าธรรมเนียม ขอบเขตการใช้บริการ การชำระรายการใช้จ่าย และเวลาใช้บริการต่างกัน

5. รายได้ของผู้ถือบัตรเครดิตที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการใช้บัตรเครดิตในด้านเงื่อนไข วงเงินอนุมัติ ค่าธรรมเนียม ขอบเขตการใช้บริการ การชำระรายการใช้จ่าย และเวลาใช้บริการต่างกัน

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการอภิปรายผล โดยนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่สำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. บริการบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ของ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

1.1 ประเภทของบัตรเครดิต

1.2 บัตรเครดิตกรุงไทย KTC

1.3 ข้อตกลงและเงื่อนไขการ

ให้บริการบัตรเครดิตกรุงไทย KTC

2. การบริหารความเสี่ยงของธุรกิจบัตรเครดิต

3. แนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้เสียจากบัตรเครดิต

4. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

5. แนวความคิดด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

คุชฎี มณีนัย (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัญหาในการใช้บัตรเครดิต: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

กฤษกร กือเจริญ (2542: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย สาขานนทบุรี สาขาสาทร ขอนแก่น

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามในการศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคอร์ท (Likert) คือ ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งเนื้อหาของคำถามครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยทั้ง 6 ด้าน และเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (opened form) เพื่อสอบถามปัญหาอื่นๆที่เกิดขึ้นในการใช้บริการบัตรเครดิตกรุงไทย KTC

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษาค้นคว้า ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยมีขั้นตอนการแจกแบบสอบถาม และขอรับคืนแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยแบบสอบถามไปพบกลุ่มตัวอย่างให้ตอบแบบสอบถาม และขอรับคืนทันที

2. เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่มาติดต่อใช้บริการ KTC Touch ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC เพื่อให้ตอบแบบสอบถาม และขอรับคืนทันที

3. ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ติดต่อโดยตรง และกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการ KTC Touch จำนวน 400 ราย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

#### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแต่ละฉบับ ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืน จำนวน 400 ฉบับ มีความสมบูรณ์ของการตอบทุกฉบับ

2. ตรวจสอบให้คะแนนแบบสอบถามแต่ละข้อ ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนนที่ได้
มีปัญหามากที่สุด	5
มีปัญหา	4
มีปัญหาปานกลาง	3
มีปัญหาน้อย	2
มีปัญหาน้อยที่สุด	1

3. วิเคราะห์ระดับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในภาพรวมรายด้านและรายข้อ โดยค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แล้วแปลผล โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
4.50-5.00	มีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50-4.59	มีปัญหาอยู่ในระดับมาก
2.50-3.49	มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง
1.50-2.49	มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.49	มีปัญหาอยู่ในน้อยที่สุด

4. คัดเลือกประเด็นปัญหาในที่มีระดับปัญหามากที่สุดและมาก ไปสัมภาษณ์ผู้ถือบัตรที่

ประสบปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC จำนวน 10 ราย เกี่ยวกับปัญหาในการใช้บัตรเครดิต และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข

#### 4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 53.5 และร้อยละ 46.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี (ร้อยละ 37.3) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.9) กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 42.6 ประกอบอาชีพค้าขาย-กิจการส่วนตัว และร้อยละ 44.0 เป็นผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของระดับปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย แต่ด้านค่าธรรมเนียม พบว่ามีระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของปัญหาในแต่ละด้านพบว่า

2.1 ปัญหาด้านเงื่อนไขโดยภาพรวมมีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 (S.D. = 1.18) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านเงื่อนไขของผู้ถือบัตรต้องมียอดใช้จ่ายต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.24 (S.D. = 1.25)

2.2 ปัญหาด้านวงเงินอนุมัติโดยภาพรวมมีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 (S.D. = 0.90) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านวงเงินอนุมัติระยะเวลาอนุมัติบัตรจากฝ่ายบัตรเครดิตสำนักงานใหญ่ กรณีเร่งด่วนประมาณ 3 วัน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.46 (S.D. = 1.08)

2.3 ปัญหาด้านค่าธรรมเนียมโดยภาพรวมมีระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก โดยมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (S.D. = 0.73) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านค่าธรรมเนียมธนาคารคิดค่าธรรมเนียม 250 บาทต่อครั้ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.25(S.D. = 0.83)

2.4 ปัญหาด้านขอบเขตการใช้บริการ โดยภาพรวมมีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 (S.D. = 0.58) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านขอบเขตการใช้บริการ ร้านค้าต่างจังหวัดไม่ต้องการรับบัตรเครดิตในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.56 (S.D. = 1.11)

2.5 ปัญหาด้านการชำระหนี้การใช้จ่าย โดยภาพรวมมีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.28 (S.D. = 0.68) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านการชำระหนี้การใช้จ่าย กำหนดเวลาในการชำระหนี้บัตรเครดิต ไม่สอดคล้องกับวันเวลาที่ผู้ถือบัตรได้รับรายได้หรือเงินเดือน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.41 (S.D. = 1.09)

2.6 ปัญหาด้านเวลาการใช้บริการโดยภาพรวมมีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.97 (S.D. = 0.73) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านเวลาการใช้บริการ บริการสอบถามข้อมูลบัตรเครดิตตลอด 24 ชั่วโมง ทุกวันไม่เว้นวันหยุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.11 (S.D. = 0.92)

3. ผลการเปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า

3.1 ผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับปัญหาไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 เปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านวงเงินอนุมัติ และด้านเวลาการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านเงื่อนไข ด้านค่าธรรมเนียม ด้านขอบเขตการใช้บริการ และด้านการชำระหนี้การใช้จ่ายไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านวงเงินอนุมัติ จำแนกตามอายุ กลุ่มอายุ 26-35 ปี และกลุ่มอายุ 36-45 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเวลาการใช้บริการ จำแนกตามอายุ กลุ่มอายุ 26-35 ปี กลุ่มอายุ 36-45 ปี และกลุ่มอายุ 46-55 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 เปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวุฒิการศึกษาพบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเงื่อนไข ด้านวงเงินอนุมัติ ด้านค่าธรรมเนียม และด้านเวลาการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ด้านขอบเขตการใช้บริการ และด้านการชำระหนี้การใช้จ่ายไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเงื่อนไข

จำแนกตามวุฒิการศึกษา วุฒิกศีกษามัธยมปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ วุฒิกศีกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรืออนุปริญญา และวุฒิกศีกษาปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านวงเงินอนุมัติ จำแนกตามวุฒิกศีกษา วุฒิกศีกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรืออนุปริญญา วุฒิกศีกษามัธยมปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ และวุฒิกศีกษาปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าธรรมเนียม จำแนกตามวุฒิกศีกษา วุฒิกศีกษามัธยมปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพและวุฒิกศีกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วุฒิกศีกษาปริญญาตรี และวุฒิกศีกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเวลาการใช้บริการ จำแนกตามวุฒิกศีกษา วุฒิกศีกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรืออนุปริญญา วุฒิกศีกษามัธยมปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ วุฒิกศีกษาปริญญาตรีและวุฒิกศีกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 เปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพพบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเงื่อนไข ด้านวงเงินอนุมัติ และ

ด้านค่าธรรมเนียม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ด้านขอบเขตการใช้บริการ ด้านการชำระหนี้การใช้จ่าย และด้านเวลาการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่าการทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเงื่อนไข จำแนกอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านวงเงินอนุมัติ จำแนกตามอาชีพ พนักงานเอกชน และค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าธรรมเนียม จำแนกตามอาชีพ ค้าขาย/กิจการส่วนตัว ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและพนักงานเอกชน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 เปรียบเทียบปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเงื่อนไข ด้านวงเงินอนุมัติ และด้านค่าธรรมเนียม ด้านขอบเขตการใช้บริการและด้านเวลาการใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการชำระหนี้การใช้จ่ายไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่าการทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย

KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเงื่อนไข จำแนกรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท 15,001 – 20,000 และ 20,001 – 25,000 บาท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านวงเงินอนุมัติ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท และ 25,001 – 30,000 บาท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าธรรมเนียม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,001 – 30,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านขอบเขตการใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ ปัญหาของผู้ถือบัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเวลาการใช้บริการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท 25,001 – 30,000 บาท และ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ถือบัตรเครดิตที่ประสบปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC โดยผู้ถือบัตรให้ความเห็นว่า

4.1 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรลดค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดลง หรืออาจจะคิดค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสดใหม่จากเดิม 3% ของยอดเงินที่เบิกถอนแต่ละครั้ง เบิกถอนไม่ต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง ให้คงเหลือ 1-2% ของยอดเงินที่ถอนแต่ละครั้ง เบิกถอนไม่ต่ำกว่า 500 บาท

4.2 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรลดค่าธรรมเนียมในการขอรหัสใหม่ ประจำตัวบัตรเครดิตใหม่ทดแทนรหัสเดิมจาก 200 บาท/ครั้ง เป็น 100 บาท/ครั้ง

4.3 ผู้ถือบัตรเครดิตให้ความเห็นว่า บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรยกเลิกค่าธรรมเนียม 250 บาท/ครั้ง เมื่อชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด หรืออาจจะคิดต่อเมื่อผู้ถือบัตรผิดนัดการชำระ ในครั้งนั้นหลังจากเดือนแล้วเป็นครั้งที่ 3

4.4 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรยกเลิกค่าธรรมเนียม 200 บาท/ครั้ง เมื่อขอรหัสใหม่

4.5 บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรกำหนดมาตรการจริงจังเมื่อทราบว่าร้านค้าใดผลกระทบค่าธรรมเนียมให้กับลูกค้าหรือยกเลิกการเก็บค่าธรรมเนียมจากร้านค้า

## 5. อภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหาการใช้บัตรกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

กรณีที่พบว่าการศึกษาปัญหาในการใช้บัตรเครดิตกรุงไทย KTC ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านค่าธรรมเนียมมีปัญหาอยู่ในระดับมากนั้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2542 :14) ซึ่งศึกษาปัญหาจากการใช้บัตรเครดิตและพบว่า ปัญหาเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมเป็นปัญหาจากการใช้บัตรเครดิตมากเป็นอันดับ 2 คิด

เป็นร้อยละ 58 ของผู้ถือบัตร ซึ่งเป็นปัญหาด้านค่าธรรมเนียม ในกรณีที่ปัญหาด้านค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับมากนั้นอาจเนื่องมาจากการที่ธนาคารกสิกรไทยมีการปรับเพิ่มค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางอัตราดอกเบี้ย และเป็นการบริหารความเสี่ยงของธนาคารทางด้านธุรกรรมบัตรเครดิต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารความเสี่ยงของธุรกิจบัตรเครดิต ที่จะต้องมีมาตรการในการรับมือหรือปรับตัวกับปัญหาต่าง ๆ โดยพยายามบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงจากหนี้เสีย รวมถึงการทุจริตบัตรเครดิตไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งแนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหาหนี้เสียจากบัตรเครดิต คือ การปรับค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบัตรเครดิต เช่น การปรับอัตราดอกเบี้ยการผ่อนชำระเพิ่มขึ้น ค่าธรรมเนียมในการชำระหนี้ช้ากว่ากำหนด ค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินสด เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะ

1. บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาวิธีการในการประชาสัมพันธ์ชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อตกลงและเงื่อนไขในการใช้บัตรเครดิตให้กับผู้ถือบัตรเครดิตอย่างละเอียดและมีความชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่การใช้บัตรเครดิตอย่างไม่ผิดวัตถุประสงค์ ตลอดจนการมีวินัยในการใช้บัตรเครดิตและการชำระบัตรเครดิต

2. บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาแนวทางในการปรับปรุงอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเพื่อให้ผู้ถือบัตรสามารถรับภาระในส่วนนี้ได้

3. บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรพิจารณาปรับปรุงการชำระรายการใช้จ่ายขั้นต่ำ

ของผู้ถือบัตรเครดิตให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

#### 6. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ อาจารย์สานิตศิริวิศิษฐ์กุลและอาจารย์วิระดา วรรณทวนิช ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาคุณเวทิตา แด่พระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] มนต์วิ มาลา. (2549). พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- [2] ดุษฎี มณีนิย. (2545). ปัญหาในการใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [3] กฤษกร กือเจริญ. (2542). การศึกษาปัญหา



ในการใช้บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย  
สาขานนทบุรีประชาสโมสร ขอนแก่น.  
วารสารวิชาการ. ปีที่ 4 เล่มที่ 1  
(มกราคม).

- [4] ธนาคารแห่งประเทศไทย,รายงานตัวเลขการ  
ให้บริการบัตรเครดิต มกราคม, 2551
- [5] บริษัทไทยเครดิต จำกัด  
<http://www.thaicredit.com>
- [6] บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) -  
[www.ktc.co.th](http://www.ktc.co.th)

## พฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่ และการรับรู้ผลกระทบจากการสูบบุหรี่ของนักศึกษา

## มหาวิทยาลัยธนบุรี

## Smoking Behavior and Perception on Impacts on Cigarettes Smoking

## of Thonburi University Students

สมชัย อภิรัตน์พิมลชัย<sup>1</sup> นางฉัฐติพร ทรัพย์วิเชียร<sup>2</sup> นางสาวสุกานดา โรจนประภาณต์<sup>3</sup><sup>1</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, [somchai16012@hotmail.com](mailto:somchai16012@hotmail.com)<sup>2</sup>ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและวางแผน, มหาวิทยาลัยธนบุรี, [khunnaioat@yahoo.com](mailto:khunnaioat@yahoo.com)<sup>3</sup>อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธนบุรี, [koikoikoy@hotmail.com](mailto:koikoikoy@hotmail.com)

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่ และการรับรู้ผลกระทบจากการสูบบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่ การรับรู้และผลกระทบจากการสูบบุหรี่ และแนวทางในการป้องกัน ลด ละ เลิกการสูบบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจจากตัวอย่างของนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี ระดับปริญญาตรี จำนวน 858 ตัวอย่าง (ความเชื่อมั่น 95%) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และเลือกใช้สถิติแจกแจงความถี่ ร้อยละ ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเพศหญิง จำนวน 431 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.23 และเพศชาย จำนวน 422 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.18 มีอายุช่วง 21 – 23 ปี มากที่สุด ส่วนมากอยู่ในระดับการศึกษา 2 ปีต่อเนื่อง และเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สูบบุหรี่มากถึงร้อยละ 75.41 เพราะทราบถึงผลเสีย หรืออันตรายสาเหตุที่สูบบุหรี่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อยากรอง ชอบสูบบุหรี่คนเดียว สูบวันละน้อยกว่า 5 มวน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับสื่อโฆษณาเกี่ยวกับบุหรี่มากที่สุด คือ โทรทัศน์ สาเหตุสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยสูบบุหรี่ และปัจจุบันเลิกสูบแล้ว คือ เพื่อสุขภาพ มีการรับรู้ผลกระทบจากการสูบบุหรี่เป็นอย่างดี มีแนวทางในการป้องกัน หรือ ลด ละ เลิก สูบบุหรี่ ด้วยการให้หยุดผลิต และหยุดจำหน่ายบุหรี่ และทำการณรงค์ให้เห็นอันตราย หรือผลเสียจากการสูบบุหรี่

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะว่าเห็นสมควรให้สถาบันการศึกษาเป็นสถาบันปลอดบุหรี่ และเห็นด้วยกับการจัดสถานที่เฉพาะให้แก่ผู้สูบบุหรี่ หรือรณรงค์ให้ลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน พ.ร.บ. การห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการสูบบุหรี่ การรับรู้ผลกระทบ นักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี

**ABSTRACT**

The objectives of this research were to study Thonburi University students' smoking behavior and perception of impacts on cigarettes smoking. 858 questionnaires were collected from the students with 95% confidence. Frequencies, percentages, mean, standard deviation required to analyze researched data.

Responded to the questionnaires were 50.23% females and the rest were male. With the majority age-group of 21 – 23 years (46.15%) having good knowledge and attitudes about risk of tobacco, mostly from television. Trial smoking was found to be their major reason for their smoking habit. They smoked less than 5 cigarettes per day. Discontinued smokers realized that cigarettes smoking were hazarder to their health.

Recommendations for preventing, reduction and quit smoking were eliminating cigarettes manufactured and sales. Health information regarding to smoking should be provided to smokers and nonsmokers. Suggestions also indicated that smoking – area should be allocated or same as non – smoking area in order to protect nonsmokers' health.

**KEYWORDS :** Smoking Behavior, Perception on Impacts, Thonburi University Students

**1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

สืบเนื่องจากภาพยนตร์โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องบุหรี่ในโทรทัศน์ ข้อมูลสถานการณ์การสูบบุหรี่ของประเทศไทย ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และเอกสารจากมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เรื่องทำไมต้องปลอดบุหรี่ แสดงให้เห็นว่าบุหรี่เป็นสาเหตุสำคัญอันดับสองของการเสียชีวิตของประชากรทั่วโลกในแต่ละปี ผู้ไม่สูบบุหรี่หลายแสนคนต้องเสียชีวิตด้วยโรคที่เกิดจากการได้รับควันบุหรี่มือสอง หรือการได้รับควันบุหรี่ในสภาพแวดล้อม

พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรไทยพบว่าในพ.ศ.2550 ประชากรไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป สูบบุหรี่ 10.8 ล้านคน แบ่งเป็นผู้ชาย 10.3 ล้านคน และผู้หญิง 0.5 ล้านคน (สาระสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข

สุข ฉบับที่ 26, 6 -10 ก.ค. 2552) และช่วงอายุของผู้ที่เริ่มสูบบุหรี่ในปีพ.ศ.2544 และปีพ.ศ.2549 มากที่สุดคือช่วง 15 – 19 ปี [1]

ควันบุหรี่ในอากาศรอบตัวเรา ประกอบด้วยควันบุหรี่ที่เกิดจากการเผาไหม้ของบุหรี่ยี่ห้อต่างๆที่ผู้สูบบุหรี่ (ประมาณร้อยละ 85) และควันบุหรี่ที่ผู้สูบบุหรี่พ่นออกมาภายหลังจากการดูดควันบุหรี่เข้าปอดแล้ว (ประมาณร้อยละ 15) ควันบุหรี่ในอากาศประกอบด้วยสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อร่างกายเช่นเดียวกับควันบุหรี่ที่ผู้สูบบุหรี่สูดเข้าปอด เช่น คาร์บอนมอนอกไซด์ แอมโมเนีย อาร์เซนิก โปรท ฟอรัมาลดีไฮด์ และสารก่อมะเร็งชนิดอื่น ๆ ผู้ได้รับควันบุหรี่จึงมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นในการเป็นโรคต่าง ๆ ต่างจากผู้ที่ไม่ได้ควันบุหรี่ดังนี้ มะเร็ง ความเสี่ยงเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 เส้นเลือดหัวใจตีบ เส้นเลือดในสมองตีบ ถุงลมปอดโป่งพอง มี

ความเสี่ยงเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 27 และ 25 ตามลำดับ การติดเชื้ของทางเดินหายใจในเด็กเล็กอายุน้อยกว่า 2 ขวบ เช่น หลอดลมอักเสบ หรือปอดอักเสบ เพิ่มขึ้นร้อยละ 57 เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าผู้สูบบุหรี่มีการเริ่มสูบบุหรี่ตั้งแต่อายุ 15 – 19 ปี ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับการศึกษามัธยมปลายถึงมหาวิทยาลัย เป็นช่วงเข้าสู่วัยรุ่น มีเหตุผลหลายเหตุผลที่จะเริ่มสูบบุหรี่ เช่น เกรียด ทำตามเพื่อน อายกลอง เป็นต้น พบว่าภายในช่วง 30 กว่าปีที่ผ่านมา มีงานวิจัยมากมายที่กล่าวถึงผลเสียต่อสุขภาพของการได้รับควันบุหรี่มือสอง [7]

ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี การรับรู้และผลกระทบจากการสูบบุหรี่ของนักศึกษา พร้อมทั้งทราบถึงแนวทางในการป้องกัน ลด ละ และเลิกสูบบุหรี่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี อันเป็นการลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคร้ายที่เกี่ยวข้องจากการสูบบุหรี่ ผู้ได้รับควันบุหรี่มือสอง และเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป

## 2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 แนวคิดทฤษฎี

โซคซัย สาคาพานิช กล่าวถึงการตั้งใจในการสูบบุหรี่ว่าเป็นตัวแปรหนึ่งที่ใกล้ชิดกับการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น และยังพบว่ายังมีปัจจัยหลายด้านที่ทำให้วัยรุ่นหรือนักเรียนมีการตั้งใจสูบบุหรี่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายในตนเอง ได้แก่ การรับรู้ความสามารถแห่งตนในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ตั้งการศึกษาของมาร์กฮาม เอเวอร์ยาด โทมัส ซาลตัน โลเปซและคณะ ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนในการไม่สูบบุหรี่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการสูบบุหรี่ของนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยทางทัศนคติ ได้แก่ ทัศนคติต่อการสูบบุหรี่ ตั้งการศึกษาของสมิทบิน มิทเชล สเปนเซอร์และฟราย ที่พบว่าทัศนคติการสูบบุหรี่มี

ความสัมพันธ์กับการตั้งใจสูบบุหรี่ของวัยรุ่นที่ไม่สูบบุหรี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ 1) การสูบบุหรี่ของผู้ปกครอง ตั้งการศึกษาของทีแฮค แสทเลย์ แอลเลน วาเนล อีและคณะ ที่พบว่า การสูบบุหรี่ของพ่อแม่มีความสัมพันธ์กับการตั้งใจสูบบุหรี่ ทั้งกลุ่มที่สูบและไม่สูบบุหรี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) การสูบบุหรี่ของเพื่อนสนิท ตั้งการศึกษาของแฮมสัน แอนดิวและบาร์คเลย์ ที่พบว่า การสูบบุหรี่ของเพื่อนมีผลต่อการตั้งใจจะสูบบุหรี่ในอนาคตได้ 3) การถูกเพื่อนชักชวนให้สูบบุหรี่ ตั้งการศึกษาของวิกทีเออร์ เอิร์ทแมน บรูกและเบอร์คู ที่พบว่า การมีเพื่อนชักชวนให้สูบบุหรี่มีความสัมพันธ์กับการตั้งใจสูบบุหรี่ของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

และจากข้อมูลในวารสาร Smart ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2547 ได้เสนอแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านดังนี้

Gary Becker และ Kevin Murphy (1988) สร้างแบบจำลองอธิบายพฤติกรรมของผู้สูบบุหรี่ โดยแบบจำลองเสนอว่าพฤติกรรมการสูบบุหรี่เป็น “พฤติกรรมเสพติดที่สมเหตุสมผล” (Rational Addiction) แบบจำลองชี้ว่าบุหรี่เป็นสินค้าที่มีลักษณะเสพติด (Addicted goods) ลักษณะสินค้าเสพติดทำให้ปริมาณการบริโภคในปัจจุบันขึ้นอยู่กับปริมาณการบริโภคในอดีตและ ปริมาณการบริโภคในอนาคตขึ้นอยู่กับปริมาณการบริโภคในปัจจุบัน

ประเด็นแรกพฤติกรรมการสูบบุหรี่เป็นพฤติกรรมเสพติดที่สมเหตุสมผล (Rational Addiction) จริงหรือไม่ ข้อถกเถียงหลักคือพฤติกรรมการสูบบุหรี่อาจไม่สมเหตุสมผลในภาวะที่ข้อมูลข่าวสารไม่สมบูรณ์ (Incomplete Information) การขาดข้อมูลข่าวสาร และต้นทุนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทำให้ผู้สูบบุหรี่ไม่สามารถประเมินต้นทุนจากการสูบบุหรี่ (โอกาสที่จะเกิดโรคร้ายต่างๆ) ได้ถูกต้อง

ประเด็นที่สองใครคือผู้แบกรับภาระต้นทุนที่แท้จริงจากการสูบบุหรี่ระหว่างกลุ่มผู้สูบบุหรี่ (Smoker) และ ไม่สูบบุหรี่ (Non-smoker) วงวิชาการด้านหนึ่งเชื่อว่าเมื่อการสูบบุหรี่ทำให้กลุ่มผู้สูบบุหรี่เกิดโรคต่างๆ เช่น หลอดลมโป่งพอง, มะเร็งปอดทำให้กลุ่มผู้ไม่สูบบุหรี่มีส่วนแบกรับภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลกลุ่มผู้สูบบุหรี่ด้วยทั้งๆ ที่ตนเองไม่ได้สูบวงวิชาการอีกด้านหนึ่งเสนอผลการศึกษาเชิงประจักษ์ในทางตรงข้ามกล่าวคือ เนื่องจากธรรมชาติของราคาบุหรี่ที่สูงเกินกว่าต้นทุนมากการจ่ายต้นทุนค่ารักษาพยาบาลสุขภาพจากการสูบบุหรี่ของผู้สูบเองในโรงพยาบาลเอกชน และเงินออมตกทอดของกลุ่มผู้สูบบุหรี่ส่วนมากที่มีแนวโน้มจะเสียชีวิตก่อนกำหนดทำให้แท้จริงแล้วผลสรุปจากงานวิจัยชี้ว่ากลุ่มผู้สูบบุหรี่ต่างหากที่จ่ายเงินอุดหนุนแก่กลุ่มผู้ไม่สูบบุหรี่

ประเด็นที่สามเนื่องจากการสูบบุหรี่ทำให้เกิดผลกระทบภายนอกด้านลบ (Negative Externality) ต่อผู้ไม่สูบบุหรี่ ทำให้ปริมาณการสูบบุหรี่ในสังคมมีมากเกินไปสังคมจะมีแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างไร? มาตรการพื้นฐานที่นักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปยอมรับ คือ มาตรการเพิ่มต้นทุนจากการสูบบุหรี่ต่อผู้สูบ อาทิ การเพิ่มราคาบุหรี่ และการจำกัดพื้นที่การสูบบุหรี่ (ประเทศไทยประกาศบังคับพระราชบัญญัติคุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 โดยมีสาระสำคัญหลักในการจำกัดพื้นที่การสูบบุหรี่)

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราภรณ์ อารยะศิลป์ประเสริฐ (2553) ทำการศึกษาความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 โรงเรียนระยองพาณิชยการ เพื่อทำความเข้าใจแนวคิดของนักเรียนภายในโรงเรียนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัย คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 โรงเรียนระยองพาณิชยการ จังหวัด

ระยอง จำนวน 135 คน ที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่ ไม่สูบบุหรี่ และเคยสูบบุหรี่ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ภาพรวมในด้านความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ อยู่ในระดับมีความรู้น้อยที่สุด ขณะที่ทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักเรียนนั้นอยู่ในระดับทัศนคติที่ดี เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ในนักเรียนที่มีพฤติกรรมเคยสูบบุหรี่อยู่ในระดับมีความรู้ปานกลาง เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือนักเรียนที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่น้อยที่สุด มาเป็นอันดับสุดท้าย ด้านทัศนคติที่มีต่อบุหรี่พบว่า นักเรียนที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่มีทัศนคติที่ดีต่อบุหรี่เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ นักเรียนที่มีพฤติกรรมไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติที่ดีต่อบุหรี่ ขณะที่นักเรียนที่มีพฤติกรรมเคยสูบบุหรี่ มีทัศนคติต่อบุหรี่ในระดับปานกลางมาเป็นอันดับสุดท้าย

วรรณเพ็ญ ชมดวงและคณะ (2552) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นอายุ 15 – 24 ปี ตำบลห้วยโจด อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ที่มีต่อพฤติกรรม การสูบบุหรี่ ของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ วัยรุ่นชายและหญิง อายุระหว่าง 15 – 24 ปี ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลห้วยโจด อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว จำนวน 228 คน

ผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 15-19 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และมีอาชีพนักเรียน นักศึกษา วัยรุ่นส่วนใหญ่มีระดับความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่อยู่ในระดับดีมาก และมีทัศนคติที่ถูกต้องต่อการสูบบุหรี่อยู่ในระดับดี ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า วัยรุ่นทั้งหมดได้รับสื่อเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ โดยสื่อที่วัยรุ่นได้รับบ่อยที่สุด คือ โทรทัศน์ พฤติกรรมการสูบบุหรี่สาเหตุที่สูบบุหรี่ส่วนใหญ่ คือ อยากรอง รองลงมาคือเมื่อเกิดอาการเครียด และเพื่อนชวน ส่วนใหญ่วัยรุ่นสูบบุหรี่เป็นประจำทุกวัน โดยสูบบุหรี่ 1-5 มวนต่อวัน และ

จะสูบบุหรี่เมื่อสังสรรค์กับเพื่อนมากที่สุด รองลงมา คือ เวลาเครียด และสูบบุหรี่ในช่วงเวลาว่าง

จากผลการวิจัยดังกล่าว มีข้อเสนอแนะ ดังนี้ ควรให้ความสนใจในมาตรการป้องกันการสูบบุหรี่โดยมี การจัดกิจกรรมการรณรงค์ในพื้นที่ ควรมุ่งเน้นการจัด กิจกรรมในการส่งเสริมให้วัยรุ่นใช้เวลาว่างให้เกิด ประโยชน์ ประสานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อนำผู้ที่ติด บุหรี่เข้ารับการบำบัดรักษาให้หายขาด

ลดาวลัย คันทธาศิริ (2550) ทำการศึกษา พฤติกรรมการสูบบุหรี่ และปัจจัยที่มีผลต่อการสูบบุหรี่ ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคบุหรี่ 2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตัดสินใจในการสูบบุหรี่ และ 3. ศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ด้วยการ สุ่มตัวอย่างนักศึกษาตามสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 100 คน จากประชากรทั้งหมด 22,946 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65 และเพศหญิง 35 คน คิดเป็น ร้อยละ 35 มีคนสูบบุหรี่ 43 คน เป็นเพศชาย 38 คน เพศ หญิง 5 คน และเหตุผลในการสูบบุหรี่ส่วนใหญ่ คือ อยากรทดลองและเครียด ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ คือ บวกเหตุผลว่ามีผลเสียต่อ สุขภาพ ควันบุหรี่ทำร้ายคนรอบข้าง วิธีแก้ไขปัญหา เพื่อลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกที่จะใช้วิธีจัดบริเวณสำหรับการสูบบุหรี่ และ รองลงมาคือ เพิ่มราคามันบุหรี่ให้สูงขึ้น

วิลาวัณย์ ประทีปแก้ว และคณะ (2552) ทำการ วิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชนในจังหวัด นนทบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักเรียนระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ภาคการเรียนที่ 1

ในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 1,417 คน เก็บรวบรวม ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตั้งแต่ 1 ตุลาคม – 15 พฤศจิกายน 2551

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 49.2 และเพศหญิง 50.8 มีอายุเฉลี่ย 15.5 ปี อัตราการ สูบบุหรี่อย่างน้อย 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.40 บุหรี่ที่ ใช้ในการสูบซื้อจากร้านขายของชำ ซื้อจากร้าน สะดวกซื้อ บุคคลที่อยู่ใกล้ชิดของเยาวชนสูบบุหรี่ คือ พ่อ คิดเป็นร้อยละ 31.8 เพื่อนสนิทร้อยละ 21.4 พี่ชาย/ น้องชายร้อยละ 9.5 แม่ร้อยละ 2.8 ส่วนใหญ่คิดว่าสูบบุหรี่เป็นอันตรายต่อสุขภาพทำให้น้ำหนักลด รับรู้ กฎหมายห้ามสูบบุหรี่ในสถานที่สาธารณะมากที่สุดคือ รถประจำทาง/รถสาธารณะ เยาวชนที่เคยสูบบุหรี่ ประมาณสองในสามเคยพยายามเลิกสูบบุหรี่ร้อยละ 71.2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา การได้รับความรู้จากสื่อ เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ การเข้าถึงบุหรี่ การพบเห็นซื้อ ยี่ห่อบุหรี่ในรายการแข่งขันกีฬาหรือรายการอื่นๆทาง อภิปรายเกี่ยวกับการสูบบุหรี่และสุขภาพในบทเรียน และทัศนคติต่อการสูบบุหรี่

นิภาวรรณ หมี่ทอง (2551) ทำการศึกษาปัจจัยเชิง สาเหตุที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของ นักศึกษาอาชีวศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อ ศึกษา พฤติกรรมสูบบุหรี่และปัจจัยเชิงสาเหตุที่ เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษา อาชีวศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปร สิ่งแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ รายได้ ผลการเรียน ตัว แปรการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การควบคุมของ บิดามารดา การเป็นตัวแทนด้านการสูบบุหรี่ของบิดา มารดาและเพื่อน การเผชิญความเครียด และตัวแปร ด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ ความภาคภูมิใจในตนเอง ความ

เชื้ออำนาจภายในตน เจตคติต่อการสูบบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาหญิงระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายความแตกต่างระหว่างกลุ่ม มีจำนวน 4 ตัวแปร ตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ เจตคติต่อการสูบบุหรี่ การเป็นตัวแบบด้านการสูบบุหรี่ของบิดามารดาและเพื่อน รายได้ และการควบคุมของบิดามารดา ซึ่งสามารถจำแนกพฤติกรรมการสูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ได้ร้อยละ 88.7 โดยนักศึกษาหญิงที่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่จะมีเจตคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ และได้รับตัวแบบด้านการสูบบุหรี่ของบิดามารดาและเพื่อนมากกว่าผู้ที่ไม่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ แต่จะมาจากครอบครัวที่รายได้น้อยกว่า และมีการควบคุมของบิดามารดาน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่มีพฤติกรรมการสูบบุหรี่

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาในปีการศึกษา 2553 ของมหาวิทยาลัยธนบุรี ปริมาณตรีทุกคณะ คณะผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 858 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบค้ำึงถึงความน่าจะเป็นทางสถิติ เป็นการสุ่มใช้ชั้นภูมิแบบเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่

ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องการสูบบุหรี่ และผลกระทบจากการสูบบุหรี่

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางในการป้องกันหรือลด ละ เลิกการสูบบุหรี่

ส่วนที่ 5 เป็นข้อเสนอแนะให้แก่สถาบันการศึกษาซึ่งนักศึกษากำลังศึกษาอยู่

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 4. ผลการวิจัย

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง มีเพศชายทั้งหมด 422 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.18 เพศหญิง 431 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.23 ทั้งหมด 858 ตัวอย่าง ไม่ระบุเพศ 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.58

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ช่วงอายุมากที่สุดอยู่ระหว่าง 21 - 23 ปี จำนวน 396 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.15

หลักสูตรที่กำลังศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาในหลักสูตร 2 ปีต่อเนื่อง มากที่สุด จำนวน 530 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 61.77

ชั้นปีที่กำลังศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีชั้นปีที่ 1 มากที่สุด จำนวน 307 ตัวอย่าง ร้อยละ 35.78

แหล่งที่มาของรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดมาจากทำงานหารายได้เอง 502 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 54.15

ระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดอยู่ในช่วงมากกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 486 ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.64

ความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดาและตัวของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอยู่ในระดับดี จำนวน 662 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77.16

ช่วงการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทำกิจกรรมการบันเทิงมากที่สุด 445 ตัวอย่าง ร้อยละ 38.83

#### 4.2 พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ไม่สูบบุหรี่ มีถึง 647 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75.41 ที่สูบบุหรี่มีจำนวน 198 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.08

จำนวนมวนในการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง จาก 198 ตัวอย่างที่สูบบุหรี่ สูบน้อยกว่าวันละ 5 มวน 66 ตัวอย่าง ร้อยละ 7.69 วันละ 5 – 9 มวน 60 ตัวอย่าง ร้อยละ 6.99 วันละ 10 มวน 53 ตัวอย่าง ร้อยละ 6.18 วันละ 20 มวน 16 ตัวอย่าง ร้อยละ 1.86 มากกว่าวันละ 20 มวน 3 ตัวอย่าง ร้อยละ 0.35

เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่ คือ อยากรอง มี 143 ตัวอย่าง ร้อยละ 37.24 รองลงมา คือ เพื่อเข้าสังคม 81 ตัวอย่าง ร้อยละ 21.09 เพื่อนชวน/ตามอย่าง 69 ตัวอย่าง ร้อยละ 17.97 คลายเครียด 53 ตัวอย่าง ร้อยละ 13.80 นอกจากนั้นจะเป็นเพื่อโก้เก๋ เพื่อแสดงความเป็นผู้ใหญ่ ตามอย่างดารา ตามอย่างบุคคลในครอบครัว เพื่อเจริญอาหาร เป็นต้น

การเคยเห็น หรือเคยได้ยินโฆษณาเกี่ยวกับบุหรี่ ในสื่อโทรทัศน์มากที่สุด 647 ตัวอย่าง ร้อยละ 41.39 รองลงมาจากสื่อหนังสือพิมพ์ 377 ตัวอย่าง ร้อยละ 24.12 นิตยสาร 296 ตัวอย่าง ร้อยละ 18.94 น้อยที่สุดคือ สื่อวิทยุ 243 ตัวอย่าง ร้อยละ 15.55

ในปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างยังสูบบุหรี่อยู่จำนวน 185 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 21.56 เคยสูบแต่เลิกแล้ว 86 ตัวอย่าง ร้อยละ 10.02 ไม่เคยสูบ จำนวน 435 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50.70

บุคคลในกลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่ด้วยนั้น สูบคนเดียวมากที่สุด จำนวน 151 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.27 รองลงมาคือสูบกับเพื่อนสนิท จำนวน 143 ตัวอย่าง ร้อยละ 40.97 นอกนั้นสูบกับสมาชิกในครอบครัว จำนวน 55 ตัวอย่าง ร้อยละ 15.76

สถานที่ในการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างระบุว่าสูบทุกที่ที่สูบได้ มากที่สุดมีจำนวน 100 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.66 รองลงมา คือ สูบสถานศึกษา หรือที่ทำงานจำนวน 92 ตัวอย่าง ร้อยละ

10.72 และบ้าน หรือที่พักจำนวน 65 ตัวอย่าง ร้อยละ 7.58

ค่าใช้จ่ายเพื่อการสูบบุหรี่ในแต่ละเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งระบุว่าอยู่ในช่วง 101 – 500 บาทต่อเดือน เป็นจำนวน 67 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.81 รองลงมา คือ ช่วง 501 – 1,000 บาทต่อเดือน เป็นจำนวน 59 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.88 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุมิ จำนวนถึง 674 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78.55

สาเหตุสำคัญของกลุ่มตัวอย่างที่เคยสูบบุหรี่ แต่ปัจจุบันเลิกสูบแล้ว ระบุว่าเลิกสูบเพื่อสุขภาพ จำนวน 63 ตัวอย่าง ร้อยละ 7.34 และเพื่อลดค่าใช้จ่าย จำนวน 21 ตัวอย่าง ร้อยละ 2.45 ไม่ระบุมิถึง 767 ตัวอย่าง ร้อยละ 89.39

สาเหตุสำคัญที่ไม่สูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยสูบบุหรี่ ระบุว่าทราบผลเสีย อันตราย จำนวน 402 ตัวอย่าง ร้อยละ 27.07 ไม่ชอบกลิ่น จำนวน 396 ตัวอย่าง ร้อยละ 26.67 สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย จำนวน 365 ตัวอย่าง ร้อยละ 24.58 เชื่อตามคำแนะนำของบิดามารดา จำนวน 238 ตัวอย่าง ร้อยละ 16.03 และเชื่อตามคำสอนศาสนา 84 ตัวอย่าง ร้อยละ 5.66

#### 4.3 การรับรู้เรื่องการสูบบุหรี่ และผลกระทบจากการสูบบุหรี่

ความคิดเห็นที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้สูบบุหรี่ มีความคิดเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าการสูบบุหรี่ทำให้ปอดถูกทำลาย ( $\bar{X}$  = 4.70; S.D. = 0.56) รองลงมา คือ เห็นด้วยกับการสูบบุหรี่ทำให้หัวใจวาย ( $\bar{X}$  = 4.06; S.D. = 0.85) และสองอันดับสุดท้ายที่แสดงความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย คือ การสูบบุหรี่ในปริมาณที่พอเหมาะจะช่วยรักษาโรคความดันโลหิตสูง ( $\bar{X}$  = 2.39; S.D. = 1.21) และผู้ที่มึนร่างกายแข็งแรงแม้สูบบุหรี่ในปริมาณมากเป็นประจำก็ไม่ผลเสียต่อสุขภาพ ( $\bar{X}$  = 2.21; S.D. = 1.29)



ความคิดเห็นที่ส่งผลกระทบต่อครอบครัวในการสูบบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการสูบบุหรี่เป็นสาเหตุหนึ่งของการทะเลาะวิวาทในครอบครัว ( $\bar{X}$  = 3.42; S.D. = 1.06) และไม่เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับการที่สมาชิกทุกคนในครอบครัวสูบบุหรี่จะทำให้ครอบครัวนั้นเป็นสุข ( $\bar{X}$  = 1.73; S.D. = 0.96)

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจจากการสูบบุหรี่ ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของผู้สูบบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งในการเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 4.63; S.D. = 0.61) และไม่เห็นด้วยกับการที่ถ้ามีรายได้มากพอ การสูบบุหรี่จะไม่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของผู้สูบบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 2.82; S.D. = 1.20)

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของครอบครัว กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งที่ครอบครัวต้องจ่ายค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องมาจากสมาชิกครอบครัวเจ็บป่วยจากการสูบบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 4.50; S.D. = 1.70) และไม่เห็นด้วยกับการที่ครอบครัวจะมีรายได้เพิ่มขึ้น ถ้าสมาชิกของครอบครัวสูบบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 2.03; S.D. = 1.18)

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจของสังคม กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งที่เพิ่มภาระค่าใช้จ่ายของสังคมในการดูแลรักษาผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 4.23; S.D. = 0.84) และไม่เห็นด้วยกับถ้าผู้สูบบุหรี่มีฐานะเศรษฐกิจดี ถึงแม้จะเจ็บป่วยจากการสูบบุหรี่ก็จะเป็นภาระกับสังคม ( $\bar{X}$  = 2.53; S.D. = 1.15)

ผลกระทบต่อสังคมของการสูบบุหรี่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับการเพิ่มปัญหาสุขภาพต่อบุคคลรอบข้างที่ได้รับควันจากบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 4.60; S.D. = 0.66) และเพิ่มปัญหาเกี่ยวกับโรคปอดอันเนื่องมาจากการสูบบุหรี่ ( $\bar{X}$  = 4.53; S.D. = 0.67) แต่ไม่เห็นด้วยกับการสูบบุหรี่ทำให้เข้าสังคมทุกแห่งได้ง่าย ( $\bar{X}$  = 2.32; S.D. = 1.15)

ผลกระทบต่อจริยธรรม หรือคำสอนทางศาสนาจากการสูบบุหรี่ ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความไม่แน่ใจว่าผู้สูบบุหรี่มักพูดจาไม่สุภาพ เมื่อได้รับการ

คำนิจากบุคคลรอบข้าง ( $\bar{X}$  = 3.35; S.D. = 1.02) และไม่แน่ใจว่าผู้สูบบุหรี่มักจะไม่นกัการทำผิดศีลธรรม ( $\bar{X}$  = 3.19; S.D. = 1.02)

#### 4.4 แนวทางในการป้องกัน หรือลด ละ เลิก การสูบบุหรี่

แนวทางในการช่วยป้องกันประชาชนไม่ให้สูบบุหรี่ คณะผู้วิจัยสามารถรวบรวมและสรุปแนวทางในการช่วยป้องกันจากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดจำนวน 503 ตัวอย่าง ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนวทางให้หยุดผลิต หยุดจำหน่ายบุหรี่ จำนวน 209 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.55 รองลงมาคือ การรณรงค์ให้ความรู้และรับรู้ผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับการสูบบุหรี่ 188 ตัวอย่าง ร้อยละ 37.38

แนวทางในการช่วยผู้สูบบุหรี่ได้ลด ละ เลิกสูบบุหรี่ คณะผู้วิจัยสามารถรวบรวม และสรุปแนวทางในการช่วยลด ละ เลิก สูบบุหรี่ จากผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดจำนวน 433 ตัวอย่าง ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอการรณรงค์ให้เห็นอันตราย ผลเสียจากการสูบบุหรี่จำนวน 180 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.57 รองลงมา คือ เสนอให้หยุดผลิต หยุดจำหน่าย จำนวน 97 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.40

#### 4.5 ข้อเสนอแนะให้แก่สถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่

การรณรงค์ให้สถาบันการศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่เป็นสถาบันการศึกษาที่ปลอดบุหรี่มากถึงจำนวน 603 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.28 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เห็นไม่สมควรมี 131 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.27

ความคิดเห็นว่าสถาบันการศึกษาควรจัดสถานที่เฉพาะให้แก่ผู้สูบบุหรี่เป็นจำนวน 113 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 13.17 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่แสดงความคิดเห็นมีมากถึง 732 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 85.31

การให้สัญญาของผู้ตอบแบบสอบถามว่าจะไม่สูบบุหรี่นอกเหนือจากสถานที่ที่ทางสถาบันจัดให้มีจำนวน

104 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.12 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุมีจำนวน 744 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 83.71

การเห็นด้วยกับการลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน พ.ร.บ.การห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ จำนวน 607 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 70.75 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยมีจำนวน 122 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.22 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แสดงความคิดเห็น มีจำนวน 129 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.03

### 5. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีจำนวนใกล้เคียงกัน และอยู่ในช่วงอายุ 21 – 23 ปี มากที่สุด เป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สูบบุหรี่จำนวน 647 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75.41 และเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่ คืออยากลอง พฤติกรรมในการสูบบุหรี่ ผู้ตอบแบบสอบถามชอบสูบบุหรี่คนเดียว และสูบบุหรี่ที่สูบบุหรี่ได้ และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าการสูบบุหรี่ทำให้ปอดถูกทำลาย และเห็นด้วยกับการสูบบุหรี่เป็นสาเหตุหนึ่งของการทะเลาะวิวาทในครอบครัว ส่วนในประเด็นส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของผู้สูบบุหรี่ ครอบครัว และสังคมของผู้สูบบุหรี่เองนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับการเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อบุหรี่ ครอบครัวต้องจ่ายค่ารักษาพยาบาลอันเนื่องมาจากสมาชิกครอบครัวเจ็บป่วยจากการสูบบุหรี่ และเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายของสังคมในการดูแลรักษาผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่ตามลำดับ ส่วนการส่งผลกระทบต่อสังคม จริยธรรม คำสอนศาสนาโดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าเป็นการเพิ่มปัญหาสุขภาพต่อบุคคลรอบข้างที่ได้รับควันบุหรี่ แต่กลับไม่แน่ใจว่าผู้สูบบุหรี่มักพุดจาไม่สุภาพ เมื่อได้รับการตำหนิจากบุคคลรอบข้าง สำหรับแนวทางในการช่วยป้องกันประชาชนไม่ให้สูบบุหรี่ และแนวทางในการช่วยให้ประชาชนที่สูบบุหรี่ได้ลด ละ เลิกสูบบุหรี่

ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนวทางหยุดผลิต หยุดจำหน่าย มากที่สุด และการณรงค์ให้เห็นอันตรายหรือผลเสียจากการสูบบุหรี่ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะว่าสถาบันที่กำลังศึกษาอยู่ควรเป็นสถาบันที่ปลอดบุหรี่ หรือสมควรจัดสถานที่เฉพาะให้แก่ผู้สูบบุหรี่ และเห็นด้วยกับการลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืน พ.ร.บ. การห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ

### 6. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลของการวิจัยในครั้งนี้ มองภาพรวมของนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยธนบุรี อาจจะมีรายละเอียดด้านอื่น ๆ ที่น่าจะศึกษาเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

ควรทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการเปรียบเทียบระหว่างคณะ ระหว่างเพศ ระหว่างชั้นปี หรือระหว่างนักศึกษากาฬปกติ และภาควิชาอาทิศัย เป็นต้น

### 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] ลดาวัลย์ คันธชาติศิริ (2550) พฤติกรรมการสูบบุหรี่และปัจจัยที่มีผลต่อการสูบบุหรี่ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่
- [2] จริญญา โกสินทร์ (2543) พฤติกรรมการเปิดรับสารความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นประถมศึกษา 4 โรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กรุงเทพมหานคร
- [3] จอมภัก คณิงระหัด และคณะ (2550) พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เพชรบุรี

[4] โกสินทร์ หลวงละ และคณะ (2549) พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่

[5] เมธีรัตน์ มั่นวงศ์ (2551) พฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของบุคลากรและนักศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี วิทยาลัยแพทยศาสตร์และการสาธารณสุข มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อุบลราชธานี

[6] สุเทพ ทักษิณาเจนนิก (2550) การศึกษาอัตราการติดสารนิโคติน และพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรร่วมโครงการ ลด ละ เลิกบุหรี่ถวายราชินี 72 พรรษา ในจังหวัดขอนแก่น งานศัลยศาสตร์หัวใจและหลอดเลือด ศูนย์หัวใจสิริกิติ์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น

[7] จรรยา เศรษฐบุตร และวรัชย์ ทองไทย (2550) ผู้สูบบุหรี่ วัยรุ่นสูบบุหรี่ และผู้รับควันบุหรี่ในพื้นที่เฝ้าระวังทางประชากรกาญจนบุรี มหาวิทยาลัยมหิดล

[8] จิราภรณ์ อารยะศิลป์ประธร (2553) การศึกษาความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1 โรงเรียนระยองพาณิชยการ โรงเรียนระยองพาณิชยการ ระยอง

[9] วิลาวัณย์ ประทีปแก้ว และคณะ (2552) พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชนในจังหวัดนนทบุรี สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี นนทบุรี

[10] นิภาวรรณ หมีทอง (2551) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาอาชีวศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ปริญญาโท นพ.ม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

[11] วรพีชญ์ ชมดวง และคณะ (2552) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น อายุ 15 – 24 ปี ตำบลห้วยโจด อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว

[12] โชคชัย สาคาพาณิชย์ (2554) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตั้งใจสูบบุหรี่ของนักเรียนชายที่ไม่สูบบุหรี่ชั้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเขาสมิงวิทยาคม จังหวัดตราด วารสารศูนย์การศึกษาแพทยศาสตร์คลินิก โรงพยาบาลพระปกเกล้า ฉบับที่ 1 มกราคม – มีนาคม 2544 :44-52

[13] สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ , 2547, ผลกระทบด้านสุขภาพจากการสูบบุหรี่และวิธีการเลิกบุหรี่.Smart.

1. Gary S. Becker and Kevin M. Murphy, (1988)“A Theory of Rational Addiction” *Journal of Political Economy* 96, August 1988, 675-700.

2. Jonathan Gruber and BotonKoszegi, (2000) “Is Addiction Rational? Theory and Evidence” *NBER Working Paper* No. 7507.

3. Richard D. Tollison and Richard E. Wagner, (1992) *The Economics of Smoking*, Kluwer Academic Publisher.

4. Pierre Lemieux, “The Economic of Smoking”, (2004) <http://www.econlib.org/library/Features/feature5.html>.

## วิถีชีวิตชาวประมง กรณีศึกษา หมู่บ้านเกาะมุกด์ ต. เกาะลิบง อ.กันตัง จ. ตรัง

## Life style of fisherman in Koh mook villege , Tumbol Koh Libong

## Aumpur Kantang , Trang province

กาญจนา พรหมทอง<sup>1</sup>ฐาปณี อัครสุวรรณกุล<sup>2</sup>โสภิต สุวรรณเวลา<sup>3</sup><sup>1</sup>กลุ่มวิชา พยาบาลเด็กและวัยรุ่น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง, Kanchana.yee@hotmail.co.th<sup>2</sup>กลุ่มวิชา พยาบาลเด็กและวัยรุ่น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง, Pongping\_nurse@hotmail.com<sup>3</sup>กลุ่มวิชาการพยาบาลเด็กและวัยรุ่น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง, ssuwanvela@gmail.com

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตชาวประมงหมู่บ้านเกาะมุกด์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของครัวเรือนประมงพื้นบ้านในด้านการทำมาหากิน ด้านความสัมพันธ์ในครัวเรือนและเครือข่าย ด้านความเป็นอยู่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ชาวประมงบ้านเกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัด ตรัง จำนวน 40 คน โดยแบ่งเป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณ 30 ชุด เชิงคุณภาพ 10 ชุด

## ด้านวิถีชีวิตความสัมพันธ์และเครือข่าย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่า จากการที่เราอยู่ในชุมชนเดียวกันต่างคนต่างครอบครัว ย่อมที่จะมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกันบ้าง แล้วแต่สถานภาพของบุคคล แต่เมื่อเรามาอยู่ในชุมชนเดียวกันแล้ว เราต้องรักใคร่กลมเกลียวกัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในเครือข่ายหรือสัมพันธ์ระหว่างเครือข่าย มีการไปมาหาสู่กันและรู้จักกันดี มีการแบ่งปันซึ่งกันและกันช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่า บางครั้งก็มีปัญหาขัดแย้งกันบ้างภายในหมู่บ้าน แต่เมื่อมีปัญหาหรือขัดแย้งกัน ก็จะปรึกษาหารือกันเพื่อหาทางแก้ไข โดยมีผู้นำชุมชนเป็นแกนนำในการแก้ปัญหา คือ ผู้ใหญ่บ้านและโต๊ะอิหม่าม ลูกบ้านจะเชื่อฟังผู้นำชุมชน และปฏิบัติตามคำสั่งของผู้นำ

## ด้านการทำมาหากิน

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับด้านการทำมาหากิน การประกอบอาชีพส่วนใหญ่คนในชุมชนจะประกอบอาชีพประมงเป็นอาชีพหลักคิดเป็นร้อยละ 83.8 เนื่องจากเป็นอาชีพที่สืบทอดจากบรรพบุรุษเป็นอาชีพที่คุ้นเคยกันดี นอกจากอาชีพประมงแล้วยังประกอบอาชีพเสริมคิดเป็นร้อยละ 16.7 เช่น การทำสวนยาง การค้าขายรับจ้างเป็นพนักงาน รีสอร์ท รับราชการ เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่ก็จะทำอาชีพประมงกัน และจากการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการทำประมงก็คือ ปัญหาเกี่ยวกับมรสุมพายุ ทำให้ไม่สามารถออกทะเลได้และอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆในการทำประมงราคาค่อนข้างแพง บางครั้งสัตว์น้ำก็มีจำนวนน้อย ทำให้เงินใช้จ่ายไม่เพียงพอทำให้เกิดการกู้ยืมทำให้เกิดหนี้สินตามมา เรือส่วนใหญ่ที่ใช้ออกทะเลเป็นเรือหางยาวคิดเป็นร้อยละ 96.7 เรือท้ายตัดคิดเป็นร้อยละ 3.3 และจากการสอบถามพบว่า คนส่วนใหญ่นอกจากทำประมงแล้วยังจะมีอาชีพเสริมอยู่บ้าง ถ้าผู้ชายทำประมง ผู้หญิงก็จะรวมตัวกันทำงานฝีมือ เช่น การรวมกลุ่มตำเครื่องแกง การรวมกลุ่มกะลามะพร้าว การรวมกลุ่มเปลือกหอย เป็นต้น การรวมกลุ่มเหล่านี้ก็จะไปอาชีพเสริมอีกอย่างหนึ่งที่จะหารายได้เข้าครอบครัว และนอกจากการรวมกลุ่มแล้วบางคนก็ยังทำงานรีสอร์ท แต่ไม่ว่าจะทำงานหนักแค่ไหน

คนในชุมชนก็ยังแบ่งเวลาอยู่กับครอบครัว ให้ความสำคัญกับคนในครอบครัว อบรมสั่งสอนเลี้ยงดูบุตรเป็นอย่างดี

### ด้านการเป็นอยู่

จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับด้านความเป็นอยู่ คนส่วนใหญ่จะมีความเป็นอยู่ที่คล้ายกันลักษณะของครัวเรือนจะเป็นบ้านไม้กระดาน คิดเป็นร้อยละ 60 และบ้านปูนซีเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 40 บ้านจะอยู่ติดๆกันตามแนวฝั่งทะเล บ้างก็จะอยู่ห่างจากริมฝั่งทะเลไม่มาก เมื่อมีเวลาว่างก็จะมานั่งคุยกัน ถ้ามีกลับข้าวก็จะแบ่งปันกัน การไปมาหาสู่ส่วนใหญ่ จะใช้วิธีการเดินเท้า คิดเป็นร้อยละ 66.7 และใช้รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ในการสัญจรไปมาหาสู่กัน และจะมีการสื่อสารโดยใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 100 มีการติดต่อภายในโดยการใช้โทรศัพท์และนั่งเรือเข้าออกหมู่บ้านและคนในชุมชนจะนำสัตว์น้ำที่ได้มาเหลือจากการขายมาถนอมอาหาร คิดเป็นร้อยละ 73.3 บ้างก็ซื้อจากตลาด คิดเป็นร้อยละ 26.7 ส่วนน้ำที่ใช้ก็จะใช้น้ำประปา คิดเป็นร้อยละ 13.3 บ้างก็น้ำบ่อ คิดเป็นร้อยละ 83.3 ส่วนน้ำดื่มจะใช้ดื่มเป็นน้ำบ่อ คิดเป็นร้อยละ 53.3 หรือบางครัวเรือนก็ดื่มน้ำฝน คิดเป็นร้อยละ 40 สำหรับการติดตามข่าวสาร คนในชุมชนจะทราบข่าวสารเป็นอย่างดี บางครัวเรือนติดตามทางทีวี บางครัวเรือนจากหนังสือพิมพ์ สำหรับครัวเรือนไหนที่ติดตามข่าวสารไม่ทัน จะมีผู้นำชุมชนประชาสัมพันธ์ข่าวสารทุกวันทางเสียงตามสาย เพราะฉะนั้นจึงทำให้คนในชุมชน ไม่มีปัญหาเรื่องการติดตามข่าวสาร

**คำสำคัญ :** วิถีชีวิตชาวประมง ความสัมพันธ์และเครือข่าย ด้านการทำมาหากิน ด้านการเป็นอยู่

### ABSTRACT

Education. Lifestyle fishing village Mook Island. Aims to study the life of fishermen in the household livelihood Relationship in the household and kinship. Well being. The sample used in this study were fishermen home district, Koh Mook Island, Trang Libong Kantang of 40 people were divided into 30 sets of quantitative questionnaire 10 sets of quality.

### The life and kinship relations.

From an interview with the interview said. From the fact that we are in the same community should each family. Would be a different way of life some Depending on the status of a person. But when we are in the same community then. We must love amicable Whether it's a relationship or kinship relationships between relatives. Have to come together and to the well-known. Sharing mutual aid buddy each other. From an interview with the interview said. Sometimes, some conflict within the village. But when there is a problem or conflict. Will consult together to find solutions. The community leaders led to the problems the village and desk Electronic consume Ball home community leaders to obey and follow the orders of the leader.

### **The livelihood**

From an interview about the livelihood Career, most people in the community will be the main occupation of fishermen, representing 83.8 per cent, because it is inherited from fathers occupation as professionals familiar. In addition, fishermen then went on to careers promotion, representing 16.7 percent of rubber plantations such as commercial contractors as employees, civil servants, and so resort, but most fishermen will do well. Ja inquiries and problems encountered in the fishery is. Problems with storm storm Could not go out to sea and equipment in the fishery is quite expensive price. Sometimes I have a few fish. Cause not enough money to spend. Result of loans made under the liability. Most boats use a long tail boat out to sea, representing 96.7 percent of ships off the end of 3.3 per cent and the inquiry found. Most people also do fishing and still have some occupation. If the men fishing. Women will work together such an exceptional group of pounding spices Coconut shell integration. Integration shell integration, etc. These will be for another occupation to earn his family. In addition to the group, some people still run resort. But no matter how hard work. The community is still split time with family Focus on the family. Teach a child well.

### **The living**

From the interviews. About the well-being. Most people will have a similar look at the family home to a wooden board. 60 per cent and cement home. Representing 40 percent of houses are very near each other along the coast. Some will stay away from coastal few When it is time to sit and talk. If Rice is to be shared. Going to come to the most. How to use pedestrian 66.7 per cent and motorcycles. Representing 33.3 percent of the traffic to come to each other. And will have to communicate in local language to communicate. 100 per cent be contacted by telephone inside and out by boat to the village and local people will take the remaining fish have come from the sale of food preservation. Representing 73.3 percent of what they buy from the market. 26.7 per cent of water used will be using water. Representing some 13.3 percent of well water is 83.3 per cent of water used as drinking water wells. 53.3 per cent, or some households drank rain water. 40 per cent for tracking information. The community is well informed. Some household TV monitor. Some households from the newspaper. For households where the monitor behind news. Community leaders will release a Digest on the audio line. Therefore people in the community. No problems with tracking information.

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประมงพื้นบ้านเป็นอาชีพหนึ่งที่อยู่คู่กับสังคมไทยยาวนานนับร้อยปี เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยแก่การประกอบอาชีพประมง โดยเฉพาะทางภาคใต้ของประเทศ เป็นภาคที่มีทะเลถึง 12 จังหวัด การประกอบอาชีพ “ประมงพื้นบ้าน” เป็นการทำประมงขนาดเล็ก หรือการทำประมงชายฝั่ง ที่ทำประมงโดยใช้เรือไม่ติดเครื่องยนต์ เช่น เรือพาย เรือแจว หรือเรือติดเครื่องยนต์ และเรือหางยาว เรือท้ายตัด เรือกอและ โดยทั่วไปเรือที่ติดเครื่องยนต์ดังกล่าว มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 30 แรงม้า และมีเรือยาวไม่เกิน 7.5 เมตร ใช้เครื่องมือในการจับสัตว์น้ำที่ไม่ซับซ้อน ทั้งเครื่องมือประจำที่ เช่น ไซ โพงพาง และเครื่องมือเคลื่อนที่ เช่น อวน ซึ่งการทำประมงในลักษณะเช่นนี้ ได้ทำกันมานานแล้วในจังหวัดต่างๆทางภาคใต้ แต่เนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรสัตว์น้ำในแต่ละพื้นที่ของภาคใต้มีความแตกต่างกันจึงทำให้ผู้ประกอบการประมงพื้นบ้านในแต่ละชุมชนมีการใช้เครื่องมือและวิธีการทำประมงที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและลักษณะตามธรรมชาติของสัตว์น้ำในท้องถิ่นเป็นผลให้การใช้แรงงานและการลงทุนในการทำประมงมีความแตกต่างกันไป และนอกจากแตกต่างที่มีแต่เดิมแล้ว ผลจากการพัฒนาประเทศในระยะหลังยังทำให้ประมงพื้นบ้านต้องมีการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงปี 2503 – 2510 เป็นเวลาที่รัฐบาลสนับสนุนให้มีการขยายตัวของประมงพาณิชย์ (ศูนย์พัฒนาการประมงแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ,2530: 339-402) ทำให้ทรัพยากรสัตว์น้ำลดจำนวนลง และมีแนวโน้มว่าจะลดลงไปอีกอย่างต่อเนื่อง ชาวประมงพื้นบ้านจึงไม่สามารถทำประมงตามแบบที่เคยทำกันต่อไปได้ และนอกจากปัญหาการลดลงของทรัพยากรชายฝั่งแล้วชาวประมงพื้นบ้านยังต้องต่อสู้กับปัญหาการลักลอบรุกร้าเข้ามา

จับสัตว์น้ำของเรือประมงพาณิชย์ในพื้นที่ทำกินของชาวประมงพื้นบ้าน และได้มีการใช้เครื่องมือทำประมงชนิดที่ชาวประมงพื้นบ้านเรียกว่า “ เครื่องมือทำลายล้าง” เพราะเครื่องมือดังกล่าวมีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงในการจับสัตว์น้ำ

ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อครัวเรือนประมงพื้นบ้านตลอดแนวชายฝั่งทะเล มีหลายชุมชนที่ต้องล่มสลาย หรือเปลี่ยนวิถีชีวิต เช่น ชายเรือ เข้าไปอาศัยในเมือง เพราะไม่มีสัตว์น้ำให้จับ (เริงชัย ต้นสกุล ,2531: 11-12) ตลอดจนครัวเรือนหลายครัวเรือนหัวหน้าครัวเรือนและสมาชิกในครัวเรือนต้องหาทางออกโดยหางานอื่นทำได้ด้วย เช่น รับจ้างทำงานก่อสร้าง รับจ้างทำงานในตู้แช่อาหาร หรือ ขับรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง และรับจ้างทำงานเสริมรายได้ของแม่บ้านและเก เซน ทำงานในโรงแปรรูปสัตว์น้ำ รับปอกกุ้งเพื่อส่งโรงงาน

อย่างไรก็ตามมีบางชุมชนปรับตัวโดยการพัฒนาเครื่องมือในการทำประมงพื้นบ้านให้มีการศึกษาสภาพในการจับสัตว์น้ำให้ได้มากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ย่อมส่งผลให้มีการทำลายทรัพยากรชายฝั่งมากขึ้นรวมทั้งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจสังคม ของชุมชนและครัวเรือนประมงไปด้วยเช่นกัน

จากปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงของชุมชนประมงพื้นบ้านดังกล่าว จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจจะศึกษาถึงวิถีชีวิตของครัวเรือนประมงพื้นบ้าน อันประกอบด้วย การประกอบอาชีพหรือทำมาหากิน ความสัมพันธ์ในครัวเรือนและญาติ และความเป็นอยู่ของครัวเรือนในหมู่บ้านเกาะมุกด์ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชาวประมงหมู่บ้านเกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัด ตรัง ในด้านความสัมพันธ์ของครัวเรือนและเครือญาติ

2. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชาวประมงหมู่บ้าน  
เกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัด ตรัง ใน  
ด้านการทำมาหากิน

3. เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชาวประมงหมู่บ้าน  
เกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัด ตรังด้าน  
ความเป็นอยู่

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่  
ทดลอง (Non experimental research) เป็นการวิจัย  
ผสมผสานโดยการสำรวจและการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อ  
ศึกษาวิถีชีวิตการเป็นอยู่ของชาวประมงพื้นบ้าน  
หมู่บ้านเกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง  
จังหวัด ตรัง

### ลักษณะงานวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ซึ่ง  
ศึกษาวิถีชีวิตการเป็นอยู่ของชาวประมงพื้นบ้าน  
หมู่บ้านเกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง  
จังหวัด ตรัง

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ  
ประชาชนที่ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน ที่อาศัยอยู่  
ในพื้นที่ “บ้านเกาะมุกด์” ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง  
จังหวัดตรัง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง  
(Purposive Sampling ) ในพื้นที่ดังกล่าว โดยจำแนก  
ดังนี้

ประชากรทั้งหมด	1,800 คน
ชาวประมง	1,000 คน
ครัวเรือน	550 ครัวเรือน
เรือ	300 ลำ (เป็นเรือหางยาว)

จากการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน  
300 คน ตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง  
จำนวน 30 คน

### สรุป อภิปราย ข้อเสนอแนะ

เกาะมุกด์มีลักษณะเป็นเกาะกลางทะเล มี  
ประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 550 ครัวเรือน มีประชากร  
ทั้งหมด 1800 คน ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนา  
อิสลาม นับถือศาสนา พุทธและคริสต์ บางครัวเรือน  
เท่านั้น ประกอบอาชีพประมงเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจาก  
อาชีพประมงเป็นอาชีพที่สืบทอดกันมาตั้งแต่  
บรรพบุรุษ ลักษณะบ้านเรือนที่อยู่อาศัยบ้านไม้  
กระดาน และบ้านปูนซีเมนต์เป็นส่วนใหญ่ อาศัยพึ่งพา  
ซึ่งกันและกัน

### สรุปผลการวิจัย

#### ด้านวิถีชีวิตความสัมพันธ์และเครือญาติ

จากการสัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์บอกว่า การที่  
เราอยู่ในชุมชนเดียวกันต่างคนต่างครอบครัว ย่อมที่จะ  
มีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน แล้วแต่สถานภาพของบุคคล แต่  
เมื่อมาอยู่ในชุมชนเดียวกัน เราต้องมีความรักใคร่กลม  
เกลียวกันเหมือนอยู่ในบ้านหลังคาเดียวกัน ไม่ว่าจะ  
เป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพในเครือญาติหรือระหว่าง  
เครือญาติ มีการติดต่อสื่อสารกัน มีการแบ่งปัน  
เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันและกัน เมื่อมี  
ปัญหาภายในชุมชน จะมีผู้นำหรือคนกลางมาพูดทำ  
ความเข้าใจและหาแนวทางในการแก้ไข เช่น  
ผู้ใหญ่บ้าน โต๊ะอิหม่า ลูกบ้านจะเชื่อฟังผู้นำ และ  
ปฏิบัติตาม

#### ด้านการทำมาหากิน

การประกอบอาชีพส่วนใหญ่ของประชากรใน  
ชุมชนจะประกอบอาชีพประมงเป็นอาชีพหลักคิดเป็น  
ร้อยละ 83.8 เนื่องจากเป็นอาชีพที่สืบทอดกันมาจาก



บรรพบุรุษ เป็นอาชีพที่คุ้นเคยกันดี และประกอบอาชีพประมงเป็นอาชีพรอง คิดเป็นร้อยละ 16.7 นอกจากนี้การประกอบอาชีพประมงแล้วยังมีการประกอบอาชีพเกษตรกรรม การค้าขาย รับจ้าง เป็นพนักงานรีสอร์ท รับราชการในส่วนของสตรี จะรวมกลุ่มในหมู่บ้าน ทำเครื่องแกง กลุ่มกะลามาพะรวักลุ่มเปลือกหอย เป็นต้นในการประกอบอาชีพประมงนั้น มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับมรสุม ทำให้ไม่สามารถออกทะเลได้และอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ในการทำประมง ราคาค่อนข้างแพง บางครั้งสัตว์น้ำก็มีจำนวนน้อย ทำให้เงินใช้จ่ายไม่พอทำให้เกิดการกู้ยืมมีหนี้สินตามมา เรือส่วนใหญ่ที่ใช้ ออกทะเลเป็นเรือหางยาว เรือท้ายตัด ซึ่งเรือที่ใช้ทำประมง ได้มาจากการตกทอด การต่อเรือขึ้นมาเองหรือซื้อมา

#### ด้านการเป็นอยู่

จากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับด้านความเป็นอยู่ ประชากรส่วนใหญ่มีความเป็นอยู่ที่คล้ายกัน ลักษณะบ้านเป็นบ้านปูนซีเมนต์ บริเวณบ้านจะอยู่ทั่วเกาะ แต่ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่บริเวณริมฝั่งทะเล มีบ้านสร้างติดกันเป็นแนวยาวตลอดชายฝั่ง เมื่อว่างจากการทำงานแล้ว ประชากรที่อาศัยอยู่บ้านใกล้ ๆ กัน จะมานั่งคุยกันเมื่อทำอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว มีการแบ่งปันอาหารให้เพื่อนบ้านด้วย ในการติดต่อสื่อสาร ไปมาหาสู่กัน จะใช้วิธีการเดินเท้าและใช้รถจักรยานยนต์เป็นส่วนใหญ่เนื่องจากชุมชนเป็นชุมชนที่มีขนาดเล็กไม่ใหญ่มากสามารถเดินเท้า ในการไปมาหาสู่กันได้ ในการติดต่อสื่อสารกัน ในระยะทางไกลๆ จะใช้โทรศัพท์มือถือในการติดต่อและเรือในการเดินทางออกนอกหมู่บ้าน ส่วนสัตว์น้ำที่เหลือจากการขายและแจกจ่ายให้เพื่อนบ้านแล้ว จะนำมาเก็บโดยการถนอมอาหาร เช่น ทำปลาเค็ม หากมีมากปลาเค็มที่ได้สามารถนำไปขายเป็นรายของครอบครัวอีกด้วย ในชุมชนจะมีประปาหมู่บ้านอยู่บริเวณกึ่งกลางเกาะ ประชากรจึงใช้น้ำประปาในการอุปโภค เป็นส่วนใหญ่

และบ้านครัวเรือน ก็มีบ่อจึงใช้น้ำบ่อในการอุปโภคและบริโภค ในบางครัวเรือนก็บริโภคน้ำฝน ครัวเรือนส่วนใหญ่จะมีโทรทัศน์ในการติดตามข่าวสาร หรือหนังสือพิมพ์ สำหรับครัวเรือนไหนที่ติดตามข่าวสารไม่ทัน ผู้นำชุมชนจะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทุกวัน

#### อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัย เรื่องวิถีชีวิตชาวประมงหมู่บ้านเกาะมุกด์ ตำบลเกาะลิบง อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ได้ทำการสำรวจ ซึ่งได้ผลการสำรวจสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ว่า

1. วิถีชีวิตเป็นแบบแผนการดำเนินชีวิต (สันทนาการ, 2438: 4) และในการดำรงชีวิต (Way of life) ของแต่ละกลุ่มแต่ละสังคม มีความหลากหลายด้วยกัน เช่น การคบหาสมาคมกัน การรักและการแต่งงานกัน การทำมาหากิน การทำงานส่วนรวมร่วมกัน การตัดสินใจในปัญหาส่วนรวมร่วมกัน การถ่ายทอดความรู้ ความคิดให้แก่กัน การรักษาสุขภาพอนามัย การเชื่อในสิ่งต่างๆ การสร้างที่อยู่อาศัย รวมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ สร้างสรรค์สิ่งสวยงามไปเพราะ หากความบันเทิงร่วมกัน (ประเสริฐ เข้มกลิ่นฟูง 2539: 102) ตลอดจนความคิดและลักษณะนิสัย สิ่งเหล่านี้รวมเป็นวิถีชีวิตของคนในแต่ละสังคม โดยมีตัวบ่งชี้วิถีชีวิต ได้แก่ ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ วรรณกรรม ศาสนา และปรัชญา ของสมาชิกในสังคม

ครัวเรือนประมงพื้นบ้าน ประกอบไปด้วยบุคคลต่างๆ เช่นภรรยา สามี ลูก และญาติๆ อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกันอยู่กับแบบช่วยกันทำมาหากิน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ภรรยาทำหน้าที่ขายสัตว์น้ำที่จับได้มา ลูกมีหน้าที่ช่วยทำงานบ้านเล็กๆ น้อยๆ ยายมีหน้าที่เลี้ยงหลาน และทุกคนในครัวเรือนมีส่วนร่วมในการอุปโภคและใช้จ่าย

การศึกษาความสัมพันธ์ของครัวเรือนและเครือข่าย ที่กลุ่มคนที่อยู่รวมภายในครัวเรือนเดียวกัน และมีปฏิสัมพันธ์กัน ในบทบาทต่างๆ เช่น สามัญภรรยา บุตร พี่น้อง เป็นต้น เมื่อสมาชิกอยู่ร่วมกันย่อมต้องมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด มีความผูกพันต่อกัน และมีหน้าที่รับผิดชอบซึ่งกันและกัน แต่ละคนมีพฤติกรรมไปตามบทบาทของตน(อัจฉรา พุ่มมณีกร 2537: 34)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ของในครัวเรือนและเครือข่าย ได้เกิดจากบทบาทและหน้าที่ที่บุคคลที่เป็นสมาชิกของครัวเรือน โดยความสัมพันธ์ที่ดีในครัวเรือนนั้น Weiss (ฉวีวรรณ แก้วพรหม, 2530: 45) ได้กล่าวว่า จะประกอบไปด้วย

1. ความใกล้ชิดสนิทสนม ทำให้บุคคลมีความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย
2. การมีส่วนร่วมในสังคม เป็นการแสดงถึงการมีส่วนร่วมระหว่างบุคคลในการเป็นครัวเรือนเดียวกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ข่าวสาร ความคิดเห็น
3. พฤติกรรมการดูแลรับผิดชอบ เช่น บิดามารดาเลี้ยงดูบุตร หรือผู้แข็งแรงกว่าดูแลคนอ่อนแอกว่า เป็นต้น
4. การยอมรับ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความสามารถกระทำต่าง ๆ ตามความเหมาะสม
5. การช่วยเหลือเป็นการช่วยเหลือแบ่งปันสิ่งต่างๆ

ความสัมพันธ์ในครัวเรือนมีหลายรูปแบบ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างสามัญภรรยา หรือบิดามารดากล่าวคือ สามัญภรรยาต้องเข้าใจซึ่งกันและกัน มีการช่วยเหลือเกื้อกูลตลอดจนรับผิดชอบ และแก้ไขปัญหาต่างๆ ในครัวเรือน ทำให้ครอบครัวมีความมั่นคง และดำรงอยู่ได้ นอกจากนี้อาจมีความสัมพันธ์ ระหว่าง บิดามารดากับบุตร หรือความสัมพันธ์ของสมาชิกคนอื่นในครัวเรือน บทบาทในการดูแลงานบ้านส่วนใหญ่เป็นหน้าที่ของภรรยา เป็นต้น

ดังนั้นในการศึกษารุ่นนี้ จึงสามารถศึกษาความสัมพันธ์ของครัวเรือนและเครือข่าย ได้จากบทบาทของสมาชิกในครัวเรือนและเครือข่ายของผู้ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้าน

ในชุมชนประมงหมู่บ้านเกาะมุกด์ มีการอยู่รวมกันหลายครัวเรือนซึ่งมีการพึ่งพาอาศัยกัน ในครัวเรือนจะมีภรรยาเป็นคนเลี้ยงดูบุตร หรือช่วยกันดูแลในครัวเรือนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในต่างครัวเรือน ในยามที่มีความเดือดร้อน หรือมีปัญหาจะมีการปรึกษากัน ในชุมชนจะรู้จักกันทั้งหมู่บ้าน ทั้งเด็กและผู้ใหญ่

2. อาชีพ คือ งานที่บุคคลกระทำ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2530) เพื่อเป็นรายได้หากมีมากกว่า 1 อาชีพ ให้นับอาชีพที่มีชั่วโมงการทำงานมากที่สุด ถ้าชั่วโมงทำงานแต่ละอาชีพเท่าๆ กัน ให้นับอาชีพที่มีรายได้มากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2533) หากยังตอบไม่ได้ให้นับอาชีพที่ทำนานที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2541) อาชีพยังเป็นประเภทหรือชนิดของงานที่บุคคลนั้นทำอยู่ ที่สร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน ซึ่งประชากรในชุมชนหมู่บ้านเกาะมุกด์ จะประกอบอาชีพประมงเป็นส่วนใหญ่ สัตว์น้ำที่ได้มานำมาทานในครัวเรือน ที่เหลือจากการเก็บไว้ทานแล้วนำไปจำหน่ายในชุมชน ในยามว่างจากการทำประมง ประชากรจะมีอาชีพเสริม เช่น รับจ้าง ค้าขาย เป็นต้น

3. ความเป็นอยู่โดยทั่วไปของครัวเรือนชาวประมงพื้นบ้าน ซึ่งศึกษาลักษณะบ้านเรือน ด้านอุปโภคบริโภค (อาหารการกิน น้ำดื่ม น้ำใช้) ด้านสาธารณูปโภค (บริการสาธารณะในชุมชน) ด้านสาธารณสุขหรือการดูแลสุขภาพ (สถานที่ดูแลรักษาพยาบาล เช่น โรงพยาบาล สถานีอนามัย) ด้านการใช้ภาษาในการสื่อสารกันภายในครัวเรือนและชุมชน ด้านศาสนา และความเชื่อ ครัวเรือนส่วนใหญ่ในชุมชนเกาะมุกด์ ใช้น้ำบ่อในการอุปโภคและบริโภค ใช้น้ำประปาบ้างในบางครัวเรือน การดูแลสุขภาพจะดูแลเรื่องการรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง หากไม่สบาย

เพียงเล็กน้อยจะซื้อยามาทานเอง หากมีอาการหนักจะ  
ไปรับการรักษาที่สถานอนามัยบ้านเกาะมุกด์ หรือนั่ง  
เรือมาพบแพทย์ที่โรงพยาบาล ในชุมชนใช้ภาษาถิ่นใน  
การสื่อสาร นับถือศาสนาอิสลามเป็นส่วนใหญ่ รู้จักกัน  
ทั้งหมู่บ้าน สามารถเดินเท้าถึงกันได้ ในบางครั้งเรือมี  
รถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ในการเดินทางสื่อสาร

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำวิจัย  
ครั้งต่อไป
2. เป็นข้อมูลในการศึกษาถึงปัญหาและ  
ข้อเสนอแนะเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการปรับปรุง  
พัฒนาฝึกการทำงานเป็นทีม
3. สามารถนำความรู้วิถีชีวิตไปเผยแพร่ให้กับเด็ก  
รุ่นหลังได้เรียนรู้
4. เป็นแนวทางในการเรียนรู้การทำวิจัยที่เจาะลึก  
ไปถึงตัวบุคคล และลงสำรวจสภาพพื้นที่จริง
5. เป็นการเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวประมงจริง

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมประมง .(2528). การสัมมนาวิชาการประจำปี  
2528
- [2] กรมยุทธการทหารเรือ, กองประวัติศาสตร์.  
(2514) . ประเพณี นิติกรรม พิธีและการถือลาง  
บางอย่างของชาวเรือ. กรุงเทพมหานคร.
- [3] กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมชลประทาน.  
(2529). 84 ปี ชลประทาน. กรุงเทพมหานคร: โรง  
พิมพ์เลียงเชียง
- [4] การประกอบอาชีพชาวประมงหมู่บ้านเกาะมุกด์  
[On – line] Available: Http: [www.pcc.psu.ac.th/  
graduate/rinor\\_thesis](http://www.pcc.psu.ac.th/graduate/rinor_thesis) [2547, กันยายน 25]
- [5] โครงการการจัดการทรัพยากรชายฝั่งและพื้นที่ลุ่ม  
น้ำภาคใต้ สมาพันธ์ชาวประมงพื้นบ้านภาคใต้ .  
(2541) . สถานการณ์และปัญหาและชุมชน  
ชาวประมงพื้นบ้านภาคใต้ ปี 2540.

- [6] จิตรา หลีกภัย. ส 071 ท้องถิ่นของเรา 1 ครั้ง.  
ม.ป.ป.หน้า70
- [7] ชลิตา บัณจุวงศ์. (2543) . “หัวโหลง”  
พัฒนาการลักษณะ และการปรับตัวของ  
ชาวประมงพื้นบ้านอันดามัน. โครงการความ  
ร่วมมือเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติอันดามัน  
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย.
- [8] ทศนีย์ ทานตวณิช. (2535). รายงานการวิจัยเรื่อง  
ความเชื่อและพิธีกรรมของชาวประมงชายฝั่ง.  
ชลบุรี
- [9] บุญมา นครินทร์. ( 2533). รายงานวิจัย  
ครอบครัวกับการพัฒนาชนบท . คณะสังคมวิทยา  
และ มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .
- [10] บุญ บุญเรือง. (2527). การพัฒนาประมงพื้นบ้าน  
สถานีประมงน้ำกร่อย. ภูเก็ต : กรมประมง
- [11] มัลลิกา คณานุรักษ์. (2530). รวมเรื่องน่ารู้  
ภาคใต้. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส. พรินต์  
ติ้ง
- [12] มาณีพรรณ ฉัตรอำไพวงศ์, สุธิดา รัตนวานิชย์  
พันธ์ และมาลี ทวีวุฒิมร. (2544). รายงาน  
การวิจัยเรื่องการศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้าน :  
กรณีศึกษาอาหารพื้นบ้านไทยภาคใต้. พิมพ์  
ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : บริษัท พี เพรส  
จำกัด.
- [13] ยศ สันตสมบัติ.(2542). ความหลากหลายทางชีว  
ภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาอย่าง  
ยั่งยืน กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน  
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- [14] วิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์. (2538- 2539 ).  
ยุทธศาสตร์การประมงทะเลไทย . เอกสารวิจัย  
ส่วนบุคคล วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- [15] วิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์.(2538-2539). ยุทธศาสตร์  
การประมงทะเลไทย.เอกสารวิจัยส่วนบุคคล  
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

- [16] วิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์.(2539). ยุทธศาสตร์การ  
ประมงของทะเลไทย.กรุงเทพมหานคร
- [17] วิมลพรรณ จ้อยจำรูญ.(2515). การประมงของ  
ชาวเลที่ลุ่มชนลิเหะ. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ศิลปศาสตรบัณฑิต(โบราณคดี). มหาลัย  
ศิลปากร
- [18] สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคใต้.เล่ม  
12.(2542). ภูมิปัญญาท้องถิ่น.  
กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสารานุกรม  
วัฒนธรรมไทยธนาคารไทยพาณิชย์.
- [19] สุรัชชัย เพียรเจริญ.(2528). วัฒนธรรมของ  
ชาวประมงที่ปรากฏในอาชีพประมง : ศึกษา  
กรณีตำบลเกาะหมากอำเภอปากพะยูน จังหวัด  
พัทลุง. วิทยานิพนธ์ไทยคดีศึกษา,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาคใต้ สุวัฒน์  
ทองหอม.สิงเมืองเก่า. 2541. หน้า 25
- [20] สำนักงานประมงจังหวัดตรัง.สรุปข้อมูลด้าน  
การประมงของจังหวัดตรัง พ.ศ. 2542.2542.  
หน้า 1-2
- [21] สำนักงานสถิติอำเภอควนเนียง.  
(2548).เอกสารรายงานผลสำรวจภาวะ  
เศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน. สงขลา:  
สำนักงานสถิติอำเภอควนเนียง.
- [22] อนัญญา เณรจิตต์. ( 2535) . “ผลกระทบ  
ของการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ป่าชายเลนต่อสภาพ  
สังคมและเศรษฐกิจของชาวประมงพื้นบ้าน.  
วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [23] เอกวิทย์ ณ ถกลาง.(2540).ภูมิปัญญาชาวบ้าน 4  
ภูมิภาค : วิถีชีวิตและกระบวนการเรียนรู้ของ  
ชาวบ้านไทย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [24] Keyes. E Charles. Thailand : Buddhist  
Kingdom as Modern Nation-State. Bangkok :  
Edition Duang Kamol.1989.

## ลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ปีการศึกษา 2553

### Self-Directed Learning Students Nurse of Boromarajonani Nursing

#### College, Trang in 2010

เบญญา คุณรักษ์พงศ์<sup>1</sup>, โสภิต สุวรรณเวลา<sup>2</sup>, น้ำทิพย์ จิตรชูชื่น<sup>3</sup>

<sup>1</sup>กลุ่มวิชาการศึกษาทั่วไปวิทยาศาสตร์พื้นฐานบริหารและพัฒนาวิชาชีพ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง

, benyatoy@hotmail.com

<sup>2</sup>กลุ่มวิชาการพยาบาลเด็กและวัยรุ่น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง, ssuwanwela@hotmail.com

<sup>3</sup>กลุ่มวิชาการพยาบาลเด็กและวัยรุ่น วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง, namfon\_l\_x@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กล่าวไว้ว่า หลักสูตรการจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด ดังนั้นกระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพ ที่สอดคล้องกับความถนัด ความสนใจ และความต้องการของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนแต่ละคนเรียนรู้และพัฒนาได้ตามศักยภาพ เพราะแต่ละคนมีความถนัด ความสามารถ ความสนใจ มีวิธีการในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ปีการศึกษา 2553 จึงเป็นการประเมินเบื้องต้น ทำให้ทราบลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษา สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้แก่ผู้เรียนตามความต้องการและความสามารถของผู้เรียน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ปีการศึกษา 2553 7 ด้าน คือด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการสื่อสาร ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม ด้านการสังเกตอย่างไตร่ตรอง ด้านแนวคตินามธรรมและลักษณะการเรียนรู้ด้านการทดลองปฏิบัติจริง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่1-4 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ปีการศึกษา 2553 รวมทั้งสิ้นจำนวน 378 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่าลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ แต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก พบว่าด้านการสื่อสารและด้านการทดลองปฏิบัติจริงมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านแนวคตินามธรรม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม และการเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 4.05 4.04 3.93 3.70 และ 3.66 ตามลำดับ

ผลการวิจัยครั้งนี้อาจารย์ผู้สอนสามารถนำไปแนวทางในการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยสอดคล้องกับลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนทั้ง 7 ด้าน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนมีความสุข และการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน

## ABSTRACT

**Background:** The National Education Act, passed in 1999 supports the idea that education programs need to be concerned that every student has the ability to learn about and develop themselves as individuals. In addition, students are considered to be the most important aspect for the study. Therefore, education should encourage students to develop their full potential as consistent with their talent, interests and needs. In consideration, of the individual differences between the students and their possible patterns of self-directed learning in terms of developing their potential. Therefore, this study the instruction of learning styles of nursing student of Boromarajonani Nursing College, Trang in 2010 as a kind of preliminary assessment in showing the patterns of learning styles of nursing students. However, the principles learned in this study can also be applied in managing and encouraging learning styles in general.

**Research design and study:** This is a survey research that aims to study the pattern of learning styles of student nurses at Boromarajonani Nursing College, Trang in 2010 based on the 7 specific traits of creativity, communication, interpersonal relationship styles, the concrete experiences, Observing reflective, abstract concept, and experimental practical learning style. The sample for this study was a purposive selection from student nurses in year one of study to the fourth year (1<sup>st</sup> – 4<sup>th</sup>). Finally, there are 378 participants who were eligible for the study. Participants were asked to complete the questionnaire according to their learning style. The data were collected and analyzed with standard deviation.

**Results:** The results showed that the pattern of learning style on the 7 specific traits is represented at a high level. In addition, in communication and practical experience, learning represented the highest score. Whereas interpersonal relationships, abstract concept, creativity, the concrete experimentation had a minimal representation over the standard deviation as respectively averaged: 4.06, 4.05, 4.04, 3.93, 3.70, and 3.66.

**Recommendation:** Finally, results of this research may be useful for teachers to establish which learning style is appropriate based on individual self-directed learning and in accordance with the seven traits. This is to ensure that students are happy with the learning style and that it is consistent with their needs.

## ที่มาและความสำคัญ

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 บังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2542 มีผลให้เกิดการปฏิรูปการศึกษา โดยเน้นในหมวด 4 ว่าด้วยแนวทางการศึกษาเป็นการปฏิรูปการเรียนรู้ที่ถือว่าเป็นหัวใจของการปฏิรูปการศึกษาทุกหมวดจะประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียนซึ่งในมาตรา 22 กล่าวไว้

ว่า “หลักสูตรการจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพ อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการที่ผู้เรียนสำคัญที่สุด คือ การกำหนด จุดมุ่งหมายของกิจกรรมแหล่งเรียนรู้ สื่อการเรียน

และการประเมินผลที่มุ่งพัฒนาคนและชีวิตให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้เต็มความสามารถ สอดคล้องกับความถนัด ความสนใจ และความ ต้องการของผู้เรียน โดยครูเป็นผู้วางแผนขั้นต้น ทั้งเนื้อหา และวิธีการเรียน จัดบรรยากาศให้เอื้อต่อการเรียนรู้ และช่วยชี้แนะแนวทางการแสวงหาความรู้ที่ถูกต้องให้แก่ผู้เรียนเป็นรายบุคคล ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเรียนรู้โดยผู้เรียนเป็นสำคัญ (Self-directed learning) เป็นการริเริ่มและรับผิดชอบในกระบวนการเรียนรู้ด้วยตัวผู้เรียนเอง โดยกิจกรรมการเรียนการสอนที่ให้โอกาสผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนมากที่สุด จะก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการคิด สร้างความรู้ โดยมีการปฏิสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมกับผู้สอน และผู้เรียนด้วยกัน เพื่อพัฒนา กาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ในบริบทที่มีอยู่และเกิดขึ้นตามสภาพความเป็นจริง และพัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้ที่จะคิด วิเคราะห์ วิพากษ์ วิจารณ์ วางแผนและตัดสินใจแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่จะช่วยทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น จะเห็นได้ว่า แนวคิดการจัดการศึกษาดังกล่าว กระบวนการจัดการเรียนรู้ต้องเน้นเนื้อหา สาระ และกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจ และความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนแต่ละคนเรียนรู้และพัฒนาได้ตามศักยภาพ เพราะแต่ละคนมีความถนัด ความสามารถ ความสนใจ มีวิธีการในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน

วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ได้มีความมุ่งมั่นในการที่จะผลิตบัณฑิตพยาบาลอย่างมีมาตรฐานสากล ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน วิจัยและสร้างองค์ความรู้ที่ทันสมัย มีคุณภาพได้มาตรฐาน ให้บริการ

วิชาการแก่สังคมที่ได้มาตรฐานหลากหลายด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และผสมผสานศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการผลิตบัณฑิต การวิจัยและบริการวิชาการอย่างสร้างสรรค์ภายใต้องค์การที่มีการพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง เชื่อว่าผู้เรียนมีศักยภาพในการบูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติภายใต้การบริหารการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยจัดการเรียนรู้อย่างหลากหลายและส่งเสริมให้บัณฑิตมีความรู้ ความคิด ความสามารถ ความดีงาม ความรับผิดชอบต่อสังคมและสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นความสำเร็จที่จะทำให้ผู้เรียนแต่ละคนเกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง ด้านหนึ่งอยู่ที่การให้กระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายสอดคล้องกับลักษณะการเรียนรู้ (learning styles) ของผู้เรียน ซึ่งคีเฟ (Keefe, 1984 อ้างอิงใน กาญจนา พันธุ์โยธี, 2542, หน้า 12) ให้ความหมายว่ารูปแบบการเรียนรู้ประกอบด้วยองค์ประกอบที่เป็นความชอบในการเรียนรู้ทางด้านปัญญา ด้านอารมณ์และทางด้านร่างกาย เพื่อใช้เป็นตัวบ่งชี้ที่มีความคงที่ในการที่จะบอกให้ทราบว่าผู้เรียนมีการรับรู้มีปฏิสัมพันธ์ และมีการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ได้อย่างไร โดยในบริบทหรือสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ ผู้เรียนอาจใช้ลักษณะการเรียนรู้แบบใดแบบหนึ่งที่มีความเหมาะสมกับบริบทหรืออาจใช้ลักษณะการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ มาประยุกต์ใช้ร่วมกันก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับที่แคนฟิลด์ (Canfield, 1992, p. 1) ได้กล่าวว่ารูปแบบการเรียนรู้ หมายถึง ลักษณะประสบการณ์ทางการเรียนรู้ที่ผู้เรียนชอบมากที่สุด เป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ และความรู้สึกที่จูงใจให้ผู้เรียนตั้งใจและปฏิบัติ ได้อย่างดีที่สุดใน

รายวิชาที่ตนเรียนหรือในการฝึกอบรม ซึ่งแบบการ เรียนรู้ของเฟลเดอร์ (Felder, 1993, p.286) ได้กล่าวถึง แบบการเรียนรู้ว่า หมายถึง ลักษณะและวิธีการที่ผู้เรียนแต่ละคนใช้ในการเรียนรู้ การคิด หรือการแก้ปัญหา ซึ่งสังเกตได้จากวิธีการรับและการจัดกระทำข้อมูล

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด เบอร์นีส แมคคัลคาธิ (1990) ได้แบ่งการเรียนรู้ของผู้เรียนออกเป็น 4 แบบ โดยอาศัยพื้นฐานแนวคิดของเดวิด คอลบ์ (David Kolb, 1981 อ้างถึงใน วรินทร์ ลำพุทธา, 2545) ดังนี้ 1) ผู้เรียนแบบที่ 1 ถนัดใช้จินตนาการ มีลักษณะการเรียนรู้ โดยการดูแล้วนำมาผสมผสานกับความรู้สึกลงของตนเอง นำข้อมูลใหม่เข้ามาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมองอะไรเป็นภาพรวมสร้างความหมายเฉพาะตน 2) ผู้เรียนแบบที่ 2 ถนัดการวิเคราะห์ มีลักษณะการเรียนรู้แบบวิเคราะห์ การเรียนรู้ผสมผสาน การดูกับการคิด เพื่อนำไปสู่ข้อเท็จจริง ความคิดรวบยอด เพื่อหาความเข้าใจ 3) ผู้เรียนแบบที่ 3 ถนัดใช้สามัญสำนึก ลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนแบบนี้ ชอบการคิดโดยผ่านสามัญสำนึกทดลองทำด้วยตนเอง ลงมือปฏิบัติ สนใจกระบวนการ 4) ผู้เรียนแบบที่ 4 ถนัดการรับรู้จากประสบการณ์รูปธรรม ไปสู่การลงมือปฏิบัติ ลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนชอบการเรียนรู้ โดยการสัมผัสกับของจริง ลงมือทำในสิ่งที่ตนเองสนใจ และชอบค้นพบด้วยตนเอง จากลักษณะการเรียนรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับ คอลบ์ (kolb, 1985) ที่ได้กล่าวว่า รูปแบบการเรียนรู้ ประกอบด้วย 1) ประสบการณ์เชิงรูปธรรม 2) การสังเกตอย่างไต่ตรอง 3) ด้านแนวคิดนามธรรม 4) ด้านการทดลองปฏิบัติจริง โดยเชื่อว่าแต่ละคนไม่ได้เรียนโดยวิธีเดียวตลอดเวลา แต่มักจะมีวิธีที่ผสมผสาน

กันไป ขึ้นอยู่สถานการณ์ที่แตกต่างกันไป จะเห็นได้ว่า ลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนที่มีความหลากหลายบุคคลที่เป็นครูควรต้องทำการประเมินผู้เรียนเพื่อให้เข้าใจและรู้จักผู้เรียนอย่างแท้จริงก่อนจึงจะสามารถปฏิบัติบทบาทเป็นผู้สนับสนุนหรือพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการเป็นครูนั่นเอง

ดังนั้นในการทำวิจัยเรื่องนี้จึงมีประโยชน์ที่จะศึกษาลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 ปีการศึกษา 2553 เพื่อเป็นการประเมินเบื้องต้น ทำให้ทราบลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษา สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนรู้แก่ผู้เรียนตามปรัชญาของวิทยาลัยที่กล่าวว่า “วิทยาลัยพยาบาล บรมราชชนนี ตรัง เชื่อว่าผู้เรียนมีศักยภาพในการ

บูรณาการความรู้สู่การปฏิบัติภายใต้การบริหารการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยจัดการเรียนรู้อย่างหลากหลายและส่งเสริมให้บัณฑิตมีความรู้ ความคิด ความสามารถความดีงาม ความรับผิดชอบ ต่อสังคมและสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง”

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะการเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถที่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนของนักศึกษาในการคิดหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ หรือความสามารถในการคิดให้คำตอบต่อคำถามหนึ่งๆ

ลักษณะการเรียนรู้ด้านการสื่อสาร หมายถึง การเรียนรู้โดยกระบวนการถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่ง ไปยังบุคคลหนึ่งโดยผ่านสื่อต่างๆ ทั้งรายบุคคล หรือรายกลุ่มที่มีตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป



**1.1.1** ลักษณะการเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ลักษณะการเรียนรู้ที่เป็นเป็นการอยู่ร่วมกันของนักศึกษาเป็นหมู่เป็นคณะ หรือกลุ่มโดยมีการติดต่อสื่อสารกัน ระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่ม เพื่อให้ทราบความต้องการของแต่ละบุคคล หรือกลุ่ม รวมไปถึง วิธีการจูงใจ และประสานความต้องการ ของบุคคล และกลุ่มให้ผสมผสานกลมกลืนกันตามที่กลุ่มนักศึกษาต้องการ

**ลักษณะการเรียนรู้ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม** หมายถึง เป็นกระบวนการสร้างความรู้ ทักษะและเจตคติด้วยการนำเอาประสบการณ์เดิมของผู้เรียนมาบูรณาการเพื่อสร้างความรู้ใหม่ที่ชัดเจนขึ้น

**ลักษณะการเรียนรู้ด้านการสังเกตอย่างไต่ตรอง** หมายถึง การเรียนรู้โดยการพิจารณาปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อาศัยประสาทสัมผัสของผู้สังเกตโดยตรง และใช้กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลและตรรกะตรงอย่างรอบคอบ เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจที่จะเชื่อหรือกระทำสิ่งต่าง

**ลักษณะการเรียนรู้ด้านแนวคิดนามธรรม** หมายถึง ลักษณะการเรียนรู้เป็นสัญลักษณ์หรือการสรุปความเหมือนต่อสิ่งที่ไม่สามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือยากต่อการเข้าใจได้ทันที

**ลักษณะการเรียนรู้ด้านการทดลองปฏิบัติจริง** หมายถึง ลักษณะการเรียนรู้ที่เป็นการทดลองหรือการปฏิบัติจริงในชุมชน บนหอผู้ป่วยหรือสถานการณ์จริง

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ชั้นปีที่ 1 ชั้นปี 2 และชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4

2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ชั้นปีที่ 1 ชั้นปี 2 และชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4

**วิธีดำเนินการวิจัย**

การวิจัยเรื่องลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) เพื่อศึกษาลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 -ชั้นปีที่ 4 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 1-4 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรังจำนวน 378 คน ประกอบด้วย นักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 1 จำนวน 64 คน นักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 2 จำนวน 89 คน นักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 3 จำนวน 91 คน และ นักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 4 จำนวน 134 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง รวม 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับชั้นปีการศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Mohrman และคณะ วัดองค์ประกอบ จำนวน 3 ด้าน คือ ด้านความคิด

สร้างสรรค์ ด้านการสื่อสาร และด้านมนุษยสัมพันธ์ และตามแนวคิดของคอลลี วัตองค์ประกอบจำนวน 4 ด้าน คือ ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม ด้านการสังเกตอย่างไต่ตรอง ด้านแนวคิดนามธรรม และด้านการทดลองปฏิบัติ ซึ่งเมื่อนำศึกษาแล้ว ผู้วิจัยคิดว่าควรจะศึกษาองค์ประกอบใน 7 ด้าน คือ

1. ด้านความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 9 ข้อ
2. ด้านการสื่อสาร จำนวน 9 ข้อ
3. ด้านมนุษยสัมพันธ์ จำนวน 9 ข้อ
4. ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม จำนวน 9 ข้อ
5. ด้านการสังเกตอย่างไต่ตรอง จำนวน 9 ข้อ
6. ด้านแนวคิดนามธรรม จำนวน 9 ข้อ
7. ด้านการทดลองปฏิบัติจริง จำนวน 9 ข้อ

โดยข้อคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามมีคำตอบให้เลือกในลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ข้อคำถามทุกข้อมีลักษณะเป็นข้อความเชิงรับ และมีการให้คะแนนดังนี้

คะแนน	ความหมาย
5	หมายถึงเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
3	หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
2	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
1	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัย

**ตารางที่ 1** แสดงลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลศาสตรวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง จำแนกตามรายด้านชั้นปี

พยาบาลบรมราชชนนี ตรัง	ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้าน ดังนี้
1.00 - 1.49	หมายถึงเห็นด้วยในระดับน้อย ที่สุด
1.50 - 2.49	หมายถึงเห็นด้วยในระดับน้อย
2.50 - 3.49	หมายถึงเห็นด้วยในระดับปานกลาง
3.50 - 4.49	หมายถึงเห็นด้วยในระดับมาก
4.50 - 5.00	หมายถึงเห็นด้วยในระดับมากที่สุด

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ดังแสดงตามตารางที่ 1

ลักษณะการเรียนรู้	ลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษารายชั้นปี											
	ชั้นปีที่ 1		ระดับ	ชั้นปีที่ 2		ระดับ	ชั้นปีที่ 3		ระดับ	ชั้นปีที่ 4		ระดับ
	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	
ลักษณะการเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์	3.92	0.67	มาก	3.96	0.62	มาก	3.84	0.61	มาก	4.04	0.56	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านการสื่อสาร	4.06	0.61	มาก	4.12	0.57	มาก	3.95	0.57	มาก	4.14	0.58	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์	3.91	0.61	มาก	4.17	0.61	มาก	3.89	0.57	มาก	4.03	0.60	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม	3.22	0.78	ปานกลาง	3.70	0.72	มาก	3.73	0.68	มาก	3.82	0.68	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านการสังเกตอย่างไตร่ตรอง	3.25	0.71	ปานกลาง	3.76	0.75	มาก	3.58	0.70	มาก	3.75	0.63	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านแนวคิดนามธรรม	3.89	0.63	มาก	4.12	0.67	มาก	3.85	0.66	มาก	4.04	0.53	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านการทดลองปฏิบัติจริง	3.98	0.60	มาก	4.15	0.61	มาก	3.97	0.59	มาก	4.04	0.60	มาก
รวม	3.75	0.66	มาก	4.00	0.65	มาก	3.83	0.63	มาก	3.98	0.60	มาก

จากตารางที่ 1 ลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง เมื่อจำแนกตามรายชั้นปีพบว่า ลักษณะการเรียนรู้ทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 1 มีลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองด้านการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.06, S.D. = 0.67$ ) รองลงมาคือด้านการทดลองปฏิบัติจริง ( $\bar{X} = 3.98, S.D. = 0.60$ ) ด้านที่มีค่าน้อยที่สุดคือด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม ( $\bar{X} = 3.22, S.D. = 0.71$ ) นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 2 มีลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองด้านมนุษยสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.17, S.D. = 0.61$ ) รองลงมาคือด้านการทดลองปฏิบัติจริง ( $\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.61$ ) ด้านที่มีค่าน้อยที่สุดคือลักษณะการเรียนรู้ด้านการสังเกตอย่างไตร่ตรอง ( $\bar{X} = 3.76,$

$S.D. = 0.75$ ) นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 3 มีลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองด้านการทดลองปฏิบัติจริงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.63$ ) รองลงมาคือด้านมนุษยสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.89, S.D. = 0.57$ ) ด้านที่มีค่าน้อยที่สุดคือลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองด้านการสังเกตอย่างไตร่ตรอง ( $\bar{X} = 3.58, S.D. = 0.70$ ) สำหรับนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 พบว่าลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองด้านด้านการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.58$ ) รองลงมาคือด้านด้านแนวคิดนามธรรม ( $\bar{X} = 4.04, S.D. = 0.53$ ) และด้านความคิดสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 4.04, S.D. = 0.56$ ) ด้านที่มีค่าน้อยที่สุดคือลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองด้านการสังเกตอย่างไตร่ตรอง ( $\bar{X} = 3.75, S.D. = 0.63$ )

ตารางที่ 2 แสดงลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง

ลักษณะการเรียนรู้

ลักษณะการเรียนรู้

	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ลักษณะการเรียนรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์	3.93	0.59	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านการสื่อสาร	4.05	0.57	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.06	0.61	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรม	3.62	0.76	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านการสังเกตอย่างไตร่ตรอง	3.63	0.72	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านแนวคิดนามธรรม	3.97	0.62	มาก
ลักษณะการเรียนรู้ด้านการทดลองปฏิบัติจริง	4.05	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่านักศึกษาพยาบาล  
ศาสตร์วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรีง ทุกชั้นปี  
มีลักษณะการเรียนรู้ด้วยตนเองทุกด้านในระดับมาก  
โดยพบว่าลักษณะเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์มี  
ค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = 0.61) รองลงมา  
คือด้านการทดลองปฏิบัติจริงและด้านการเรียนรู้  
ด้านการสื่อสาร ( $\bar{X} = 4.05$ ) และพบว่านักศึกษา  
พยาบาลมีลักษณะการเรียนรู้ด้านการสังเกตอย่าง  
ไตร่ตรอง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 3.62$ , S.D. =  
0.76)

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผล  
การศึกษาได้ดังนี้

1. ลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาล  
วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรีง ชั้นปีที่ 1 ชั้นปี  
2 และชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 พบว่า ภาพรวมอยู่ใน  
ระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านก็พบผล  
สอดคล้องกันในทุกด้าน โดยพบว่านักศึกษา  
พยาบาลมีลักษณะการเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์มาก  
ที่สุด รองลงมาเป็นด้านทดลองปฏิบัติจริง  
อาจเป็นเพราะว่า นักศึกษาพยาบาลส่วนใหญ่อยู่

รวมกันในหอพักเดียวกัน ยกเว้นนักศึกษาผู้ชายซึ่งม  
จำนวนน้อยที่พักข้างนอก แต่ก็ยังพักอยู่รวมกัน ทำ  
ให้มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตลอดเวลา มีการอ่าน  
หนังสือร่วมกัน นอกจากนี้ นักศึกษาพยาบาลมีการ  
เรียน โดยการฝึกภาคปฏิบัติ การทดลองปฏิบัติจริง  
ก่อนออกไปฝึกงาน ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 อีก  
ทั้งในการทดลองปฏิบัติในสถานศึกษาได้มี  
อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมือน  
ของจริง สถานการณ์จริง จึงเป็นเหตุจูงใจให้  
นักศึกษามีการเรียนรู้ที่ดีเกิดขึ้น อีกทั้งยังส่งผลให้  
นักศึกษามีการจดจำที่ดีเมื่อได้ทดลองปฏิบัติจริง ซึ่ง  
สอดคล้องกับทฤษฎีของโคลบ์ที่กล่าวไว้ว่า “จะ  
เรียนรู้ได้ดีและเข้าใจได้อย่างแจ่มแจ้ง ก็ต่อเมื่อเขา  
ได้ลงมือกระทำ มือไม้แขนขาได้สัมผัสและเรียนรู้  
ควบคู่ไปกับสมองทั้งสองด้านสิ่งการเรียกว่าเป็น  
การเรียนรู้ทั้งเนื้อที่ทั้งตัวที่ต้องผ่านประสาทสัมผัส  
อื่นๆประกอบกัน”

2. ลักษณะการเรียนรู้ด้านประสบการณ์เชิง  
รูปธรรม พบว่า นักศึกษาพยาบาลมีลักษณะการ  
เรียนรู้ด้านนี้ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด  
ทั้งนี้เนื่องจากการเรียนรู้ด้านประสบการณ์เชิง  
รูปธรรมส่วนใหญ่จะเน้น ประสบการณ์  
(experience) ในการฝึกอบรมเนื้อหาที่ใช้ในการให้

ความรู้ หรือนำไปสู่การสอนทักษะต่างๆส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่คุณเรียนมีประสบการณ์มาก่อนแล้ว เช่น ฝึกอบรมเกี่ยวกับการประเมินโครงการให้นักวิชาการ จะเห็นได้ว่าผู้เรียน คือ นักวิชาการ จะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการประเมินในกิจกรรมอื่นๆมาก่อน ซึ่งนำมาใช้ในการอบรมครั้งนี้ได้ องค์ประกอบที่เป็นประสบการณ์นี้ ผู้สอนจะพยายามกระตุ้นให้ผู้เรียนซึ่งมีประสบการณ์ดังกล่าวแล้ว ได้ดึงประสบการณ์ของตัวเองออกมาใช้ในการเรียนรู้ และสามารถแบ่งปันประสบการณ์ของตนเองที่มีให้แก่เพื่อนๆที่อาจมีประสบการณ์ที่เหมือน หรือต่างไปจากตนเองได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้กระบวนการกลุ่มของผู้สอน การที่ผู้สอนพยายามให้ผู้เรียนได้ดึงประสบการณ์มาใช้ในการอบรมจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งผู้สอน และผู้เรียน ดังนี้ ผู้เรียน การที่ผู้เรียนได้ดึงประสบการณ์ของตัวเองออกมานำเสนอร่วมกับเพื่อนๆ จะทำให้ผู้เรียนรู้สึกว่าคุณได้มีส่วนร่วมในฐานะสมาชิกคนหนึ่ง มีความสำคัญที่มีคนฟังเรื่องราวของตนเอง และได้มีโอกาสรับรู้เรื่องของคนอื่น ซึ่งจะทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น ทำให้สัมพันธ์ภาพในกลุ่มผู้เรียนเป็นไปด้วยดี ผู้สอน ไม่ต้องเสียเวลาในการอธิบายหรือยกตัวอย่างให้ผู้เรียนฟัง เพียงแต่ใช้เวลาเล็กน้อยกระตุ้นให้ผู้เรียนได้เล่าประสบการณ์ของตนเอง ผู้สอนอาจใช้ใบชี้แจงกำหนดกิจกรรมของผู้เรียนในการนำเสนอประสบการณ์ ในกรณีที่ผู้เรียนไม่มีประสบการณ์ในเรื่องที่จะสอนหรือน้อย ผู้สอนอาจจะยกกรณีตัวอย่าง หรือสถานการณ์ก็ได้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะเกิดขึ้นน้อยในกลุ่มนักศึกษาพยาบาล จึงทำให้ลักษณะการเรียนรู้ด้านประสบการณ์เชิงรูปธรรมในนักศึกษาพยาบาลอยู่ในระดับน้อย

### ข้อเสนอแนะ

1. นักศึกษาพยาบาลส่วนใหญ่มีลักษณะการเรียนรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์และด้านทดลองปฏิบัติจริง ดังนั้นการจัดการเรียนการสอน ผู้สอนควรจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาโดยการจัดการเรียนการสอนที่เป็นกลุ่ม มีการพูดคุยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีการทดลองก่อนการปฏิบัติจริง และนักศึกษาทดลองปฏิบัติจริงตามความต้องการและความถนัดของนักศึกษา

2. ควรจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับลักษณะการเรียนรู้ของนักศึกษาแต่ละคน แต่ละชั้นปี ทั้งนี้เพื่อเป็นการสอนที่คำนึงถึงผู้เรียนเป็นสำคัญ ทำให้ผู้เรียนมีความสุขและอยากเรียนมากขึ้น ส่งผลให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมาย และปรัชญาของวิทยาลัย

### กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณผู้อำนวยการวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ที่ให้คำแนะนำรวมทั้งผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ตรัง ทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยดังกล่าวนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กรองกาญจน์ อรุณรัตน์ และโสภณ อรุณรัตน์. (2547). รูปแบบการเรียนรู้ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่:

- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [2] กาญจนา พันธุ์โยธี. (2542). **แบบการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีตามรูปแบบของเฟลเดอร์และโซโลแมน.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- [3] ชัยฤทธิ์ โพธิสุวรรณ. (2541). **ความพร้อมในการเรียนรู้โดยการนำตนเองของผู้เรียนผู้ใหญ่ของ กิจกรรมการศึกษาผู้ใหญ่บางประเภท.** ศึกษาศาสตร์ปริทัศน์.13 :65-81. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- [4] เพ็ญพิไล ฤทธาคนานนท์. (2550). **พัฒนาการมนุษย์.กรุงเทพฯมหานคร:ธรรมดาเพรส.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [5] วรินทร์ ลำพุกธา. (2545). **ผลการเรียนรู้ในวิชาเคมีโดยใช้กิจกรรมการเรียนการสอนรูปแบบ 4 MAT.** ขอนแก่น:มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [6] สมคิด อิศระวัฒน์. (2542). **ลักษณะการอบรมและเลี้ยงดูเด็กของคนไทย ซึ่งมีผลต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [7] ส่องหล้า เทพเขาว์นะ. (2542). **ลักษณะการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองของนักศึกษาทางไกลในจังหวัดนครปฐม.** นครปฐม:มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [8] Canfield, A.A. (1992). **Learning style inventory. 2<sup>nd</sup> ed.** California: Western Psychological Service.
- [9] Cronbach, Lee J. 1971. **Essential of Psychological testing.** Newyork. Harper&Row.
- [10] David A. Kolb, Irwin M. Rubib and Jame M. McIntyre. (1984). **Organizational Psychology : A Book of Readings.** 4<sup>th</sup> ed. New Jersey : Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs.
- [11] New Jersey : Prentice-Hall, Inc, Englewood Cliffs.

## ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูลของสินค้า กลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ กับการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

The Relationship between Sources of Product Information, Reference Group and Information

Seeking through Social Network and Purchase of Skincare Product

พิชามณชู อุดลวิทย์<sup>1</sup> ธิติมา กิจจาบัณทิศ<sup>2</sup>

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, pichamon.a@bu.ac.th

<sup>2</sup>นักวิจัยอิสระ

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์บำรุงผิว กลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการค้นหาข้อมูลสินค้าของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ของแหล่งข้อมูลกับพฤติกรรมการซื้อ ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมการซื้อและความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อินเทอร์เน็ต (Social Media) กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากแอดเดสเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคได้รับข้อมูลสินค้าจากการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในด้านกลุ่มอ้างอิงผู้บริโภคได้รับข้อมูลสินค้าจากผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อน และสังคมในอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ กลุ่มอ้างอิงและสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

**คำสำคัญ:** แหล่งข้อมูลสินค้า, กลุ่มอ้างอิง, สื่อสังคมออนไลน์, เครือข่ายสังคมออนไลน์

### ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate the sources of skincare product information, reference group and information seeking through social network. This research also investigated the relationship between the sources of information and purchasing behavior, the relationship between reference group and purchasing behavior, and the relationship between information seeking through social media and purchasing behavior of skincare product customers. The result indicated that internet, skincare customers, friends and social network were the primary source of product information. In addition, reference group and social media had positive relationship with purchasing of skincare products.

**KEYWORDS:** Sources of product information, Reference group, Social media, Social network

### บทนำ

ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น นิตยสาร เว็บไซต์และพนักงานขาย โดยงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล พบว่า แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ข้อมูลภายใน และข้อมูลภายนอก (Staden & Aardt, 2011; Park & Stoel, 2005; Schiffman & Kanuk, 2007) แหล่งข้อมูลภายในมาจากประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคอาจเคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้านั้น จึงเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไว้ในความทรงจำ และนำออกมาใช้เมื่อผู้บริโภคต้องการ (Solomon & Rabolt, 2004) แต่ถ้าข้อมูลภายในไม่สามารถตอบสนองต่อปัญหาของผู้บริโภคได้ ผู้บริโภคก็จะเปลี่ยนไปแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก (Schiffman & Kanuk, 2007) ซึ่งแหล่งข้อมูลภายนอกได้แก่ แหล่งข้อมูลจากการทำการตลาดของผู้ประกอบการและกลุ่มอ้างอิง แหล่งข้อมูลจากการทำการตลาดของผู้ประกอบการมาจากหลายช่องทาง เช่น โฆษณาในนิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ และพนักงานขายที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอาง ส่วนแหล่งข้อมูลจากกลุ่มอ้างอิงเป็นแหล่งข้อมูลที่ได้มาจากการติดต่อกัน อาจอยู่ในรูปของการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน คนในครอบครัว และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น ซึ่งความคิดเห็นของกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kinley, Conrad, & G, 2000) นอกจากนี้ ในปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคมีแหล่งข้อมูลใหม่ และมีช่องทางในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่หลากหลาย รวมถึงผู้ประกอบการก็มีช่องทางในการทำการตลาดติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้หลายช่องทางมากขึ้น แหล่งข้อมูลผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ วิทยุอิเล็กทรอนิกส์ (Email) และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นต้น

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือการใช้โปรแกรมประยุกต์อินเทอร์เน็ต ซึ่งสร้างขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยี Web 2.0 และ Mobile Web 2.0 ในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารไปสู่การปฏิสัมพันธ์ได้ตอบกันมากขึ้น (Kaplan & Haenlein, 2010) เช่น การใช้ Facebook Twitter Youtube Chat Blogs และ Webboard เป็นต้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีประสิทธิภาพสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการกระตุ้นยอดขายและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้สำหรับประเทศอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้าสามารถใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำการตลาด ถือเป็นเครื่องมือที่มีต้นทุนต่ำจึงมีการใช้อย่างแพร่หลาย รวมถึงการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) โดยเฉพาะธุรกิจเครื่องสำอางที่มีการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ (Barson, 2009)

สำหรับประเทศไทยสื่อสังคมออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น เฉพาะในเขตเมืองที่มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและเครือข่าย 3G ทางโทรศัพท์มือถือเข้าถึง เนื่องจากข้อมูลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในอดีตเมื่อผู้บริโภคสนใจที่จะซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผู้บริโภคสามารถแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นได้จากนิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ โฆษณา วิทยุ และจากพนักงานขายที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอางและร้านค้าในห้างสรรพสินค้า แต่ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและเครือข่าย 3G ทางโทรศัพท์มือถือ ทำให้ผู้บริโภคมีช่องทางในการค้นหาข้อมูลของสินค้านั้น โดยเฉพาะช่องทางการสื่อสารทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Email) และเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ (Social Network) ทั้ง Facebook Hi5 และ Twitter ซึ่งได้รับความนิยมมากในขณะนี้ ผู้ซื้อและใช้เครื่องสำอางในปัจจุบันจึงเป็นผู้บริโภคที่มีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี (Daswani, 2007) โดย



Pew Research Center (Washington-based think tank) คาดว่า ภายในปีค.ศ.2020 โทรศัพท์มือถือจะกลายเป็นอุปกรณ์หลักที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Kaplan & Haenlein, 2010)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันมีงานวิจัยที่ศึกษาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภค รวมถึงศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคในการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย (Staden & Aardt, 2011) เนื่องจากบทบาทของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มีผลให้พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปแต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาแหล่งข้อมูลของสินค้าและกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางมีอยู่น้อยมาก โดยงานวิจัยของ Worasinchai, Danesghar & Barnett (2011) พบว่า ในด้านแหล่งข้อมูลของลูกค้าเพื่อนและญาติ รวมถึงเครื่องมือทางสังคมอินเทอร์เน็ต (Internet Social Tools) เป็นแหล่งข้อมูลของทั้งผู้ชายและผู้หญิงในการซื้อเครื่องสำอาง โดยผู้ชายมีการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทางอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้หญิงสำหรับแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ผู้ชายจะใช้ไปรษณีย์และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Email) น้อยกว่าผู้หญิงในส่วนของการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ข้อมูลที่ได้จากผู้ผลิตเครื่องสำอางจะมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้ชายน้อยกว่าผู้หญิง ส่วนวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2553) ได้ทำการศึกษาถึงสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า และบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าต่อกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายหญิงที่อาศัยในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า สื่อโฆษณาในยุคปัจจุบันที่วัยรุ่นเลือกรับคือ สื่อรายการโทรทัศน์วัยรุ่น Hi5 Facebook Web Board และนิตยสาร ส่วนกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นในปัจจุบันนี้คือ เพื่อนและอินเทอร์เน็ต

ดังนั้น งานวิจัยนี้จะมุ่งศึกษาแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า โดยศึกษาแหล่งข้อมูลภายในและภายนอก ซึ่งรวมถึงกลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการค้นหาข้อมูลสินค้าของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้จะมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของแหล่งข้อมูล กลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลสินค้ากับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาช่องทางในการติดต่อและให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ตรงกับความต้องการลูกค้า

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผู้บริโภคได้รับ กลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการค้นหาข้อมูลสินค้าของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาช่องทางในการติดต่อและให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ตรงกับความต้องการลูกค้า รวมถึงเพื่อศึกษาผลกระทบของแหล่งข้อมูล กลุ่มอ้างอิงและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลสินค้าที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งข้อมูลสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสำคัญของแหล่งข้อมูลที่ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยกระตุ้นยอดขายได้อย่างดี

### ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยเป็นการทำวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาแหล่งข้อมูล กลุ่มอ้างอิงและช่องทางสื่อสังคม

ออนไลน์ที่ผู้บริโภคใช้ในการค้นหาข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรในการวิจัยนี้คือ ประชาชนที่ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนด โดยทำการแจกแบบสอบถามกับผู้ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า เช่น ทริล พระราม 3 จำนวน 150 ชุด ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ ท่าพระ 125 ชุด และห้างสรรพสินค้า โรบินสัน รัชดาภิเษก 125 ชุด รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะของคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลของสินค้า ด้านกลุ่มอ้างอิง และการแสวงหาข้อมูลสินค้าจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า ลักษณะของคำถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert Scale)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความสำคัญ 5 ระดับ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องใช้ได้ (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปปรึกษาขอรับคำแนะนำ เพื่อปรับปรุงแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) และภาษาที่ใช้ (Content Validity) ว่ามีความเหมาะสม และความชัดเจนของถ้อยภาษาตรงตามประเด็นการศึกษาและสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา นอกจากนี้ได้ทดสอบหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทำการศึกษาวิจัยก่อน (Pre-Test) กับผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไป จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ โดยใช้สูตรของครอนแบค (Cronbach) ผลการวิเคราะห์ระดับความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลของสินค้า ด้านกลุ่มอ้างอิง และการหาข้อมูลสินค้าจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีระดับความเชื่อมั่น 0.894 และระดับความเชื่อมั่นของพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว อยู่ในระดับ 0.767 ซึ่งระดับความเชื่อมั่นอยู่ในระดับความเชื่อมั่นที่เหมาะสมและยอมรับได้ แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลจริง

จากแบบสอบถามที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายแหล่งข้อมูลสินค้า กลุ่มอ้างอิง การแสวงหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อการ

ทดสอบสมมติฐานซึ่งใช้การหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

**ผลการวิจัย**

**ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการได้รับข้อมูลของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากแหล่งข้อมูลต่างๆ**

ด้านแหล่งข้อมูล	Mean	S.D.	ระดับ
โทรศัพท์	2.50	1.30	น้อย
ไปรษณีย์	3.24	1.26	ปานกลาง
ข้อความจากมือถือ	2.97	1.28	ปานกลาง
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	3.00	1.16	ปานกลาง
เว็บไซต์ของบริษัท	2.69	1.18	ปานกลาง
สื่อสังคมออนไลน์	3.32	1.11	ปานกลาง
การหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต	3.93	0.99	มาก
คุณเป็นคนหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตบ่อย	4.01	1.03	มาก
รวม	3.21	0.71	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้รับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยการค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยตนเองมากที่สุด จากการศึกษาการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 คะแนน โดยผู้บริโภคมีการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตบ่อยในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 คะแนน รองลงมาคือการได้รับข้อมูลทางสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32 คะแนน ตามด้วยแหล่งข้อมูลทางไปรษณีย์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ข้อความจากมือถือ และเว็บไซต์ของบริษัท ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 3.00 2.97 และ 2.69 คะแนน ตามลำดับ ส่วนการรับข้อมูลผลิตภัณฑ์บำรุงผิวทางโทรศัพท์อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.5 คะแนน

**ตารางที่ 2: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับข้อมูลจากกลุ่มอ้างอิง**

ด้านกลุ่มอ้างอิง	Mean	S.D	ระดับ
ประสบการณ์จากผู้ที่เคยใช้	4.05	0.86	มาก
เพื่อน	3.95	0.88	มาก
ครอบครัว	3.00	1.08	ปานกลาง
สังคมในอินเทอร์เน็ต	3.62	1.08	มาก
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	2.48	0.98	น้อย
สื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร โทรศัพท์	3.64	1.09	มาก
รวม	3.46	0.59	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ในด้านกลุ่มอ้างอิง กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลจากประสบการณ์จากผู้ที่เคยใช้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือ เพื่อน สื่อต่างๆ เช่น นิตยสารและโทรศัพท์ และสังคมในอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 3.64 3.62 คะแนน ตามลำดับ การได้รับข้อมูลจากครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 คะแนน

**ตารางที่ 3: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับของการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์**

ด้านสื่อสังคมออนไลน์	Mean	S.D	ระดับ
ช่องทางในการหาข้อมูลข่าวสาร			
คุณเคยหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์	3.55	1.08	มาก
ห้องสนทนาออนไลน์(Chat Room)	2.17	1.17	น้อย
เว็บบอร์ด (Web Board)	3.48	1.14	มาก
บล็อก (Blog)	3.07	1.34	ปานกลาง
สังคมออนไลน์ เช่น Hi5, Facebook	2.68	1.18	ปานกลาง
รวม	2.99	0.94	ปานกลาง
ช่องทางในการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์บำรุงผิว			
Hi5	2.05	1.23	น้อย
YouTube	2.51	1.39	น้อย
Facebook	2.53	1.26	น้อย
Twitter	1.66	0.82	น้อยที่สุด
MySpace	1.79	1.05	น้อยที่สุด
รวม	2.11	0.95	น้อย
ด้านสื่อสังคมออนไลน์	Mean	S.D	ระดับ
การใช้สารสนเทศทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.53	1.09	มาก
การใช้สารสนเทศทำให้ทราบถึงการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์	3.45	1.08	มาก
การใช้สารสนเทศทำให้ทราบถึงช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์	3.25	1.18	ปานกลาง
การใช้สารสนเทศทำให้ได้รับการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของบริษัท	2.86	1.11	ปานกลาง
รวม	3.27	0.94	ปานกลาง
รวม	2.79	0.69	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 ในด้านช่องทางในการหาข้อมูลข่าวสาร พบว่า โดยรวม กลุ่มตัวอย่างมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง

โดยกลุ่มตัวอย่างมีการหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการหาข้อมูลจากเว็บบอร์ดอยู่ในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เท่ากับ 3.55 และ 3.48 คะแนน ตามลำดับ ส่วนการหาข้อมูลจากบล็อกและการหาข้อมูลจากสังคมออนไลน์ เช่น Hi5, Facebook อยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และ 2.68 คะแนน ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีการหาข้อมูลจากห้องสนทนาออนไลน์ในระดับน้อยคือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 คะแนน

ในด้านช่องทางสังคมออนไลน์ในการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์บำรุงผิว โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างเคยหาข้อมูลผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผ่าน Facebook YouTube และ Hi5 อยู่ในระดับน้อย คือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 2.51 และ 2.05 คะแนน ตามลำดับ ส่วนการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผ่าน MySpace และ Twitter อยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.79 และ 1.66 คะแนน ตามลำดับ

ในด้านการรับทราบข้อมูลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าการใช้สารสนเทศทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ 3.45 คะแนน ตามลำดับ การใช้สารสนเทศทำให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์และทำให้ได้รับการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ของบริษัท อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ 2.86 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 4: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

ประเภทของผลิตภัณฑ์	Mean	S.D	ระดับ

กลุ่มผิวหมองคล้ำ ไม่ สดใส	3.62	1.18	มาก
กลุ่มผิวขาดน้ำ	2.81	1.28	ปานกลาง
กลุ่มรูขุมขนกว้าง	2.94	1.29	ปานกลาง
กลุ่มผิวริ้วรอย	2.57	1.36	น้อย
กลุ่มผิวขาดความ กระชับ	2.4	1.29	น้อย
กลุ่มผิวเป็นสิ่ว	3.56	1.31	มาก
รวม	3.06	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้บริโภคเพื่อใช้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 คะแนน โดยระดับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้บริโภคกลุ่มผิวหมองคล้ำ ไม่สดใสอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 คะแนน รองลงมาคือ กลุ่มผิวเป็นสิ่ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 คะแนน และกลุ่มสีผิวไม่สม่ำเสมอและรอยจุดต่างด้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 คะแนน

ตารางที่ 5: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านแหล่งข้อมูล กลุ่มอ้างอิง และการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้บริโภค

ปัจจัย	สถิติทดสอบ	
	R	p
- ด้านแหล่งข้อมูล	0.23**	0.00
- ด้านกลุ่มอ้างอิง	0.38**	0.00
- ด้านสื่อสังคมออนไลน์	0.34**	0.00
รวมปัจจัยด้านต่างๆ	0.38**	0.00

\*\*มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่าปัจจัยด้านแหล่งข้อมูล ด้านกลุ่มอ้างอิง และสื่อสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์ทางด้านบวก กับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยด้านกลุ่มอ้างอิงและด้านสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์

ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในระดับปานกลาง ส่วนด้านแหล่งข้อมูลความสัมพันธ์ทางด้านบวกกับพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากแหล่งข้อมูล จากกลุ่มอ้างอิง และมีการหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์มาก ก็จะมีการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมากด้วย

### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาและวิเคราะห์แหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์บำรุงผิว รวมถึงศึกษากลุ่มอ้างอิงและการค้นหาข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ในด้านแหล่งข้อมูลสินค้า ผู้บริโภคได้รับข้อมูลสินค้าจากการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณีย์ ข้อความจากมือถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Van Staden & Maree (2005) และ Schiffman & Kanuk (2007) เนื่องจากการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีข้อได้เปรียบคือประหยัดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลา เพราะลูกค้าไม่ต้องเดินทางไปยังร้านค้าหรือเคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้าเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ นอกจากนี้ งานวิจัยของ Kulkarni, Ratchford และ Kannam (2012) พบว่า อินเทอร์เน็ตมีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภคอย่างมาก โดยอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลหลักของผู้บริโภคในปัจจุบัน ในด้านกลุ่มอ้างอิง กลุ่มอ้างอิงที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมากที่สุดคือ ผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เพื่อน สื่อต่างๆ เช่น นิตยสารและโทรทัศน์ และสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Worasinchai, Danesghar และ Barnett (2011) ที่พบว่า เพื่อนและญาติ รวมถึงเครื่องมือทางสังคมอินเทอร์เน็ต (Internet Social Tools) เป็นแหล่งข้อมูลของทั้งผู้ชายและผู้หญิงในการซื้อเครื่องสำอาง

ในส่วนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูล กลุ่มอ้างอิง และการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพบว่า กลุ่มอ้างอิงและสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในระดับปานกลาง ส่วนด้านแหล่งข้อมูลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในระดับต่ำ แสดงว่า กลุ่มอ้างอิงและด้านสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ผู้ที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวส่วนมาก จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของสินค้า ดังนั้น ผู้บริโภคจึงสอบถามข้อมูลของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากกลุ่มอ้างอิง อาทิเช่น ผู้ที่เคยมีประสบการณ์การใช้มาก่อน เพื่อน ครอบครัว และสื่อสังคมออนไลน์ โดยข้อมูลที่ได้จากกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kinley และ Conrad (2000), Solomon และ Rabolt (2004) และงานวิจัยของ Kulkarni, Ratchford และ Kannam (2012) และวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล (2553) ที่พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นในปัจจุบันนี้ คือ เพื่อน กับ อินเทอร์เน็ต ดังนั้น งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Youtube Chat Blogs และ Webboard รวมถึงช่องทางอินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือในการทำตลาด โดยใช้เป็นช่องทางสำหรับโฆษณาสินค้า และเป็นแหล่งข้อมูลให้กับผู้ที่มีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

#### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ผศ.ดร.ลักขณา วรศิลชัยและอ.

มยุรี เสือคำราม จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล(2553). *Lifestyle ของวัยรุ่นหญิงตอนปลาย*. Retrieved กุมภาพันธ์ 20, 2555 from "http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/264\_Lifestyle%20Elder%20Teens.pdf"
- [2] Barson, D. C. (2009, October). Leveraging Social Media to Grow Your Beauty Brand. *GCI Magazine* , pp. 22-23.
- [3] Daswani, K. (2007, October). A Consumer's Market. *International Cosmetic News* , pp. 72-73.
- [4] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! the challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons* , 59-68.
- [5] Kinley, T. L., Conrad, C. A., & G, B. (2000). Personal vs. Nonpersonal Sources of Information Used in the Purchase of Men's Apparel. *Journal of Consumer Studies & Home Economics* , 67-73.
- [6] Kulkarni, G., Ratchford, B. T., & Kannan, P. K. (2012). The Impact of online and Offline Information Sources on Automobile Choice Behavior. *Journal of Interactive Marketing* .
- [7] Park, J., & Stoel, L. (2005). Effect of brand Familiarity, Experience and Information on Online Apparel Purchase. *International Journal of Retail & Distribution Management* , 148-160.

- [8] Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. UpperSaddle River: Pearson Prentice Hall.
- [9] Solomon, M. R., & Rabolt, N. J. (2004). *Consumer Behavior in Fashion*. New Jersey: Prentice Hall.
- [10] Staden, J. V., & Aardt, A. M. (2011). Information Seeking by Female Apparel Consumers in South Africa during the Fashion Decision-Making Process. *International Journal of Consumer Studies* , 35-49.
- [11] Van Staden, S., & Maree, D. J. (2005). The Virtual Shopping Basket Versus the Shopping Trolley: An Exploratory Investigation of Consumers' Experience. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences* , 20-30.
- [12] Worasinchai, L., Danesghar, F., & Barnett, K. (2011). Gender Spread Analysis of Customer Knowledge for Competitive Advantage: Case of Beauty and Cosmetic Products in Thailand. *Proceeding of the 7th European Conference on Management, Leadership and Governance* (pp. 452-457). Sophia-antipolis, France: SKEMA Business School.
- [13] Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*, 2nd Ed., New York: Harper and Row.

## คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Quality of life according to sufficiency economy and quality of work life  
of metropolitan Saimai district in Bangkok

มิตร ทองกาบ, อาจารย์ฝ่ายกิจกรรมและพัฒนานักศึกษา

สำนักกิจการนักศึกษา, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, star\_saimai@hotmail.com

### บทคัดย่อ

สังคมมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเกือบทุกแห่งในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับรากหญ้า ระดับบุคคล ระดับองค์กรไปจนถึงระดับประเทศ ภูมิภาค และโลกโดยรวมทั้งในด้านการค้า เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง มีการพัฒนาความรู้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิวัฒนาการทางด้านต่าง ๆ ทำให้การดำรงชีวิตของคน ในองค์กรของภาครัฐ ในกรุงเทพมหานครมีการดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมของความเป็นเมืองที่มีแต่ความเจริญและมีความเป็นอยู่ของประชากรอย่างหนาแน่น จากสภาวะการในปัจจุบัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง วัฒนธรรม หรือแม้แต่ตัวบุคคลเองก็ตาม ซึ่งหลาย ๆ คนอาจมีสภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ก็ยังมีอีกหลาย ๆ คนที่ต้องประสบกับสภาพชีวิตที่ย่ำแย่ลงกว่าเดิมจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอันเดียวกัน จากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นมูลเหตุและแรงจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษานี้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยวิธี t-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกัน โดยวิธี LSD จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครแตกต่างกันในปัจจัยด้านปัจจัยด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้านความรู้ ด้านคุณธรรม ค่าตอบแทน ด้านความมั่นคง ความก้าวหน้าในงาน ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในงาน ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง, คุณภาพชีวิตในการทำงาน, ประชาชน



**ABSTRACT**

Social changes have occurred in almost all levels. From the grassroots level people within the organization to national, regional and global integration in trade, economy, society and politics. The development of knowledge and technological advances and the evolution of the various makes of life. In the organization of government. In the living environment of the city, but the prosperity and well-being of the population are concentrated. Of current conditions. Cause changes in areas such as social, economic, political, cultural, or even their own identity, which many people may have a better life. There are many people who suffer from poor living conditions than ever by the changes that took place the same. Of such information. The foundation and motivation for students interested in studying the quality of life along the sufficiency and quality of work life of people living in the Silk Road. All rights reserved. The study sample consisted of people living in the Silk Road. Bangkok, a total of 420 samples that were used. The data were statistically analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation. The hypotheses were tested by t-test and ANOVA analysis. And test all possible pairs in the event of a difference by LSD, the study found that individual differences in the quality of life along the sufficiency and quality of work life of people living in the area. Silk. BANGKOK different factors limiting factors. The validity The immunity in the knowledge that the moral value of the security. Work in progress. Safety and work environment. Relations within the organization. And the different social responsiveness.

**KEYWORDS :** Quality of Life According to Sufficiency Economy, Quality of Working Life, People.

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยในปัจจุบันเข้าสู่ยุคกระแสทุนนิยม สังคมมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเกือบทุกแห่งในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับรากหญ้า ระดับบุคคล ระดับองค์กรไปจนถึงระดับประเทศ ภูมิภาค และโลกโดยรวมทั้งในด้านการค้า เศรษฐกิจ สังคมและการเมือง มีการพัฒนาความรู้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิวัฒนาการทางด้านต่าง ๆ ทำให้การดำรงชีวิตของคน ในองค์กรของภาครัฐ ในกรุงเทพมหานครมีการดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมของความเป็นเมืองที่มีแต่ความเจริญและมีความเป็นอยู่ของประชากรอย่างหนาแน่น ที่มาจากราก ๆ ที่มารวมอยู่ในกรุงเทพมหานครแห่งเดียว ทำให้ความเป็นอยู่ของแต่ละคนมีความเป็นอยู่ที่ไม่รู้จักพอ จึงเกิดมีการแข่งขันกันในทุก ๆ เรื่อง เช่น เรื่องของหน้าที่การงาน เรื่องของรายได้ เรื่องของความเท่าเทียมกันทางสังคม เรื่องของวัตถุนิยม เป็นต้น จากสภาวะการในปัจจุบัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง วัฒนธรรม หรือแม้แต่ตัวบุคคลเองก็ตาม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนขึ้นอยู่กับ สภาวะการปัจจุบัน ซึ่งหลาย ๆ คนอาจมีสภาพชีวิตที่ดีขึ้น อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงนั้น แต่ก็ยังมีอีกหลาย ๆ คนที่ต้องประสบกับสภาพชีวิตที่ย่ำแย่ลงกว่าเดิมจากความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอันเดียวกัน ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับปรับตัวของแต่ละบุคคลเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้การนำเอากระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติก็ถือว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน จากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นมูลเหตุและแรงจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นและเป็นแนวทางหรือเป็นการเสนอแนะแนวทางต่อผู้มีหน้าที่

เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ประกอบการพิจารณาวางแผน การให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และคุณภาพชีวิตในการทำงานอันจะก่อให้เกิดประโยชน์ ในการพัฒนาพนักงาน และองค์กร

### วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

##### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

##### 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 ระดับการศึกษา
- 1.1.4 สถานภาพ
- 1.1.5 รายได้ต่อเดือน
- 1.1.6 อาชีพ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable)

- 2.1 คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
  - 2.1.1 ด้านความพอประมาณ
  - 2.1.2 ด้านความมีเหตุผล
  - 2.1.3 ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่มี
  - 2.1.4 ด้านความรู้

## 2.1.5 ด้านคุณธรรม

## 2.2. คุณภาพชีวิตในการทำงาน

## 2.2.1 ด้านค่าตอบแทน

## 2.2.2 ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน

## 2.2.3 ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อม

ในงาน

## 2.2.4 ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร

## 2.2.5 ด้านการตอบสนองสังคม

## ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 420 ตัวอย่าง

## ขอบเขตด้านสถานที่

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการกำหนดพื้นที่ที่จะทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
3. เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางอันก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และทำให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อสร้างความพอเพียงในการดำเนินชีวิต ในด้านความพอประมาณ ความมีเหตุมีผลและการสร้างภูมิคุ้ม

กันที่ดีในตัวของของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการตามวิถีชีวิตที่เหมาะสมของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานในการศึกษาวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน

## วิธีการสุ่มการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลผู้ที่อาศัยในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ชุด โดยใช้หลักความสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือในการให้ได้มาซึ่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ต้องการ โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อระดับคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และคุณภาพชีวิตในการทำงาน

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด

## ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ลักษณะในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะ

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม ตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหาของ นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out)
5. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

### วิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2
2. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3
3. การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3
4. การหาค่า Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการอธิบายและแสดงค่าของข้อมูลที่เป็นจำนวนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)
  - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
  - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
2. สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตลอดจนการพิสูจน์สมมติฐานในการวิจัยในระดับนัยที่สำคัญที่ 0.05 เป็นเบื้องต้น สถิติที่ใช้ได้แก่
  - 2.1 ค่าแจกแจงที t-test
  - 2.2 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance)

2.4 การหาค่า Pearson's Product Moment Correlation Coefficient เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตกับการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 และเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 และอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย หย่า หรือแยกทาง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มี

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

การศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.7

### ตอนที่ 2 การศึกษาคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

การศึกษาค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับ ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัด กรุงเทพมหานคร ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ระดับ ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัด กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในภาพรวมกลุ่ม ตัวอย่างให้ระดับความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตตามแนว เศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตตามแนว เศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครในด้านคุณธรรม มีค่าเฉลี่ยระดับความ ความสัมพันธ์สูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69 รองลงมาได้แก่ข้อ 4 ด้านความรู้ ให้ระดับ ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับความความสัมพันธ์ต่ำสุด ได้แก่ ข้อ 1 ด้านความพอประมาณ ให้ระดับความ ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

การศึกษาค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและ ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัด กรุงเทพมหานคร ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ระดับ ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชน ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครของกลุ่ม ตัวอย่าง พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับ ความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่ อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง

อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับ ความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่ อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครในด้าน ค่าตอบแทน มีค่าเฉลี่ยระดับความความสัมพันธ์สูงสุดอยู่ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาได้แก่ข้อ 2 ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ให้ระดับความ ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับความความสัมพันธ์ต่ำสุด ได้แก่ ข้อ 5 ด้านการตอบสนองสังคม ให้ระดับความ ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94

### ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตตามแนว เศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ระดับความสัมพันธ์ของ คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่ อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครในปัจจุบันด้าน ความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมี ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้านความรู้ และด้านคุณธรรมไม่ แตกต่างกัน

อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชน ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครไม่ แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน ให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตาม แนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสาย ไหม กรุงเทพมหานครในปัจจุบันด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้าน ความรู้ และด้านคุณธรรมแตกต่าง

สถานภาพ อาชีพ ที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิต ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขต

สายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี และด้านความรู้ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านคุณธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

#### จากสมมติฐานที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน

เพศที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในงาน และด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคง ความก้าวหน้าในงาน ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในงาน ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

สถานภาพที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 แต่ปัจจัยด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในงานไม่แตกต่างกัน

#### อภิปรายผล

จากการศึกษา ถึงคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พอจะอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงวัยทำงาน อาจเพิ่งจบการศึกษาและเริ่มทำงานในองค์กรของทางภาครัฐ หรือเอกชน จึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น

##### 2. การศึกษาคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงกับคุณภาพชีวิตในการทำงาน

การศึกษาค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่

อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถสรุประดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสัมพันธ์คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ กรุงเทพมหานครในด้านค่าตอบแทน มีค่าเฉลี่ยระดับความความสัมพันธ์สูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาได้แก่ข้อ 2 ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ให้ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสัมพันธ์ต่ำสุด ได้แก่ ข้อ 5 ด้านการตอบสนองสังคม ให้ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94

3. การทดสอบสมมติฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้วิธีทางสถิติ t-test และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูลหลายกลุ่ม โดยใช้วิธีทางสถิติ ANOVA

จากสมมติฐานที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้านความรู้ และด้านคุณธรรม

ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขชัย วงษ์จันทร์ (2550) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน ของบุคลากรฝ่ายบริหาร ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้านความรู้ และด้านคุณธรรมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรา สุทธิมุลนาม (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงาน ของพนักงานฝ่ายผลิตของกิจการเกษตรกรรม

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันจะให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ด้านความรู้แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านคุณธรรมประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ กรุงเทพมหานครให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณ ภิเศก (2550) ได้ศึกษา คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท ไวส์ คอนซัลแทนท์ (ประเทศไทย) จำกัด

จากสมมติฐานที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีคุณภาพชีวิตในการทำงานแตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายใหม่ กรุงเทพมหานครในปัจจัยด้านความปลอดภัย และสภาพแวดล้อมในงาน และด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน

ให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑารีย์ ประกอบแก้ว (2550) ได้ศึกษา คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันจะทำให้คุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในงาน ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑารีย์ ประกอบแก้ว (2550) ได้ศึกษา คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกัน ให้ระดับความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านค่าตอบแทน ด้านความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร และด้านการตอบสนองสังคมแตกต่าง แต่ปัจจัยด้านความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติ เพชรรุ่ง (2548) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของนายทหารสัญญาบัตร สังกัดกรมปฏิบัติการพิเศษหน่วยบัญชาการอากาศโยธินกองบัญชาการยุทธทางอากาศ

4. การทดสอบสมมติฐาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงาน โดยใช้วิธีทางสถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product

Moment Correlation Coefficient) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เครเมอร์วี (Cramer's V)

จากสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะทำให้ความสัมพันธ์ของการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร แต่เพศที่แตกต่างกันจะทำให้ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัญญาณี บุญมา (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค อำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันจะทำให้ความสัมพันธ์ของการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูฑารีย์ ประกอบแก้ว (2550) ได้ศึกษา คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น พนักงานควรมีการพิจารณาในเรื่องของการซื้อสินค้าที่เกินความจำเป็น เรื่องของรายได้ที่ได้รับพอดีกับรายจ่าย เรื่องของการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่มีราคาเหมาะสม และเรื่องของการวางแผนเรื่องรายรับรายจ่ายของครอบครัว ควรมี



## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

การศึกษาหาความรู้เพื่อมาพัฒนาอาชีพและนำมาปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

และควรมีการส่งเสริมความสามัคคี

2. ข้อเสนอแนะคุณภาพชีวิตในการทำงานที่คาดหวังและทำให้ได้ตามความคาดหวังองค์กรหรือหน่วยงานควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อให้พนักงานมีความพึงพอใจในองค์กรมากขึ้นเพื่อให้คุณภาพชีวิตในการทำงานดีขึ้นในด้านของค่าตอบแทน การปรับขึ้นเงินเดือนสวัสดิการมีความมั่นคงและเจริญก้าวหน้าในงานที่ทำอยู่ มีความปลอดภัยในการทำงาน ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่าง พนักงานกับผู้บังคับบัญชา พนักงานกับผู้ใต้บังคับบัญชา พนักงานกับพนักงาน ควรมีการให้ความช่วยเหลือสังคม และเพื่อนร่วมงานมีการสร้างเสริมการประหยัดพลังงานในหน่วยงาน เพื่อที่ลูกจ้างของกรมการขนส่งทางบกจะได้มีคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี

## ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ครั้งต่อไป

1) การศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและคุณภาพชีวิตในการทำงานของหน่วยงานแต่ละหน่วยงานเพื่อจะได้ทราบถึงระดับในการปฏิบัติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและระดับความพึงพอใจในการทำงานของลูกจ้างกรมการขนส่งทางบก

2) ระดับความผูกพันต่อองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## บรรณานุกรม

- [1] กัณฑ์ฤทัย หอพิบูลสุข. (2548). คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพจำกัด(มหาชน). วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(รัฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [2] จริยา สุพรรณ. (2548). การยอมรับเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิตของเกษตรกรในชุมชนบ้านหลุมมะขาม ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอบางพลาย จังหวัด

จะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- [3] จิตศิริย์ ประกอบแก้ว. (2550). คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุน สังกัดสำนักงาน คณบดี คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [4] บุญทอม โพธิ์สิทธิ์. (2545). คุณภาพชีวิตของข้าราชการตำรวจจราจรชั้นประทวนในสังกัดกองกำกับการตำรวจนครบาล 4. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- [5] ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [6] รัญญาณี บุญมา. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมไฮเทค อาเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- [7] ศุภวรรณ ภิเศก. (2550). คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท ไวส์ คอนซัลแทนท์ (ประเทศไทย) จำกัด. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [8] สกล พรหมสิน. (2546). ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงกับคุณภาพชีวิตของประชาชน ต.หงษ์เจริญ อ.ท่ามะแซ จ.ชุมพร. วิทยานิพนธ์
- [9] ศศ.ม. (พัฒนสังคม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [10] สุชัย วงษ์จันทร์. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรฝ่ายฆราวาสใน มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต. เลข: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- [11] สุพรรณิ ไชยอำพร และสนิท สมัครการ. (2534). รายงานการวิจัยคุณภาพชีวิตของคนไทย : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชาวเมืองและชาวนบพ.

- โครงการวิจัยสมบูรณแบบเสนอต่อคณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย สถาบันจิตพัฒนาบริหารศาสตร์.
- [12] สุรชาติ เพชรรุ่ง. (2548). คุณภาพชีวิตการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของนายทหารสัญญาบัตรสังกัดกรมปฏิบัติการพิเศษหน่วยบัญชาการอากาศโยธิน
- [13] สุเมธ ตันติเวชกุล. (2542). เศรษฐกิจพอเพียงคือรากฐานของประเทศสยามรัฐ. (5-11 ธันวาคม).
- [14] \_\_\_\_\_. (2544). ใต้เบื้องพระยุคลบาท. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มติชน.
- [15] สิปปนนท์ เกตุทัต. (2528). ระบบการศึกษาช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างไร. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการครั้งที่ 3 วันที่ 9 กันยายน 2528 มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [16] Dunham, R. B. (1984). Organization behavior: People and processes in management. Homewood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- [17] Maslow, A. H. (1970). Motivation and personality. (2nd ed.). New York : Haroer & Row.
- [18] Walton, Richard E. (1975). Criteria for Quality of Working Lige The Quality of WorkingLife. New York : Free Press.
- [19] Yamane, Taro. 1973. Statistics : An Introductory Analysis 3 rd ed., Tokyo: Harper.International Edition.

การทำหน้าที่ต่างกันด้วยวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก  
สำหรับข้อสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2  
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี เขต 2

Differential Item Functioning Using Transformed Item and Logistic Regression

for Pratomsuksa 2 Achievement Test in Pattani Educational area 2

นุรีชัน ยาโกะ

สาขาวิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ E-mail: sun-nada@hotmail.co.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวัดคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษา สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ และภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี เขต 2 ด้วยวิธีวิเคราะห์การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ 2 วิธี คือ วิธีแปลงค่าความยาก (TID) และวิธีถดถอยโลจิสติก (LR) โดยศึกษาการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบที่มีต่อตัวแปรเพศ และภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน 2) เพื่อเปรียบเทียบจำนวนข้อสอบที่มีความลำเอียงต่อตัวแปรเพศ และภาษาที่ใช้เป็นภาษาแม่ ด้วยวิธีวิเคราะห์ 2 วิธี

3) เพื่อวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ ด้วย วิธีแปลงค่าความยาก (TID) และวิธีถดถอยโลจิสติก (LR) เมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศ และภาษาที่ใช้เป็นภาษาแม่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2550 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี เขต 2 ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบไม่กำหนดสัดส่วน จำนวน 1,138 คน วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน หาค่าดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบด้วยวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบและทดสอบ ไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. การวิเคราะห์การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบแต่ละวิชา จากการวิเคราะห์ด้วยวิธีแปลงค่าความยาก และวิธีถดถอยโลจิสติกได้ข้อสรุปดังนี้

1.1 การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบคณิตศาสตร์ จำนวน 30 ข้อ ตามตัวแปรเพศ ด้วยวิธีแปลงค่าความยาก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6.66 และวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10.00 เมื่อตามตัวแปรภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยวิธีแปลงค่าความยาก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6.66 และวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 7 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 23.33

1.2 การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบภาษาไทย จำนวน 29 ข้อ ตามตัวแปรเพศ ด้วยวิธีแปลงค่าความยาก ไม่พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน และวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 3.45 เมื่อตามตัวแปรภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยวิธีแปลงค่าความยาก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 5 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 17.24 และวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 14 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 48.27

2. จำนวนข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันตามตัวแปรเพศและภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันด้วย ด้วยวิธีแปลงค่าความยาก และวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่าวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมากกว่าวิธีแปลงค่าความยาก ทั้งสองวิชา

3. 3.1 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามกลุ่มเพศ พบว่า ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบระหว่างวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติกมีความสัมพันธ์กัน และเมื่อจำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบระหว่างวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติกไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.2 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาภาษาไทย จำแนกตามกลุ่มเพศและ จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันพบว่า ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบระหว่างวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติกไม่มีความสัมพันธ์กัน

**ABSTRACT**

The purposes of this research were 1) Detecting differential item functioning for Achievement Test of Pattani Educational Area 2 Using Transformed Item Difficulty and Logistic Regression with reference to sex and language in daily life 2) To compare the number of the differential item function using Using Transformed Item Difficulty and Logistic Regression in relation to sex and language in daily life 3) Analysis the correlation of the test differential results of the two methods in relation to sex and language in daily life 4) To study the characteristic of Mathematics and Thai tests that served different functioning. The sample included 1,138 students studying 2 in Pratomsuksa 2 at school from Pattani Education area 2. Transformed and Logistic Regression were used to analysis the differential item function according to students' sex and language in daily life. Pearson correlation and Chi-Square test were also employed.

The finding were as follows:

1. The number of differential item functioning of the 2 tests, Mathematics and Thai were found as follows:

1.1 The differential item functioning of 30 Mathematics test items according to sex by using Transformed Item Difficulty showed that there was 2 items (6.66 %) and 3 items (10.00 %) when Logistic Regression was used. According to language in daily life, the result revealed 2 items (6.66 %) when Transformed Item Difficulty was used and 7 items (23.33 %) when Logistic Regression was used.

1.2 The differential item functioning of 29 Thai test items according to sex by using Transformed Item Difficulty not found and 1 items (3.45%) when Logistic Regression was used. According to language in daily life, the result revealed 5 items (17.24 %) when Transformed Item Difficulty was used and 14 items (48.27 %) when Logistic Regression was used.

2. The number differential item functioning of Mathematics and Thai were found as follows: The number of differential item functioning of the 2 tests, Mathematics and Thai were found as follows: Logistic Regression found more than Transformed Item Difficulty

3. Mathematics tests Both Transformed and Logistic Regression procedure were significantly relate with the correlation coefficient sex and not significantly relate language in daily life.

Thai tests both Transformed and Logistic Regression procedure were not significant with the correlation coefficient sex and language in daily life.

## 1. บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 47 กำหนดให้มีระบบประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาในทุกระดับ และมาตรา 48 ให้นำหน่วยงานต้นสังกัด และสถานศึกษาจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษา และให้ถือว่าการประกันคุณภาพภายในเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สถานศึกษาจึงต้องจัดให้มีการประเมินผลการเรียนรู้ให้เป็นไปในมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในระดับชั้นเรียน ระดับสถานศึกษา ระดับเขตพื้นที่ การศึกษาและระดับชาติ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน และคุณภาพการจัดการศึกษาของสถานศึกษาในเขตพื้นที่ และเพื่อเป็นสารสนเทศรองรับการประเมินภายนอก ดังนั้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จึงจัดให้มีการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทุกโรงเรียนทุกเขตพื้นที่การศึกษา ทั่วประเทศ ให้ได้มาตรฐาน ในปีการศึกษา 2550 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี 2, 2550)

การวัดผลเพื่อประเมินความสามารถทางการเรียนของนักเรียนในแต่ละสาระการเรียนรู้นั้นมีหลายวิธี แต่วิธีที่นิยมใช้กันทั่วไปคือการนำแบบทดสอบไปวัด ดังนั้นในสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบจะต้องคำนึงถึงคุณภาพด้านความตรงเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพราะว่าความตรงเป็นคุณสมบัติของแบบสอบที่แสดงถึงความสามารถในการวัดได้ถูกต้องแม่นยำ ถ้าผลการวัดได้ค่าที่ใกล้เคียงกับค่าคุณลักษณะที่แท้จริงเพียงใดก็ถือว่าการวัดมีความตรงมากขึ้นเพียงนั้น ส่วนการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ

และแบบสอบก็เป็นอีกลักษณะหนึ่งของการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรง โดยเป็นการตรวจสอบในประเด็น ของความยุติธรรมของข้อสอบและแบบสอบ(Item and test unfairness)

และที่สำคัญในเรื่องของการนำแบบทดสอบฉบับเดียวกันไปใช้กับกลุ่มผู้สอบจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้านนั้น ถึงแม้ว่าข้อสอบข้อเดียวกันจะวัดความสามารถในเนื้อหาเพียงด้านหนึ่งด้านใด โดยเฉพาะ แต่ถ้าความสามารถที่วัดได้ในแต่ละกลุ่มเป็นความสามารถทางพฤติกรรมที่มีโครงสร้างมากกว่าหนึ่งแล้ว ผลการสอบที่ได้จะไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้อย่างแท้จริง เพราะความสามารถที่วัดได้นั้นเป็นคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงว่าข้อสอบนั้นมีความลำเอียงทำให้ผู้สอบต่างกลุ่มกันมีการได้เปรียบเสียเปรียบกัน

สำหรับการวัดคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานีเขต 2 นั้น มีการประเมินคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษาโดยใช้แบบทดสอบที่มาจากเขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งแบบทดสอบที่ใช้ในการประเมินคุณภาพนั้นเป็นแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนใน 3 กลุ่มสาระการเรียนรู้ คือ กลุ่มสาระคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และภาษาไทย และในการนำแบบทดสอบฉบับเดียวกันดังกล่าวนี้มาใช้ในการสอบกับนักเรียนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งไม่ว่าจะเป็น เพศ สภาพทางเศรษฐกิจ และสภาพทางภูมิศาสตร์หรือที่ตั้งของโรงเรียนที่แตกต่างกันนั้นย่อมมีการได้เปรียบเสียเปรียบซึ่งกันและกัน

ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการทำหน้าที่ต่างกัน

ของข้อสอบสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ และภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2551 ของกลุ่มโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปัตตานีเขต 2 โดยเลือกตัวแปรเพศคือกลุ่มนักเรียนเพศชายและเพศหญิง และตัวแปรภาษาแม่ ด้วยวิธีการตรวจสอบ 2 วิธี คือ วิธีแปลงค่าความยาก(TID) และวิธีถดถอยโลจิสติก(LR) อันจะเป็นแนวทางในการเลือกวิธีการมาใช้ในการตรวจสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบและเป็นแนวทางในการสร้างแบบทดสอบให้มีความยุติธรรมและถูกต้องต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวัดคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษา สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ และภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี เขต 2 ด้วยวิธีวิเคราะห์การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ 2 วิธี คือ วิธีแปลงค่าความยาก(TID) และวิธีถดถอยโลจิสติก (LR) โดยศึกษาการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบที่มีต่อตัวแปรเพศ และภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

2. เพื่อเปรียบเทียบจำนวนข้อสอบที่มีความลำเอียงต่อตัวแปรเพศ และภาษาที่ใช้เป็นภาษาแม่ ด้วยวิธีวิเคราะห์ 2 วิธี

3. เพื่อวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ ด้วย วิธีแปลงค่าความยาก(TID) และวิธีถดถอยโลจิสติก (LR)เมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศ และภาษาที่ใช้เป็นภาษาแม่

## 3. สมมติฐาน

1. จำนวนข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันระหว่างวิธีแปลงค่าความยาก(TID) และวิธีถดถอย โลจิสติก(LR) เมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน

2. ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบด้วยวิธีแปลงค่าความยาก (TID) และวิธีถดถอย โลจิสติก(LR) เมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์กันทางบวก

## 4. ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ประชากร

นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่

- 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานีเขต 2 ปีการศึกษา 2551 ที่เข้าสอบวัดคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษา สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ และภาษาไทย มีนักเรียนที่เข้าสอบ จำนวน 3,541 คน โดยเป็นนักเรียนชายจำนวน 1,859 คน และนักเรียนหญิงจำนวน 1,682 คน

### 2. ตัวแปรที่ศึกษา

#### 2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 2.1.1 วิธีการตรวจสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ 2 วิธี คือ

- 2.1.1.1 วิธีแปลงค่าความยาก (TID)

- 2.1.1.2 วิธีถดถอยโลจิสติก (LR)

#### 2.1.2 กลุ่มที่ศึกษาความลำเอียง ได้แก่

- 2.1.2.1 เพศ คือ เพศชาย และเพศหญิง

- 2.1.2.2 ภาษา คือ ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน และใช้ภาษามลายูถิ่น (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) ในชีวิตประจำวัน

- 2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ เมื่อวิเคราะห์ตามวิธี

แปลงค่าความยาก (TID) และวิธีถดถอยโลจิสติก (LR) และจำแนกตามกลุ่มเพศและภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

## 5. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ปีการศึกษา 2550 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี เขต 2 จำนวน 1,600 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

## 6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบทดสอบวัดคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษา (LAS) กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ประกอบด้วยข้อสอบแบบ 3 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ คะแนนเต็ม 30 คะแนน

2. แบบทดสอบวัดคุณภาพการศึกษาระดับเขตพื้นที่การศึกษา (LAS) วิชาภาษาไทย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ประกอบด้วยข้อสอบแบบ 3 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ คะแนนเต็ม 30 คะแนน

สร้างโดยสำนักเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี เขต 2 คณะกรรมการออกข้อสอบ ประกอบด้วย ครูผู้สอน ศึกษานิเทศก์ นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง

## 7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลผลการตอบข้อสอบของนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปัตตานี

เขต 2 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน วิชาภาษาไทยและวิชาคณิตศาสตร์ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2

## 8. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. กำหนดกลุ่มผู้เข้าสอบ โดย

2. จัดเตรียมแฟ้มข้อมูลสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ โดยแยกผลการตอบข้อสอบ เป็นเพศชาย เพศหญิง ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน และใช้ภาษามลายูถิ่น (ปัตตานี นราธิวาส ยะลา) ในชีวิตประจำวัน

3. หาค่าสถิติพื้นฐาน คือค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) เพื่อบรรยายการแจกแจงของคะแนนของแบบทดสอบ

4. วิเคราะห์การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบเป็นรายข้อ ด้วยวิธีการ 2 วิธี คือ

4.1) วิธีแปลงค่าความยาก (TID)

4.2) วิธีถดถอยโลจิสติก (LR)

5. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบจากการวิเคราะห์ด้วยวิธีการแปลงค่าความยาก และวิธีถดถอยโลจิสติก โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

1. ผลการตรวจสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทยเมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้วิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก ได้ผลดังนี้



1.1 ผลการตรวจสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์จำนวน 30 ข้อ

จำแนกตามกลุ่มเพศ วิเคราะห์โดยวิธีแปลงค่าความยาก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6.66 และวิธีถดถอยโลจิสติกพบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 3 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10.00

จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน วิเคราะห์โดยวิธีแปลงค่าความยาก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันจำนวน 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6.66 และวิธีถดถอยโลจิสติกพบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 7 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 23.33

1.2 ผลการตรวจสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาภาษาไทยจำนวน 29 ข้อ

จำแนกตามกลุ่มเพศ วิเคราะห์โดยวิธีแปลงค่าความยาก ไม่พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน และวิธีถดถอยโลจิสติกพบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 1 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 3.45

จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน วิเคราะห์โดยวิธีแปลงค่าความยาก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันจำนวน 5 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 17.24 มีค่าดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันระหว่าง และวิธีถดถอยโลจิสติกพบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน จำนวน 14 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 48.27

2. ผลการเปรียบเทียบจำนวนข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทยเมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้วิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก ได้ผลดังนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบจำนวนข้อสอบทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์จำนวน 30 ข้อ

จำแนกตามกลุ่มเพศ พบว่า ข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมีทั้งหมด 4 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตรวจสอบพบทั้ง 2 วิธี มีทั้งหมด 1 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตรวจสอบพบ 1 วิธีมีทั้งหมด 3 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 10 และข้อสอบที่ตรวจไม่พบการทำหน้าที่ต่างกันในวิธีใดเลยมีทั้งหมด 26 ข้อคิดเป็นร้อยละ 86.66 และวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Chi-square) โดยวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมากกว่าวิธีแปลงค่าความยาก จำนวน 3 ข้อ

จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า ข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมีทั้งหมด 7 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 23.33 ตรวจสอบพบทั้ง 2 วิธี มีทั้งหมด 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 6.66 ตรวจสอบพบ 1 วิธีมีทั้งหมด 5 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 16.66 และข้อสอบที่ตรวจไม่พบการทำหน้าที่ต่างกันในวิธีใดเลยมีทั้งหมด 23 ข้อคิดเป็นร้อยละ 76.66 และวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Chi-square) โดยวิธีถดถอยโลจิสติกพบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมากกว่าวิธีแปลงค่าความยาก จำนวน 5 ข้อ

2.2 ผลการเปรียบเทียบจำนวนข้อสอบทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาภาษาไทย จำนวน 29 ข้อ

จำแนกตามกลุ่มเพศ พบว่า ไม่พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน

จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า ข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน

มีทั้งหมด 14 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 48.27 ตรวจสอบพบทั้ง 2 วิธี มีทั้งหมด 5 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 17.24 ตรวจสอบพบ 1 วิธีมีทั้งหมด 9 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 31.03 และข้อสอบที่ตรวจไม่พบการทำหน้าที่ต่างกันในรูปแบบใดเลยมีทั้งหมด 15 ข้อคิดเป็นร้อยละ 26.75 และวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Chi-square) โดยวิธีถดถอยโลจิสติก พบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมากกว่าวิธีแปลงค่าความยาก จำนวน 9 ข้อ

3. ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทยเมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้วิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก ได้ผลดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามกลุ่มเพศพบว่า ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบระหว่างวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติกมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ .501 และเมื่อจำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบระหว่างวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติกไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.2 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาภาษาไทย จำแนกตามกลุ่มเพศและจำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันพบว่า ดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ

ระหว่างวิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติกไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ลักษณะของข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทย

4.1 วิชาคณิตศาสตร์ จำแนกตามกลุ่มเพศ มีลักษณะคือ พบว่า ลักษณะของข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน จำแนกตามกลุ่มเพศคือข้อสอบที่เป็นจำนวนนับไม่เกิน 1000 มีจำนวน 1 ข้อ จาก 9 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 11.11 ข้อสอบที่เป็นโจทย์ปัญหา มีจำนวน 1 ข้อ จาก 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 8.33 ข้อสอบที่เป็นการหรมีจำนวน 1 ข้อ จาก 1 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 100 และข้อสอบที่เป็นเรื่องเวลามีจำนวน 1 ข้อ จาก 2 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 50.00

จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คือข้อสอบที่เป็นโจทย์ปัญหา มีจำนวน 5 ข้อ จาก 12 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 41.66 และข้อสอบที่เป็นเรื่องเรขาคณิต มีจำนวน 1 ข้อ จาก 3 ข้อ คิดเป็นร้อยละ 33.33

4.2 วิชาภาษาไทย จำแนกตามกลุ่มเพศ มีลักษณะคือ ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์หับท ประพันธ์มากที่สุด ร้อยละ รองลงมา ข้อสอบที่เป็นการอ่านตีความ แปลความ ถอดความ และสรุปความจากข้อความ ร้อยละ ข้อสอบที่เป็นความรู้ความเข้าใจหลักภาษา ร้อยละ ข้อสอบที่เป็นการวิเคราะห์ทางภาษา ร้อยละ และข้อสอบที่เป็นการประเมินคุณค่าทางภาษาร้อยละ

จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน มีลักษณะคือ ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์หับท ประพันธ์มากที่สุด ร้อยละ รองลงมา ข้อสอบที่เป็นการอ่านตีความ แปลความ ถอดความ และสรุปความจากข้อความ ร้อยละ ข้อสอบที่เป็นความรู้ความเข้าใจหลัก

ภาษา ร้อยละ ข้อสอบที่เป็นการวิเคราะห์ทางภาษา ร้อยละ และข้อสอบที่เป็นการประเมินคุณค่าทางภาษาร้อยละ

## 9. อภิปรายผลการวิจัย

จากการตรวจสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทย เมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยใช้วิธีแปลงค่าความยากและวิธีถดถอยโลจิสติก พบว่า เพศเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ ในวิชาคณิตศาสตร์ข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันส่วนใหญ่จะลำเอียงเข้าข้างกลุ่มเพศชายมากกว่ากลุ่มเพศหญิง เนื่องมาจากวิชาทักษะการคิดคำนวณเพศชายจะมีความสนใจมากกว่าเพศหญิงดังที่ Thondike (Thondike, 1981 อ้างถึงใน สุมาลี แด้วทนงค์, 2547:33) กล่าวว่าเพศชายจะมีความสนใจเนื้อเรื่องเกี่ยวกับเครื่องยนต์ การผจญภัย กีฬา การต่อสู้ วิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ การทดลอง ดังนั้นการออกข้อสอบที่อยู่ในความสนใจของเพศชาย เพศชายจะมีโอกาสในการตอบข้อสอบเหล่านั้นมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับเพ็ญญา สุขสม (2539) ที่พบว่าข้อสอบวัดความสามารถทางภาษาที่ทำหน้าที่ต่างกันจะลำเอียงเข้าข้างเพศหญิง

ในกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่าข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันทั้งในวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทย ส่วนใหญ่จะเข้าข้างกลุ่มผู้สอบที่ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวันมากกว่ากลุ่มผู้สอบที่ใช้ภาษามลายูถิ่นในชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจเป็นเพราะข้อคำถามหรือข้อคำตอบเป็นข้อความที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งคุ้นเคยกว่า การออกข้อสอบทุกครั้งจะใช้

ภาษาไทยในการสื่อสารผู้สอบที่ใช้ภาษาไทยเป็นประจำ ซึ่งคุ้นชินกับคำประโยค ข้อความต่างๆ ย่อมมีทักษะการอ่านและตีความหมายของข้อคำถาม ข้อคำตอบได้ชัดเจนถูกต้องมากกว่าผู้สอบที่ใช้ภาษามลายูถิ่นหรือภาษาอื่นๆเป็นประจำสอดคล้องกับ Roger (1995) กล่าวว่า การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบเกิดจากความไม่คุ้นเคยของคำศัพท์ของแต่ละกลุ่มคน ซึ่งข้อสอบประกอบด้วยคำที่เป็นคำศัพท์ยาก ภาษาเฉพาะกลุ่ม หรือสรรพนามอ้างอิงเฉพาะและคำเหล่านี้มีคำที่คนในบางกลุ่มไม่มีความจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันหรือไม่คุ้นเคยกับคำเหล่านั้น และยังคงสอดคล้องกับ Taylor and Olando (1987) ที่กล่าวว่า การออกข้อสอบที่ตรงกับความสนใจของภาษาผู้ส่งผลต่อคะแนนสอบที่ได้ และการออกข้อสอบที่มีเนื้อหาซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความสนใจของผู้ที่พูดภาษาใดก็ย่อมทำให้ผู้พูดภาษานั้นทำข้อสอบได้มากกว่า

2. การเปรียบเทียบจำนวนข้อสอบของแบบทดสอบที่ทำหน้าที่ต่างกัน ในวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทย เมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า วิธีแปลงค่าความยากกับวิธีถดถอยโลจิสติก ตรวจสอบข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันแตกต่างกัน โดยที่วิธีถดถอยโลจิสติก จะให้ผลจำนวนข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันมากกว่าวิธีแปลงค่าความยาก ในทุกกลุ่ม นั้นแสดงว่าการตรวจสอบข้อสอบการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ วิธีถดถอยโลจิสติกเป็นวิธีที่มีความไวในการตรวจสอบข้อสอบ ที่ทำหน้าที่ต่างกันมากกว่าวิธีแปลงค่าความยาก

3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของดัชนีการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ จำแนกตามกลุ่มเพศ ระหว่างวิธีแปลงค่าความยากกับวิธี

ถดถอยโลจิสติก ในวิชาคณิตศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวก แต่ในกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันไม่มีความสัมพันธ์กัน

สำหรับวิชาภาษาไทยพบว่าเมื่อจำแนกตามกลุ่มเพศและจำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั้งสองวิธีไม่มีความสัมพันธ์กัน

4. ลักษณะของข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันวิชาคณิตศาสตร์และวิชาภาษาไทย

4.1 จำแนกตามกลุ่มเพศ ลักษณะของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์ที่ทำหน้าที่ต่างกัน คือข้อสอบที่มีทักษะการคิดคำนวณสูง โจทย์ปัญหา การพิสูจน์ การให้เหตุผล และความสมเหตุสมผลและข้อสอบที่มีทักษะการคิดคำนวณต่ำ ลักษณะของข้อสอบวิชาภาษาไทยที่ทำหน้าที่ต่างกัน คือ ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์หาค่า ประพันธ์ การอ่านตีความ แปลความ ถอดความ และสรุปความจากข้อความ ความรู้ความเข้าใจ หลักภาษา การคิดวิเคราะห์และการประเมินคุณค่าทางภาษา จากลักษณะของข้อสอบทั้งสองวิชา เมื่อผู้สอบมีความแตกต่างกันทางเพศแล้วมีแนวโน้มว่าจะได้รับโอกาสในการตอบข้อสอบได้ถูกต้องไม่เท่ากันหรือลักษณะของข้อสอบที่เอื้อไปทางกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จากการศึกษาพบว่าเพศชายมีทักษะทางคณิตศาสตร์มากกว่าเพศหญิง และเพศหญิงมีทักษะทางภาษามากกว่าเพศชาย โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับหลักภาษาเป็นเรื่องที่เพศหญิงสามารถทำได้ดีกว่าเพศชายถ้า ลักษณะของข้อสอบตรงความสามารถของผู้สอบเพศใดแล้วทำให้ผู้สอบเพศนั้นได้เปรียบในการตอบข้อสอบ

4.2 จำแนกตามกลุ่มภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ลักษณะของข้อสอบวิชาคณิตศาสตร์ที่ทำหน้าที่ต่างกัน คือข้อสอบที่มีทักษะการคิดคำนวณสูง โจทย์ปัญหา การพิสูจน์

การให้เหตุผล และความสมเหตุสมผลและข้อสอบที่มีทักษะการคิดคำนวณต่ำ ลักษณะของข้อสอบวิชาภาษาไทยที่ทำหน้าที่ต่างกัน คือ ข้อสอบที่เป็นความรู้ความเข้าใจที่มีมีการอ่านตีความ แปลความ ถอดความและสรุปความ ข้อสอบที่มีการวิเคราะห์หาค่า ประพันธ์ และข้อสอบที่มีการประเมินคุณค่าทางภาษา

จากลักษณะของข้อสอบทั้งสองวิชา จะเห็นว่าเข้าข้างไปทางกลุ่มที่ใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน เพราะผู้สอบกลุ่มนี้มีความสามารถทางภาษาไทยดีกว่า ทั้งในเรื่องความรู้ความเข้าใจ หลักภาษา การแปลความหมาย ถอดความหมาย ขยายความหมายของคำและประโยคต่างๆ ได้ถูกต้อง และมีความคุ้นเคยทางภาษาไทยมากกว่ากลุ่มผู้สอบที่ใช้ภาษามลายูถิ่นในชีวิตประจำวัน

#### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ในการสร้างแบบทดสอบนั้นควรกำหนดให้การวิเคราะห์การทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบเป็นขั้นตอนหนึ่งของการสร้างแบบทดสอบ เพื่อจะช่วยลดความลำเอียงที่อาจจะเกิดขึ้นจากกลุ่มผู้สอบที่แตกต่างกันและจะทำให้แบบทดสอบบรรลุคุณภาพดีขึ้น ได้ผลการทดสอบที่มีความยุติธรรมมากขึ้น

1.2 ในการตัดสินใจว่าข้อสอบข้อใดมีการทำหน้าที่ต่างกันหรือไม่ และจะตัดสินใจว่าควรจะใช้ข้อสอบที่การทำหน้าที่ต่างกันหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น จุดประสงค์ของการทดสอบ ซึ่งข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันนั้นไม่ได้ทำหน้าที่ต่างกันตลอดไปทุกครั้งที่ทดสอบ และข้อสอบที่ทำ

หน้าที่ต่างกันนั้นก็ไม่ได้หมายความว่า เป็นข้อสอบที่ไม่ดีหรือขาดคุณภาพในการวัดแต่เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาข้อสอบเหล่านี้เพื่อนำไปใช้ให้เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายในการทดสอบนั้นๆ

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาแหล่งหรือสาเหตุที่ทำให้เกิดการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบ โดยอาจให้ครูผู้สอนหรือผู้สร้างแบบทดสอบเป็นผู้วิเคราะห์ข้อสอบที่พบว่ามี ความลำเอียงตามวิธีการทางสถิติว่าการทำหน้าที่ต่างกันนั้นน่าจะมาจากสาเหตุใด อันจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขข้อสอบที่ทำหน้าที่ต่างกันให้สามารถใช้ได้อย่างยุติธรรมสำหรับนักเรียนต่างกลุ่ม ซึ่งจะทำให้ผลการคัดเลือกมีความยุติธรรมมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ ผลการวิเคราะห์ความลำเอียงของข้อสอบ ในเนื้อหาวิชาเดียวกันที่มีความยากง่ายแตกต่างกัน

2.3 ควรมีการศึกษากการทำหน้าที่ต่างกันของข้อสอบตามตัวแปรอื่น เช่น กลุ่มที่จบการศึกษานอกโรงเรียนและจบการศึกษาภาคบังคับ กลุ่มมีงานทำและไม่มีการทำงาน กลุ่มอายุน้อยกับอายุมาก เป็นต้น

2.4 ควรมีการศึกษา การทำหน้าที่ต่างกันของแบบทดสอบอื่นๆ เช่น สอบคัดเลือกเข้าทำงาน สอบวัดความถนัด สอบ N-T สอบ O-Net สอบ GAT-PAG เป็นต้น

## ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

Passenger's Satisfaction Toward Service Quality on Low Cost Airline for Domestic flight

พีระยุทธ คุ่มศักดิ์

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, pkumsak@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวม โดยมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านบุคคล อยู่ในระดับเหมือนกัน เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะราคาถูก หาข้อมูลและจองตั๋วจากอินเทอร์เน็ต และต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศ รายได้ต่อเดือนและอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน แต่ผู้โดยสารที่มีอายุ และสถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ผู้โดยสาร, สายการบินต้นทุนต่ำ,

### ABSTRACT

The purpose of this research is to study about the satisfaction and the factor relate demography with revolve around the passenger behavior and satisfaction on the quality of low cost domestic services, data collection based on 400 people mostly single female between the age of 21 – 30 years old and the average income are between 10,001 – 20,000 THB , however the finding found positive outcome on the relevant factors such as mixed marketing service, physical characteristic and communication based on the price, products place and individual. The main reason of selecting low cost domestic services base on the lower price and easily to find such information and booking service through the internet, the differences of age, gender, career and income have no satisfaction difference compared to older passenger.

**KEYWORDS:** Satisfaction, Passenger, Low-cost airlines

## 1. บทนำ

ในปัจจุบันการคมนาคมขนส่งภายในประเทศมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจหรือการท่องเที่ยว ทำให้การคมนาคมด้านต่างๆ มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับความเร็วและความสะดวกสบายของเครื่องบินในปัจจุบัน ระบบคมนาคมขนส่งในประเทศมีหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นทางบกทางน้ำ และทางอากาศเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกได้มีโอกาสเลือกเดินทางในช่องทางที่ตนสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งการคมนาคมทางอากาศนั้นในปัจจุบันนับว่าได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ธุรกิจเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่งทางอากาศภายในประเทศมีอัตราการแข่งขันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในอดีตสายการบินภายในประเทศมีเพียงแค่สายการบินไทยเท่านั้นซึ่งเป็นผู้ผูกขาดด้านการบินภายในประเทศไทย ไม่นานนักธุรกิจการบินในประเทศไทยได้เพิ่มจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกใช้บริการเพิ่มขึ้น ตลอดจนการแข่งขันภายในธุรกิจนี้ก็สูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันบางสายการบินจะนำเสนอภาพลักษณ์ของสายการบินว่าเป็นสายการบินต้นทุนต่ำหรือสายการบินราคาประหยัด (Low Cost Airline) อย่างชัดเจนโดยการเสนอราคาที่ต่ำกว่าสายการบินราคาปกติต่อผู้โดยสาร สายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินภายในประเทศกำลังได้รับความนิยมจากผู้เดินทางเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ เนื่องจากมีราคาตั๋วโดยสารที่ต่ำกว่าสายการบินทั่วไป ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจราคาน้ำมันโลกที่มีความผันผวนอยู่ตลอดเวลา ทำให้ค่าตั๋วโดยสารของรถโดยสารสาธารณะระหว่างจังหวัดปรับตัวสูงขึ้น ประชาชนจึงเริ่มหันมาให้ความสนใจกับการเดินทางทางอากาศแทน เนื่องจากช่วยประหยัดเวลาในการ

เดินทางได้เป็นอย่างดี ซึ่งเมื่อพิจารณาต้นทุนค่าใช้จ่ายแล้วก็ไม่ต่างกันมากนัก แนวคิดธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำนี้ถือกำเนิดมาจากสายการบินของตะวันตกที่ได้มีการวิเคราะห์ และพิจารณาอรรถประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการจากสายการบินที่สำคัญที่สุดคือต้องการที่จะได้รับบริการด้านการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยเป็นหลัก สายการบินต้นทุนต่ำบางรายมีผลประกอบการที่ดีขึ้น เนื่องจากผู้โดยสารหันมาใช้บริการเพิ่มขึ้น สายการบินต้นทุนต่ำจึงควรพัฒนาการให้บริการด้านต่างๆ พิจารณาทบทวนหาแนวทางทำให้เกิดความพึงพอใจในกลุ่มลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น ซึ่งในอนาคตข้างหน้าสายการบินต้นทุนต่ำอาจจะพัฒนาศักยภาพของตัวเอง ให้มีความสามารถทัดเทียมกับสายการบินต้นทุนปกติ ซึ่งในปัจจุบันตลาดสายการบินต้นทุนต่ำมีการแข่งขันกันอย่างมาก ในแต่ละสายการบินจึงมุ่งที่จะสร้างสรรค์และปรับปรุงบริการด้านต่างๆ สิ่งสำคัญยิ่งคือคุณภาพการให้บริการ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด และทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำโดยเป็นลูกค้าประจำ พร้อมทั้งแนะนำให้ผู้โดยสารที่ไม่เคยใช้บริการ มาใช้บริการเพิ่มขึ้นอีก

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

2.2 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

2.3 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

### 3. สมมติฐานของการวิจัย

3.1 ผู้โดยสารที่มีเพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน

3.2 ผู้โดยสารที่มีอายุที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน

3.3 ผู้โดยสารที่มีสถานภาพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน

3.4 ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน

3.5 ผู้โดยสารที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ แตกต่างกัน

### 4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ธีรจิต นวรัตน์ ณ อยุธยา [4] กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีลักษณะดังนี้

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง บริการที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้า

**ราคา (Price)** หมายถึง ราคาของบริการ รวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินที่บริษัทกำหนดขึ้น

**การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง หน้าที่ที่เกี่ยวกับการจำหน่ายและการสนับสนุน โดยการกระจายสินค้าเพื่อให้สินค้าและบริการมีพร้อมสำหรับจำหน่าย

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การสื่อสารทางการตลาดที่สร้างขึ้นสำหรับการบริการ

**บุคคล (People)** บุคคลในที่นี้ หมายถึง บุคคลทุก ๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึงพนักงานของกิจการ ลูกค้าที่มาใช้บริการ และลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการด้วย ลักษณะเฉพาะของบริการที่เรียกว่า “Inseparability” พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการ และคนให้บริการในปัจจุบันซึ่งสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้น พนักงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากพนักงานของกิจการดังกล่าว แล้วตัวลูกค้าเองรวมถึงลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการก็จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเรื่องการบริการของผู้ซื้อบริการด้วย



**หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)** หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจกรรมมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่างๆ ซึ่งหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น

**กระบวนการ (Process)** หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ ระเบียบ รวมทั้งวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจในเรื่องนโยบายเกี่ยวกับลูกค้า และบุคคลขององค์กร เป็นต้น

#### 4.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อินทรา จันทร์ฐ [7] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ

ชนัญญา เมฆศิลป์ [2] ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการกรณีศึกษาสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ศึกษาเฉพาะเส้นทางบินในประเทศ

ณัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์ [3] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดี และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร

นริศรา อิศรียานนท์ [5] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

### 5. ระเบียบวิธีวิจัย

#### 5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบภาคตัดขวาง (Cross – sectional survey research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ ซึ่งมีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling ) เลือกเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ เท่านั้น และการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรออกตามพื้นที่โดยไม่จำเป็นต้องทำบัญชีรายชื่อของประชากร จำนวน 400 คน ซึ่งสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ สูตร W.G.cochran [8] และ อภินันท์ จันตะณี [6] ช่วงเวลาเก็บข้อมูล คือ วันที่ 1 มกราคม 2555 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2555

#### 5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์มาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความพึงพอใจที่ตรงกับตนเอง

มากที่สุดโดยแบ่งคำถามออกเป็น 7 ด้าน ตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านสถานที่, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ประกอบด้วยข้อคำถาม 21 ข้อ ใช้การวัดตามแบบมาตราลิกิร์ต (Likert Scale) โดยใช้รูปแบบของมาตราวัดประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มี 5 ระดับ ตามเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนนที่ได้
พึงพอใจมากที่สุด	5
พึงพอใจมาก	4
พึงพอใจปานกลาง	3
พึงพอใจน้อย	2
พึงพอใจน้อยที่สุด	1

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ ประกอบด้วยข้อคำถาม 17 ข้อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended response question) แบบให้เลือกรับหลายข้อ (Multiple choices)

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือทำโดยเมื่อผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านและนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย จำนวน 40 คน ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่า แอลฟา เกิน 0.7 ทั้งสามส่วน

### 5.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลโดยทั่วไปของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลและทำการจัดอันดับของความพึงพอใจที่มีต่อบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.50-5.00	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50-4.59	พึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.50-3.49	พึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.50-2.49	พึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.49	พึงพอใจอยู่ในน้อยที่สุด

ใช้สถิติ t - test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะใช้วิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD) โดยนำผลที่ได้ไปใช้ทดสอบสมมติฐานเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อพิจารณาว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน [1]

## 6. ผลการวิจัย

6.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์  
ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.20 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 49.70 เป็นผู้มีสถานภาพโสด ร้อยละ 69.30

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 33.40 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 38.40

## 6.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

พบว่า โดยรวมทั้ง 7 ด้าน ในส่วนประสมทางการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับมาก โดยแต่ละด้านมีระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวม 3.78 จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.76 จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยรวม 3.75 จัดอยู่ในระดับมาก, ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 จัดอยู่ในระดับมาก และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยรวม 3.83 จัดอยู่ในระดับมาก

## 6.3 ผลจากการวิจัยข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

พบว่า สายการบินที่ผู้โดยสารให้ความนิยมมากที่สุดคือสายการบินนกแอร์ ร้อยละ 56.00 ผู้โดยสารส่วนใหญ่เดินทางช่วงเทศกาลมากที่สุด ร้อยละ 46.20 สนามบินที่มีผู้เดินทางไปใช้บริการบ่อยที่สุดได้แก่ สนามบินดอนเมือง ร้อยละ 50.30 ส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศเดินทางไปจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 39.50 เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้วยเหตุผลราคาถูก ร้อยละ 50.00 ไม่ซื้อบริการอื่นๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากตั๋วโดยสาร ร้อยละ 62.30 ส่วนมากมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ร้อยละ 55.80 โดยเดินทางกับครอบครัว/ญาติ ร้อยละ 38.00 ซึ่งตรงข้ามกับผลการตัดสินใจซื้อที่ส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 46.30 หาข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 67.40 การจองตั๋วโดยสารผู้ให้บริการ

จะจองผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 43.00 ช่องทางการจองตั๋ว ผู้โดยสารส่วนมากดำเนินการจองผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 43.50 จะชำระค่าบริการ ด้วยเงินสดมากที่สุด ร้อยละ 67.20 ในส่วนของการเดินทางมายังสนามบิน ผู้โดยสารเดินทางมาโดยรถแท็กซี่มากที่สุด ร้อยละ 57.80 ไม่เคยเปลี่ยนแปลงตั๋วโดยสาร ร้อยละ 69.00 ความคิดเห็นของผู้โดยสารกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในครั้งต่อไป ร้อยละ 91.50

## 6.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

6.4.1 ผู้โดยสารที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ(ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านกระบวนการ) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน

6.4.2 ผู้โดยสารที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

6.4.3 ผู้โดยสารที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ไม่แตกต่างกัน

6.4.4 ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ(ด้านราคา) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ซึ่งผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ด้านราคา) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศน้อยกว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท กับ 20,001-30,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท

6.4.5 ผู้โดยสารที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ(ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านลักษณะทางกายภาพ) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ซึ่งผู้โดยสารที่มีอาชีพ

นักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ด้านการติดต่อสื่อสาร) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศน้อยกว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ด้านการติดต่อสื่อสาร) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศน้อยกว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เช่นกัน และผู้โดยสารที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ (ด้านลักษณะทางกายภาพ) ของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศมากกว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

## 7. การอภิปรายผล

### 7.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อาชีพนักเรียน / นักศึกษา เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่ต้องการความสะดวกสบายมากกว่าเพศชาย อาชีพนักศึกษาส่วนมากจะมีสถานภาพโสด มีการเดินทางไปเที่ยวมากกว่าอาชีพอื่นๆ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงมาก จึงต้องการเดินทางกับสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฌัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์ [3] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะจิต ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท

### 7.2 ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

การสำรวจความพึงพอใจของผู้โดยสาร พบว่าความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยรวมทั้ง 7 ด้านในส่วนประสมทางการตลาดบริการคือ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านสถานที่, ด้านการติดต่อสื่อสาร, ด้านบุคคล, ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยรวมจัดอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอินทรีรา จันทร์รัฐ [7] ได้ทำการวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ พบว่า ระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เที่ยวบินภายในประเทศ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ในด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติตอบสนองที่รวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติเข้าถึงจิตใจลูกค้า และด้านทัศนคติลักษณะทางกายภาพ ฌัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์ [3] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะจิต ความพึงพอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติโดยรวมต่อการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการดำเนินการ และด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ อยู่ในระดับดี มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบินภายในประเทศ อยู่ในระดับพึงพอใจ และมีความจงรักภักดีต่อสายการบินนกแอร์ เที่ยวบินภายในประเทศ อยู่ในระดับที่ดี และนริศรา อิศรียานนท์ [5] ได้ทำการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการ

บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจ ด้านการให้บริการภาคพื้นดินและบริการทั่วไป ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จัดอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจด้านการให้บริการบนเครื่องบิน และด้านงานบริการ จัดอยู่ในระดับมาก

### 7.3 การทดสอบสมมติฐาน

7.3.1 จากผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านเพศ พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอินทรา จันทรรัฐ [7] ได้ทำการวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำที่เที่ยวบินภายในประเทศ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำ ที่เที่ยวบินภายในประเทศ ทางด้านทัศนคติความเชื่อถือได้ และทัศนคติลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน และ นริศรา อิศรียานนท์ [5] ได้ทำการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีเพศแตกต่างกัน จำแนกตามสายการบิน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน ของสายการบินนกแอร์ มีความพึงพอใจ แตกต่างกัน

7.3.2 จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้โดยสารที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอินทรา จันทรรัฐ [7] ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำที่เที่ยวบินภายในประเทศ พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพการบริการ

สายการบินต้นทุนต่ำที่เที่ยวบินภายในประเทศ ในทุกทัศนคติแตกต่างกัน และนริศรา อิศรียานนท์ [5] ได้ทำการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีรายได้แตกต่างกันจำแนกตาม สายการบินพบว่าผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์ ผู้ใช้บริการของสายการบินโอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์ และผู้ใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจ แตกต่างกัน

7.3.3 จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านอาชีพ พบว่า ผู้โดยสารที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศแตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอินทรา จันทรรัฐ [7] ได้ทำการวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำที่เที่ยวบินภายในประเทศ พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เที่ยวบินภายในประเทศ ทางด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว และทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้ำแตกต่างกัน และนริศรา อิศรียานนท์ [5] ได้ทำการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน จำแนกตามสายการบินพบว่า ผู้ใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

## 8. ข้อเสนอแนะ

**ด้านผลิตภัณฑ์** ควรรักษามาตรฐานการบริการ ให้มีมาตรฐานที่ดีมีความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ และสร้างคุณค่าในเรื่องคุณภาพการบริการ ให้ผู้โดยสารเกิดความภักดี เกิดพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ และส่งผลไปถึงการแนะนำให้คนอื่นๆ มาใช้บริการ

**ด้านราคา** ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของสายการบิน ต้นทุนต่ำ เพราะฉะนั้นควรรักษาระดับราคาให้คงที่ไม่เปลี่ยนแปลงราคาบ่อยๆ และชี้แจงรายละเอียดราคาให้ชัดเจน ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกว่าได้รับบริการจากสายการบินต้นทุนต่ำคุ้มค่ากว่าราคาตัวโดยสาร

**ด้านสถานที่** ควรเพิ่มสถานที่และวิธีการรวมทั้งช่องทางในการให้บริการจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร และมีช่องทางเลือกสำหรับการชำระค่าโดยสารให้หลากหลายยิ่งขึ้น และควรมีการสร้างแอปพลิเคชันสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉพาะให้บริการดาวน์โหลดฟรีบนมือถือ เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วกับผู้ใช้บริการที่สายการบินต้นทุนต่ำ

**ด้านการติดต่อสื่อสาร** ควรมีการแจ้งข่าวสารความคืบหน้าต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ นอกจากนั้นควรที่จะจัดทำคู่มือหรือใบปลิวประชาสัมพันธ์ซึ่งได้ใส่ประเด็นนโยบายการให้บริการรวมทั้งวิสัยทัศน์เพื่อให้ลูกค้าได้อ่านแล้วเกิดความเชื่อถือ เกิดความรู้สึกพึงพอใจและก็จะกลับมาใช้บริการของสายการบินอีกในอนาคต

**ด้านบุคคล** ควรจัดให้มีการอบรมพัฒนาบุคลากรทั้งด้านเทคนิคและการบริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มทักษะทั้งด้านคุณภาพและบริการของฝ่ายบริการลูกค้าให้เหนือคู่แข่ง และเพื่อให้ให้การบริการเกิดความผิดพลาด

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** ควรจัดวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ให้ได้มาตรฐาน ควรจัดให้มีสภาพแวดล้อมทั้งภายในห้องโดยสารและบริเวณที่นั่งรออย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สายการบินต้นทุนต่ำเป็นที่ไว้วางใจและเกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมถึงมี

ความเชื่อมั่นในมาตรฐานในการบริการแก่ลูกค้าของสายการบินเทียบเท่าสายการบินทั่วไป เพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

**ด้านกระบวนการ** ควรปรับปรุงด้านความแน่นอนของตารางการบินให้ตรงเวลา ควรส่งเสริมคุณภาพบริการพัฒนาสนับสนุนและการรักษามาตรฐานคุณภาพการบริการทั้งการตอบสนองในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ตลอดจนการเข้าถึงจิตใจลูกค้าเห็นอกเห็นใจลูกค้า สายการบินจะต้องคำนึงถึงคือการบริการที่มีคุณภาพและมีความรวดเร็ว มีการใช้อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องมือที่ได้มาตรฐานไม่ทำให้สิ่งของหรือกระเป๋าของผู้โดยสารเกิดความเสียหาย

## 6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และน้ำใจจากบุคคลหลายฝ่ายที่ได้ให้ความช่วยเหลือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่ให้เงินทุนสนับสนุน และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรึกษาผลงานวิจัยนี้ทุกท่าน ที่ช่วยแก้ไขข้อบกพร่อง รวมถึงคณาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ทุกท่านที่ช่วยให้ผลงานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความร่วมมือในการให้คำสัมภาษณ์และสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณความเมตตา กรุณาของบิดามารดา ผู้ที่คอยให้ความสนับสนุนและกำลังใจในการทำวิจัย และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ผู้ซึ่งประสิทธิ์

ประศาสน์วิชา เป็นความรู้เพื่อทดแทนคุณต่อผู้มี  
พระคุณตลอดจนสังคมและประเทศชาติ

เที่ยวบินภายในประเทศ. สารนิพนธ์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

[8] W.G. Cochran, 1953. **Sampling  
Techniques.** New York : Wiley.

## 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา, 2538. การวิเคราะห์สถิติเพื่อ  
ธุรกิจ สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่  
ที่1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- [2] ขนัษฐา เมฆศิลป์, 2549. การเปรียบเทียบทัศนคติ  
ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำที่มีต่อส่วน  
ประสมทางการตลาดด้านการบริการกรณีศึกษา  
สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย  
ศึกษาเฉพาะเส้นทางบินในประเทศ. สารนิพนธ์  
บธ.ม. (การตลาด) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [3] ณัฐวรรณ มุกดาพิทักษ์, 2549. ทศคติ ความพึง  
พอใจโดยรวม ความจงรักภักดีและพฤติกรรมของ  
ผู้ใช้บริการของสายการบินนกแอร์เที่ยวบิน  
ภายในประเทศ ในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [4] ชีรภิกติ นวรัตน์ ณ อยุธา, 2547. การตลาดสำหรับ  
การบริการ แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ :  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [5] นริศรา อีสริยานนท์, 2548. ความพึงพอใจของ  
ผู้ใช้บริการต่อการบริการของสายการบินต้นทุน  
ต่ำ. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- [6] อภินันท์ จันตะนี, 2549. การวิจัยทางธุรกิจ.  
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พิทักษ์อักษร
- [7] อินทรีา จันทรัฐ, 2552. ความคาดหวังและการ  
รับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต่ำ

## แนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย

### An Approach to Development of Learning Organization

#### for Accounting Profession in Thailand

สมชาย เลิศภิรมย์สุข<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะบัญชี, มหาวิทยาลัยธนบุรี, alert\_ac@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการเรียนรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในปัจจุบัน และบทบาทในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี และพัฒนาแนวทางในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชี ในประเทศไทย ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้อมูลกำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย และทำการตรวจสอบยืนยันแนวทางดังกล่าวด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทั่วประเทศ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9355 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันของการเรียนรู้และการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชี โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย “ALERT” ขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปตรวจสอบยืนยันด้วยการวิจัยเชิงปริมาณแล้ว แนวทางนี้ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ (Awareness) การเรียนรู้ (Learning) การประเมินผล การเรียนรู้ (Evaluation) การให้รางวัล (Reward) และเทคโนโลยี (Technology)

**คำสำคัญ:** การพัฒนาองค์กร การเรียนรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ วิชาชีพบัญชี



## ABSTRACT

The purpose of this research is to 1. Study about the conditions in learning of the professional accountants today and their roles for developing the learning organizations which related to the accounting professions and 2. Developing the ways to be the Learning Organization of Accounting Professions in Thailand. The researcher use Qualitative Research to analyse the documents, to interviews the person who gives the important details and group discussions with stakeholders on the Accounting Professions in Thailand. The researcher synthesized the data in order to define as the development approach of the Learning Organization of Accounting Professions in Thailand and to verify the approach with the quantitative research. The sampling group is 400 accountants throughout the country. A tool that is used to collect the data is a questionnaire was developed by the researcher, the reliability was 0.9355. The result from data analysis found the present problems and difficulties in learning and in the development of Learning Organization of Accounting Profession. The researcher synthesized to define as the development approach of Learning Organization of the Accounting Professions "ALERT" .The researcher checked and confirmed by using quantitative research, this approach consists of five elements, the importance of learning Awareness, Learning, Evaluation, Reward and Technology. The various elements must be encouraged to occur simultaneously as it relates and to enhance with each other. The parties and relevant organizations must work together in their part to push this approach in order to achieve to be the Learning Organization of the Accounting Professions in the end.

**KEYWORDS:** Organization development, Learning, Learning organization, Accounting profession

## 1. บทนำ

การพัฒนาทางวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง เป็นเรื่องที่ได้รับ ความสนใจในระดับนานาชาติ ดังจะ เห็นได้จากสมาพันธ์นักบัญชีนานาชาติ (International Federation of Accountants: IFAC) ได้กำหนด มาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศ สำหรับผู้ ประกอบวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 7) เรื่อง “การพัฒนา ทางวิชาชีพบัญชีต่อเนื่องเกี่ยวกับโปรแกรมเพื่อการ เรียนรู้ตลอดชีวิตและการพัฒนาสมรรถนะทาง วิชาชีพอย่างต่อเนื่อง” ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา โดยให้มีการพัฒนา ความรู้ทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องในกิจกรรมการเรียนรู้ ที่พัฒนาและดำรงไว้ซึ่งความรู้ความสามารถ เพื่อให้ผู้ ประกอบวิชาชีพบัญชี สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็ม ความสามารถภายใต้สภาพแวดล้อมทางวิชาชีพ ใน ส่วนนี้ IFAC ได้กำหนดให้ประเทศกลุ่มสมาชิกซึ่ง ประเทศไทยเป็นสมาชิกอยู่ด้วยนั้น ควรส่งเสริมเรื่อง ความสำคัญของการพัฒนาสมรรถนะอย่างต่อเนื่อง และความมุ่งมั่นต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับผู้ ประกอบวิชาชีพบัญชีทุกคน [1]

จากความสำคัญของการพัฒนาทาง วิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่องดังกล่าว หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องได้สนับสนุนให้ผู้ประกอบวิชาชีพเกิด การเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยมาตรการต่างๆ นอกจากนี้ ยังได้มีการออกเป็นกฎหมายบังคับเพื่อต้องการให้ผู้ ประกอบวิชาชีพบัญชีมีมาตรฐานเดียวกัน อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลที่มีการแจ้งการพัฒนาความรู้ต่อเนื่อง ต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า มีผู้ทำบัญชี ประมาณร้อยละ 60 เท่านั้น ที่สามารถทำได้ตามที่ กฎหมายกำหนด [2] สำหรับผู้สอบบัญชีรับอนุญาต มีการแจ้งข้อมูลการเข้ารับการอบรมความรู้ทางวิชาชีพ บัญชีตามกฎหมาย ประมาณ 3 ใน 4 ของจำนวน ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตทั้งหมดที่ขึ้นทะเบียน [3]

นอกจากนี้ ปัญหาอีกประการหนึ่งของ การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องของวิชาชีพบัญชี ได้แก่ คุณภาพของการเข้ารับการอบรม เนื่องจากผู้ ประกอบวิชาชีพบัญชีส่วนหนึ่งจะทำการพัฒนา ความรู้ต่อเนื่องเพียงเพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมาย กำหนด ดังความคิดเห็นของ ผ่องพรรณ เจริญวิริยะ พันธุ์ (2551) รองอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ที่ กล่าวไว้ว่า “... การอบรมไม่ควรคิดเฉพาะเชิงปริมาณ ควรคำนึงถึงด้านคุณภาพด้วย ไม่ใช่มองว่าจะเอา ชั่วโมงมากๆ ง่ายๆ เอาที่เรียนไม่ยาก คิดว่าเก็บชั่วโมง ได้เท่านั้นเท่านี้ ควรคำนึงถึงความรู้ที่ได้รับจากการ อบรมด้วย...” [2]

จากปัญหาต่างๆ ข้างต้น เกี่ยวกับการ พัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีของประเทศ ไทยในปัจจุบัน ที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่วนหนึ่งยัง ไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาความรู้ทาง วิชาชีพ หรือยังไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอด ชีวิต อันจะทำให้มาตรฐานการให้บริการทางวิชาชีพ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการประกอบวิชาชีพ บัญชีไม่เพียงพอต่อสภาพแวดล้อมที่มีการ เปลี่ยนแปลงอย่างมากในปัจจุบัน ดังนั้น การพัฒนาผู้ ประกอบวิชาชีพบัญชีให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ และการพัฒนาวิชาชีพบัญชีให้เป็นองค์กรแห่งการ เรียนรู้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการให้ เกิดขึ้นในสภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน

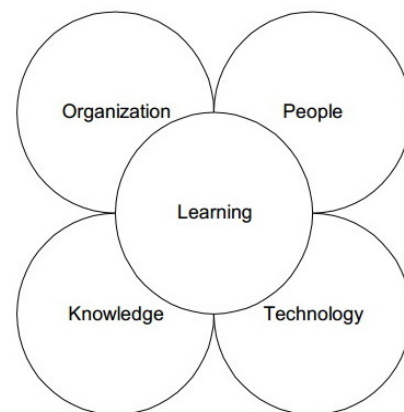
แนวคิดเรื่ององค์กรแห่งการเรียนรู้นี้ องค์กรทางธุรกิจได้ให้ความสนใจอย่างมากนับตั้งแต่ ทศวรรษที่ 1980 เนื่องจากการเรียนรู้จะช่วยยกระดับ ขององค์กรให้มีการเจริญเติบโตมาก หรือฟื้นฟู กิจการได้อย่างรวดเร็วในตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง มาก โดยกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้จะ ทำให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน เกิด ความสามารถในการแข่งขัน และพนักงานมีความ ผูกพันต่อองค์กร [4] ซึ่งแนวคิดเรื่ององค์กรแห่งการ

เรียนรู้ (Learning Organization) นี้ได้รับความสนใจจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกมากยิ่งขึ้นจากหนังสือ The Fifth Discipline ของ Peter M. Senge ซึ่ง Senge (2006) ได้ให้ความหมายของ “องค์กรแห่งการเรียนรู้ว่าเป็นองค์กรที่บุคคลในองค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถของตนได้อย่างต่อเนื่องในการสร้างผลงานที่ต้องการได้อย่างแท้จริง เป็นองค์กรที่ส่งเสริมให้มีความคิดใหม่ๆ และรูปแบบของการคิดใหม่ที่ขยายออกไปได้ เป็นองค์กรที่เปิดโอกาสให้มีความปรารถนาาร่วมกัน และเป็นองค์กรที่สมาชิกขององค์กรมีการเรียนรู้ที่จะเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง” [5] โดยการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้นี้จะครอบคลุมตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงระดับองค์กรที่จะต้องมีความหมายและมีระบบงานในการพัฒนาตัวผู้นำและสมาชิกทุกคนในองค์กร โดยการส่งเสริมและยกระดับการเรียนรู้ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมภายใต้พื้นฐานวินัย 5 ประการ ที่ต้องถือปฏิบัติ ได้แก่ การมุ่งสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) การมีรูปแบบวิถี การคิด และมุมมองที่เปิดกว้าง (Mental Models) การสร้างและสานวิสัยทัศน์ (Shared Vision) การเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) และการมีความคิดความเข้าใจเชิงระบบ (Systems Thinking)

Michael J. Marquardt ศาสตราจารย์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แห่งมหาวิทยาลัยจอร์จวอชิงตัน และประธานสมาคมแห่งการเรียนรู้ของโลก (Global Learning Association) เป็นอีกนักคิดหนึ่งที่ สำคัญเกี่ยวกับองค์กร การเรียนรู้

Marquardt (2002) ได้กล่าวว่า องค์กรจำนวนมากยังไม่เข้าใจความสำคัญขององค์กรแห่งการเรียนรู้ และไม่สามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดผลได้จริง เนื่องจากมององค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นส่วนๆ หรือเน้นเพียงบางคุณสมบัติ เช่น พลวัตในการเรียนรู้ของทีม โครงสร้างขององค์กร ความรู้ หรือการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ให้มากขึ้น จากความ

ไม่เข้าใจหรือความต้องการให้ได้ผลอย่างรวดเร็วดังกล่าว ทำให้หลายองค์กรไม่สามารถสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ ซึ่งจากประสบการณ์ของเขามากกว่า 15 ปี กับองค์กรแห่งการเรียนรู้ระดับชั้นนำทั่วโลกมากกว่า 100 แห่ง และจากการวิเคราะห์หนังสือและบทความเกี่ยวกับองค์กรแห่งเรียนรู้ นับหมื่นเรื่อง Marquardt ได้สรุปว่าก่อนที่บุคคลและองค์กรจะสามารถเข้าถึงองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้ พวกเขาจะต้องเข้าใจและพัฒนาระบบย่อย 5 ระบบ ให้ประสานร่วมกันเสียก่อน ระบบย่อย 5 ระบบ ได้แก่ การเรียนรู้ (Learning) องค์กร (Organization) คน (People) ความรู้ (Knowledge) และเทคโนโลยี (Technology) โดยมีระบบย่อยหลัก คือ การเรียนรู้ ตั้งแต่ระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร ซึ่งระบบย่อยอื่นๆ ที่เหลือจะเป็นระบบย่อยที่ช่วยส่งเสริมและเพิ่มพูนคุณภาพและประสิทธิผลของการเรียนรู้ทั่วทั้งองค์กร (แสดงดังรูปที่ 1) ดังนั้น หากไม่มีระบบย่อยครบทั้ง 5 ระบบ องค์กรจะมีเพียงกระบวนการและหลักการที่จำเป็นต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้บางส่วนเท่านั้น ซึ่งการเรียนรู้จะไม่ยั่งยืนและไม่นำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรได้ [6]



รูปที่ 1 ตัวแบบเชิงระบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้

จากตัวแบบเชิงระบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบย่อย 5 ระบบ ที่เมื่อเกิดความประสานร่วมกันแล้วจะทำให้

เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย โดยมุ่งพัฒนาตามกรอบแนวคิดของ Marquardt (2002) เพื่อให้วิชาชีพบัญชีเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ อันจะทำให้วิชาชีพบัญชีในประเทศไทยมีมาตรฐานในการให้บริการ เป็นที่ไว้วางใจและเชื่อมั่น ได้แก่ ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ตลอดจนเกิดการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาชีพต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการเรียนรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ในปัจจุบัน และบทบาทในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี

2. เพื่อพัฒนาแนวทางในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชี ในประเทศไทย

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาสภาพการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย ตลอดจนปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ จากทั้งเอกสารต่างๆ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ก่อนนำมาสังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย หลังจากนั้นได้ทำการตรวจสอบแนวทางที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ และเพื่อให้แนวทางที่น่าเสนอมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

จึงได้ทำการตรวจสอบโดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณกับประชากรที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทั่วประเทศ มีขั้นตอนในการวิจัย ดังนี้

### 3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

#### 3.1.1 การวิเคราะห์เอกสาร

ผู้วิจัยศึกษาสภาพการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีจากเอกสารต่างๆ (Documents) ของหน่วยงานกำกับดูแลในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กฎหมาย ประกาศ ข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ รายงานประจำปี และจดหมายข่าวที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชี ได้แก่ พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 ประกาศและข้อบังคับต่างๆ ตลอดจนมาตรฐานการศึกษาาระหว่างประเทศ สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (International Education Standards : IES) ที่ออกโดยคณะกรรมการการศึกษาของสหพันธ์นักบัญชีนานาชาติ

#### 3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ถึงสภาพการเรียนรู้ ปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชี ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กรรมการสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ของสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ผู้รับผิดชอบของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี จำนวน 11 ท่าน

### 3.1.3 การสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยได้ทำการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อทำการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ต่อแนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย (Stakeholders) ได้แก่ กรรมการสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ และผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ตามสำนักงานสาขาที่สำคัญ จำนวน 5 สำนักงานสาขา ได้แก่ สำนักงานสาขา กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา และ นครสวรรค์

### 3.1.4 การสังเคราะห์และการตรวจสอบแนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้

ภายหลังการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งได้แนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้วิชาชีพบัญชีในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวทางดังกล่าวไปทำการตรวจสอบ (Verification) กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อแนวทางที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้น ก่อนนำไปทำการตรวจสอบยืนยันด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

## 3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

### 3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทั่วประเทศ จากรายงานประจำปี 2553 – 2554 ของสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 49,237 คน [7] โดยผู้วิจัยสามารถเข้าถึงรายชื่อของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีได้จากฐานข้อมูลรายชื่อของสำนักงานทำบัญชี จำนวน 3,452 แห่ง รายชื่อผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และผู้สอบ

บัญชีภาษีอากร ซึ่งมีจำนวน, 8,465 และ 2,511 ราย ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จำนวน 400 ราย ได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane [8] ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 ระดับความคลาดเคลื่อน 5% จะต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจากรายชื่อที่ผู้วิจัยเข้าถึงได้ ด้วยการสุ่มแบบเป็นสัดส่วนกับขนาดประชากร (Proportional to size) กับสำนักงานทำบัญชี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และผู้สอบบัญชีภาษีอากร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 194 , 159 และ 47 ราย ตามลำดับ

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชี ในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ หลังจากนั้นได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.9355 โดยมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านการประเมินผลการเรียนรู้ ด้านการให้รางวัล และด้านเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ 0.8140, 0.8354, 0.8447, 0.9143 และ 0.8430 ตามลำดับ

### 3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทั่วประเทศ โดยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mail Survey) ให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีตอบกลับ โดยกำหนดจำนวน

เป้าหมายตอบกลับอย่างน้อย 400 ราย ในส่วนนี้ผู้วิจัยประมาณอัตราการตอบกลับ 1 ใน 3 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 1,200 ราย โดยจัดส่งแบบสอบถามไปยังสำนักงานทำบัญชี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 582, 477 และ 141 ราย ตามลำดับ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 24 มกราคม ถึง 24 กุมภาพันธ์ 2555 ได้แบบสอบถามตอบกลับจำนวน 522 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับ ร้อยละ 43.5 ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบคำถามอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ได้จำนวน 400 ฉบับ

### 3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการบรรยายสิ่งที่ศึกษาจากค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปออก 3 ประเด็นตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

### 4.1 สภาพการเรียนรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

ผู้วิจัยได้สรุปสภาพของการเรียนรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีของประเทศไทย ตามแนวคิดของ Marquardt (2002) ที่ให้ความสำคัญกับความเข้าใจและการพัฒนาระบบย่อย 5 ระบบย่อย ดังนี้

#### 1) ระบบย่อยการเรียนรู้

หน่วยงานกำกับดูแลที่มีบทบาทและหน้าที่สำคัญในการพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547

ได้กำหนดให้มีการควบคุมการประกอบวิชาชีพบัญชี 2 ด้าน คือ ด้านการทำบัญชี และด้านการสอบบัญชี โดยผู้ทำบัญชี ต้องมีการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีตามประกาศของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ต้องมีการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีตามข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชี

สภาพปัญหาและข้อเสนอแนะในระบบย่อยการเรียนรู้ ได้แก่ การเรียนรู้เกิดจากการถูกบังคับ ความไม่หลากหลายของหลักสูตร และวิธีการเรียนรู้ มุ่งเน้นที่การอบรม และสัมมนา วิทยากรส่วนหนึ่ง ยังไม่ได้มาตรฐานหรือมีคุณภาพไม่เพียงพอต่อการจัดอบรม ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมอบรมสูง และการประเมินผลการเรียนรู้

#### 2) ระบบย่อยด้านองค์กร

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่สำคัญ ได้แก่ (1) องค์กรที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติงาน ที่พบว่าบางองค์กรมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางบัญชี แต่บางองค์กรก็มีบางสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี และ (2) หน่วยงานกำกับดูแลที่มีบทบาทและหน้าที่สำคัญในการพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ในการดูแลผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในการดูแลผู้ทำบัญชี

สภาพปัญหาและข้อเสนอแนะในระบบย่อยด้านองค์กร ได้แก่ องค์กรไม่สนับสนุนการเรียนรู้ขององค์กร หน่วยงานกำกับดูแล ยังส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ไม่เพียงพอ ควรมีการเป็นพันธมิตรในการเรียนรู้ร่วมกัน

#### 3) ระบบย่อยด้านคน

ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ผู้ทำบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ต้องมีการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องภายใต้ประกาศและข้อบังคับของหน่วยงานกำกับดูแล ซึ่งพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหาและข้อเสนอแนะในระบบย่อยด้านคน ได้แก่ ความไม่ตระหนักถึงประโยชน์ของการเรียนรู้ การไม่มีส่วนร่วม หรือการไม่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ต้องพัฒนานักศึกษาให้จบมาเป็นบัณฑิตทางบัญชีที่พร้อมจะทำงานและพร้อมที่จะเรียนรู้ (Ready to work and ready to learn)

#### 4) ระบบย่อยด้านความรู้

คณะกรรมการการศึกษาของสหพันธนักบัญชีนานาชาติ ได้ประกาศมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศ สำหรับผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี (IES) ซึ่งใช้เป็นแม่บทการศึกษา ระหว่างประเทศ การเรียนรู้นี้เป็นได้ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นประกอบด้วย ความรู้ทางวิชาชีพ ทักษะทางวิชาชีพ ค่านิยมทางวิชาชีพจรรยาบรรณ และทัศนคติทางวิชาชีพ

สภาพปัญหาและข้อเสนอแนะในระบบย่อยด้านความรู้ ได้แก่ ความรู้ที่นำมาจัดอบรมสัมมนาไม่ทันสมัย ไม่ตรงกับความต้องการ หรือการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้เรียน ควรเน้นการเรียนรู้ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และมีการส่งเสริมจริยธรรม

#### 5) ระบบย่อยเทคโนโลยี

หน่วยงานกำกับดูแลมีการส่งเสริม/สนับสนุนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี ดังนี้ (1) สภาวิชาชีพบัญชีฯ ได้มีการจัดทำหลักสูตรเพื่อพัฒนาความรู้ของผู้ทำบัญชีและผู้ช่วยผู้ทำบัญชีให้เป็นระดับสากล โดยมีวิธีการเรียนรู้ทาง Online ผ่าน Web Site ของ ACCA และมีการทดสอบ ซึ่งหากสอบผ่านจะได้รับ Certificate จาก ACCA ร่วมกับสภาวิชาชีพบัญชีฯ มีระบบฐานความรู้ Web Portal, Web

Service, Online service และกำลังพัฒนาแนวทางในการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทางไกล (E-Learning) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกและผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีอย่างทั่วถึงยิ่งขึ้น (2) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีแนวคิดการจัดอบรมผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งจะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้ทำบัญชีสามารถเข้ารับการอบรมได้อย่างทั่วถึง และยังเป็นการลงทุนในการอบรมอีกด้วย โดยสถาบันที่จัดการอบรมต้องจัดให้มีระบบจัดการการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่สามารถตรวจสอบตัวบุคคล ตรวจสอบการเข้าอบรม มีช่องทางให้ผู้เข้าอบรมได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือซักถามปัญหาได้

สภาพปัญหาและข้อเสนอแนะในระบบย่อยด้านเทคโนโลยี ได้แก่ ระบบการจัดการทางเทคโนโลยีไม่ดีพอ ความไม่พร้อมของบุคลากร ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีส่วนหนึ่งอาจไม่คุ้นเคยกับการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี ควรมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ทั้ง Internet และ E-learning

### 4.2 แนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์แนวทางในการพัฒนาวิชาชีพบัญชีไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ จากแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการทำสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี จนกระทั่งได้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย “ALERT” ขึ้น ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ส่วน ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน ดังนี้ (แสดงดังรูปที่ 2)



รูปที่ 2 แนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย

1) การตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ (Awareness : A) เป็นแนวทางในการกระตุ้น / จูงใจให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องการเรียนรู้ โดยการผลักดันให้ผู้บริหารขององค์กรต่างๆ เห็นความสำคัญ และให้การสนับสนุนการเรียนรู้ และภายในองค์กรต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยหน่วยงานกำกับดูแลต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ และส่งเสริมในองค์กรต่างๆ พัฒนาการเรียนรู้ภายในองค์กรของตน นอกจากนี้สถาบันการศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมผู้ประกอบวิชาชีพที่พร้อมจะเรียนรู้ และพร้อมที่จะทำงานได้ โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่จะเรียนรู้ (Learning to Learn) และการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ด้วย

2) การเรียนรู้ (Learning : L) เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร/เนื้อหาให้ตรงตามความต้องการ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้เรียน ที่จะทำให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าของการเข้ารับการอบรมมากขึ้นได้ โดยในส่วนของเนื้อหาหลักสูตรนั้น อาจแบ่งให้มีระดับของเนื้อหาในการเรียนรู้ก็ได้ เช่น แบ่ง

เป็นระดับพื้นฐาน ระดับปานกลาง และระดับสูง นอกจากนี้ ยังอาจจัดให้มีโปรแกรมการพัฒนาตนเอง และให้ผู้เรียนรู้สามารถประเมินผลตนเองได้ เพื่อให้ทราบถึงรู้ความสามารถของตนเอง และทำให้ความต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้นได้ ในส่วนนี้อาจมีการพัฒนาเนื้อหาในการเรียนรู้ออกเป็นหน่วยย่อยที่สามารถนำกลับมาเรียนรู้ใหม่ได้ โดยในการจัดการเรียนรู้นั้นจะต้องจัดให้มีการเรียนรู้ที่หลากหลายวิธีที่ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ได้ มากกว่าการอบรมที่จัดขึ้นในโรงแรม จัดให้มีการพัฒนาการเสวนาภายในองค์กร เพิ่มการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้ร่วมกันด้วยความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ร่วมกัน พัฒนากลุ่มบุคคลที่สามารถพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันได้ เป็นพันธมิตรในการเรียนรู้ร่วมกัน และการสร้างมาตรฐานวิทยากรทั้งในด้านความรู้ และความสามารถในการถ่ายทอด

3) การประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation : E) เป็นแนวทางที่จัดให้มีการวัดผลการเรียนรู้ เพื่อให้บุคคลทราบทราบถึงรู้ความสามารถของตนเอง และทำให้ความต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้นได้

4) การให้รางวัล (Reward : R) เป็นแนวทางที่กระตุ้น หรือให้รางวัลแก่ผู้นำความรู้กลับมาใช้ มีการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับรางวัลจากการเรียนรู้ เช่น การขึ้นเงินเดือน, การได้รับใบประกาศฯ หรือ มีการส่งเสริมผู้ที่มีความรู้ความสามารถเป็นวิทยากร เป็นต้น

5) เทคโนโลยี (Technology : T) เป็นแนวทางที่ส่งเสริมให้มีระบบการจัดการความรู้ ส่งเสริมให้มีการนำความรู้กลับมาใช้ ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ และเผยแพร่แก่ผู้ประกอบวิชาชีพในหลากหลายช่องทาง มีการพัฒนาศูนย์เรียนรู้ ที่มีการใช้เทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia) การพัฒนาการเรียนรู้ทางไกล Distance Learning, E-Learning การพัฒนาระบบ Intranet เพื่อ



ใช้ในการเรียนรู้ การกระตุ้นให้สมาชิกเข้าสู่ระบบ ข้อมูลมากขึ้น ทั้งในเชิงรับและเชิงรุก และการส่งเสริมพัฒนาแหล่งขององค์ความรู้เพื่อเผยแพร่แก่ผู้ประกอบวิชาชีพในหลากหลายช่องทาง

#### 4.3 การตรวจสอบแนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบแนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยโดยภาพรวมในระดับ “เห็นด้วยมากที่สุด” กับแนวทางด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านการตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ (Awareness) และ ด้านการเรียนรู้ (Learning) ตามลำดับ โดยมีความเห็นด้วยน้อยที่สุดในด้านการประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation)

4.3.1 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางด้านการตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ (Awareness) พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อคำถามในด้านนี้ โดยมีความเห็นด้วยมากที่สุด ที่ต้องการให้สถาบันการศึกษาตระหนัก และให้ความสำคัญกับการเตรียมผู้ประกอบวิชาชีพที่พร้อมจะเรียนรู้และพร้อมที่จะทำงานได้ มากที่สุด

4.3.2 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางด้านการเรียนรู้ (Learning) พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องวิทยาการที่ต้องมีคุณภาพในระดับมาตรฐาน ทั้งในด้านความรู้ และความสามารถในการถ่ายทอด ร่องลงมาได้แก่การจัดการเรียนรู้ ที่อยากให้มีการเรียนรู้ด้วยวิธีที่หลากหลาย ที่ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ได้ มากกว่าวิธีการอบรม/สัมมนาที่จัดในปัจจุบัน

4.3.3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางด้านการประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation) พบว่า ผู้ประกอบ

วิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยมากในทุกข้อคำถามในด้านนี้ โดยมีความเห็นด้วยมากที่สุด ที่ต้องการการจัดให้มีการวัดผลการเรียนรู้ของตนเองได้ เพื่อให้ทราบว่าตนเองมีความรู้ความสามารถในระดับใด เช่น การจัดให้มีการประเมินความรู้ความสามารถของตนเองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด ที่จะจัดให้มีการวัดผลการเรียนรู้ภายหลังการเข้ารับการอบรม ว่ามีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์หรือไม่

4.3.4 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางด้านการให้รางวัล (Reward) พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยมาก ที่องค์กรต้องส่งเสริม กระตุ้น หรือให้รางวัลแก่ ผู้ที่สามารถนำความรู้ความสามารถไปประยุกต์ใช้กับงานที่ตนปฏิบัติได้ และแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ โดยกำหนดให้เป็นตัวชี้วัดหนึ่ง ในการพิจารณาขึ้นเงินเดือน หรือเลื่อนตำแหน่งงาน

4.3.5 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางด้านเทคโนโลยี (Technology) พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความเห็นด้วยมากที่สุดในทุกข้อคำถามในด้านนี้ โดยมีความเห็นด้วยมาก ที่อยากให้ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการเรียนรู้ และนำกลับมาใช้ศึกษาได้อีก การพัฒนาเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ และเผยแพร่ความรู้แก่ผู้ประกอบวิชาชีพในหลากหลายช่องทาง และการพัฒนาการเรียนรู้ออนไลน์ หรือ E Learning ทำให้ผู้เรียนรู้สามารถเรียนรู้ได้โดยไม่มีข้อจำกัดของเวลา และสถานที่

## 5. อภิปรายผล

จากแนวทางในการพัฒนาวิชาชีพบัญชีไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขึ้น หาก

พิจารณาในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า มีส่วนเกี่ยวข้องกับเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ดังนี้

1) การตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ (Awareness : A) เป็นแนวทางในการกระตุ้น / จูงใจให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องการเรียนรู้ และผลักดันให้ผู้บริหารขององค์กรต่างๆ เห็นความสำคัญ และให้การสนับสนุนการเรียนรู้ จะเห็นได้ว่าแนวทางนี้ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ซึ่งถือว่าเป็นบุคคลสำคัญ ที่เป็นสมาชิกของวิชาชีพบัญชี โดยการเรียนรู้นั้นจะเกิดขึ้นได้หากผู้เรียนรู้อาจเห็นว่าสิ่งนั้นเป็นปัญหา และมีแรงจูงใจที่จะเรียนเท่านั้น ดังความคิดของ Edgar Schein (1993) [9] ที่ได้กล่าวไว้ หรือที่ Senge (2006) ได้กล่าวถึงองค์กรแห่งการเรียนรู้ว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้จำเป็นต้องมีสมาชิกที่มีการเรียนรู้ มีการพัฒนาขีดความสามารถ และมีการเพิ่มพูนความสามารถอย่างต่อเนื่อง [5]

ในส่วนนี้ Marquardt (2002) ก็ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning) ที่สมาชิกขององค์กรจะต้องตระหนักและกระตือรือร้นทั้งในฐานะของผู้เรียนรู้และผู้สนับสนุน โดยต้องมีการเรียนรู้อย่างไม่หยุดยั้ง [6] ซึ่งหากพิจารณาจากแนวคิดของ Bloom (1971) [10] ก็จะพบว่าการตระหนักถึงความสำคัญเป็นความรู้สึกในคำนิยามที่ให้ค่ากับการเรียนรู้ เป็นการเรียนรู้ด้านอารมณ์หรือด้านจิตพิสัย (Affective Domain) ที่ การเรียนรู้ทางด้านจิตพิสัยนี้เอง ที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ทางด้านพุทธิพิสัย และทักษะพิสัยต่อไป

หากพิจารณาในส่วนของผู้นำองค์กร พบว่า Marquardt (2002) ได้ให้ความสำคัญกับผู้นำอย่างมาก ในฐานะเป็นหัวจักรสำคัญ โดย Marquardt (2002) ได้กล่าวไว้ในกลยุทธ์ด้านคนว่าผู้นำจะต้องกระตุ้นหรือเป็นแบบอย่างให้พนักงานเกิดความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ โดยจะต้องแสดงออกทั้งพฤติกรรม

และเจตคติอยู่เสมอด้วย นอกจากนี้ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ผู้นำองค์กรนั้นต้องมีหน้าที่รับชอบหลักในการเป็นผู้นำในองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วย โดยจะต้องสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้

2) การเรียนรู้ (Learning : L) เป็นแนวทางในการปรับปรุงหลักสูตร/เนื้อหาให้ตรงตามความต้องการ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้เรียน นอกจากนี้ ยังอาจจัดให้มีโปรแกรมการพัฒนาตนเอง และให้ผู้เรียนรู้สามารถประเมินผลตนเองได้ ในการจัดการเรียนรู้นั้นจะต้องจัดให้มีการเรียนรู้ที่หลากหลายวิธีที่ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ได้มากกว่าการอบรมที่จัดขึ้นในสถาบันการอบรมต่างๆ จัดให้มีการพัฒนาการเสวนาภายในองค์กร ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ร่วมกัน และการสร้างมาตรฐานวิทยากร ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ และทักษะในการถ่ายทอด ในส่วนนี้ Marquardt (2002) ได้แบ่งการเรียนรู้ในองค์กรออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับทีมหรือกลุ่ม และระดับองค์กร ซึ่ง Dixon (1994) ได้กล่าวสอดคล้องกันว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นการใช้กระบวนการ การเรียนรู้ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร เพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนองค์กรไปในทิศทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร [11]

ลักษณะขององค์กรแห่งการเรียนรู้ ผู้รู้ส่วนหนึ่งได้กล่าวถึงองค์กรแห่งการเรียนรู้ว่า คือ องค์กรที่จะต้องมีการเอื้ออำนวยความสะดวก และสร้างบรรยากาศของการเรียนรู้ในการพัฒนาบุคลากรขององค์กร [12, 13, 14] มีการกระตุ้นเร่งเร้า และจูงใจให้สมาชิกทุกคนมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา และมีการเอื้ออำนวยแก่สมาชิก ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Marsick and Watkins, 1994)

[15] และมีการกระตุ้นให้พนักงานเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา

หากพิจารณาในระดับกลุ่มหรือทีม พบว่า Senge (1990) ได้ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม (Team Learning) ไว้เป็นวินัยประการที่ 4 โดยกล่าวว่าองค์กรแห่งการเรียนรู้จะต้องมีการเสวนา (Dialogue) และการอภิปราย (Discussion) ในการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นซึ่งกันและกัน และหากพิจารณาในระดับบุคคลนั้น [16] Marquardt (2002) ได้แนะนำให้มีแผนการพัฒนาคณะบุคคลที่องค์กรกับพนักงานจะทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาอาชีพในระยะยาวของพนักงาน โดยองค์กรจะต้องเปิดเผยแผนการและทิศทางในอนาคตของบริษัทให้พนักงานทราบมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ด้วย เพื่อให้พนักงานที่ได้สร้างโปรแกรมสำหรับพัฒนาคณะตนเอง ทราบถึงคุณค่าที่มีต่อบริษัท [6]

3) การประเมินผลการเรียนรู้ (Evaluation : E) เป็นแนวทางที่จัดให้มีการวัดผลการเรียนรู้ เพื่อให้บุคคลทราบทราบถึงความรู้ความสามารถของตนเอง และท้าทายให้ต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้นได้ ในส่วนนี้ Marquardt (2002) ได้เสนอกลยุทธ์ด้านความรู้ไว้อย่างน่าสนใจมากกว่า เมื่อองค์กรประสบความสำเร็จจากการใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้แล้ว มีการปรับปรุงหลักสูตรที่เข้ากับรูปแบบการเรียนรู้ใหม่แล้ว ก็ควรจัดให้มีการประเมินผล ที่จะต้องครอบคลุมทุกด้านของการเรียนรู้ นอกจากนี้ Marquardt (2002) ได้เสนอกลยุทธ์ด้านความเทคโนโลยี ที่กล่าวว่า จะต้องทำให้การพัฒนาความรู้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการทำงานของบุคคลด้วย เช่น กำหนดให้พนักงานต้องส่งสรุปรายงานเกี่ยวกับสิ่งที่พวกเขาได้เรียนรู้จากโครงการที่ตนรับผิดชอบ มิฉะนั้น พวกเขาจะถูกหักคะแนนสำหรับรางวัลที่จะได้รับจากการร่วมเรียนรู้ เป็นต้น [6]

4) การให้รางวัล (Reward : R) เป็นแนวทางที่กระตุ้น หรือให้รางวัลแก่ผู้นำความรู้กลับมาใช้ มีการส่งเสริมให้ผู้เรียนได้รับรางวัลจากการเรียนรู้ ในส่วนนี้ Marquardt (2002) ได้กล่าวถึงองค์กรว่าจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้รางวัลกับการเรียนรู้ทั้งแบบเป็นรายบุคคลและแบบเป็นทีม โดยให้รางวัลแก่การกระทำที่เอื้อประโยชน์ต่อการเรียนรู้ขององค์กร ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่น การกล้าที่จะเสี่ยง การขวนขวายหาความรู้ และการมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ การพัฒนาความคิดใหม่ๆ การสอนงาน การถ่ายโอนความรู้ให้กับสมาชิกในทีมและนอกทีม โดยหากองค์กรไม่ให้รางวัลกับพนักงานที่จะมาเป็นผู้เรียนรู้ องค์กรก็ต้องให้โอกาสในความก้าวหน้าและเลื่อนตำแหน่งแก่ผู้เรียนรู้ หรือผู้มีส่วนช่วยส่งเสริมให้ผู้อื่นได้เรียนรู้ด้วย

5) เทคโนโลยี (Technology : T) เป็นแนวทางที่ส่งเสริมให้มีระบบการจัดการความรู้ ส่งเสริมให้มีการนำความรู้กลับมาใช้ ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีในการจัดการความรู้ และเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพในหลากหลายช่องทาง ในส่วนนี้ Marquardt (1996 & 2002) ได้ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยขององค์กร โดยการจัดการความรู้ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ประสบความสำเร็จจะนำทางความรู้ไปด้วยความเป็นระบบและใช้เทคโนโลยีอย่างสอดคล้องกัน โดยต้องมีการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และวิธีการในการเรียนรู้ที่ก้าวหน้า เช่น การใช้ตัวแบบจำลอง (Simulation) การประชุมทางไกล (Computer Conferencing) ทางด่วนความรู้ (Knowledge Freeways) ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการจัดการความรู้ โดย Marquardt (2002) ได้แบ่งเทคโนโลยีออกเป็นเทคโนโลยีสำหรับการจัดการความรู้และเทคโนโลยีสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้ ซึ่ง

ในขั้นเริ่มต้นของการสร้างองค์การการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยนั้น อาจเริ่มที่เทคโนโลยีสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้ก่อนก็ได้ เช่น วิดีทัศน์ ไลดทัศน์ และการฝึกอบรมแบบสื่อผสมผสาน เพื่อการถ่ายทอด และพัฒนาความรู้และทักษะของคนในวิชาชีพให้ดียิ่งขึ้น [6]

## 6. สรุปและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยได้ทำการสังเคราะห์ได้แนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย ก่อนนำไปตรวจสอบเพื่อยืนยันแนวทางฯ ดังกล่าวโดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณกับประชากรที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทั่วประเทศ แนวทางในการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย “ALERT” นี้ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ส่วน ที่สัมพันธ์เชื่อมโยงสนับสนุนซึ่งกันและกัน นั้นหมายความว่าหากมีการส่งเสริมองค์ประกอบหนึ่ง องค์ประกอบอื่นก็จะได้รับผลทางบวกให้การผลักดันให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีด้วย นอกจากนี้ ในการผลักดันเพื่อให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ นั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องผลักดันแนวทางนี้ในส่วนของตนด้วย ดังจะได้กล่าวถึงแนวทางที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแต่ละฝ่ายต้องร่วมแรงร่วมใจกันผลักดัน ดังนี้

1) หน่วยงานกำกับดูแล ต้องตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมองค์กรแห่งการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชี โดยต้องร่วมมือกัน และอาจมองไปข้างหน้าหรือกำหนดทิศทางของการเรียนรู้ของวิชาชีพบัญชีว่าควรมีการส่งเสริมไปในทิศทางใด ควรมีการกำหนดหลักสูตรเช่นไร เรื่องใดควรจะมี

การตื่นตัวมากหรือต้องเรียนรู้เพื่อรอรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

หน่วยงานกำกับดูแลควรส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้หลากหลายช่องทาง และควรให้ความสำคัญกับระบบเทคโนโลยี ทั้งในส่วนของการพัฒนา Website ที่ต้องเป็นแหล่งที่รวบรวมข้อมูลที่ครบถ้วนทันสมัย และเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ ยังควรพัฒนาให้เกิดชุมชนสังคมออนไลน์ ที่จะมีการถามตอบ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาชีพบัญชี อันจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการเรียนรู้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยควรมุ่งพัฒนาการเรียนรู้แบบ E-Learning โดยพิจารณาหลักสูตรที่อาจมีหลายระดับ เช่น ระดับต้น ระดับปานกลาง ระดับสูง เพื่อให้ผู้เรียนรู้ได้เกิดความท้าทายว่าจะต้องพัฒนาตนเองไปอย่างไร การส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยระบบเทคโนโลยีนับว่ามีต้นทุนในการเรียนรู้ที่ไม่มากสำหรับผู้เรียนรู้ ผู้เรียนสามารถเรียนได้ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถกลับมาทบทวนเนื้อหาใหม่ได้

นอกจากนี้ หน่วยงานกำกับดูแล ควรจัดให้มีการประเมินตนเองได้ อาจผ่านระบบอินเตอร์เน็ต เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าทำการประเมินความรู้ความสามารถของตนเองได้ โดยในส่วนนี้จะต้องจัดให้มีคำอธิบายภายหลังการประเมินตนเองเสร็จสิ้นแล้วด้วย นอกจากนี้ หน่วยงานกำกับดูแลอาจทำการจัดลำดับองค์กรที่มีการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ หรือมีการให้รางวัล อันจะเป็นการส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีแรงจูงใจในการพัฒนาองค์กรของตนเอง

2) สถาบันการศึกษา ต้องเข้มงวดในการปลูกฝังและผลิตบัณฑิตที่มีความพร้อมที่จะทำงาน และพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ (Ready to work and ready to learn) ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน และการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) ด้วย โดยต้องให้ความสำคัญกับหลักสูตรและการเรียนรู้ของนักศึกษา ว่าต้องเตรียม

ความพร้อมในด้านใด ทั้งความรู้ ความสามารถ ทักษะ และจริยธรรม นอกจากนี้ สถาบันการศึกษา อาจร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน อันจะทำให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานได้

3) *ผู้จัดการอบรม และวิทยากรในการอบรม* ต้องตระหนักถึงการจัดอบรมสัมมนาว่าเป็นการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพ โดยต้องมีวัตถุประสงค์หลักคือการส่งมอบการเรียนรู้ที่ดีที่สุดให้แก่ผู้เรียนรู้ ในส่วนนี้ต้องพิจารณาหลักสูตรและเนื้อหาต่างๆ ให้ตรงและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนรู้ ว่าต้องการเรียนรู้ หรือต้องการรู้เพิ่มเติม ในประเด็นใดเพื่อให้การทำงานของผู้ประกอบการวิชาชีพ เหล่านั้นมีประสิทธิภาพได้ ในส่วนนี้จะสะท้อนกลับไปที่การจัดหาวิทยากรที่จะคำนึงถึงคุณภาพและประสบการณ์ของวิทยากรมากขึ้น โดยจะคำนึงถึงต้นทุนในการจัดอบรมน้อยลง อันจะทำให้คุณภาพของการจัดอบรมสัมมนาดีขึ้นอย่างมาก

4) *องค์กรที่ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติงาน* โดยผู้บริหารขององค์กรต้องเห็นความสำคัญของการเรียนรู้ของพนักงานของตนด้วย ที่ต้องมองว่าแม้การเรียนรู้จะมีต้นทุน ทั้งในส่วนของทรัพยากรและเวลาต่างๆ แต่ผลที่ได้จากการเรียนรู้คือ องค์กรจะมีบุคลากรที่มีคุณภาพ ที่จะเป็นทรัพย์สินขององค์กรเอง ที่จะสามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพหรือมีความเสี่ยงที่จะผิดพลาดได้น้อย

การส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ในองค์กร และสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้บริหารขององค์กรอาจมีการประเมินพนักงานของตนโดยดูจากการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ หรือดูจากความรู้ความสามารถที่เพิ่มขึ้น โดยต้องมีการให้รางวัลสำหรับผู้ที่มีการเรียนรู้ที่ดีขึ้น เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น และเป็นแบบอย่างและทำให้พนักงานเห็นว่าเมื่อผู้บริหารเห็น

ความสำคัญแล้ว พนักงานที่เป็นสมาชิกขององค์กรก็จะให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตามไปด้วย

5) *ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี* ต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ต้องปรับมุมมองของการเรียนรู้จากการเข้ารับการอบรมตามชั่วโมงขั้นต่ำเพียงเพื่อให้สามารถประกอบวิชาชีพบัญชีต่อไปได้ มาตระหนักถึงประโยชน์ของการเรียนรู้ ที่จะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนเอง อันจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งตนเอง องค์กรที่ตนปฏิบัติงาน และสังคมโดยรวม

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิชาชีพยังต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วย เนื่องจากจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ในส่วนนี้อาจมีการเรียนรู้โดยไปร่วมกับพันธมิตรอื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรืออยู่ในภูมิภาคเดียวกัน หรือเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชีทั้งหมด จะต้องให้ความสำคัญกับ จริยธรรมของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีด้วย เนื่องจากจริยธรรมนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการควบคุมความประพฤติและการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี ให้ถูกต้องตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชี ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีจะต้องความรู้ ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ตลอดจนต้องความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และการรักษาความลับ โดยการปฏิบัติงานต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคล ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ ตลอดจนจนความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพด้วย ดังปรากฏเป็นข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมจากแนวทาง “ALERT” ซึ่งประกอบด้วย 5 แนวทางสำคัญที่จะต้องผลักดันไปพร้อมๆ กัน เช่นเดียวกับแนวคิด 5 ระบบย่อยของ Marquardt (2002) ในส่วนนี้อาจนำแนวทางการพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ “ALERT” นี้ ไปใช้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือกับหน่วยงานอื่น หรือหน่วยงานนำร่องที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับวิชาชีพบัญชี นอกจากนี้ ยังสามารถทำการศึกษาในองค์ประกอบย่อยของแนวทางฯ นี้ ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ เช่น การศึกษาในด้านเทคโนโลยี (Technology) ที่อาจมีการศึกษาวิธีการจัดการ E Learning ที่เหมาะสมต่อการเรียนรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีลักษณะเฉพาะของตน หรือในด้านการตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ (Awareness) อาจมีการทำกิจกรรมหรือโครงการที่สถาบันการศึกษาจัดขึ้นมาเพื่อสร้างความตระหนักให้เห็นความสำคัญของการเรียนรู้ โดยในส่วนนี้อาจทำการศึกษาเพื่อประเมินผลโครงการดังกล่าว อันจะนำไปสู่การเพิ่มการตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ให้มากยิ่งขึ้นต่อไปได้

### เอกสารอ้างอิง

- [1] สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2551. มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 1-8. คณะกรรมการวิชาชีพบัญชีด้านการศึกษาและเทคโนโลยีการบัญชี สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- [2] ฟ่องพรรณ เกียรวิริยะพันธ์, 2551. บทสัมภาษณ์กองบรรณาธิการ. *ข่าววิชาชีพบัญชี*, 31 (กันยายน) : 9.
- [3] สุมนา สุทธิปัญญา, 27 มกราคม 2552. ผู้ช่วยผู้อำนวยการบริหาร สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. สัมภาษณ์.

- [4] Lyle, E. R., 2012. “Learning Organization,” *International Journal of Business and Social Science*. 3,6 (March) : 217.
- [5] Senge, P., 2006. *The Fifth Discipline : The Art and Practice of the Learning Organization*. New York : Doubleday : 3.
- [6] Marquardt, M.J., 2002. *Building The Learning Organization : Mastering the 5 Elements for Corporate Learning*. Palo Alto, CA: Davies-Black.
- [7] สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์., 2554. รายงานประจำปี พ.ศ. 2553-2554. กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ : 115.
- [8] Yamane , 1967. อ้างถึงใน Israel, G. D., 1992. *Determining Sample Size*. Fact Sheet PEOD-6 in a Series of the Program Evaluation and Organizational Development. Florida: Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida.
- [9] Schein, E. ,1993. “On dialogue, culture, and organizational learning,” *Organizational Dynamics*, (Autumn): 40-51.
- [10] Bloom, B. S.,1971. *Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning*. New York : McGraw-Hill.
- [11] Dixon, N., 1994. *The Organization learning Cycle : How We Learn Collectively*. London : McGraw-Hill.
- [12] Beck, M., 1992. Learning Organizations – How to Create Them. *Industrial & Commercial Training*, 21, 21-28.
- [13] Marquardt, M.J.,1996. *Building The Learning Organization : A Systems Approach to*

**Quantum Improvement and Global Success.** New

York : McGraw-Hill.

[14] Pedler et al., 1997. **The Learning**

**Company : A Strategy for Sustainable**

**Development** (2<sup>nd</sup> ed.). London : McGraw – Hill.

[15] Marsick, V., & Watkins, K., 1994. The

learning organization : An integrative vision for

**HRD.Human Resource Development Quarterly.**

3(4), 353-359.

[16] Senge, P.M., 1990. **The Fifth**

**Discipline: The Art and Practice of The**

**Learning Organization,** New York:

Doubleday.

## การศึกษาสภาพการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีของห้างหุ้นส่วนจำกัด

### ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

#### The Usage of Computer Software in Accounting of the Limited Partnership in

#### Bangkaen District, Bangkok

#### วรรณภา อิมะไชย์

อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, wanapaimachai@yahoo.com

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาถึง สภาพการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีของห้างหุ้นส่วนจำกัด ในเขตบางเขนกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สภาพการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี เพื่อเสนอแนะแก่ผู้สนใจ สามารถนำผลการศึกษามาเลือกใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีได้อย่างเหมาะสม และเสนอแนะแนวทางการเรียนการสอนวิชาการบัญชีของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยได้จำกัดเฉพาะห้างหุ้นส่วนจำกัด (ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน) ซึ่งเป็นธุรกิจอันดับต้นๆ ที่มีหน้าที่ตามกฎหมายที่ต้องจัดให้มีการทำบัญชีเพื่อจัดทำงบการเงิน และยื่นงบการเงินต่อสำนักงานกลางบัญชี หรือประจำท้องถิ่นภายในห้าเดือนนับแต่วันปิดบัญชี การศึกษาได้จากการสุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัด ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำนวน 500 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำโดยการออกแบบสอบถาม โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนจำนวน 350 ราย ในระหว่างเดือน มีนาคม – พฤษภาคม 2555 จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีสูงในระดับร้อยละ 70.8 ประกอบด้วย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีร้อยละ 63.5 และร้อยละ 6.0 ใช้โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมาเอง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีร้อยละ 29.2 โดยมีเหตุผลหลักที่ไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีร้อยละ 63.0 เหตุผลหลักที่ไม่ใช้เนื่องจากจ้างสำนักงานบัญชีให้เป็นผู้ทำบัญชี ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีส่วนใหญ่เลือกใช้โปรแกรมสำเร็จ Express ร้อยละ 39.5 รองลงมาเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Easy Acc ร้อยละ 15.5 และตามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ACC PAC ร้อยละ 10.5 และจากผลการศึกษาต่อมามีพบว่า ระดับความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี มีความพึงพอใจระดับมาก 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.63 และต่ำสุดที่ 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูง 0.966 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำสุดที่ 0.76 ระดับความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 2 ด้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.50 และต่ำสุดที่ 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูง 0.799 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่ำสุดที่ 0.771

**คำสำคัญ:** โปรแกรมบัญชี, ซอฟต์แวร์บัญชี



**ABSTRACT**

This research is to study the usage of computer software in accounting of the limited partnership in Bangkaen District, Bangkok. The purpose is to study the usage of computer software in accounting, as the result of this study could be suggested to the interest in finding the most suitable computer software in accounting for their business, and also be suggested the appropriate accounting lesson to North Bangkok University. This study was prepared in the form of prescriptive and the sample of this study was only Limited Partnership. The limited partnership was the small business who are legally binding to prepare and submit the financial statement on the due date, five months after close of accounting books. The instrument for data collection were 500 questionnaires where were issued to the limited partnerships in Bangkaen District, Bangkok , however; the questionnaires were returned 350 sheet. Major findings of this study were : the sample group who used computer software in accounting were highly at the percentage of 70.8 which consisted at the percentage of 63.5 for the accounting software package user group and at the percentage of 6.0 for the in house developed accounting user group . However, there were at the percentage of 29.2 for the non accounting computer software user group which majority have hired external accounting office to handle accounting activities. The accounting software package user group were popularly used Express software package, followed by Easy Acc software package and ACC PAC software package at the percentage of 15.5 and 10.5 respectively. In addition, the satisfaction on the usage of computer software in accounting were high in six activities, at highest mean of 3.63 and at the lowest mean of 3.46 and at highest SD of 0.966 and at the lowest of 0.76 . The satisfaction on the usage of computer software in accounting were medium in two activities, at highest mean of 3.50 and at the lowest mean of 3.24 and at highest SD of 0.799 and at the lowest of 0.771

**KEYWORDS:** Accounting Program, Accounting Software

## 1. บทนำ

ตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. ๒๕๔๓ มาตรา ๘ ให้ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชน ที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่ประกอบกิจการในประเทศไทย กิจการร่วมค้า ตามประมวลรัษฎากร เป็นผู้ที่มีหน้าที่จัดทำบัญชี และต้องจัดให้มีการทำบัญชีสำหรับการประกอบธุรกิจของตน โดยมีรายละเอียด หลักเกณฑ์ และวิธีการตามที่บัญญัติไว้ พระราชบัญญัตินี้ และมาตรา ๑๑ ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีซึ่งเป็นห้างหุ้นส่วนจดทะเบียนที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นกฎหมายต่างประเทศ และกิจการร่วมค้า ตามประมวลรัษฎากร ต้องจัดทำงบการเงินและยื่นงบการเงินดังกล่าวต่อสำนักงานกลางบัญชีหรือสำนักงานบัญชีประจำท้องถิ่นภายในห้าเดือนนับแต่วันที่ปิดบัญชี ตามกฎหมายข้างต้นห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน ซึ่งหมายถึง ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล หรือห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ประกอบธุรกิจมีหน้าที่จัดทำบัญชี งบการเงินและยื่นงบการเงินต่อส่วนราชการภายในกำหนดเวลา ในการวิจัยนี้ ผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีหมายถึงผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนในห้างหุ้นส่วนจำกัด

ในยุคเริ่มต้นใช้บุคลากรบันทึกบัญชีด้วยมือ โดยใช้เครื่องมือในการทำบัญชีเช่นเครื่องคิดเลข เครื่องพิมพ์ดีด ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความผิดพลาดและขาดการควบคุมข้อมูลที่บันทึก และทำให้ไม่สามารถยื่นงบการเงินต่อสำนักงานกลางบัญชีตามกำหนด รวมทั้งการวัดผลไม่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นผลให้ธุรกิจเติบโตช้า ต่อมาเมื่อมีเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้าขึ้นมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้งานอย่างแพร่หลาย จึงมีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยบันทึกบัญชี โดยระยะแรกเป็นการเขียน โปรแกรมขึ้นมาเองมาใช้งานเฉพาะด้าน และต่อมามีการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเกี่ยวกับบัญชีออกมาจำหน่ายอย่างแพร่หลาย จากข้อมูลในเว็บไซต์ของกรมสรรพากร พบว่ามีรายชื่อผู้ประกอบการที่จำหน่ายซอฟต์แวร์ตามมาตรฐานซอฟต์แวร์ของกรมสรรพากรจำนวน 522 ราย ตามประกาศ ณ วันที่ 11 สิงหาคม 2554

ซึ่งแต่ละโปรแกรมมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างกันเหมาะสมกับแต่ละประเภทธุรกิจ

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี คือ โปรแกรมที่มีหน้าที่จัดการระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (Accounting Information System : AIS) หมายถึง ระบบงานบัญชีของกิจการที่ใช้โปรแกรมบัญชีในการบันทึก ประมวล จัดประเภท วิเคราะห์ การจัดทำรายงานทางบัญชี ระบบสารสนเทศทางบัญชี อาจประกอบด้วยระบบงานหรือโมดูลย่อย เช่น ระบบงานบัญชีรายได้ ประกอบด้วย ระบบงานในการรับคำสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้า การจัดทำบิล การเรียกเก็บหนี้ และระบบงานบัญชีค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย ระบบงานในการอนุมัติคำสั่งซื้อ การรับสินค้า การบันทึกหนี้ การชำระหนี้ ฯลฯ (อุษณา กัทรมนตรี, 2551) โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปเป็น โปรแกรมที่จัดอยู่ในโปรแกรมประเภทเฉพาะกิจ (Specific Purpose) คือใช้กับงานบัญชีหรือการบัญชีโดยเฉพาะ เน้นการควบคุมทางการบัญชี เพราะเป็นสิ่งจำเป็นต่อระบบบัญชีของธุรกิจ (พลพฐ ปิยวรรณ และสุภาพร เขิงเยี่ยม, 2551)

ดังนั้นการตัดสินใจเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหรือจะพัฒนาขึ้นใช้เองจึงมีความสำคัญให้เหมาะสมกับความต้องการของกิจการและกฎหมาย ขนาดของกิจการ การเติบโตของธุรกิจ และค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมกับกิจการ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและสนใจการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีประเภทใด เหตุผลใดที่ตัดสินใจใช้โปรแกรมบัญชี เลือกใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปอะไร ความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมนั้นเป็นอย่างไร ส่วนผู้ที่ไม่ได้ใช้โปรแกรมบัญชีในการทำงานมีเหตุผลใด และความคาดหวังที่ใช้ในอนาคตหรือไม่อย่างไร

การศึกษาธุรกิจห้างหุ้นส่วนจำกัด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา ๑๐๗๗ อันห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้นคือห้างหุ้นส่วนประเภทหนึ่ง ซึ่งมีผู้เป็นหุ้นส่วนสองจำพวกคือ ๑) ผู้เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งมีความจำกัดความรับผิดชอบไม่เกินจำนวนเงินที่ตนรับจะลงหุ้นในห้างหุ้นส่วนนั้น ๒) ผู้เป็นหุ้นส่วนคนเดียวหรือหลายคนซึ่งไม่ต้องรับผิดชอบร่วมกันในบรรดาหนี้ของห้างหุ้นส่วนเพียงไม่มีจำนวน และมาตรา ๑๐๗๘ อันห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้น

ท่านบังคับว่าต้องจดทะเบียน โดยทั่วไปห้างหุ้นส่วนจำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดย่อยในกลุ่มครอบครัวหรือเพื่อนฝูง ดังจะเห็นได้ว่ากลุ่มห้างหุ้นส่วนจำกัดในเขตบางเขนมีจำนวนทั้งสิ้น 1,710 ราย (สำนักบริการข้อมูล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์) โดยมีเงินทุนจดทะเบียนระหว่าง 40,000 – 63,665,000 บาท และห้างหุ้นส่วนที่มีเงินทุนจดทะเบียนเกิน 10,000,000 บาทมีเพียง 13 รายเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มศึกษานี้ เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัดเป็นธุรกิจระดับต้นๆตามกฎหมายที่ต้องจัดทำบัญชีและงบการเงิน สภาพการจ้างบุคลากรที่รับผิดชอบด้านบัญชีและคอมพิวเตอร์อาจจะถูกจำกัดด้วยขนาดธุรกิจและกำลังการว่าจ้างที่ไม่สามารถแข่งขันกับตลาดธุรกิจ และปัญหาความต้องการใช้งานอาจจะแตกต่างจากธุรกิจประเภทบริษัท จำกัด หรือมหาชนที่จะจ้างมืออาชีพด้านบัญชีและคอมพิวเตอร์ทำงานโดยตรง ดังนั้นผลการศึกษานี้จะได้นำมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาโปรแกรมบัญชีสำหรับกลุ่มผู้ใช้งานในธุรกิจขนาดย่อย และปรับปรุงหลักสูตรวิชาการบัญชีให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจรายย่อยประเภทห้างหุ้นส่วนจะได้ข้อมูลการเลือกใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี และมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพจะได้ข้อมูลในการเลือกโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีที่นำมาให้นักศึกษาได้ฝึกใช้ที่ตรงกับการใช้งานจริงในตลาด

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาถึงการใช้งาน ปัญหา และความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี เพื่อเสนอแนะต่อผู้สนใจ

2.2 เพื่อศึกษาถึงจำนวนและเหตุผลที่ไม่ได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี และความคาดหวังที่จะใช้งานในอนาคต

## 3. ระเบียบวิธีการวิจัย

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือห้างหุ้นส่วนจำกัดที่จดทะเบียนตั้งอยู่ และยังคงดำเนินการธุรกิจอยู่ในปัจจุบันในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 1,710 ราย (สำนักบริการข้อมูล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กระทรวงพาณิชย์) โดยกลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ออกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 350 ราย จากการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 500 ราย

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี หลักเกณฑ์และแนวคิด จากตำราเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ส่วนโดยส่วน 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ ส่วน 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี ส่วน 3) ปัญหาในการใช้และความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมบัญชี ส่วน 4) ข้อมูลเกี่ยวกับการไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี ส่วน 5) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นปลายเปิด
3. นำแบบสอบถามไปทดสอบค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลที่ประกอบกิจการซื้อขายไป ในเขตบางเขน จำนวน 40 ชุด และต่อนำไปวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficients) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.80 ขึ้นสุดท้ายแจกแบบสอบถาม

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามและคำชี้แจงพร้อมซองตอบรับทางไปรษณีย์จำนวน 500 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 350 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 70 ของแบบสอบถามที่ได้จัดส่ง

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามจะอภิปรายผลโดยมีการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติขั้นพื้นฐานในการหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแจกแจงหรืออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลในลักษณะของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ร้อยละค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยสถิติดังกล่าวจะใช้อธิบายข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการอธิบายโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี อธิบายโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)
3. ปัญหาในการใช้และความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมบัญชี อธิบายโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ร้อยละค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี อธิบายโดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

## 4. สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 500 ราย และได้รับแบบถามคืนมาจำนวน 350 รายหรือร้อยละ 70.0 จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 350 ราย ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

1.1 การศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 350 รายเป็นเพศชายร้อยละ 41.3 และเพศหญิงร้อยละ 58.7 มีอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 25 ปีร้อยละ 5.2 อายุ 25 - 35 ปีร้อยละ 50.2 อายุ 36 - 45 ปีร้อยละ 31.1 อายุมากกว่า 45 ปีร้อยละ 13.5

ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่งหน้าที่ในปัจจุบันเป็นเจ้าของกิจการร้อยละ 28.2 เป็นผู้จัดการบัญชีหรือสมุห์บัญชีร้อยละ 46.5 เป็นพนักงานบัญชีร้อยละ 17.2 และเป็นพนักงาน

ในตำแหน่งอื่นๆร้อยละ 8.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 2.7 ปริญญาตรีร้อยละ 80.1 ปริญญาโทร้อยละ 15.7 และสูงกว่าปริญญาโทร้อยละ 1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการในการทำงานน้อยกว่า 5 ปีร้อยละ 15.5 ทำงาน 6 - 15 ปีร้อยละ 57.2 ทำงาน 16-25 ปีร้อยละ 20.1 ทำงาน มากกว่า 25 ปีร้อยละ 7.2

1.2 กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 350 ราย ดำเนินธุรกิจสูงสุดประเภทซื้อขายไปร้อยละ 43.2 รองลงมาเป็นประเภทงานบริการร้อยละ 30.3 ต่อไปเป็นประเภทรับเหมาก่อสร้างร้อยละ 11.4 ประเภทผลิตสินค้าร้อยละ 10.0 และประเภทกิจการขนส่งร้อยละ 5.1

1.3 กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดจำแนกตามทุนจดทะเบียนโดยมีต่ำกว่า 100,000 บาทร้อยละ 5.7 ทุน 100,000 - 500,000 บาทร้อยละ 40.5 ทุน 500,001 - 1,000,000 บาทร้อยละ 50.2 ทุน 1,000,001 - 10,000,000 บาทร้อยละ 3.1 ทุนเกิน 10,000,000 บาทร้อยละ 0.5

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี

2.1 กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 350 ราย มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 248 รายหรือร้อยละ 70.8 และไม่มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 102 รายหรือร้อยละ 29.2 ในส่วนของห้างหุ้นส่วนจำกัดมีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 248 รายหรือร้อยละ 70.8 จำแนกเป็นการใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปจำนวน 226 รายหรือร้อยละ 64.5 และใช้โปรแกรมบัญชีที่พัฒนาขึ้นมาเอง จำนวน 22 รายหรือร้อยละ 6.3

2.2 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 248 รายหรือร้อยละ 70.8 มีความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีดังต่อไปนี้

2.2.1 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดตัดสินใจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีสูงสุดคือสามารถบันทึกการขายได้มากเมื่อธุรกิจขยายตัวร้อยละ 81.9 เหตุผลรองลงมาก็คือข้อมูลถูกต้องครบถ้วนร้อยละ 75.8 สามารถตรวจสอบและค้นหาได้ง่ายร้อยละ 73.4 เหตุผล

ทำงานได้รวดเร็วกว่าการบันทึกด้วยมือร้อยละ 69.2 เหตุผลจัดการทางการเงินและรายงานได้สะดวกและถูกต้องร้อยละ 68.5 เหตุผลลดงานจัดเก็บสมุดบัญชีร้อยละ 55.5 เหตุผลลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานบัญชีร้อยละ 52.1 และเหตุผลอื่นๆร้อยละ 12.7

2.2.2 กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีได้ใช้ในงานระบบการขายและออกบิลร้อยละ 85.5 รองลงมาใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 80.2 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบบัญชีลูกหนี้ร้อยละ 72.9 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบระบบเจ้าหน้าที่ร้อยละ 59.9 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบสินค้าคงคลังร้อยละ 57.1 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบบัญชีแยกประเภทร้อยละ 54.9 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบบัญชีเงินฝากธนาคารร้อยละ 51.1 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบบัญชีอื่นๆร้อยละ 19.7

2.2.3 กลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้เลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมากที่สุดคือ โปรแกรม Express ร้อยละ 39.5 รองลงมาเลือกใช้ โปรแกรม Easy ACC ร้อยละ 20.5 เลือกใช้โปรแกรม ACC PAC ร้อยละ 15.5 เลือกใช้โปรแกรม Win Speed ร้อยละ 9.7 เลือกใช้โปรแกรม Formula ร้อยละ 5.1 เลือกใช้โปรแกรม Auto Flight ร้อยละ 3.2 เลือกใช้โปรแกรม Forma ร้อยละ 2.6 เลือกใช้โปรแกรม Business ร้อยละ 1.3 และเลือกใช้โปรแกรมอื่นๆร้อยละ 2.2

3. ปัญหาในการใช้และความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมบัญชี

3.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 248 รายหรือร้อยละ 70.8 ได้แสดงความเห็นถึงปัญหาในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยปัญหาอันดับแรกคือ การแก้ไขเปลี่ยนแปลง โปรแกรมใช้เวลานานและค่าใช้จ่ายสูงร้อยละ 56.0 ปัญหารองลงมาคือโปรแกรมบัญชีไม่เหมาะสมกับรายการค้าของกิจการร้อยละ 35.1 ปัญหาพนักงานขาดทักษะในการใช้โปรแกรมบัญชีร้อยละ 30.1 ปัญหารายงานไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริหารร้อยละ

25.4 ปัญหาโปรแกรมเข้าใจยากร้อยละ 7.4 ปัญหาอื่นๆร้อยละ 15.8

3.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 248 รายหรือร้อยละ 70.8 มีระดับความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในทางบัญชีด้านความเหมาะสมกับการใช้งานมีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.843 ความพึงพอใจในด้านบันทึกข้อมูลมีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 63.3 มีค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 ความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการจัดทำรายงานและงบการเงิน มีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 56.1 มีค่าเฉลี่ย 3.7 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 ความพึงพอใจในด้านการเรียกดูข้อมูลทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ มีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีค่าเฉลี่ย 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.966 ความพึงพอใจในด้านการปรับเปลี่ยนรูปรายงาน มีความพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.7 มีค่าเฉลี่ย 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.799 ความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการปิดบัญชีประจำเดือน มีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.1 มีค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.885 ความพึงพอใจในด้านการเรียนรู้และใช้งาน มีความพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.771

4. ข้อมูลเกี่ยวกับการไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี

พบว่ากลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีจำนวน 102 รายหรือร้อยละ 29.2 จากการศึกษาพบว่าเหตุผลหลักที่ไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีคือจ้างสำนักงานบัญชีเป็นผู้จัดทำบัญชีแทนร้อยละ 63.0 เหตุผลรองลงมาคือไม่มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องคอมพิวเตอร์ร้อยละ 13.2 ต่อไปคือรายการค้ามีจำนวนไม่มากจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ร้อยละ 11.5 สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการจัดหาพนักงานและอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ร้อยละ 8.4 และเหตุผลอื่นๆร้อยละ 4.3 พบเพิ่มเติมว่ากลุ่มตัวอย่างห้างหุ้นส่วนจำกัดที่ไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี

มีความคาดหวังที่จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีในอนาคตร้อยละ 63.7 ส่วนที่ไม่คาดหวังที่จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีในอนาคตร้อยละ 36.3

พบว่ากลุ่มตัวอย่างข้างหุ่นส่วนจำกัดที่ไม่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีที่มีความคาดหวังที่จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีในอนาคตนั้นได้ให้เหตุผลหลักคือมีรายการค้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 45.6 ข้อมูลงบการเงินและรายงานมีความถูกต้องครบถ้วนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 42.3 ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานบัญชีและการเก็บสมุดบัญชีร้อยละ 7.8

และเหตุผลอื่นๆร้อยละ 4.3

## 5. อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาตัวอย่างข้างหุ่นส่วนจำกัดในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พบว่าแนวคิดและข้อมูลของสภาพการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีมีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลการศึกษาและวิจัยของผู้วิจัยอื่นๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาตัว พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 350 ราย มีกลุ่มตัวอย่างที่นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานบัญชีจำนวน 248 รายหรือร้อยละ 70.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้ในงานบัญชีจำนวน 102 รายหรือร้อยละ 29.2 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีในงานจำนวน 226 รายหรือร้อยละ 64.5 และโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมาเองร้อยละ 22.0 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประพนธ์ คำผา (2549) กล่าวว่า ส่วนใหญ่ใช้ที่เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปในงานบัญชีร้อยละ 35.9 และโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมาเองร้อยละ 24.2

2. เหตุผลที่นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้ในงานบัญชี พบว่าเหตุผลหลักคือ สามารถบันทึกรายการได้มากเมื่อธุรกิจขยายตัวร้อยละ 81.9 เมื่อธุรกิจขยายตัวรายการค้าก็จะเพิ่มขึ้น ผลต่อเนื่องคือรายการบัญชีก็จะเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนเดียวกันหรือมากกว่า ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานบัญชี ส่วนเหตุผลรองลงมาคือ ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนร้อยละ 75.8 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันเพ็ญ กฤตผล (2541) กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจคอมพิวเตอร์มาใช้คือ ขนาดของธุรกิจและ

จำนวนรายการเพราะ เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้นย่อมหมายความว่า ปริมาณขายหรือการใช้บริการมากขึ้น

3. โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้งานในระบบบัญชี พบว่ามีการนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในระบบในระบบการขายและออกบิลเป็นอันดับแรกมากที่สุดร้อยละ 85.5 รองลงมาใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 80.2 และอันดับสามโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีระบบบัญชีลูกหนี้ร้อยละ 72.9 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ มานพ สีเหลือง (2549) กล่าวว่า ระบบบัญชีแยกประเภทใช้งานมากที่สุด รองลงมาคือระบบงานบัญชีลูกหนี้

4. กลุ่มตัวอย่างที่นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานบัญชีโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปจำนวน 226 ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Express มากที่สุดร้อยละ 39.5 รองลงมาได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Easy Acc ร้อยละ 20.5 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นธิ เหมมันส์ (2550) กล่าวว่า โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปที่นำมาใช้ในปัจจุบันมากที่สุด คือ โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป Express และสอดคล้องกับงานของ บุตรี บุญโรจน์พงศ์ (2546) กล่าวว่า โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปที่ใช้มากที่สุดคือ Express ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจสืบเนื่องมาจาก โปรแกรมชนิดนี้เป็นซอฟต์แวร์สำเร็จทางบัญชีที่พัฒนาโดยคนไทยซึ่งมีราคาถูกกว่าต่างประเทศ และมีระบบใช้งานง่ายดังนั้น จึงทำให้เป็นที่นิยมในการนำมาใช้งาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญณก สัจจะวัฒนะ (2551) กล่าวว่า บุคลากรฝ่ายบัญชีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อการใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปเอ็กเพรส

5. ส่วนต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี พบว่า ค่ากว่า 10,000 บาทร้อยละ 51.3 และ 10,000 – 50,000 บาท ร้อยละ 36.2 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นธิ เหมมันส์ (2550) กล่าวว่า ต้นทุนการจัดหาซอฟต์แวร์บัญชี พบว่า โดยเฉลี่ยจะอยู่ในระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท

6. ผู้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชี ได้แสดงความเห็นถึงปัญหาในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยปัญหาอันดับแรกคือ การแก้ไขเปลี่ยนแปลงโปรแกรมใช้เวลานานและค่าใช้จ่ายสูงร้อยละ

56.0 ปัญหารองลงมาคือโปรแกรมบัญชีไม่เหมาะสมกับรายการค้าของกิจการร้อยละ 35.1 ปัญหาพนักงานขาดทักษะในการใช้โปรแกรมบัญชีร้อยละ 30.1 ปัญหารายงานไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริหารร้อยละ 25.4 ปัญหาโปรแกรมเข้าใจยากร้อยละ 7.4 ปัญหาอื่น ๆ ร้อยละ 15.8 ปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นปัญหาของการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพย์ อนันต์จรุญสุข (2553) กล่าวว่า พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเป็นปัญหาเกี่ยวกับพนักงานไม่มีความชำนาญ และไม่มีบริการหลังการขายหรือมีแต่ไม่ดี

7. พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่นำโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานบัญชีส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในทางบัญชีในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความเหมาะสมกับการใช้งาน มีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.843 มีระดับความพึงพอใจในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในทางบัญชีด้านความเหมาะสมกับการใช้งานมีความพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.843 ส่วนความพึงพอใจระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ในด้านความพึงพอใจในการปรับเปลี่ยนรูปรายงาน มีความพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 51.7 มีค่าเฉลี่ย 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.799

พบว่าความพึงพอใจจากการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในงานบัญชีข้างต้นไม่สอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญกับงานวิจัยของ อโณทัย ม่วงทิพย์ (2551) กล่าวว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความเร็วในการประมวลผล ระดับความสำคัญเท่ากับ 4.69 รองลงมาคือความสามารถในการเชื่อมโยงระบบงานที่มีอยู่เดิม ระดับความสำคัญอยู่ที่ 4.71 และที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือความสามารถในการทำงานหลายจอภาพพร้อมกัน ระดับความสำคัญเท่ากับ 3.74

### ข้อเสนอแนะประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

#### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ก่อนตัดสินใจเลือกโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในงานบัญชีในขั้นแรกควรกำหนดโครงสร้างธุรกิจและ

บัญชีที่ต้องการ ขึ้นต่อไปก็คือกำหนดลักษณะโปรแกรมบัญชีที่ต้องการ

1.2 การเลือกโปรแกรมบัญชีควรศึกษาปัญหาในการใช้งาน ข้อดีและข้อเสียของแต่ละโปรแกรม จากงานวิจัยต่างๆ ซึ่งมีความหลากหลายในข้อคิดเห็น

1.3 พิจารณาค่าซอฟต์แวร์ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา และค่าใช้จ่ายเพิ่มในการปรับเปลี่ยนการใช้งาน

1.4 ควรฝึกอบรมการใช้งานให้แก่พนักงานให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพและคุ้มค่ากับการลงทุน

2. ข้อเสนอแนะการเรียนการสอนในสถานการศึกษาในระดับปริญญาตรี ควรให้นักศึกษาฝึกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีผู้นิยมใช้งานในตลาดอย่างหลากหลาย หรืออย่างน้อย 2-3 โปรแกรม

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ประมวลพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 ลักษณะ 22 หมวด 3
- [2] พระราชบัญญัติการบัญชี ปี 2543
- [3] ข้อมูลการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร - สำนักบริการข้อมูล กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
- [4] รุ่งทิพย์ อนันต์จรุญสุข การใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปสำนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ บธ.ม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมศาสตร์, 2553
- [5] อุษณา ภัทรมนตรีมนตรี. การตรวจสอบและการควบคุมด้านคอมพิวเตอร์ทางบัญชี กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2553
- [6] พลพฐ ปิยวรรณ ร.ศ.ดร. และ สุภาพร เริงเยี่ยม ร.ศ.ดร. ระบบสารสนเทศทางการบัญชี พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิทย์พัฒน์ จำกัด, 2551
- [7] กัญญนุก สัจจะวัฒนะ ความพึงพอใจของบุคลากรฝ่ายบัญชี ที่มีต่อการใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป กรณีศึกษาโปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปเอกเพรส วิทยานิพนธ์ บธ.ม 2551
- [8] อโณทัย ม่วงทิพย์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของวิสาหกิจขนาด

กลาง และขนาดย่อม กรณีศึกษากิจการค้าส่งในเขต กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยราชชมงคลรัตนโกสินทร์ 2551

[9] มานพ สีเหลือง การเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีและคุณลักษณะนักบัญชีพึงประสงค์ของสถานประกอบการที่มีที่ตั้งในกรุงเทพและปริมณฑล วิทยานิพนธ์ บธ.ม มหาวิทยาลัยบูรพา (2549)

[10] บุตรี บุญโรจน์พงศ์ การใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปสำนักงานบัญชี : กรณีศึกษาสำนักงานบัญชีในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ บธ.ม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2546)

[11] วันเพ็ญ กฤตผล การออกแบบระบบบัญชีในธุรกิจที่ประมวลผลด้วยมือและคอมพิวเตอร์ กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546

[12] ประนอม คำผา การศึกษาสภาพการใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในงานบัญชีของบริษัทจำกัดและห้างหุ้นส่วนในจังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2545



## การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

### ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### A Study of Problems and difficulties in Accounting Management for Small and Medium

#### Sized Enterprise in Bangkok

นพัชกร ทองเรื่อนดี

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, [judee\\_k@hotmail.com](mailto:judee_k@hotmail.com)

#### บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจจำนวน 400 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจปัญหาที่พบประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน คือ ปัญหาด้านความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชี ปัญหาด้านเอกสารและวิธีการจัดทำทางด้านบัญชี ปัญหาด้านความร่วมมือและประสานงาน และปัญหาด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน โดยการสุ่มอย่างง่าย โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.8284 และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t - test และ F - test ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร อันดับแรก คือ ปัญหาด้านเอกสารและวิธีการบันทึกบัญชี ได้แก่ การจำแนกรายการระหว่างสินทรัพย์ส่วนตัวกับสินทรัพย์ของธุรกิจ เอกสารที่ใช้ประกอบการบันทึกบัญชีมีปริมาณมาก เช่น วัสดุ สินค้าคงเหลือ ปัญหาอันดับสอง คือ ปัญหาด้านความรู้ความสามารถของพนักงานทำบัญชี ได้แก่ พนักงานขาดความรู้ความสามารถในการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง พนักงานไม่มีการปฏิบัติงานที่เป็นขั้นตอนตามรูปแบบของธุรกิจ และพนักงานไม่สามารถให้คำแนะนำผู้บริหารเกี่ยวกับบัญชีเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ปัญหาอันดับที่สาม คือ ปัญหาทางด้านความร่วมมือและประสานงาน ได้แก่ ความร่วมมือจากผู้ตรวจสอบบัญชีในการให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชี ความร่วมมือจากผู้บริหารในการให้ข้อมูล ความร่วมมือจากบุคคลทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ในด้านการจัดทำบัญชี ปัญหาอันดับสุดท้าย คือ ปัญหาด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ปัญหาการบันทึกบัญชีโดยคอมพิวเตอร์

**คำสำคัญ:** การจัดทำบัญชี, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

**ABSTRACT**

The objective of this research is to study the problems and difficulties in accounting management for Small and Medium Sized Enterprise in Bangkok. The survey is to collect data from 400 entrepreneurs in Bangkok. Exploratory factor analysis revealed that the four factors, namely the knowledge of the job, issues and the preparation of the accounts, the cooperation and coordination, and the tools used in practical applications. by simple random sampling. The confidence value equal to 0.8284 and the use of descriptive statistics including mean, standard deviation. According to the latest statistics and t - test and F - test. The results showed that the first problems and difficulties in accounting for small businesses in Bangkok, the paperwork and accounting methods. There were too many accounts. Classification result of the personal assets of the business assets. Accounting documents, such as a large quantity of material goods. The second issue is the competence of the staff, including accounting. Employees lack the knowledge and ability to prepare properly. Employees are operating at a process model of the business. The staff can not advise on the management accounts for the decision. The third issue is the cooperation and coordination and cooperation from auditors to provide advice in the preparation of accounts. Cooperation from the leaders in providing information. Cooperation from both inside and outside the business And agencies. In the field of accounting. The last problem is the equipment used in operations and accounted for using a computer problem

**KEYWORDS:** preparation of accounts, Small and medium-sized businesses.

**1. บทนำ**

กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีบรรยากาศต่างๆที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจมากกว่าพื้นที่ใดๆใน

ประเทศไทย เนื่องจากมีความได้เปรียบพื้นที่อื่นๆในเรื่องระบบโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภค ระบบการเงิน การบริหาร ในการประกอบธุรกิจที่สมบูรณ์รวมทั้งเป็นแหล่งตลาดขนาดใหญ่จึงดึงดูด

ให้มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายทั้งภาค การเกษตร อุตสาหกรรม การบริการและการค้าขาย นานาชนิด เกือบครบทุกประเภท ปัจจุบันการ ดำเนินงานที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มี เป็นจำนวนมาก การบริหารของธุรกิจต้องมีความ คล่องตัว มีความเป็นอิสระ และมีต้นทุนการ ดำเนินงานที่ต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ จึงมีบทบาท สำคัญในระบบเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นตลาดและ จำหน่ายสินค้าของธุรกิจขนาดใหญ่ด้วย ปัจจัย ความสำเร็จทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการ SMEs ใน พื้นที่กรุงเทพฯให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่การ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า หรือคุณภาพ ของการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ การสร้าง เครดิตหรือความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้า ไว้วางใจ เป็นที่ต้องการของลูกค้า และการเรียนรู้จาก ประสบการณ์ที่ผ่านมาทั้งความสำเร็จและความ ล้มเหลว

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะเจริญเติบโตเป็น ธุรกิจขนาดใหญ่ได้นั้นต้องอาศัยการบริหารงานที่มี ประสิทธิภาพ สามารถผ่านปัญหาและอุปสรรค ต่างๆ ได้ สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปัจจุบันยังประสบปัญหาและข้อจำกัดในการ ประกอบธุรกิจหลายประการไม่ว่าจะเป็นปัญหา ด้านการจัดการ การตลาด ด้านแรงงาน ด้าน เทคโนโลยีการผลิต รวมถึงการเงินและการบัญชี โดยเฉพาะปัญหาทางด้านการบัญชี ยังมีการจัดทำ

บัญชีที่ไม่สมบูรณ์ และไม่สามารถนำตัวเลขที่ได้มา ใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจ โดยเฉพาะ ธุรกิจที่จดทะเบียนต่างๆ ยังมีการดำเนินงานเป็น แบบครอบครัว นอกจากนี้ผู้ประกอบการหรือ เจ้าของธุรกิจยังไม่เห็นถึงความสำคัญในการจัดทำ บัญชีเพื่อใช้ในการบริหารและการตัดสินใจ ธุรกิจ ส่วนใหญ่ยังคงใช้ประสบการณ์ที่ตนเองมีในการ

บริหารจัดการ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ขาด ความไว้วางใจในพนักงาน เพราะพนักงานที่จัดทำ บัญชียังมีความรู้ความสามารถไม่เพียงพอจึง ไม่ สามารถดำเนินงานตามขั้นตอนของการจัดทำบัญชี ได้อย่างถูกต้องตรงตามมาตรฐานการบัญชี

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ ทำให้ผู้วิจัยมี ความสนใจการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการ จัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาเฉพาะ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาข้อมูลสารสนเทศที่ ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนใน การจัดทำบัญชีให้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการ จัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจ ตำแหน่ง งาน ระดับการศึกษา สาขา และประสบการณ์ใน การทำงาน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการสามารถใช้ผล การศึกษาเป็นแนวทางในการวางแผนในการจัดทำ บัญชีให้ถูกวิธี
2. ผู้ประกอบการได้ประโยชน์ในการใช้ ข้อมูลทางบัญชีประกอบการตัดสินใจและการ บริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

3.หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการจัดทำบัญชีเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีที่แตกต่างกัน
2. ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีที่แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีที่แตกต่างกัน
4. สาขาวิชาที่ศึกษาที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีที่แตกต่างกัน
5. ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีที่แตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีที่แตกต่างกัน

### 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการอภิปรายผล โดยนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่สำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. บทบาท ความสำคัญ และลักษณะเด่นของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ปัญหาและข้อจำกัดในภาพรวมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. สาเหตุที่ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประสบความล้มเหลว
4. การจัดทำบัญชีในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สมลักษณ์ เอ กวนิชชาณู. (2543). การศึกษาความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีต่อระบบบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รัตใจ สงวนพงษ์ (2540). ปัญหาในการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดย่อม กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตสบู่ แชมพู ในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคอร์ท (Likert) คือ ปัญหาในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งเนื้อหาของคำถามครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยทั้ง 4 ด้าน และเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (opened form) เพื่อสอบถามข้อเสนอแนะอื่นที่เกิดขึ้น

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการแจกแบบสอบถามเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และวิธีการจัดทำบัญชี

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามแต่ละฉบับ ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืน จำนวน 400 ฉบับ มีความสมบูรณ์ของการตอบทุกฉบับ

2. ตรวจสอบให้คะแนนแบบสอบถามแต่ละข้อ ที่มีลักษณะปลายปิดส่วนประมาณค่าตามเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบ	คะแนนที่ได้
ปัญหามากที่สุด	5
ปัญหามาก	4
ปัญหาปานกลาง	3
ปัญหาน้อย	2
ปัญหาน้อยที่สุด	1

3. วิเคราะห์ระดับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมรายด้านและรายข้อ โดยค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แล้วแปลผล โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับปัญหา
4.21-5.00	ปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	ปัญหาอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	ปัญหาอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	ปัญหาอยู่ในน้อยที่สุด

### 4. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ประเภทของธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการทั้งสิ้น 400 แห่ง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะเป็นประเภทธุรกิจกิจการค้าจำนวน จำนวน 192 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 48 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบัญชี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่

ในระดับปริญญาตรีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 สาขาวิชาที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นสาขาการบัญชี จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.30 ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีส่วนใหญ่มีอายุการทำงานอยู่ที่ 1-3 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44

2. ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของระดับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดย่อม(SMEs) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง แต่ด้านความรู้ ความสามารถของพนักงานบัญชี พบว่ามีระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อของปัญหาในแต่ละด้านพบว่า

2.1 ปัญหาด้านความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชีโดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 (S.D. = 0.48) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชี ของพนักงานมีบทบาทในการให้คำแนะนำกับผู้บริหารในการใช้ข้อมูลการบัญชีเพื่อการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.92 (S.D. = 1.15)

2.2 ปัญหาด้านเอกสารและวิธีการจัดทำทางด้านบัญชีโดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 (S.D. = 0.46) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำทางด้านบัญชี ของการจำแนกรายการสินทรัพย์ส่วนตัวออกจากสินทรัพย์ของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.78 (S.D. = 1.25)

2.3 ปัญหาด้านความร่วมมือและประสานงานโดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 (S.D. = 0.56) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ด้านความร่วมมือและประสานงาน ของผู้ตรวจสอบบัญชีได้เข้ามามีบทบาทในการให้คำแนะนำในการจัดทำบัญชีให้

ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.60 (S.D. = 1.18)

2.4 ปัญหาด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.27 (S.D. = 0.57) แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ของการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 2.52 (S.D. = 1.11)

3. ผลการเปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจำแนกตาม ประเภทของธุรกิจ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี พบว่า

3.1 เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีจำแนกตามประเภทของธุรกิจไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีจำแนกตามตำแหน่งงานไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่ามี ความแตกต่างกันในด้านความรู้ ความสามารถของพนักงานบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่าการทดสอบรายคู่ ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี จำแนกตามระดับการศึกษา การศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีจำแนกตามสาขาวิชาไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 เปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีจำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีพบว่ามีความแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ ความสามารถของพนักงานบัญชี 2) ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำทางด้านบัญชี 3) ด้านความร่วมมือและประสานงาน และ 4) ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ Scheffe พบว่าการทดสอบรายคู่ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถของพนักงานบัญชี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี มากกว่า 5 ปี 1-3 ปี และ 0-1 ปี และ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำทางด้านบัญชี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี 0-1 ปี 1-3 ปี และ มากกว่า 5 ปี และ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำทางด้านบัญชี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี 1-3 ปี และ มากกว่า 5 ปี และ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบรายคู่ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชี 3-5 ปี และ มากกว่า 5 ปี และ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5. อภิปรายผล

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

กรณีที่พบว่าการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชีในการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้องครบถ้วน มีปัญหาอยู่ในระดับมากนั้น สอดคล้องกับผลการวิจัยรัศมี สงวนพงษ์ พ.ศ. 2540 ศึกษาเรื่องปัญหาในการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดย่อม (กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตสบู่ แชมพูหรือผลิตภัณฑ์สำหรับชำระล้าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลตามวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัญหาในการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ประเด็นที่เป็นปัญหามากที่สุด คือ ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญในการจัดทำบัญชี และมีอุปสรรคในการจัดทำบัญชีเพื่อเสียภาษีให้ตรงตามที่ราชการกำหนดเท่านั้น และมีความคิดเห็นว่าข้อมูลทางด้านบัญชี การเงิน เป็นความลับของกิจการ ไม่อาจเปิดเผยให้ผู้จัดทำบัญชีทราบได้ทุกข้อมูล อันดับที่สอง คือ ปัญหาด้านความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชี อันดับที่สาม คือ ปัญหาด้านความร่วมมือและประสานงานระหว่างผู้บริหารกับพนักงานบัญชี อันดับที่สูง คือ ปัญหาด้านระบบบัญชี และอันดับสุดท้าย คือ ปัญหาด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงานเนื่องจากไม่ได้รับประโยชน์ในการใช้งานอย่างดีพอ เพราะไม่สามารถใช้ข้อมูลที่มีอยู่ช่วยในการตรวจสอบหรือควบคุมภายในอย่างถูกวิธี และถูกขั้นตอน

### ข้อเสนอแนะ

1. ด้านความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชี ผู้บริหารควรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเพียงพอในการจัดทำบัญชีและปฏิบัติตามถูกต้องตามหลักบัญชีที่รับรองทั่วไป เพราะพนักงานบัญชีที่ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีอาจทำให้ธุรกิจเกิดความเสียหายได้ ควรจัดส่งพนักงานเข้ารับการอบรมทางวิชาการเกี่ยวกับหลักสูตรการบัญชีตามสถาบันต่างๆ

2. ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำบัญชี เอกสารที่ใช้ประกอบการบันทึกบัญชีมีปริมาณมาก รวมถึงการผิดพลาดในการตรวจสอบตัวเลขทำให้เกิดความเสียหายกับธุรกิจได้ ผู้บริหารควรทำการตรวจสอบการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานบัญชีเกี่ยวกับการบันทึกบัญชีเพื่อป้องกันการผิดพลาด

3. ด้านความร่วมมือและการประสานงาน ผู้บริหารควรปลูกฝังให้พนักงานมีสามัคคี กระทบความสัมพันธระหว่างพนักงานในแผนกต่างๆ มากยิ่งขึ้น อาจจัดให้มีการสังสรรค์ระหว่างกันเป็นครั้งคราวเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือและประสานงานระหว่างแผนกต่างๆ

4. ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในการจัดทำบัญชีมากขึ้น และนำโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีมาใช้กันมาก แต่เนื่องจากมีต้นทุนที่สูงผู้บริหารควรวางแผนปรับปรุงการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ เทคโนโลยี ที่มีอยู่อย่างเต็มที่เพื่อก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น

### 6. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วย

ศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ อาจารย์สานิต ศิริวิศิษฐ์กุลและอาจารย์วิยะดา วรรณท้วนิช ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบูชากตเวทิตาแด่ พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ชีรพล อรุณะกสิกรและคณะ, 2543. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- [2] สมลักษณ์ เอกวนิชชาญ, 2543. การศึกษาความคิดเห็นที่ผู้ประกอบการมีต่อระบบบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- [3] รัตใจ สงวนพงษ์, 2540. ศึกษาเรื่องปัญหาในการจัดทำบัญชีของธุรกิจขนาดย่อมกรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมผลิตสบู่ แชมพู หรือผลิตภัณฑ์สำหรับชำระล้าง ในเขต

กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล .  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

- [4] สมเดช โรจน์คูรีเสถียร และคณะ, 2550. เทคนิคการวางระบบบัญชีให้มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 10. สำนักพิมพ์ธรรมนิติ
- [5] เว็บไซต์ <http://www.dbd.go.th>  
<http://www.sme.go.th>



## การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินส่วนบุคคล

กรณีศึกษา กลุ่มผู้ค้าตลาดสด โพธิ์สุวรรณ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

To Study The Behavior of Spending in Personal Expenditure

For The Retailers in Posuwan Fresh Market, Beung-Kum District, Bangkok

สุกัญญา ศิริโท

<sup>1</sup>คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, [sisukunya\\_nbc@hotmail.com](mailto:sisukunya_nbc@hotmail.com)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ค้าโดยใช้หลักทฤษฎีทางการเงินส่วนบุคคล 4 ด้าน รายได้ รายจ่าย การออม การลงทุน โดยนำเป็นแนวคิดกรอบงานวิจัยนี้ คือ 1) รายได้ 2) รายจ่าย 3) ความรู้ความเข้าใจต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล 4) วินัยด้านการเงิน 5) การจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นไปตามเป้าหมายทางการเงินส่วนบุคคล โดยใช้วิธีสำรวจกลุ่มผู้ค้า สถิติที่ใช้ เจริงพรรณนา เครื่องมือใช้ ร้อยละ สัดส่วน อัตราส่วน การแจกแจงความถี่ และการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ค้ามีรายได้ประจำ อยู่ระหว่าง 9,000-20,000 ต่อเดือน และไม่มีรายได้พิเศษ มีการจัดสรรเงินเป็นหมวดหมู่ ส่วนใหญ่จัดเป็นค่าใช้จ่ายประจำเดือนมากที่สุด เป็นค่าอาหารและเครื่องคั้ม รองลงมาเพื่อการออมในรูปแบบเงินฝาก และไม่มีการลงทุนหลักทรัพย์ การจัดสรรรายได้ตามหลักนโยบายของรัฐบาล โดยแบ่งรายได้เป็น 4 ส่วน ใช้จ่าย 3 ส่วน และออม 1 ส่วน จากกลุ่มผู้ค้าพบว่า ทำได้และไม่แน่ใจใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำงบประมาณรายรับ – รายจ่าย และจดบันทึกร้อยละ 68 และถ้าหากมีการจดบันทึกงบประมาณของค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้กับค่าใช้จ่ายจริงใกล้เคียงกัน ร้อยละ 64 กรณีมีเงินไม่พอใช้จ่ายก็มักจะเลือกวิธีลดค่าใช้จ่ายลง ร้อยละ 68 มีการออมเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินร้อยละ 48 วิธีการแก้ปัญหากรณีค่าใช้จ่ายมากกว่ารายได้ โดยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง ร้อยละ 96 รองลงมาจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย และหารายได้เสริมเพื่อเพิ่มรายได้ การจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การใช้จ่ายที่จำเป็น รองลงมาคือ มีการวางแผนใช้จ่ายแต่ละเดือนและมีวินัยในการออม

คำสำคัญ: พฤติกรรม

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to study the behavior of spending in personal expenditure for the retailers group. The study is accordance with the Personal Finance Model in four categories, Income, Expense, Saving and Investment. The conceptual frame work of personal finance was based on 1) income 2) expense 3) understanding in personal's financial planning 4) financial disciplines 5) effective personal financial management. The study was used descriptive statistics, percentage, mean, standard deviation and central tendency. The results were as follows : the family's income were 9,000 - 20,000 Bath per month and without any extra income. The expenses were mainly food and consumer items, and then the surplus income were deposited in bank account and without any Stock Investment. According to the government's policy in family's financial planning of which total income are segregated in 4 parts ,the first 3 parts are for consumer expenses , and final 1 parts is for saving. The results were also found that the retailer group were 50% compliance with the government's policy and 50% un – compliance with, 68% of the retailers group were no financial budget and recording income or expense , 68% recording the income and expenses, 64% recording for the budget versus expenses were no cash balance, 68% where the case short of income were managed by cutting expenditure, 68% over run expense budget, 64% no recording the income and expenses where the expense were only survival items, 68% where the case short of income were managed by cutting expenditure, 48% cash saving for emergency, and in case of short of income were managed by firstly cutting expenditure 96% secondly recording income / expense, and by sourcing additional income. The effective financial management are to reduce unnecessary expenses, prepare monthly expenses budget and have saving disciplines.

**KEYWORDS:** Behavior

## 1. บทนำ

ในภาวะปัจจุบัน ปัญหาเศรษฐกิจเป็นปัญหาใหญ่ที่ทุกฝ่ายกำลังประสบอยู่ในทุกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาสถานะเศรษฐกิจ อันมีผลมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น วิกฤตสินเชื่อบริษัทอสังหาริมทรัพย์ด้อยคุณภาพในสหรัฐอเมริกา ภาวะราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ การขาดสภาพคล่องด้านการเงินและการผันผวนของค่าเงินบาท ที่มีผลต่อประชาชนทำให้เกิดการเลิกจ้าง การลดชั่วโมงการทำงาน และปัญหาหนี้สิน ในขณะที่ก่อนหน้านี้กลับต้องเผชิญกับปัญหาราคาสินค้าพุ่งสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนที่สูงเพราะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นทุกคนจึงต้องมีการวางแผนในการใช้จ่ายเงินอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในทุกภาวะเศรษฐกิจ

รายได้ที่ประกอบจากอาชีพจะนำไปใช้จ่ายซื้อหาสิ่งของเท่าที่จำเป็น สิ่งใดมีมูลค่าสูงยังไม่จำเป็นต้อง ก็ให้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าจะเก็บออมสักระยะหนึ่งจนมากพอจึงค่อยซื้อ แต่ก็ยังมีบางกลุ่มคนที่ไม่เก็บออม ถ้ามีเงินไม่เพียงพอก็คิดหาวิธีกู้หนี้ยืมสิน หรือการซื้อโดยบัตรเครดิตไปก่อนแล้วผ่อนคืนทีหลัง ทำให้ไม่มีเงินออม เพราะไม่ยอมรอคอยเวลาที่เหมาะสม ไม่มีการวางแผนสะสมเงิน แต่มักจะนำเงินที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตมาใช้ในปัจจุบัน แทนที่จะสะสมเงินในปัจจุบันเพื่อใช้จ่ายในอนาคต ซึ่งสามารถทำได้ง่าย ๆ โดยเริ่มจากการกำหนดจำนวนเงินที่ต้องออมในแต่ละเดือน หลังจากการใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นแล้ว แต่ที่เกิเกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันคือ ผู้คนต้องทำงานหนักตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยชรา เพราะคนส่วนใหญ่ในสังคมไม่เคยคิดวางแผนทางการเงิน (Financial Plan) ทุกคนคิดว่าทำไมจะต้องวางแผนทางการเงิน เพียงแค่ทำงาน

ให้มากที่สุดและพยายามประหยัดให้มากที่สุดก็เพียงพอแล้ว การประหยัดและการเก็บออมเป็นสิ่งที่ดีที่ทุกคนควรกระทำ แต่สิ่งที่สำคัญมากไปกว่านั้นคือ เงินที่หามาได้นั้น จะเก็บไว้ที่ไหน และจะจัดการเงินนั้นอย่างไร สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทุกคนมองข้ามการวางแผนการเงินส่วนบุคคล เพราะสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วอย่างคาดไม่ถึง จะมีผลต่อการดำรงชีวิต แม้ว่ามนุษย์จะมีความสามารถในการหารายได้และสะสมทรัพย์สิน แต่เราก็ไม่สามารถควบคุมการเปลี่ยนแปลงได้ คนในปัจจุบัน จึงต้องเผชิญความวิตกกังวลกับความมั่นคงในอนาคต ความมั่นคงในธุรกิจ คุณภาพก็ต้องหาวิธีการใช้จ่ายให้ลงตัว ๆ หากไม่มีการวางแผนทางการเงิน ปัญหาที่ตามมา เช่น ปัญหาอาชญากรรม และการขายบริการทางเพศ เป็นต้น

การแก้ปัญหอย่างหนึ่งก็คือ ต้องแก้ไขการใช้เงิน อดออม การรู้จักการวางแผนการใช้เงิน ลดความฟุ่มเฟือย การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การบริโภค ความฟุ่มเฟือย มาสร้างวินัยในการใช้จ่ายอย่างประหยัด และลดการบริโภคที่เกินความจำเป็น และเก็บออมเพื่อความมั่นคงของชีวิตทั้งนี้ เพราะการประหยัดเป็นวิถีทางสำหรับการสร้างอนาคตให้เป็นปึกแผ่นมั่นคง

ดังนั้นถ้าเรารู้จักการวางแผนที่ดี มีวินัยควบคุมตนเองให้สามารถดำเนินตามแผนชีวิตและแผนงบประมาณชีวิต ก็จะฝึกฝนตนเองให้มีประสิทธิภาพการใช้จ่ายให้เหมาะสมกับอัตภาพ การวางแผนการเงินจึงเป็นเรื่องที่สมควรจะศึกษา เพราะเงินถือว่าเป็นปัจจัยที่จำเป็น ถ้าเราบริหารจัดการได้อย่างลงตัว มีการวางแผนการเงินที่เหมาะสม ก็จะอำนวยความสะดวกแก่การดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อให้

บุคคลได้ทราบถึงรายได้และค่าใช้จ่าย รวมถึงมีวิธีการจัดการเกี่ยวกับรายได้ที่หามาได้นั้น เพื่อให้มีการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลได้เหมาะสม และ เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) ศึกษาพฤติกรรม การใช้จ่ายเงินของกลุ่มผู้ค้าตลาดสด โพรวิสุวรรณ
- 2) เพื่อวัดความรู้ความเข้าใจที่มีการวางแผนการเงินส่วนบุคคล
- 3) เพื่อศึกษาวินัยด้านการเงินของบุคคลของกลุ่มผู้ค้าตลาดสด โพรวิสุวรรณ
- 4) เพื่อเสนอแนะวิธีการจัดการการเงินของกลุ่มผู้ค้าตลาดสดโพรวิสุวรรณ ที่มีประสิทธิภาพ

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้บุคคลทราบถึงรายได้ และค่าใช้จ่าย การเก็บออม ตลอดจนการลงทุนของกลุ่มเป้าหมาย ว่ามีจำนวนมากหรือน้อยเพียงใด มีแหล่งที่มาหรือช่องทางที่ใช้จ่ายไปอย่างไร และสามารถนำผลงานที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิต
2. เพื่อให้บุคคลได้ทราบว่า การจัดสรรรายได้ควรมีสัดส่วนที่เหมาะสมปลอดภัยและมีการจัดบันทึกรายรับ-รายจ่าย รวมทั้งการบริหารเงินเหลือเพื่อเงินออม และช่องทางการออมของตนได้อย่างชาญฉลาดยิ่งขึ้น
3. เพื่อให้บุคคลมีการควบคุมสถานะทางการเงินอย่างสม่ำเสมอ และมีวินัยการใช้จ่ายเงินของตนเองอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดหนี้สินมากเกินไป
4. เพื่อให้บุคคล ลดความวิตกกังวลทางการเงินส่วนบุคคล เนื่องจากมีการเตรียมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพรองรับไว้ล่วงหน้าแล้วตั้งแต่เริ่มทำงาน อันมีผลทำให้

ฐานะการเงินของบุคคลแก้ไขปัญหาที่มีผลกระทบ เช่น รายได้น้อย หนี้สินมีจำนวนมาก รายรับไม่เพียงพอแก่การดำรงชีพ หรือความเปราะบางในหน้าที่ทำอยู่ ขาดความกระตือรือร้นและพัฒนาตนเอง ฯ

## 4. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลแบบสอบถาม และนำข้อมูลมาประมวลผลให้ได้ผลลัพธ์ โดยทำการศึกษาจาก ประชากรกลุ่มผู้ค้าตลาดสดโพรวิสุวรรณ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ สัดส่วน อัตราส่วน การแจกแจงความถี่ และการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในรูปแบบของสำรวจ โดยอาศัยการศึกษาแนวคิดทางด้านการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล มาเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการออกแบบสำรวจ โดยแบ่งรายละเอียดของคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงานของกลุ่มผู้ค้า ประเภทของสินค้า

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้จ่าย ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับรายได้ประจำ รายได้พิเศษ แหล่งและการใช้เงินของรายได้พิเศษ การวางแผนการจัดการการเงินเป็นหมวดหมู่ การดูแลบุคคลในครอบครัว การใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ และวิธีการจ่ายเงิน

ตอนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการวางแผนทางการเงิน ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับ การปฏิบัติได้ตามนโยบายของรัฐบาล (ออม 1 ส่วน ใช้ 3 ส่วน) การ

จัดทำงบประมาณรายรับรายจ่าย และการจัดบันทึก การเปรียบเทียบงบประมาณที่ตั้งไว้กับค่าใช้จ่ายจริง การปฏิบัติเมื่อในกรณีที่มีเงินเหลือ / กรณีมีเงินไม่พอใช้ การคาดการณ์ความมั่นคงทางการเงินส่วนบุคคล และรูปแบบการออม และการลงทุน

ตอนที่ 4 วินัยทางการเงิน ประกอบด้วย คำถาม เกี่ยวกับการเปรียบเทียบรายจ่ายกับรายได้ การแก้ปัญหากรณีเงินสดขาดมือ การกู้ยืมและแหล่งเงินกู้ เปอร์เซ็นต์การออมในแต่ละเดือน และความยาวนาน ในการปฏิบัติ เป้าหมาย/จำนวนเงิน/เวลาในการออม พฤติกรรมการใช้และการชำระหนี้ของบัตรเครดิต และการสร้างเครดิตส่วนบุคคลทางการเงิน

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้จ่ายเงินและ วิธีการจัดการเงินที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วยคำถาม เกี่ยวกับการจัดบันทึกรายจ่ายประจำวัน เหตุผลในการซื้อสินค้า การแก้ปัญหาเมื่อมีเงินไม่พอใช้ และการหารายได้เสริม และแนวทางการจัดการเงินของผู้ตอบ

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลในการเก็บแบบสำรวจ โดยใช้กลุ่มผู้ค้าตลาดสดโพธิ์สุวรรณ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มผู้ค้าทั้งหมด 97 ร้านค้า โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เป็นเจ้าของร้านค้า ร้านค้าละ 1 คน โดยมีผู้ให้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 75 คน

### การประมวลผล

1. การลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถาม ทุกฉบับตามคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำไว้
2. คัดลอกรหัส ที่ลงเรียบร้อยแล้ว ลงในแบบฟอร์มการลงรหัส (General Coding Form) เพื่อนำข้อมูลไปบันทึกลงในคอมพิวเตอร์
3. นำข้อมูลที่ได้นับที่กรเข้าประมวลผล

ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ในการวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่สถิติการแจกแจงความถี่ สัดส่วน อันตราส่วน ค่าเฉลี่ย และการวัดแนวโน้มเข้าสู่ ส่วนกลาง ใช้ตารางประกอบในการอธิบายถึงลักษณะ ของข้อมูลอันประกอบด้วยเรื่องเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อายุการทำงานของกลุ่มผู้ค้า ประเภทสินค้า รายได้ประจำ รายได้พิเศษ พฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล วินัยด้านการเงิน และความคิดเห็นที่มีต่อการ ใช้จ่ายเงิน และวิธีการจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพ

### 5. ผลงานวิจัย

1. กลุ่มผู้ค้าร้อยละ 52 มีรายได้ของ ครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 9,000-20,000 ต่อเดือน กลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่ไม่มีรายได้พิเศษคิดเป็นร้อยละ 80 และมีรายได้พิเศษ คิดเป็นร้อยละ 20 แหล่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากแหล่งอื่นเช่น รับจ้างทั่วไป ขับรถแท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 12% รองลงมาคือ ค่าคอมมิชชั่น ค่าเช่า จำนวนเท่าๆ กัน ร้อยละ 4 ตามลำดับ ประโยชน์จากเงิน รายได้พิเศษ การใช้จ่ายเงินพิเศษไปกับ รวมกับรายได้ ของครอบครัว รายได้ประจำเพื่อใช้จ่าย คิดเป็น สัดส่วน 12% เก็บเป็นเงินออมเพื่อใช้จ่ายกรณีพิเศษเป็น ครั้ง ๆ คิดเป็น สัดส่วน 8% นอกจากนี้ยังพบว่ามีการ จัดสรร คิดเป็นร้อยละ 52% ของกลุ่มผู้ค้า มีการจัดสรร เงินเป็นหมวดหมู่ส่วนใหญ่จัดเป็นค่าใช้จ่าย ประจำเดือนมากที่สุด รองลงมาเพื่อการออม การลงทุน ผ่อนบ้านและผ่อนรถ ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่าย ประจำเดือนที่เกิดขึ้นจริงของกลุ่มผู้ค้า ส่วนใหญ่เป็น รายจ่าย เป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม รองมาเป็นค่าผ่อน

บ้านส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อการออม-การลงทุนที่เกิดขึ้นจริงของกลุ่มตัวอย่าง มักเป็นการจ่ายเพื่อออมนิรูปเงินฝากแบบออมทรัพย์ และค่าใช้จ่ายเบียดเบียนกัน จ่ายหนี้สิน และค่าใช้จ่ายเป็นการทดแทนบุญคุณเป็นการจ่ายเพื่อบิดา-มารดา ญาติ-พี่น้อง ตามลำดับ

2. พบว่า กลุ่มผู้ค้าร้อยละ 36 มีความรู้และความเข้าใจต่อการวางแผนทางการเงินและสามารถทำตามนโยบายของรัฐบาล โดยแบ่งรายได้เป็น 4 ส่วน ใช้จ่าย 3 ส่วน และออม 1 ส่วน คิดเป็นร้อยละ 36 ซึ่งเท่ากับไม่แน่ใจต่อการวางแผนทางการเงินและสามารถทำตามนโยบายของรัฐบาลโดยแบ่งรายได้เป็น 4 ส่วน ใช้จ่าย 3 ส่วน และออม 1 ส่วน ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำงบประมาณรายรับ-รายจ่ายและไม่มีการจดบันทึกและเมื่อเปรียบเทียบพบว่างบประมาณของค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้ค่าใช้จ่ายจริงส่วนใหญ่พอๆ กันคิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนใหญ่มักใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นเหลือเท่าไรเก็บเท่านั้น กรณีมีเงินเหลือเพื่อการออม กว่าร้อยละ 88 ของกลุ่มตัวอย่างนิยมฝากธนาคาร ส่วนในกรณีเงินไม่พอใช้จ่ายก็มักจะเลือกวิธีลดค่าใช้จ่ายลง เวลาที่ใช้ในการสร้างฐานะทางการเงินส่วนใหญ่ไม่สามารถประมาณได้ คิดเป็นร้อยละ 72

3. กลุ่มผู้ค้าร้อยละ 60 มีวินัยด้านการเงินโดยเมื่อเปรียบเทียบรายได้ และรายจ่าย พบว่ามีรายได้นับกับรายจ่ายในระดับพอๆ กัน กรณีเมื่อทราบว่าเงินสดขาดมือ กลุ่มผู้ค้าส่วนใหญ่จะลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งสอดคล้องกันในทุกระดับรายได้ กลุ่มผู้ค้าร้อยละ 40 วางแผนเปอร์เซ็นต์การออมในช่วง น้อยกว่า 5 หรือเท่ากับ 5 % ของรายได้ ซึ่งกลุ่มนี้ส่วนใหญ่สามารถออมได้ระยะเวลาเพียงสั้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ค้ายังมีเป้าหมายในการออมที่ชัดเจน ร้อยละ 88 ส่วนใหญ่มีการออมการใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน นอกจากนั้นกลุ่มผู้ค้าร้อยละ 88 ไม่มีบัตรเครดิต มีเพียงร้อยละ 8 มีบัตรเครดิต 2 ใบ และอีกร้อยละ 4 มีบัตรเครดิต 1 ใบ กลุ่มเป้าหมาย

ที่มีบัตรเครดิต มีการจ่ายชำระหนี้ตามบัตรเครดิตเท่ากัน ร้อยละ 4 คือ จ่ายเต็ม 100 % และจ่ายขั้นต่ำตามใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิต ส่วนการสร้างเครดิตทางการเงินของกลุ่มผู้ค้าพบว่าเกิดจากหน้าที่/ การงานมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกันทุกระดับรายได้ รองลงมาเกิดจากเงินสดในธนาคาร และไม่เกิดขึ้นในหลักทรัพย์

4. กลุ่มผู้ค้าร้อยละ 92 มีวิธีการแก้ปัญหากรณีค่าใช้จ่ายมากกว่ารายได้ โดยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง รองลงมาจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และหารรายได้เสริมเพื่อเพิ่มรายได้ เพื่อดูรายละเอียดในแต่ละเดือน กลุ่มผู้ค้ามีความคิดเห็นว่า วิธีการจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การใช้จ่ายที่จำเป็น รองลงมาต้องมีการวางแผนใช้จ่ายแต่ละเดือนและมีวินัยในการออม

## 6. การอภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ค้าพบว่า ส่วนใหญ่รายได้ครอบครัวอยู่ระหว่าง 9,000-20,000 ต่อเดือน และไม่มีรายได้พิเศษ นอกจากนี้ยังพบว่ามีการจัดสรร คิดเป็นร้อยละ 52% ของกลุ่มผู้ค้า มีการจัดสรรเงินเป็นหมวดหมู่ส่วนใหญ่จัดเป็นค่าใช้จ่ายประจำเดือนมากที่สุด รองลงมาเพื่อการออม การลงทุน ผ่อนบ้านและผ่อนรถ ตามลำดับ ส่วนค่าใช้จ่ายประจำเดือนที่เกิดขึ้นจริงของกลุ่มผู้ค้า ส่วนใหญ่รายจ่าย เป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม รองมาเป็นค่าผ่อนบ้านตามลำดับผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ 1. ปัจจัยพื้นฐานของการจัดการการเงินส่วนบุคคลของ รศ.สุพพดา ปิยะเกตุ, 2546 กล่าวคือ รายจ่ายที่ต้องจ่ายสม่ำเสมอประจำวันของแต่ละบุคคลทั่วไปมีสัดส่วนเป็นค่าอาหารและค่าเครื่องดื่มมากที่สุด ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อการออม-การลงทุนที่เกิดขึ้นจริงของกลุ่มผู้ค้า มักเป็นการจ่ายเพื่อออมนิรูปเงินฝากแบบออมทรัพย์ และค่าใช้จ่ายเบียดเบียนกัน จ่ายหนี้สินและ

ค่าใช้จ่ายเป็นการทดแทนบุญคุณเป็นการจ่ายเพื่อบิดา-มารดา ญาติ-พี่น้อง ตามลำดับ

ในส่วนด้านความรู้และความเข้าใจต่อการวางแผนทางการเงินและ สามารถทำตามนโยบายของรัฐบาล โดยแบ่งรายได้เป็น 4 ส่วน ใช้จ่าย 3 ส่วน และออม 1 ส่วน คิดเป็นร้อยละ 36 ซึ่งเท่ากับไม่แน่ใจต่อการวางแผนทางการเงินและ สามารถทำนมนโยบายของรัฐบาลโดยแบ่งรายได้เป็น 4 ส่วน ใช้จ่าย 3 ส่วน และออม 1 ส่วน ส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำงบประมาณรายรับ-รายจ่ายและไม่มีการจดบันทึกและ เมื่อเปรียบเทียบพบว่าประมาณของค่าใช้จ่ายที่ตั้งไว้กับค่าใช้จ่ายจริงใกล้เคียงกัน กันคิดเป็นร้อยละ 64 ส่วนใหญ่มักใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นเหลือเท่าไรเก็บเท่านั้น กรณีมีเงินเหลือเพื่อการออม กว่าร้อยละ 88 ของกลุ่มผู้ค่านิยมฝากธนาคาร ส่วนในกรณีมีเงินไม่พอใช้จ่ายก็มักจะเลือกวิธีลดค่าใช้จ่ายลง เวลาที่ใช้ในการสร้างฐานะทางการเงินส่วนใหญ่ไม่สามารถประมาณได้ คิดเป็นร้อยละ 72

ในส่วนด้านการมีวินัยด้านการเงินโดยเมื่อเปรียบเทียบรายได้ และรายจ่ายในเดือนที่ผ่านมา พบว่ามีรายได้กับรายจ่ายในระดับพอๆมากที่สุด ผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับจันเพ็ญบุญฉาย (2551) และไม่สอดคล้องกับผลสำรวจบริษัท นาโนเซอร์ช จำกัด (2549-2550) คือมีการเปรียบเทียบรายรับรายจ่าย ในแต่ละเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่ารายจ่าย ส่วนที่เหลือนำไปออม ซึ่งสอดคล้องกัน กรณีเมื่อทราบว่างินสดขาดมือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลงซึ่งสอดคล้องกันในทุกระดับรายได้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 วางแผนเปอร์เซ็นต์การออมอยู่ในช่วง น้อยกว่า 5 หรือเท่ากับ 5 % ของรายได้ ซึ่งกลุ่มนี้ส่วนใหญ่สามารถออมได้ทำได้เพียงระยะเวลาสั้น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ซึ่งผลงานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับ จันเพ็ญบุญฉาย (2551) พบในกลุ่มตัวอย่างว่า 509 ส่วนใหญ่ร้อยละ 30.8 มี

ความสามารถเก็บออมเงินได้ อยู่ในช่วง 6-10 % ของรายได้มากเป็นอันดับแรก อันดับรองลงมาร้อยละ 26.1 มีความสามารถออมเก็บออมได้ อยู่ในช่วงน้อยกว่า 5% ของรายได้ และส่วนคล้อยกันในเรื่องเป้าหมายในการออม ร้อยละ 65.7 ส่วนใหญ่มีการออมการใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ส่วนใหญ่ไม่มีบัตรเครดิต กลุ่มเป้าหมายที่มีบัตรเครดิต มีการจ่ายชำระหนี้ตามบัตรเครดิต เท่ากัน ร้อยละ 4 คือ จ่ายเต็ม 100 % และจ่ายขั้นต่ำตามใบแจ้งยอดรายการบัตรเครดิต ส่วนการสร้างเครดิตทางการเงินของกลุ่มผู้ค่านิยมว่าเกิดจากหน้าที่การงานมากที่สุดรองลงมาเกิดจากเงินสดในธนาคารและในหลักทรัพย์เลยซึ่งไม่สอดคล้องกันกับ จันเพ็ญ บุญฉาย (2551) ซึ่งมีหลักทรัพย์ ร้อยละ 7.8

ในส่วนมีวิธีการแก้ปัญหากรณีค่าใช้จ่ายมากกว่ารายได้โดยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลง รองลงมาจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และหารายได้เสริมเพื่อเพิ่มรายได้ เพื่อดูรายละเอียดในแต่ละเดือนกลุ่มผู้ค่านิยมความคิดเห็นว่าวิธีการจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การใช้จ่ายที่จำเป็น รองลงมาต้องมีการวางแผนใช้จ่ายแต่ละเดือนและมีวินัยในการออม

#### ข้อเสนอแนะ

กลุ่มผู้ค่านิยมควรมีความรู้เกี่ยวกับการจัดสรรรายได้ตามหลักนโยบายของรัฐบาล โดยแบ่งรายได้เป็น 4 ส่วน ใช้จ่าย 3 ส่วน และออม 1 ส่วน และจัดทำบัญชีครัวเรือน

#### กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ อาจารย์สานิตศิริวิศิษฐ์กุล และอาจารย์วิยะดา วรรณท้วนิช

ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

ครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาตเวทิตาแด่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

#### เอกสารอ้างอิง

[1] ชูชี ออร์แมน. 2547. **รู้แล้วรวย : บทเรียนชีวิต หลักคิด**

เรื่องเงิน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อมรินทร์

[2] นวพร เรื่องสกุล. 2543. **ออมก่อนรวยกว่า.**

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์กรุงเทพ

[3] นำชัย เตชะรัตติโรจน์. ประพิน ลลิตภัทร.

ศศิณี ลิ้มพงษ์. หทัยชนก เตชะรัตนะวิโรจน์

เล่ม 1 .2547. **รู้จักวางแผนที่น่าทาง (Know the**

**Roadmap, และอยากรวยต้อง**

**รู้จักตนเอง เล่ม 2**

[4] นิชวดี มณีวัฒนา. 2547. **บันทึกเรื่องเงิน.**

กรุงเทพมหานคร: N.T. ไทยแลนด์

[5] พายัพ ขาวเหลือ. 2548. **การวางแผนและบริหาร**

**เงินส่วนบุคคล ด้วย Excel.** กรุงเทพมหานคร : K+P

คอมพิวเตอร์ คอนซัลท์ จำกัด

[6] เพ็ญ.2545. **ลงทุนให้รวย ลุ้นอิสรภาพทางการเงิน.** กรุงเทพมหานคร:ซีเอ็ดยูเคชั่น

[7] วราภรณ์ สามโกเศศ. 2549. **รู้จักใช้ เข้าใจเงิน.**

กรุงเทพมหานคร: ธนาคารไทยพาณิชย์

วิทยาเขต

[8] ศิริสุข อินละคร. 2548. **การเงินส่วนบุคคล.**กรุงเทพ

มหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขต

ศรีราชา

[9] สงกรานต์ จิตสุทธิสาร. 2545. **ต้องอยากนี้จึงจะ**

**รวย.** กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น

[10] สถาบันพัฒนาบุคลากรธุรกิจหลักทรัพย์ .2546.

**หลักสูตร ความรู้ พื้นฐานเกี่ยวกับตลาดเงินและ**

**ตลาด. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2546)**

[11] สุขใจ น้ำผุด. 2543. **กลยุทธ์การบริหารการเงิน**

**บุคคล.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

ธรรมศาสตร์

[12] สุพพตา ปิยะเกศิน.2548. **การเงินส่วนบุคคล.**

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

[13] อนิศา เซ็นนันท์. 2549. **เงินทองของมีค่า.**

กรุงเทพมหานคร:ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**ไทย 2546 The Plastic Inspired Money.**

**คู่มือเครดิต.** กรุงเทพมหานคร :

บริษัทจันทน์พาณิชย์ ซีเคียว ริตี้ พรินท์ติ้ง จำกัด



## ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อเงินสด ในจังหวัดนนทบุรี

Factors affecting consumers' behavior in using service of credit cash  
in Nonthaburi province.

วิยะดา วรานนท์วนิช

คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, waranon\_w@yahoo.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด, มूलเหตุจูงใจและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อเงินสดที่อาศัยในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้สถิติทดสอบค่าที โดยทำการทดสอบที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี เป็นโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท มีการใช้บริการสินเชื่อเงินสดเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค มूलเหตุจูงใจในการใช้บริการสินเชื่อเงินสด คือความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้ ใช้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปีเฉลี่ย 2.38 ครั้ง ระยะเวลาผ่อนชำระคืนเฉลี่ย 18.67 เดือน วงเงินในการกู้ยืมสินเชื่อเงินสดเฉลี่ย 27,546.45 บาท และค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,226.53 บาท ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นในระดับดี ส่วนด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นในระดับไม่ดี

คำสำคัญ: สินเชื่อเงินสด, พฤติกรรมผู้บริโภค

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to study the factors affecting consumers' behavior in using service of Credit cash in Nonthaburi province area as well as study of demographic factors, marketing mix, motivation are loan permission and method of loan, lifestyle are activity interest and opinion affected to cash credit use behavior. The sample group use in this study is comprised of 400 customers who use service of cash credit. A questionnaire was constructed and use as a tool to collect data. Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent t-test, One-Way ANOVA were statistical methods administered to analyze data by test at the statistical significant level of 0.05. As the research result, It is found that The majority of sample group are female, 20-29 years old, have a bachelor's degree and their monthly income are 5,001-15,000 Baht. Their occupations are the employee in private companies. The majority of sample group have behavior using service of cash credit for buying consumer goods, motivation is rapid loan permission, the average times of using service in a year is 2.38 times per year, the average times of using for repayment duration is 18.67 months, the average of the loan limit is 27,546.45 Baht and the average of the monthly expense is 10,226.53 Baht. The sample group has a good opinion towards marketing mix on accountability, convenience, promotion, people, process and physical evidence. However, the sample group has a bad opinion towards interest rate and fee.

**KEYWORDS:** Credit Cash, Consumer Behavior

## 1. บทนำ

ปัจจุบันสินเชื่อเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการใช้เงินสดมากขึ้น และมีภาระหน้าที่ที่ต้องใช้จ่ายเงินเพื่อตนเอง ครอบครัวและสังคมมากขึ้น ทำให้มีอัตราการกู้ยืมในรูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย เช่น บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเงินสด สินเชื่อเพื่อการกู้ยืมซื้อบ้าน การซื้อสินค้าเงินผ่อน เป็นต้น แม้กระทั่งการกู้ยืมในระบบที่มีดอกเบี้ยสูงมากก็ตามถึงแม้บัตรเครดิตจะเป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังคงมีความต้องการใช้เงินสดที่เร่งด่วนฉุกเฉิน เช่น เพื่อคลอดบุตร ค่าเล่าเรียนบุตร ค่ารักษาพยาบาล เพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และเพื่อการทำธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งไม่ใช่ทุกอย่างที่จะสามารถจ่ายบัตรเครดิตได้เสมอ เพราะไม่ว่ากิจการร้านค้าใดก็ตามที่ต้องการเงินสดเข้ามาเพื่อหมุนเวียนในธุรกิจมากกว่าการใช้สินเชื่อปัจจุบันสินเชื่อเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการใช้เงินสดมากขึ้น และมีภาระหน้าที่ที่ต้องใช้จ่ายเงินเพื่อตนเอง ครอบครัวและสังคมมากขึ้น ทำให้มีอัตราการกู้ยืมในรูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย เช่น บัตรเครดิต สินเชื่อส่วนบุคคล สินเชื่อเงินสด สินเชื่อเพื่อการกู้ยืมซื้อบ้าน การซื้อสินค้าเงินผ่อน เป็นต้น แม้กระทั่งการกู้ยืมในระบบที่มีดอกเบี้ยสูงมากก็ตามถึงแม้บัตรเครดิตจะเป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังคงมีความต้องการใช้เงินสดที่เร่งด่วนฉุกเฉิน เช่น เพื่อคลอดบุตร ค่าเล่าเรียนบุตร ค่ารักษาพยาบาล เพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค และเพื่อการทำธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งไม่ใช่ทุกอย่างที่จะสามารถจ่ายบัตรเครดิตได้เสมอ เพราะไม่ว่ากิจการร้านค้าใดก็ตามที่ต้องการเงินสดเข้ามา

เพื่อหมุนเวียนในธุรกิจมากกว่าการใช้สินเชื่ออีกทั้งเศรษฐกิจไทยที่กำลังขยายตัวมากขึ้น เมื่อเทียบกับหลายแห่ง ในเอเชีย ณ ขณะนี้มีการเติบโตของภาคสินเชื่อเข้มแข็งขึ้นมากกว่าประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย หลังช่วงวิกฤติเศรษฐกิจเมื่อปี 1997 (พ.ศ .2540) เกาหลี มีการเติบโตของภาคสินเชื่อ กอปรกับอินโดนีเซีย ฮองกง ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้วันแม้จะไม่ได้เผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจ แต่เศรษฐกิจยังไม่ดีเพียงพอ ภาคสินเชื่อยังไม่เข้มแข็งดังนั้น ประเทศไทยกำลังอยู่ในสถานภาพที่ดีในเอเชีย ธุรกิจด้านธนาคารพาณิชย์ไปได้ดี มีการปรับตัวหลังจากวิกฤติทางการเงิน และเริ่มที่จะเห็นการเติบโตมากขึ้นจากช่วงที่ผ่านมา ความต้องการด้านสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ไม่เติบโต ขณะที่สภาพของธนาคารในการให้สินเชื่อเองก็ยังไม่มีความเข้มแข็ง แต่ธุรกิจสินเชื่อกลับมาดีขึ้น โดยเฉพาะในภาคของ Retail Banking เป็นเรื่องการให้สินเชื่อกับผู้บริโภคค่อนข้างดี มีการปรับตัวของบัตรเครดิต, สินเชื่อเงินสด และสินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก เศรษฐกิจของประเทศไทยโตเป็นอันดับ 2 ในเอเชีย รองจากจีนประเทศจีนในปีนี้อัดว่าจะมีการเติบโตมากขึ้น อัตราเติบโตอยู่ที่ 7-7.9% ประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 6.8-8.7% จึงจัดอยู่ในอันดับที่ 1 และที่ 2 ของเอเชียการแข่งขันมาจากทุกส่วน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2554) เนื่องจากแม้บางธนาคารมีการปิดตัว ทุกแห่งมีความสามารถในการแข่งขันที่สูง ทางด้านราคา และทางภาคการลงทุน Retail Banking ได้รับความสนใจเนื่องจากธนาคารหลายแห่งมุ่งไปในด้านนี้ แต่การแข่งขันมีความทัดเทียมกันอย่างมาก ดังที่ปรากฏออกมาในเรื่องของ Retail เป็นส่วนใหญ่และจะมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น โดยมีบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเงินสดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมากที่สุดในปัจจุบัน ได้แก่ คิวิกแคช, อีซ

ซึ่งขาย, แคนปีดอล โอเคและกรุงศรีเฟิร์สช้อยส์ ซึ่ง จะเน้นการอนุมัติเงินกู้อย่างรวดเร็วเป็นการจูงใจ ลูกค้า

จากสภาพการณ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ ว่า สินเชื่อเงินสดเข้ามามีบทบาทสำคัญ และเป็น ทางเลือกใหม่สำหรับผู้ที่ต้องการใช้เงินสดฉุกเฉิน เร่งด่วนที่สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ในขณะที่การแข่งขันใน ตลาดเป็นไปอย่างรุนแรง จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ และการบริการให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น ผู้วิจัย จึงเห็นว่าการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อเงินสด จะเป็น ประโยชน์ต่อบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเงินสด และ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการ วางแผนการตลาด และปรับปรุงส่วนประสมทาง การตลาดให้สามารถครองใจผู้บริโภคได้ดีขึ้น

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผล ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัด นนทบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ เงินสดในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อศึกษามูลเหตุจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการ ใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี
4. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัด นนทบุรี

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สุทธิต่อเดือน และสถานภาพสมรส ที่

แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสด ในจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สุทธิต่อ เดือน สถานภาพสมรส ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี

3. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ ด้าน อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม ด้านความสะดวกใน การใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการ ให้บริการ และด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม มี ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ เงินสดในจังหวัดนนทบุรี

4. มูลเหตุจูงใจ ได้แก่ ความรวดเร็วในการ อนุมัติเงินกู้ และขั้นตอนและวิธีการกู้ยืม มี ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ เงินสดในจังหวัดนนทบุรี

5. รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัด นนทบุรี

#### ประโยชน์ของการวิจัย

ผลวิจัยครั้งนี้นำไปเป็นข้อมูลใช้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ การบริการตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้ บริการสินเชื่อเงินสดทำให้สามารถขยายฐานลูกค้า ได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถรักษาลูกค้า เก้าไว้ได้

#### 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางใน

การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการอภิปรายผล โดยนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่สำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. ความหมายของพฤติกรรมและองค์ประกอบพฤติกรรม

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

5. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

6. ข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อเงินสด

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- วราภรณ์ วราภรณ์เคราะห์ (2546). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพเคหะสุขทวีของลูกค้านาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- สานติ ฉาวสุวรรณ. (2546). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บัตรเดบิต Easy Card ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- ชวิษชัย ประจักษ์เสร์ณี. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตซีทีแบงก์วิซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- สาลิพา ลิมโสภาสมณี. (2541). พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อเดือน สถานภาพสมรส มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - Ended Questions)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้คำถามปลายปิด จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ มูลเหตุจูงใจในการใช้บริการสินเชื่อเงินสดของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้คำถามปลายปิด จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสด โดยใช้คำถามปลายปิดจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปในการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรีมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด โครงสร้าง (Unstructured Questions) จำนวน 5 ข้อ และแบบคำตอบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 4 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สุทธิต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยใช้การแจกแจงความถี่

(Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด มูลเหตุจูงใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิต ใช้การแจกแจงค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้ วิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสด ด้านจำนวนการให้บริการต่อปี ด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืน ด้านวงเงินในการกู้ยืม และด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติทดสอบ t-test และ One-Way ANOVA (F- test)

#### การทดสอบสมมติฐาน

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ t-Test Independent , One-Way ANOVA และ Chi-Square
2. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มูลเหตุจูงใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสด โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

#### 4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดที่ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้ 1) เพศ ผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75) 2) อายุ ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีอายุ 30-39 ปี และอายุ

20-29 ปี ตามลำดับ 3) ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ 4) อาชีพ โดยผู้ให้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าของธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ 5) รายได้สุทธิต่อเดือน ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิต่อเดือน 5,001-15,000 บาท รองลงมา มีรายได้สุทธิต่อเดือน 15,001-25,000 บาท และมีรายได้สุทธิต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ตามลำดับ 6) สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมา มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม ด้านความสะดวกในการใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ดังนี้ ผู้บริโภคมีการใช้บริการสินเชื่อเงินสดเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค มูลเหตุจูงใจในการใช้บริการสินเชื่อเงินสด คือความรวดเร็วในการอนุมัติเงินกู้ ใช้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปีเฉลี่ย 2.38 ครั้ง ระยะเวลาผ่อนชำระคืนเฉลี่ย 18.67 เดือน วงเงินในการกู้ยืมสินเชื่อเงินสดเฉลี่ย 27,546.45 บาท และค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,226.53 บาท ส่วนส่วนทางการตลาด ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ ด้านความสะดวกในการใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในการให้บริการ ด้าน

กระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นในระดับดี ส่วนด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นในระดับไม่ดี

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

- ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในด้านจำนวนการให้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปี ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีจำนวนการให้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปีวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด และค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการมากกว่าเพศหญิง

- ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ส่วนประสมทางการตลาด ด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสด ด้านจำนวนการให้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปี ด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสด และค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- ส่วนประสมทางการตลาด ด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสด ด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด และด้านวงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงข้าม และมีความสัมพันธ์ต่อค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- ส่วนประสมทางการตลาด ด้านความสะดวกในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้





เดือนของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็นมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสด ในด้านระยะเวลาผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางตรงข้าม และมีความสัมพันธ์ต่อด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

## 5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้สุทธิต่อเดือน และสถานภาพสมรส มีดังนี้

- เพศ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับสาธิตาลิม โอลาสสมณี (2541) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตกรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดนนทบุรี และรัชชัย ประจักษ์เสถณี (2545) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ถือบัตรเครดิตดีแบงก์วิซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงมีพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้ามากกว่าเพศชาย

- อายุ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ วราภรณ์ วรากุลนุเคราะห์ (2546) ซึ่งได้ศึกษา

ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงไทยเคหะสุขทวีของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อาจจะเนื่องมาจากอยู่ในวัยทำงาน มีหน้าที่รับผิดชอบเลี้ยงดูบิดามารดา รวมไปถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ภายในครอบครัว

- ระดับการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับกนกภรณ์ จรุงฤทธิ์ (2539) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาจจะเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งน่าจะมีความรู้ความเข้าใจในการใช้จ่ายเงินอย่างเหมาะสม

- อาชีพ พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิราพร พัฒนมณี (2546) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคารออมสิน ภาค 1 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาจจะเนื่องมาจากมีรายได้ประจำอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี และอาชีพการทำงานทำให้ต้องมีกิจกรรมนอกบ้านบ่อย เช่น ออกไปรับประทานอาหารกับเพื่อน ซื้อเครื่องแต่งกายเพื่อสวมใส่ไปทำงาน เป็นต้น

- รายได้สุทธิต่อเดือน พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิอยู่ระหว่าง 5,001-15,000 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของ กนกภรณ์ จรุงฤทธิ์ (2539) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนประมาณ 10,001-20,000 บาท อาจจะเป็นเนื่องจากมีรายได้เพียงพอที่จะสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายอันเกิดจากการใช้บริการสินเชื่อ และมีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่สามารถกู้ยืมสินเชื่อได้

- สถานภาพสมรส พบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สาลิพา ลิม โสภาสมณี (2541) ซึ่งได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่าผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด อาจจะเป็นเนื่องจากในปัจจุบันผู้ถือบัตรเครดิตมีการศึกษาสูง สามารถทำงานพึ่งตนเองได้ และยังไม่มีการผูกพัน ทำให้สามารถกู้ยืมเงินได้ง่ายขึ้น

2. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายได้ดังนี้

- ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะและสิทธิประโยชน์เป็นปัจจัยที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดโดยรวมในระดับดี ได้แก่ การไม่มีผู้ค้ำประกันในการกู้ยืมและความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของทุกคนทั่วไป ทั้งนี้เนื่องจากถ้าในการกู้ยืมสินเชื่อเงินสดไม่ต้องมีผู้ค้ำประกัน และบริษัทที่ให้บริการกู้ยืมชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ทำให้มีผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้บริการต้องการความสะดวกรวดเร็ว และความมั่นใจกับบริษัทที่ให้กู้ยืม

- ปัจจัยทางด้านอัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมเป็นปัจจัยที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดโดยรวมในระดับไม่ดี ได้แก่

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางในเรื่องอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมไม่เกิน 3%ต่อเดือน และ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่ดีในเรื่องผู้กู้ต้องจ่ายเพิ่มค่าธรรมเนียมในการอนุมัติเงินกู้ไม่เกิน 5% ของวงเงินกู้ (หักจากเงินกู้) ทั้งนี้เนื่องจากถ้าอัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืม และอัตราค่าธรรมเนียมในการอนุมัติเงินกู้ต่ำกว่าบริษัทอื่น ทำให้ผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดหันมาใช้บริการมากขึ้น และจะใช้บริการกับบริษัทต่อไป

- ปัจจัยทางด้านความสะดวกในการใช้บริการเป็นปัจจัยที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดโดยรวมในระดับดี ได้แก่ ความสะดวกในการผ่อนชำระเงินได้หลายวิธีและจำนวนสาขาในการให้บริการกู้ยืม ทั้งนี้เนื่องจากถ้าผู้ใช้บริการสามารถผ่อนชำระเงินได้หลายวิธีและจำนวนสาขาที่ให้บริการมีมากเพียงพอ ทำให้มีผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดเพิ่มขึ้น และบริษัทที่ให้บริการจะสามารถได้รับเงินที่ลูกค้าชำระคืนตรงเวลามากขึ้น

- ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดโดยรวมในระดับดี ได้แก่ การไม่มีค่าธรรมเนียมการอนุมัติเงินกู้ และวงเงินอนุมัติสูงสุดไม่เกิน 5 เท่าของเงินเดือนหรือสูงสุดถึง 300,000บาท ทั้งนี้เนื่องจากถ้าบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเงินสดมีการส่งเสริมการตลาด โดยการไม่คิดค่าธรรมเนียมการอนุมัติเงินกู้ และเพิ่มวงเงินอนุมัติให้เพียงพอกับความต้องการ ก็จะดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

- ปัจจัยทางด้านบุคลากรในการให้บริการเป็นปัจจัยที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดโดยรวมในระดับดี ได้แก่ น้ำเสียงในการใช้โทรศัพท์ของพนักงาน และมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทั้งนี้เนื่องจากถ้าบริษัทที่

ให้บริการสินเชื่อเงินสดสามารถฝึกฝนอบรม  
น้ำเสียงในการใช้โทรศัพท์ และมารยาทในการ  
ให้บริการของพนักงานก็จะช่วยสร้างภาพพจน์  
ให้กับบริษัท และทำให้ลูกค้าอยากมาใช้บริการ  
ต่อไป

- ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยที่  
มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อ  
เงินสดโดยรวมในระดับดี ได้แก่ ความรวดเร็วใน  
การให้บริการ และการให้คำแนะนำหรือคำปรึกษา  
เพื่อแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการสินเชื่อ  
เงินสดต้องการคำแนะนำ ข้อมูลเบื้องต้นในการ  
กู้ยืม เช่น วงเงินในการกู้ อัตราดอกเบี้ย/  
ค่าธรรมเนียม สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ เป็นต้น ถ้า  
บริษัทสามารถทำให้กระบวนการในการให้บริการ  
สั้น กระชับ รวดเร็วและพนักงานสามารถให้  
คำแนะนำ ปรึกษาต่างๆ ได้ก็จะยิ่งสร้างความรู้สึที่ดี  
ให้กับผู้ใช้บริการให้กลับมาใช้บริการอีก

- ปัจจัยทางด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัย  
ที่มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ  
สินเชื่อเงินสดโดยรวมในระดับดี ได้แก่ ระบบ  
ข้อมูลและเทคโนโลยีที่ทันสมัยของบริษัทสินเชื่อ  
เงินสด และความมั่นคงของบริษัทที่ให้สินเชื่อเงิน  
สด ทั้งนี้เนื่องจากถ้าบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเงิน  
สดมีระบบข้อมูลและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และ  
บริษัทมีความมั่นคง เชื่อถือได้ จะทำให้ผู้ใช้บริการ  
สินเชื่อเงินสดเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ  
สินเชื่อเงินสดมากขึ้น

- ปัจจัยทางด้านมูลเหตุจูงใจเป็นปัจจัยที่มีความ  
คิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสด  
โดยรวมในระดับดี ได้แก่ ความรวดเร็วในการ  
อนุมัติเงินกู้ และขั้นตอนและวิธีการกู้ยืม ทั้งนี้  
เนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการความรวดเร็วในการ  
อนุมัติเงินกู้ และการลดขั้นตอนและวิธีการกู้ยืม ทำ

ให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกมากขึ้น และสนใจ  
มาใช้บริการของบริษัท

3. ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่  
มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดใน  
จังหวัดนนทบุรี สามารถอภิปรายได้ดังนี้

- ปัจจัยทางด้านกิจกรรมเป็นปัจจัยที่มีความคิดเห็น  
ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดโดยรวม  
ในระดับดี ได้แก่ การเลือกซื้อสินค้าด้วยเงินสดเป็น  
ประจำ และการมีค่าใช้จ่ายในช่วงเงินเดือนออก  
 ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดส่วนใหญ่จะ  
เลือกซื้อสินค้าด้วยเงินสดเป็นประจำและมีค่าใช้จ่าย  
ในช่วงเงินเดือนออก ทำให้มีเงินใช้ไม่เพียงพอจึง  
ต้องมีการกู้ยืมเงินสดไปใช้ในกรณีที่ไม่สามารถใช้  
บัตรเครดิตได้ เช่น การจ่ายค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น

- ปัจจัยทางด้านความสนใจเป็นปัจจัยที่มีความ  
คิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสด  
โดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ สนใจศึกษาสิทธิ  
ประโยชน์ของสินเชื่อเงินสด และข้อมูลจากสื่อ  
โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อเงินสด ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่  
ใช้บริการสินเชื่อเงินสด ก่อนที่จะทำการกู้ยืม  
จะต้องศึกษาสิทธิประโยชน์ และข้อมูลจากสื่อ  
โฆษณาที่เกี่ยวข้องกับสินเชื่อเงินสดในด้านต่าง ๆ เช่น  
อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียม วงเงินในการกู้ยืม  
ระยะเวลาผ่อนชำระคืน เป็นต้น

- ปัจจัยทางด้านความคิดเห็นเป็นปัจจัยที่มีความ  
คิดเห็นต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสด  
โดยรวมในระดับดี ได้แก่ ความคิดว่าสินเชื่อเงิน  
สดสามารถช่วยได้ในเวลาที่ต้องใช้เงินสดเร่งด่วน  
และความคิดที่ว่าสินเชื่อเงินสดเป็นทางเลือกใหม่  
ในการกู้ยืม ทั้งนี้เนื่องจากในความคิดเห็นของ  
ผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดต้องการเงินสดเร่งด่วนที่  
สามารถรับเงินได้ทันที ทำให้มีบริษัทที่ให้บริการ  
สินเชื่อเงินสดเกิดขึ้นจำนวนมาก และมีการแข่งขัน

กันเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ายิ่งมากขึ้น

4. ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรีสามารถอภิปรายได้ดังนี้

- จำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปี จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่มีจำนวนในการใช้บริการสินเชื่อเงินสด 2.38 ครั้งต่อปี ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของชวรัชชัย ประจักษ์ เสรณี (2545) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตชนิดวีซ่าในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บัตร 1-5 ครั้งต่อเดือน อาจจะเนื่องมาจากการใช้บริการสินเชื่อเงินสดมีระยะเวลาในการผ่อนชำระหนี้ยาวนานกว่าบัตรเครดิต ทำให้ในรอบ 1 ปีผู้บริโภคไม่สามารถใช้บริการสินเชื่อเงินสดได้บ่อยครั้งนัก

- ระยะเวลาการผ่อนชำระคืนสินเชื่อเงินสดจากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่มีระยะเวลาการผ่อนชำระคืน 18.67 เดือนขึ้นไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวคนธ์ อุดฐานชิววัน (2536) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้ายืมสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่พบว่าลูกค้ายืมสินเชื่อส่วนใหญ่มีระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ อยู่ในช่วง 11-15 ปี อาจจะเนื่องมาจากลูกค้ายืมเงินจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ส่วนใหญ่จะนำเงินไปใช้ในการปลูกสร้างอาคารซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้ นานกว่าลูกค้ายืมสินเชื่อเงินสดซึ่งส่วนใหญ่จะนำเงินไปใช้เพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค

- วงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสดจากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่วงเงินในการขอกู้ยืมสินเชื่อเงินสดของผู้ใช้บริการเท่ากับ 27,546.45 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวคนธ์ อุดฐานชิววัน

(2536) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้ายืมสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ายืมเงินกู้ยืมอยู่ระหว่าง 100,000-300,000 บาท อาจจะเนื่องมาจากธนาคารอาคารสงเคราะห์จะคิดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ ทำให้มีวงเงินในการกู้ยืมสูงกว่าบริษัทที่ให้บริการสินเชื่อเงินสด

- ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสด จากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนโดยเฉลี่ย 8,456.87 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลยุทธ ตันตจรรย์ (2542) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของสมาชิกบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ และสาทิพา ลิมโสภาสมณี (2541) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต พบว่ามียอดการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 1,000-5,000 บาท อาจจะเนื่องมาจากเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายคนละกลุ่มจึงทำให้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายต่างกัน

- วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดจากการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการสินเชื่อเงินสดมีวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อเงินสดเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวรัชชัย ประจักษ์ เสรณี (2545) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตชนิดวีซ่าในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ถือบัตรเครดิตส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิตเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค อาจจะเนื่องมาจากสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นสินค้าที่ซื้อง่ายสะดวก และไม่ต้องใช้เวลาในการตัดสินใจมากนัก ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงใช้เงินไปเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมากขึ้น

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

อาชีพ รายได้สุทธิต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน พบว่า เพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเงินสดในจังหวัดนนทบุรี ด้านจำนวนการให้บริการสินเชื่อเงินสดต่อปี ด้านวงเงินในการกู้ยืมสินเชื่อเงินสด ด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการ และด้านวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับอัญญา วิษยาภัย (2540) พบว่าผู้หญิงและผู้ชายจะมีพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน เนื่องจากผู้หญิงและผู้ชายจะแตกต่างกันด้านความคิด ค่านิยม ทักษะคิด ความต้องการ พฤติกรรม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สายสุนีย์ แยมสนรัตน์ (2544) พบว่า เพศหญิงมีลักษณะการบริโภคคล้ายตามสื่อโฆษณาได้ง่ายกว่าเพศชายและเพศหญิงมีบทบาทในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคภายในครอบครัว

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. บริษัทที่ให้บริการควรพิจารณาลดอัตราดอกเบี้ยและไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้าโดยให้มีสัดส่วนใกล้เคียงกับที่ธนาคารแห่งประเทศไทย(ธปท.) กำหนด ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ถูกเอาเปรียบจากอัตราดอกเบี้ยที่สูงเกินไป
2. บริษัทควรทำการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นถึงภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือของบริษัท และสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับที่แตกต่างจากบริษัทอื่นๆ และเพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างให้ชัดเจนควรทำการสร้างตำแหน่งครองใจและภาพลักษณ์ที่ชัดเจนกับผู้บริโภค
3. บริษัทควรรักษาภาพรวมด้านนี้ไว้ด้วยการฝึกอบรมพนักงานให้เกิดความรู้ ความชำนาญ ใน

การปฏิบัติงาน สามารถให้คำแนะนำและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ มีความเป็นกันเอง และเป็นมิตรกับลูกค้าด้วยการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท

4. บริษัทควรเพิ่มรูปแบบหรือวิธีในการชำระเงินงวดได้หลากหลายมากขึ้นเพื่อเป็นการให้ความสะดวกสบายในผ่อนชำระกับผู้บริโภค เช่น การชำระผ่านตู้ ATM การชำระผ่าน Internet การชำระผ่านตู้รับเช็คของธนาคาร เป็นต้น
5. ด้านวัตถุประสงค์ในการกู้ยืมสินเชื่อเงินสด บริษัทควรปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกระตุ้นการกู้ยืมสินเชื่อเงินสดมากขึ้น

### 6. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมยศ อวเกียรติ อาจารย์สุภาวดี ศิริวัฒน์ อาจารย์ไศรดา พาหุวัฒนกร และอาจารย์นพัชกร ทองเรือนดี ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ท่าน คณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้รับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาคุณเวทิตา แต่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัย

ขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขออ้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

## 8. เอกสารอ้างอิง

- [1] ธวัชชัย ประจักษ์เสรี, 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตชนิดเบงกิวซ่าในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [2] วราภรณ์ วรากุลนุเคราะห์, 2546. ปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อกรุงเทพเคหะสุขทวีของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [3] ศานติ ถาวรสุวรรณ, 2546. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บัตรเดบิต Easy Card ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- [4] สาลิพา ลิมโสภาสมณี, 2541. พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต กรณีศึกษา : พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [5] กัลยา วานิชย์บัญชา, 2543. การใช้ SPSS for Widows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 10-7 พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ผลการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสาร

### เพื่อการวิจัยแก่นิสิตระดับปริญญาตรี

#### The Results of Demonstration Teaching Emphasizing on Learners: Undergraduate Students

เลิศพร อุดมพงษ์, วันดี โสไพบูลย์, บงกช วงศ์หล่อสายชล

วงศ์ศรี แสงบรรจง, สวนีย์ เสริมสุข และจิตติพร กรัยวิเชียร

คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยธนบุรี

*khunnaioat@yahoo.com*

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยที่มีต่อความรู้ ทักษะ และเจตคติในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน จำนวน 30 คน การออกแบบการวิจัยเป็นแบบกลุ่มทดลองหนึ่งกลุ่มที่มีการทดสอบก่อน และหลังการทดลอง (one group pretest post test design) และใช้การทดสอบที (t-test) พบว่า นิสิตที่ได้รับการสอนแบบการสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยหลังทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีขนาดอิทธิพลในระดับมาก เท่ากับ 0.71 และผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษไม่มีผลต่อคะแนนความรู้ของนิสิตในเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิต ส่วนการวิเคราะห์เปรียบเทียบทักษะ การสืบค้นข้อมูลเอกสารและการวิเคราะห์เจตคตินั้น พบว่า นิสิตที่ได้รับการสอนโดยการสาธิตที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีทักษะการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยหลังทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีเจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

**คำสำคัญ:** การสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

**ABSTRACT**

The key objective of demonstration teaching emphasizing on learners is to study the results of undergraduate students' knowledge, skill and attitudes in their search of research information. The samples are 30 students of Education Faculty, Chulalongkorn University, who registered in research learning subject. This research has one group pre-test and post-test experimental design. Testing by t-test shows that the students' knowledge of searching research information is higher after the experiment at the statistical significant level, and the effect size is also in the high level (equal to 0.71). The English learning scores of the samples do not affect on their knowledge. Additionally, the students' skill in searching research information is higher after the experiment and their attitude also improve to high level, which have the mean of 4.02.

**KEYWORDS:** demonstration teaching emphasizing on learners

**บทนำ**

การวิจัยเป็นหัวใจสำคัญของนิสิตในสถาบันอุดมศึกษา เนื่องจากหลักสูตรในระดับมหาวิทยาลัยเน้นให้นิสิตทำวิทยานิพนธ์ เพื่อพัฒนาความรู้หรือสร้างความรู้ในการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่กระทำโดยผ่านกระบวนการวิจัย (ไพฑูริย์ สินลารัตน์, 2543) นอกจากนั้นนิสิตยังเป็นวิชาบังคับของนิสิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ ดังนั้นนิสิตควรมีความรู้ ความสามารถในการทำวิจัยรวมทั้งต้องมีทักษะการสืบค้นข้อมูลที่เป็นส่วนประกอบสำคัญของความสามารถในการทำวิจัยด้านทักษะการปฏิบัติ (practical skill)

ความสามารถในการทำวิจัยด้านทักษะการปฏิบัติ (practical skill) ได้มาจาก (1) การหาและใช้แหล่งข้อมูล (2) การใช้ห้องสมุดและสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ (3) การรับรู้ว่ามีข้อมูลที่เข้ามาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และ/หรือแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (4) พฤติกรรมการสังเกตและการจดบันทึก (5) การแสดงทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน (FGDP (UK) Committee, 2007) การมองในมิติของทักษะปฏิบัติในการทำวิจัย (practical skill) แสดงให้เห็นถึงการสืบค้นข้อมูลเป็นสำคัญ การค้นคว้าเพื่อทำวิทยานิพนธ์ การทราบแหล่งข้อมูลที่จะค้นคว้า และรู้จักวิธีใช้ทำให้กระบวนการศึกษา



ค้นคว้าเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ แต่นิสิตยังประสบปัญหาไม่รู้วิธีใช้ (จุฑาทิพย์ โอสถานนท์, 2533) ขาดทักษะการใช้และไม่เข้าใจระบบอินเทอร์เน็ต (วาสนา อนุवार, 2541) ในการสืบค้นแบบออนไลน์จากฐานข้อมูล มีความสับสนในการเลือกใช้ทางเลือกต่างๆ และประสบปัญหาอย่างมากในการเพิ่มหรือลดคำค้นหา (วนิชกร แก้วกัน, 2540)

จากปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถ และเจตคติในการสืบค้น วิธีในการแก้ปัญหาการสืบค้นข้อมูลการวิจัยโดยใช้วิธีสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Demonstration Method) เป็นเทคนิคที่ผสมกลมกลืนระหว่างการบรรยายกับการกระทำจริง เป็นการสอนที่แสดงให้เห็น การลงทำ ด้วยวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือประกอบ (Brown et al, 1969:485 อ้างถึงในนพรัตน์, 2535) เป็นวิธีสอนที่ให้ผู้เรียนได้รับประสบการณ์ใกล้เคียงกับประสบการณ์ตรงมากที่สุดซึ่งเป็นการสอนที่ผู้สอนแสดงให้เห็นหรือผู้เรียนมีโอกาสได้กระทำด้วยตนเองทำให้การเรียนรู้บรรลุวัตถุประสงค์ลักษณะสำคัญ เป็นกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนรู้ ประสบการณ์ แนวทางเช่น การฟัง การดู การสัมผัสและต้องซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ให้การเรียนรู้ค่อนข้างสมบูรณ์และทำให้ นิสิตเข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยที่มีต่อความรู้ ทักษะและเจตคติในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตระดับปริญญาตรี

### วัตถุประสงค์ย่อย

1. เพื่อศึกษาผลการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยที่มีต่อความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษาผลการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยที่มีต่อทักษะการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตระดับปริญญาตรี
3. เพื่อศึกษาผลการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยที่มีต่อเจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตระดับปริญญาตรี

### สมมติฐานการวิจัย

1. นิสิตที่ได้รับการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยสูงกว่าก่อนการทดลอง
2. นิสิตที่ได้รับการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีทักษะการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยในระดับสูง
3. นิสิตที่ได้รับการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีและเจตคติที่ดีต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย

### สมมติฐานทางสถิติ

$$H_0: \mu_2 - \mu_1 = 0$$

$$H_1: \mu_2 - \mu_1 > 0$$

เมื่อ  $\mu_1$  หมายถึง คะแนนเฉลี่ยของความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยก่อนเรียน

$\mu_2$  หมายถึง คะแนนเฉลี่ยของความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยหลังเรียน

### ขอบเขตในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเนื้อหาสำหรับให้ความรู้เกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลเพื่อการวิจัย 3 ส่วน คือ (1) แหล่งทรัพยากรในการค้นข้อมูล คือ ฐานข้อมูล (Database) และระบบอินเทอร์เน็ต (2) การวางแผนค้นคว้าข้อมูล (3) เทคนิคในการดำเนินการสืบค้นข้อมูล โดยใช้วิธีการสอนแบบสาธิตที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เพื่อศึกษาผลการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยที่มีต่อความรู้ทักษะและเจตคติในการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2554

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การสาธิต (Demonstration) คือ เทคนิคที่ผสมกลมกลืนระหว่างการบรรยายกับการกระทำจริง เป็นการสอนที่แสดงให้เห็น การลงมือทำ ด้วยวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบ

การสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ หมายถึง การสอนที่ผู้สอนมีหน้าที่วางแผนการเรียนการสอน โดยมีการปฏิบัติเป็นขั้นตอนตามลำดับ ใช้วัสดุอุปกรณ์ของจริง พร้อมกับผู้สอนอธิบายประกอบการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนให้ผู้เรียนดู เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้จากการสังเกต การฟัง และการปฏิบัติตาม พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้ามามีส่วนร่วมได้ด้วย

### ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเวลาในการวิจัยเชิงทดลอง ปริมาณข้อมูลที่ต้องการเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผล คณะผู้วิจัยจึงทำการกำหนดกลุ่ม

ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ใช้ระยะเวลาสั้นในการทดลอง (ทำการสอนแบบสาธิต) และทำการวัดผล (post test) ทันทีหลังจากทดลองเสร็จ จึงอาจส่งผลการสรุปอ้างอิง (generalization)

### กรอบแนวคิด และวรรณกรรมสนับสนุน

การวิจัยเป็นกระบวนการในการค้นหาความรู้ ความจริงที่เชื่อถือได้ โดยวิธีการที่มีระบบระเบียบ นักวิจัยจำเป็นต้องใช้มูลและสารสนเทศหลายประเภทเพื่อประกอบการวิจัยเริ่มตั้งแต่การกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัย กำหนดสมมติฐาน กำหนดแผนงานวิจัย ดังนั้น แหล่งทรัพยากร และกระบวนการสืบค้นข้อมูลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1. ประเภทของแหล่งทรัพยากร สามารถแบ่งได้ 4 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ (1) สิ่งพิมพ์ (Printed Materials) (2) สิ่งที่ไม่ดีพิมพ์ หรือโสตทัศนวัสดุ (Non-Printed Material or Audiovisual Materials) (3) ฐานข้อมูล (Database) ฐานข้อมูลเป็นการประมวลสารสนเทศที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน โดยอาศัยระบบจัดการฐานข้อมูลและระบบคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ (4) ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นกลุ่มเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกันภายใต้มาตรฐานเดียวกันซึ่งเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์หลักและคอมพิวเตอร์ลูกข่ายทั่วโลกเข้าด้วยกันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร และสืบค้นข้อมูล (ชัยเลิศ พิเชิตพรชัย, 2544)
2. การเตรียม และวางแผนการสืบค้นข้อมูลเป็นขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสืบค้นเพื่อให้มีประสิทธิภาพ และได้ผลตามความต้องการ Hart (2001) ได้อธิบายการเตรียมและวางแผนเพื่อการ

สืบค้นไว้ว่า การสืบค้นที่มีประสิทธิภาพสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ใช้การบังเอิญ ต้องอาศัยการวางแผน และความสนใจในรายละเอียด ต้องใช้เครื่องมือหลากหลายชนิดเพื่อให้การสืบค้นมีประสิทธิภาพและได้ข้อมูลเพียงพอ ขั้นตอนในการเตรียมการสืบค้นประกอบด้วย (1) ระบุหัวข้อที่ต้องการ (2) จำกัดขอบเขตหัวข้อ โดยใช้เดือน ปี ภาษา สถานที่ และประชากร (3) ระบุเครื่องมืออ้างอิงที่สำคัญ (4) การเก็บรักษา และดูแลข้อมูล และ (5) วางแผนสืบค้นจากทรัพยากรต่างๆ

3. เทคนิคในการสืบค้น ได้แก่ (1) กำหนด descriptor ที่จะใช้แทนมโนทัศน์ของเรื่อง (2) การใช้คำค้นอื่นมาแทนคำค้นเดิม (3) การใช้ตรรกบูลีน AND (4) การใช้ตรรกบูลีน NOT (5) การกำหนดฟิลด์เฉพาะเจาะจง (6) การใช้คำค้นในรูปของวลีร่วมกับ proximity indicators (7) การใช้ตรรกบูลีน AND ร่วมกับปีที่พิมพ์ (8) การใช้สัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ เป็นต้น

ซึ่งในการวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเนื้อหาสำหรับให้ความรู้เกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลเพื่อการวิจัย 3 ส่วน คือ (1) แหล่งทรัพยากรในการค้นข้อมูล คือ ฐานข้อมูล (Database) และระบบอินเทอร์เน็ต (2) การวางแผนค้นคว้าข้อมูล (3) เทคนิคในการดำเนินการสืบค้นข้อมูล

### แนวคิดการสอนแบบสาธิต

การสอนแบบสาธิต (Demonstration) เป็นเทคนิคที่ผสมกลมกลืนระหว่างการบรรยายกับการกระทำจริง เป็นการสอนที่แสดงให้เห็น การลงมือด้วยวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือประกอบ (Brown, and other, 1969:485 อ้างถึงใน นพรัตน์, 2535:21) ดังนั้น การ

สอนแบบสาธิต หมายถึง การสอนที่ผู้สอนมีหน้าที่วางแผนการเรียนการสอน โดยมีการปฏิบัติเป็นขั้นตอนตามลำดับ ใช้วัสดุอุปกรณ์ของจริง พร้อมกับผู้สอนอธิบายประกอบการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอนให้ผู้เรียนดู ผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้จากการสังเกต การฟัง และการกระทำ การติดตามการสอนแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ และผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามกระบวนการเหล่านั้นได้ พร้อมกับเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้ามามีส่วนร่วมได้ด้วย

วิธีการสอนแบบสาธิตเป็นการสอนที่เน้นการทดลอง ปฏิบัติ ควรใช้กับการทำงานที่ต้องใช้เครื่องมือต่างๆ และกำหนดขอบเขตของงานตามขั้นตอน เพื่อให้ผู้เรียนทำงานตามลำดับขั้นตอนที่ผู้สอนได้กำหนดไว้ในโครงสร้างพื้นฐาน บางครั้งเป็นการสอนที่ผู้เรียนทำงานตามเป้าหมายที่ผู้สอนกำหนดไว้ให้ ขณะที่ผู้สอนแสดงการทำงานแต่ละขั้นตอนผู้เรียนสามารถทำงานพร้อมกับผู้สอนได้หรือไม่เข้าใจ ผู้สอนสามารถย้อนกลับมาทบทวนข้อมูลต่างๆ ใหม่ หรืออธิบายให้ชัดเจนอีกครั้ง เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจทันที หรือทำให้ดูอีกครั้งเพื่อประโยชน์ของผู้เรียนที่จะได้รับ คือ ความเข้าใจในการทำงานขั้นนี้ได้อย่างถูกต้อง ก่อนจะไปสู่ขั้นตอนต่อไป ผู้เรียนที่ได้เรียนด้วยวิธีการสอนแบบสาธิต จะมีความรู้สึกตื่นเต้น สนุกเพลิดเพลิน รู้จักการทำงานอย่างมีลำดับขั้นตอน รวมทั้งมีระเบียบในการทำงานเดี่ยว และการทำงานเป็นกลุ่ม และทำให้เข้าใจบทเรียนได้ง่ายขึ้น

กระบวนการเรียนการสอนแบบสาธิต แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) ทดสอบก่อนเรียน (2) การนำเข้าสู่บทเรียน (3) การสอนโดย

ผู้สอนแสดงขั้นตอนการทำงานให้ผู้เรียนดูโดยเลือกวิธีการสาธิตเช่น สาธิตพร้อมกับการอธิบาย การบรรยายก่อนตามด้วยการสาธิต การสาธิตและอธิบายสรุปหลังการสาธิต หรือการให้ผู้เรียนปฏิบัติก่อนแล้วค่อยสาธิต (4) การสรุปบทเรียน (5) การประเมินผลการเรียน

### แนวคิดเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

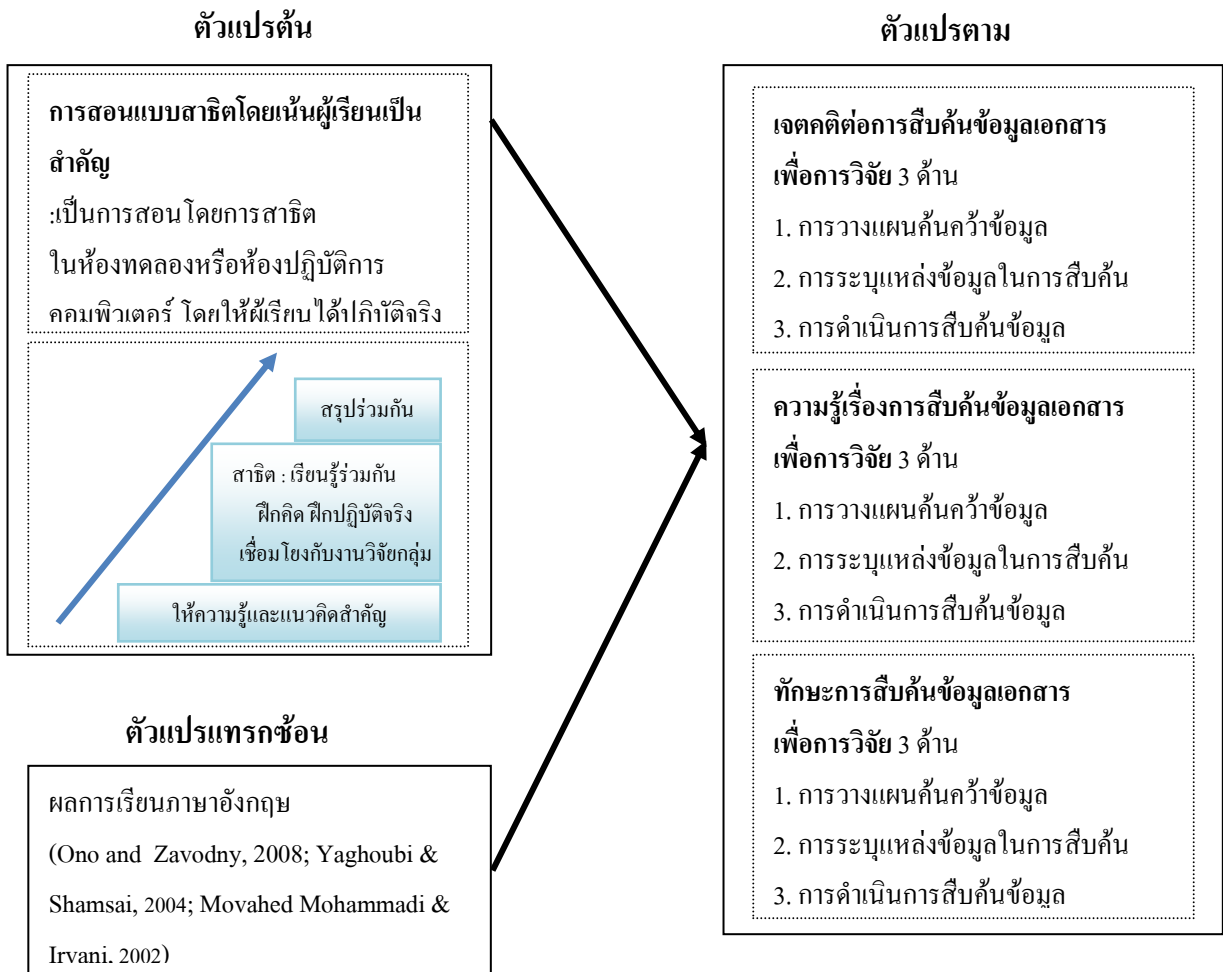
Collins และ Brien (2003) ให้คำนิยามการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือแนวคิดการจัดการเรียนการสอนที่นักเรียนมีอิทธิพลต่อเนื้อหา กิจกรรม อุปกรณ์และเป็นส่วนสำคัญของการการเรียนรู้ โมเดลการเรียนรู้ได้วางตำแหน่งนักเรียนหรือผู้เรียนที่ศูนย์กลางของกระบวนการเรียนรู้ ผู้สอนจะหาโอกาสให้นักเรียนได้เรียนรู้อย่างอิสระ

พร้อมทั้งชี้แนะหรือฝึกให้นักเรียนมีทักษะในสิ่งที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นแนวคิดนี้ยังรวมประสบการณ์การเรียนรู้ที่ใช้แทนการบรรยาย การกำหนดปัญหาแบบเปิดและปัญหาที่ต้องวิพากษ์วิจารณ์ หรือการคิดเชิงพากษ์ที่ไม่สามารถแก้ไขได้จากข้อความตามตัวอย่าง นอกจากนั้นการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญส่งผลให้เพิ่มแรงจูงใจในการเรียนรู้ การจดจำองค์ความรู้ได้ดียิ่งขึ้น ความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น และมีทัศนคติเชิงบวกมากขึ้น

Wolk (2010) กล่าวว่าหลักการสำคัญของการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เกิดขึ้นจากการตระหนักถึงความสำคัญ รวมทั้งได้ใช้คำว่า “การทำให้เป็นลักษณะส่วนบุคคล” (personalization) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็น

สำคัญ นักเรียนแสดงบทบาทสำคัญในการออกแบบหลักสูตรการเรียนด้วยตนเอง โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้บนโลกที่แท้จริง ครูกลายเป็นที่ปรึกษาที่แนะนำการศึกษา สอนพิเศษหรือดูแลและช่วยเหลือด้านการบริหารจัดการเวลาและอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่าครูเป็นพี่เลี้ยงของนักเรียน

สรุปได้ว่า แนวคิดหลักของการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญคือ การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียน ซึ่งนักเรียนจะมีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ สร้างองค์ความรู้ แนวปฏิบัติด้วยตนเอง และมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้โดยตรง เพื่อยกระดับการเรียนรู้ให้ดีขึ้น รวมทั้งจะได้มุมมองหรือทัศนคติที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ครูมีบทบาทต่อการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของนักเรียน โดยมีหน้าที่ชี้แนะ กระตุ้น จูงใจนักเรียนในการค้นหาองค์ความรู้ สนับสนุนให้นักเรียนคิดด้วยตนเอง และช่วยเหลือนักเรียนในทุกด้านเพื่อให้นักเรียนเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### การดำเนินการทดลอง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นิสิตปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ในปีการศึกษา 2554 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตปริญญาตรี คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2554 จำนวน 30 คน

การจัดกระทำ (treatment) ในครั้งนี้เป็นวิธีการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเนื้อหาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนครั้งนี้เกี่ยวข้องกับ การสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน คือ 1 ชั่วโมง 30 นาที โดยทำการทดลองในวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2555 โดยเริ่มตั้งแต่เวลา 10.00 – 12.00 น. โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการทดลองตามลำดับดังนี้ 1) คณะผู้วิจัยดำเนินการทดลองตามกำหนดการและแผนการทดลอง 2) คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณและเชิงคุณภาพ 3) ระยะเวลาหลังการทดลอง

ภายหลังจากการจัดการเรียนการสอนตามแผนที่กำหนดไว้ คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินกลุ่มตัวอย่างหลังเรียนใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรู้ของนิสิตโดยใช้แบบทดสอบความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย แบบประเมินตนเองด้านความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย 2) ด้านทักษะการสืบค้นข้อมูลวิจัยโดยการประเมินผลงานการสืบค้นข้อมูลเพื่องานวิจัยของผู้เรียน และ 3) ด้านเจตคติต่อการเรียนและการสืบค้นข้อมูลด้วยแบบวัดเจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการ

วิจัย หลังจากได้ข้อมูลแล้วคณะผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ผลการทดลอง สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

**เครื่องมือที่ใช้ก่อนการทดลอง** เป็นเครื่องมือที่ใช้ในระยะก่อนการทดลองสำหรับวางแผนในการจัดการเรียนการสอน ประกอบด้วย แผนการสอนเรื่อง การสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย และเอกสารประกอบการเรียนเรื่อง การสืบค้นฐานข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย และ **เครื่องมือที่ใช้ระหว่างการทดลอง** เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลจากการทดลอง ประกอบด้วย แบบทดสอบความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย แบบประเมินผลงานการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย แบบวัดเจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย แบบประเมินตนเองด้านความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเพื่อการวิจัย และแบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนเรื่อง การสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย ซึ่งการสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และการตรวจสอบความเที่ยง (Conbrach alpha)

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยก่อนและหลังการทดลองของนิสิต

จากการวิเคราะห์ความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยก่อนและหลังการทดลองของนิสิตจากการทดสอบที (t-test) พบว่านิสิตที่ได้รับการสอนแบบการสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยหลังทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาถึงขนาดอิทธิพล (effect size) พบว่า การสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยมีขนาดอิทธิพลระดับมาก สรุปได้ว่าการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยส่งผลต่อความรู้ของนิสิตในเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ และคะแนนความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตที่เปลี่ยนแปลงหลังได้รับการทดลอง ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ และคะแนนความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตที่เปลี่ยนแปลงหลังได้รับการทดลอง ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่า ผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ไม่มีผลต่อคะแนนความรู้ของนิสิตในเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตที่เปลี่ยนแปลงหลังได้รับการทดลอง

2. ผลการวิเคราะห์ทักษะการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิตก่อนและหลังการทดลองของนิสิต (ตามการรับรู้ของนิสิต)

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบทักษะการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยก่อนและหลังการทดลองของนิสิตตามการรับรู้ของนิสิตด้วยการทดสอบที (t-test) พบว่านิสิตที่ได้รับการสอนโดยการสาธิตที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีทักษะการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยหลังทดลองสูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

3. ผลการวิเคราะห์เจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิต

จากการวิเคราะห์เจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิต พบว่า หลังการทดลองนิสิตมีเจตคติต่อการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก

4. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของนิสิต

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า ภาพรวมนิสิตมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอนแบบสาธิตโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย ในด้านความเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ ระดับมากที่สุด และพึงพอใจในด้านความรู้ที่ได้รับ รวมทั้งด้านสื่อ/กิจกรรม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่พบว่า สิ่งที่นิสิตประทับใจ การกิจกรรมการเรียนการสอนแบบสาธิตฯ คือ นิสิตได้รับความรู้และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในระดับมากที่สุด ในส่วนของกระบวนการจัดการเรียนการสอน นิสิตเห็นว่า การได้ลงมือปฏิบัติ และการยกตัวอย่างให้เห็น ทำให้การจัดการเรียนการสอนในครั้งนี้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังพบว่า ความสามารถในการอธิบายและยกตัวอย่างของวิทยากรนั้น ทำให้นิสิตมีความพึงพอใจต่อการกิจกรรมการเรียนการสอนการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย

**อภิปรายผลการวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยแยกประเด็นอภิปรายออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1) ประเด็นการพัฒนานิสิตให้มีความรู้ ทักษะและเจตคติเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสาร งานวิจัย

รูปแบบการพัฒนานิสิตให้มีความรู้ ทักษะ และเจตคติเรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารงานวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการสอนที่เน้นการสอนแบบสาธิตควบคู่กับการลงมือปฏิบัติจริง โดยผู้วิจัยแนะนำเทคนิค ขั้นตอนการสืบค้นข้อมูลประกอบการสาธิตการใช้ ฐานข้อมูล [www.google.com](http://www.google.com) และ [www.thailis.or.th](http://www.thailis.or.th) และให้นิสิตลงมือปฏิบัติจริงซึ่งมี ขั้นตอน ดังนี้ 1) ผู้วิจัยให้นิสิต การวางแผนค้นคว้า ข้อมูลตามหัวข้องานวิจัยของตนเอง 2) การระบุ แหล่งข้อมูลในการสืบค้น และ 3) การดำเนินการ สืบค้นข้อมูล โดยผลงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ที่ได้จากการค้นคว้าของนิสิตพบว่า มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ได้จริงเพราะมีความสอดคล้องกับ ชื่อเรื่องและวัตถุประสงค์งานวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับ Hart (2001) ที่กล่าวว่า การสืบค้นที่มีประสิทธิภาพ สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ใช้การบังเอิญ ต้องอาศัยการวางแผน และความสนใจใน รายละเอียดต้องใช้เครื่องมือหลากหลายชนิดเพื่อให้ การสืบค้นมีประสิทธิภาพ และได้ข้อมูลอย่างเพียงพอ

โดยวิธีการสอนดังกล่าวส่งผลให้นิสิตมี ความรู้และทักษะในการสืบค้นข้อมูลเพิ่มขึ้นจาก ก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รวมทั้งสามารถพัฒนาเจตคติต่อการสืบค้นของนิสิต ให้อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brown and other (1969:485 อ้างถึงใน นพรัตน์, 2535:21) และเรณู สอนเครือ (2543) ที่กล่าวว่า การสอนแบบสาธิตจะส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้ ทักษะ และเจตคติเพิ่มขึ้น

2) ประเด็นเรื่องความสามารถด้าน ภาษาอังกฤษที่ส่งผลต่อความรู้ในการ สืบค้นข้อมูลงานวิจัย

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างผลการ เรียนวิชาภาษาอังกฤษ และคะแนนความรู้เรื่องการ สืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัยของ นิสิตที่ เปลี่ยนแปลงหลังได้รับการทดลอง ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ และคะแนน ความรู้เรื่องการสืบค้นข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย ของนิสิตที่เปลี่ยนแปลงหลังได้รับการทดลอง ไม่มี ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่า ผลการเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ไม่ มีผลต่อคะแนนความรู้ของนิสิตในเรื่องการสืบค้น ข้อมูลเอกสารเพื่อการวิจัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยหลายเรื่องที่พบว่า ผลการเรียนภาษาอังกฤษ มีความสัมพันธ์กับการ สืบค้นข้อมูล โดยใช้ คอมพิวเตอร์และ โปรแกรมทางอินเทอร์เน็ต (Rahimi and Yadollahi, 2011; Yaghoubi & Shamsai, 2004; Movahed Mohammadi & Irvani, 2002) อาจเป็นเพราะฐานข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้ในการ ทดลองในครั้งนี้ เป็นฐานข้อมูลที่มีคำอธิบายและ รายละเอียดที่ใช้ในการสืบค้นต่างๆเป็นภาษาไทย ทั้งสิ้น ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ความสามารถด้าน ภาษาอังกฤษจึงไม่ส่งผลต่อความรู้ในการสืบค้น ข้อมูลงานวิจัย



## เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักกรมวิชาการ. (2544). *เอกสารชุดเทคนิคการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสำคัญที่สุด : การบูรณาการ*. กรุงเทพมหานคร.
- [2] สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2543). *ปฏิรูปการเรียนรู้ผู้เรียนสำคัญที่สุด*. กรุงเทพมหานคร: คุรุสภาลาดพร้าว.
- [3] สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542*. กรุงเทพมหานคร: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- [4] Albirini, A. (2006). Teachers' attitudes toward information and communication technologies: The case of Syrian EFL teachers. *Computers and Education*, 47, 373-398.
- [5] Brown, J.K. (2008). Student-centered instruction: involving students in their own education. *Music Educators Journal*, 94(5). doi: 10.1177/00274321080940050108
- [6] Cappelloni, N.L. (2011). Kindergarten Teachers' Perceptions of Kindergarten Readiness. Doctoral dissertation, University of San Francisco, San Francisco, USA.
- [7] Collins, J. W., & Brien, N. P. (2003). *Greenwood Dictionary of Education*. Westport, CT: Greenwood, 18(7), 22 – 22. Retrieved from Emerald.
- [8] Conti-Ramsden, G., Durkin, K. & Walker, A. J. (2010). Computer anxiety: A comparison of adolescents with and without a history of specific language impairment (SLI). *Computers & Education*, 54, 136-145.
- [9] Duckworth, E. (2009). *Helping students get to where ideas can find them*. *The New Educator*, 5(3).
- [10] Huba, M.E., & Freed, J.E. (2000). Teacher-centered vs. learner-centered paradigms. Retrieved July 10, 2011. from <http://assessment.uconn.edu/docs/TeacherCenteredVsLearnerCenteredParadigms.pdf>.
- [11] Movahed Mohammadi, H.R. & Irvani, (2002). H. A model for using Internet by students of Iran Agriculture University. *Agricultural Sciences Magazine*. 33, 717-727.
- [12] Navdal, F. (2007). Home-PC usage and achievement in English. *Computers & Education*, 49, 1112–1121.
- [13] Neill, G., & McMahon, T. (2005). *Student-centered learning: What does it mean for students and lecturers?* In Moore, S, and McMullin, B. (Eds). *Emerging Issues in the Practice of University Learning and Teaching*. Dublin: AISHE.
- [14] Ono, H. & Zavodny, M. (2008). Immigrants, English Ability and the Digital Divide. *Oxford Journals Social Forces*, 86(4), 1455-1479. Retrieved March 2, 2012, from

- <http://sf.oxfordjournals.org/content/86/4/1455.short>
- [15] Rahimi, M. & Yadollahi, S. (2011). Success in learning English as a foreign language as a predictor of computer anxiety. *Procedia Computer Science*, 3, 175-182.
- [16] Sablonniere, R., Taylor, D., & Sadykova, N. (2009). Challenges of applying a student-centered approach to learning in the context of education in Kyrgyzstan. *Educational Development*, 29, 628-634
- [17] Sparrow, L., Sparrow, H. and Swan, P. (2000). Student-centered learning: Is it possible? In A. Hermann and M.M. Kulski (Eds) *Flexible Futures in Tertiary Teaching. Proceedings of the 9th Annual Teaching Learning Forum*, 2-4 February 2000. Perth: Curtin University of Technology. Retrieved August 15, 2011. From <http://lsn.curtin.edu.au/tlf/tlf2000/sparrow.html>
- [18] Yaghoubi, J. & Shamsai, E. (2004). Assessing effective factors in using Internet by faculty members of Agricultural College of Zanjan University, Iran. *Proceedings of the 19th Annual Conference Dublin, Ireland*, 604-608.

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค

ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

Factors Influencing For Buying Decision Making Computer Notebook Of Consumer

in Saimai Bangkok

วัลภา คงพั้ว

อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Wanlaoil@yahoo.co.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตสายไหม มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก

2) ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก และ 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตสายไหม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานที่ในการเลือกซื้อ ด้านการใช้งาน และด้านงบประมาณ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภค ในเขตสายไหมจำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊ก โดยมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.8355 และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t - test และ f - test ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ

20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 15,001-25,000 บาท ผลการวิเคราะห์สมมติฐานผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ สถานที่ในการเลือกซื้อ และงบประมาณในการเลือกซื้อต่างกันมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ และวัตถุประสงค์ในการใช้งานต่างกันไม่พบว่ามีผลแตกต่างกัน

คำสำคัญ: โน้ตบุ๊ก

**ABSTRACT**

The study of factors influencing the decision to buy a notebook of consumers in saimai, with the aim of the study were 1) to study the factors that influence the behavior of a notebook computer 2) factors. the decision to buy a notebook computer that can affect the behavior of a notebook computer, and 3) to compare the factors in the decision to buy a notebook computer, consumers saimai by sex, age, education, career. per month. Interested in buying. Terms of use. And budget. The purpose of this study consisted of 400 consumers in saimai was a simple random sampling. Tools used to collect data was a factor influencing the decision to buy a notebook , with a confidence equal to 0.8355 and the use of descriptive statistics including mean, standard deviation. According to the latest statistics and t - test and F - test results showed that the majority were female, aged 20-30 years of undergraduate study. D. Employees and earn 15,001 to 25,000 baht, the analysis assumes that consumers are age, education, income, occupation, place of purchase. The budget for the purchase of different factors in the decision to buy a notebook computer has a different significance to the consumer, there were 0.05. The purpose of using it there was no significant difference.

**KEYWORDS:** Notebook

**1. บทนำ**

ในโลกยุคปัจจุบันเทคโนโลยีต่าง ๆ ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว รวมไปถึงคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการพัฒนาในแง่ของรูปแบบและการใช้งานให้หลากหลายและสะดวกสบายมากขึ้น คอมพิวเตอร์จึงเข้ามามีบทบาทมากในชีวิตประจำวันของเรา ไม่ว่าจะเป็นทั้งทางด้านการศึกษา ความบันเทิง งานธุรกิจ งานวิทยาศาสตร์การแพทย์ และงานสาธารณสุข งานคมนาคมและสื่อสาร งานสถาปัตยกรรม สถาปนิกและวิศวกรสามารถใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบ หรือจำลอง สถาปัตยกรรม ต่างๆ คอมพิวเตอร์จะสามารถทำให้งานเหล่านี้มีความรวดเร็วขึ้นไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการคำนวณ การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กร เป็น

ต้น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆอีกด้วย

ในอดีตคอมพิวเตอร์มีราคาค่อนข้างสูง จึงมีใช้อย่างจำกัดในบุคคลบางกลุ่ม แต่ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีใช้กันอย่างแพร่หลาย อันเนื่องมาจากการคิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยมากขึ้น ประกอบกับราคาของคอมพิวเตอร์ที่ลดลงเพราะมีการแข่งขันกันของผู้ผลิตมากขึ้น ปัจจุบันคอมพิวเตอร์จึงมีวิวัฒนาการเปลี่ยนไปจากเดิมทั้งทางด้านประสิทธิภาพในการใช้งานที่ดีขึ้น มีคุณสมบัติในการทำงานได้หลากหลาย มีอุปกรณ์เสริมซึ่งสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น รวมถึงการก้าวล้ำของเทคโนโลยีของคอมพิวเตอร์จากคอมพิวเตอร์ แบบตั้งโต๊ะ(DesktopComputer) มาเป็นคอมพิวเตอร์แบบโน้ตบุ๊ก ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันและมี

แนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ อีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจาก โน้ตบุ๊กเป็นคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดกะทัดรัด และใช้แหล่งพลังงานที่ได้ทั้งจากไฟบ้านและแบตเตอรี่ ผู้ใช้สามารถพกพาไปใช้งานได้ทุกที่ ประกอบกับในปัจจุบันเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไร้สายสามารถหาใช้ได้ทั่วไป ทำให้ผู้ใช้สามารถเปิดใช้อินเทอร์เน็ตได้ในทุกที่ที่มีอินเทอร์เน็ตไร้สายไว้บริการ เช่น ที่ทำงาน บ้าน บริเวณสถานศึกษา ร้านคอฟฟี่ชอป โรงแรม หอพัก จึงทำให้ในปัจจุบันโน้ตบุ๊กเป็นที่นิยมอย่างมาก และในอนาคตคาดว่าตลาดโน้ตบุ๊กจะเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกับผู้ใช้งานในกลุ่มนักศึกษาและคนทำงาน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นว่า โน้ตบุ๊ก กำลังเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม โดยมียอดขายสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก

1. ราคาที่ถูกลง
2. ความสะดวกสบายและทั่วถึงของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตไร้สายทำให้ผู้บริโภคต้องการโน้ตบุ๊กเพื่อนำไปใช้ในสถานที่ต่างๆ เช่น ที่ทำงาน สถานศึกษา หรือเพื่อความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ
3. ความต้องการเป็นผู้นำทางด้านแฟชั่นหรือต้องการเลียนแบบ

ในปัจจุบันตลาดของคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก การขยายตัวอย่างต่อเนื่องผู้ผลิตต่างผลิตคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กออกมาแข่งขันกันมาก เนื่องจากความต้องการใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคที่มีมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดคอมพิวเตอร์มีแข่งขันกันอย่างมาก อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้นไม่ว่าจะเป็นในด้านของระยะเวลาการใช้งาน ความสามารถในการพกพาไปยังที่ต่าง ๆ ฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น ในตลาดจึงมีเครื่องหลายแบบให้เลือกใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่อยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทาง สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจคอมพิวเตอร์ ในการเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภค เพื่อให้ธุรกิจมีการพัฒนาอื่นๆ ขึ้นไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ของผู้บริโภคในเขตสายไหมกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตสายไหมกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จะทำให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตและจำหน่ายคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กสามารถนำผลวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องและเข้าถึงพฤติกรรมและความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ในยุคที่มีการแข่งขันสูง เพื่อลดความเสี่ยงและทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้

### สมมติฐานของการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 5** กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 6** กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานที่เลือกซื้อต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 7** กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 8** กลุ่มตัวอย่างที่มีงบประมาณในการซื้อที่ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ และการอภิปรายผล โดยนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่สำคัญตามลำดับ ดังนี้

### 1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ชงชัย สันติวงษ์ (2546: 27-28) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าวประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว (Precede) สิ่งที่มีมาก่อนเหล่านี้ หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่าในขณะที่นั้น

### 2. แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ฟิลิปส์ คอทเลอร์ (Philip Kotler, 2003: 16) ส่วนประสมการตลาด เป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาด หมายถึง การสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุม และสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543: 29) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 คงวุฒิ วีระศิริ. “ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2551.

3.2 ปิยรัตน์ ยุทธวิสุทธิ, มัสยามาศ ว่องสุริย์ และ อติรัตน์ สุรัตน์จันทร์กุล. “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อใช้งานส่วนบุคคล.” การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551.

3.3 วศิน จารุศิริวัฒน์ “ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2550.

3.4 วสันต์ กนิษฐะกุล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2550.

3.5 ทรงพล แดงเสริมศิริ. “ตลาดอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2545.

3.6 ชัยสิทธิ์ ศิลมัย. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540.

3.7 มนต์รี ชนินทรลีลา. (2539). พฤติกรรมการซื้อไมโครคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นและใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t - test และ f - test

### 4. ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ ผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร มีปริมาณของประชากรมากกว่า 100,000 คน จากการเปรียบเทียบค่าความเชื่อมั่นที่ 95% จำแนกตามระดับค่าความคลาดเคลื่อนของ Taro Yamane ทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากรทั้งหมด

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error) ในที่นี้จะกำหนดเท่ากับ +/- 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95% จึงแทนค่าสูตรได้ดังนี้

แทนค่าสูตร  $n = \frac{185,987}{1 + 185,987 (0.5)^2} = 399.89$  คน  
หรือประมาณ 400 คน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่งจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยใช้หลักความสะดวก (Convenience Random Sampling)

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมเอาไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

2.1 หนังสือพิมพ์วารสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ

2.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2.3 หนังสือทางวิชาการบทความสารนิพนธ์วิทยานิพนธ์และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งสร้างขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - Ended Questions) แบบคำตอบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 5 ข้อ ซึ่งคำถามมีลักษณะเป็นหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) โดยมีคำตอบหลายทางให้เลือกในแต่ละ

คำถาม และผู้ตอบต้องเลือกเพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close - Ended Questions) แบบคำตอบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 6 ข้อ ซึ่งคำถามมีลักษณะเป็นหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) โดยมีคำตอบหลายทางให้เลือกในแต่ละคำถาม และผู้ตอบต้องเลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยใช้คำถามปลายปิดจำนวน 32 ข้อ โดยเป็นแบบสอบถาม ใช้มาตราส่วนในการประมาณค่าตามเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ

### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามแต่ละฉบับ ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืน จำนวน 400 ฉบับ มีความสมบูรณ์ของการตอบทุกฉบับ

2. การให้คะแนนคำตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ใช้มาตราส่วนในการประมาณค่าตามเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจมากที่สุด

ค่าคะแนน 5

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจมาก

ค่าคะแนน 4

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจปานกลาง

ค่าคะแนน 3



ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจน้อย

ค่าคะแนน 2

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจน้อยที่สุด

ค่าคะแนน 1

3. การให้คะแนนคำตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กใช้มาตราส่วนในการประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) มีน้ำหนักการให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50-5.00 หมายถึง

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50-4.49 หมายถึง

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50-3.49 หมายถึง

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50-2.49 หมายถึง

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.49 หมายถึง

ใช้ปัจจัยนั้นในการตัดสินใจน้อยที่สุด

## 5. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน พบว่า

เพศ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเพศชาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ตามลำดับ

อายุ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 20 – 30 ปีมากที่สุด เป็นจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาคือ อายุ 31 - 40 ปี

จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 อายุ 41 – 50 ปี

จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อายุต่ำกว่า 20 ปี

จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป

จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้บริโภค ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรีมากที่สุด เป็นจำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาทมากที่สุด เป็นจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รายได้ 25,001 - 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รายได้ 35,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เป็นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือรับราชการ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในกลุ่มผู้ที่ซื้อโน้ตบุ๊กแล้ว จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้เพื่อประกอบการทำงานใน

ธุรกิจ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 เซียร์รังสิต เป็นสถานที่ที่ไปเลือกซื้อสูงสุด จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 ยี่ห้อ Acer ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 การใช้งานคอมพิวเตอร์เน้นการใช้ด้านงานพิมพ์มากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และงบประมาณที่ใช้ในการซื้อ โน้ตบุ๊ก / ครั้ง จะอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง ประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยเห็นว่เพื่อนำมาใช้ในการทำงานได้อย่างคล่องตัว และควรมีน้ำหนักเบาเพื่อพกพาสะดวก

2. ด้านราคา จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง กุ่มค่าของราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก การกำหนดราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมีการระบุชัดเจน และราคาสามารถต่อรองได้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องสถานที่ตั้งร้านจัดจำหน่ายมีความสะดวกในการเข้าถึง และความสะดวกของสถานที่จอดรถ ตามลำดับ ผู้บริโภคในเขตสายไหม ตัดสินใจเลือกซื้อที่ เซียร์รังสิตเป็นอันดับแรกโดยให้เหตุผลว่า

เดินทางสะดวก และใกล้พื้นที่ที่ตนเองพักอาศัยมากที่สุด รองลงมาคือที่พันธุ์ทิพย์พลาซ่า

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องพนักงานขายมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ดี มีการให้ความรู้และสามารถตอบข้อซักถามของผู้ซื้อได้อย่างชัดเจน

#### ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของผู้ตัดสินใจทั้งชายและหญิงมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของช่วงอายุมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของระดับรายได้ของผู้ตัดสินใจมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

5. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจแตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด

6. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานที่ที่เลือกซื้อต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของสถานที่ที่เลือกซื้อจะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์

7. กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้งานคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของผู้ที่ตัดสินใจที่มีลักษณะการใช้งานคอมพิวเตอร์ที่มีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน

8. กลุ่มตัวอย่างที่มีงบประมาณในการซื้อที่ต่างกัน จะมีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจในการเลือกซื้อโน้ตบุ๊กที่แตกต่างกัน โดยในส่วนของช่วงงบประมาณในการซื้อที่มีปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

## 6. อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด รายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ซึ่งมีผลสอดคล้องกับ มนตรี ชินทรลีลา(2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การซื้อ ไมโครคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่า

ผู้บริโภคที่ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน ที่มีความรู้ในด้านเทคโนโลยี ทำให้มีความต้องการที่จะซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กมากกว่าวัยอื่น

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ผู้บริโภคส่วนใหญ่ อยู่ในกลุ่มผู้ที่ซื้อโน้ตบุ๊กแล้ว โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้เพื่อประกอบการทำงานในธุรกิจ เซียร์รังสิตเป็นสถานที่ที่ไปเลือกซื้อสูงสุด เนื่องจากเป็นแหล่งซื้อขายคอมพิวเตอร์ที่มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก และใกล้แหล่งที่อยู่อาศัยในเขตสายไหม ทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่ดีและตรงตามความต้องการและสะดวกต่อการเดินทาง สินค้ายี่ห้อ Acer ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เนื่องจากมีราคาไม่สูงมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยรัตน์ ยุทธวิสุทธิ, มัศยามาศ ว่องสุริย์และอดิรัตน์ สุรัตน์ จันทรกุล (2552) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาเพื่อใช้งานส่วนบุคคล การใช้งานคอมพิวเตอร์เน้นการใช้ด้านงานพิมพ์มากที่สุด และงบประมาณที่ใช้ในการซื้อโน้ตบุ๊ก / ครั้ง จะอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท มากที่สุด ซึ่งมีผลสอดคล้องกับ มนตรี ชินทรลีลา(2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การซื้อ ไมโครคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พบว่า ถ้าเทียบทั้ง 4 ด้านแล้ว ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือราคา ตามลำดับ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษพบว่า ผู้บริโภคที่เลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้ความสำคัญ

สำคัญในระดับมาก อาจเนื่องจาก ผู้บริโภคเน้นเรื่องประสิทธิภาพและคุณภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนตรีชนินทร์ลีลา (2539) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาซื้อของผู้บริโภคไม่ใคร่คอมพิวเตอร์ที่สำคัญที่สุดคือ ความเร็วในการทำงานของหน่วยประมวลผล

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องมีความคุ้มค่าของราคาของเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงพล แดงเสริมสิริ (2545) ศึกษาเรื่อง ตลาดอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โดยผู้บริโภคชอบซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสมเหตุผล และมีป้ายราคากำหนดไว้

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษพบว่า ผู้บริโภคที่เลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องสถานที่ตั้งร้านจัดจำหน่ายมีความสะดวกในการเข้าถึง มีความสะดวกของสถานที่จอดรถ สถานที่จัดจำหน่ายตั้งอยู่ใกล้ที่พักรถซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสิน จารุสิริวัฒน์ (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาส่วนบุคคลของผู้บริโภคในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่าเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในระดับมากทุกข้อ มีการบริการหลังการขายมากที่สุด สถานที่ที่ซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนมากคือ ศูนย์คอมพิวเตอร์ทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์

กนิฏฐะกุลม (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาจากห้างสรรพสินค้า คือ สะดวกสบาย ใกล้บ้าน เพื่อติดต่อขอรับบริการสะดวกมากที่สุด

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องพนักงานขายมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ มีการให้ความรู้และสามารถตอบข้อซักถามของผู้ซื้อได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนตรีชนินทร์ลีลา (2539) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบ การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุดคือ การรับเป็นที่ปรึกษาหรือให้คำแนะนำด้านคอมพิวเตอร์ภายหลังการซื้อ และการเน้นใช้พนักงานขายที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ดีพอที่จะให้คำแนะนำลูกค้า แต่ไม่สอดคล้องกับงานค้นคว้าอิสระของ กงวุฒิ วิระศิริ (2551) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์แบบพกพาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องการลดราคาพิเศษมากที่สุด

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโน้ตบุ๊กของผู้บริโภค ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการต้องรักษาตราสินค้าของตนให้น่าเชื่อถืออยู่เสมอ พร้อมๆกับการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าให้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง การพัฒนาประสิทธิภาพ ความเร็วในการประมวลผล ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองกับการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน

2. ด้านราคา แม้ว่าในปัจจุบันราคาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจะมีราคาตกลงทำให้จำนวนผู้บริโภคที่สามารถซื้อได้เพิ่มมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการจะต้องผลิตคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมตามราคาหรือเหนือกว่าราคา เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านความคุ้มค่าของราคาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กกับคุณภาพและประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อและกลายเป็นลูกค้าประจำ

3. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางและมีที่บริการจอดรถ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น ในด้านทำเลที่ตั้ง ควรให้บริการจอดรถฟรี บริการนอกสถานที่ทั้งจัดส่งเครื่อง และบริการหลังการขาย ทั้งการซ่อมและเปลี่ยนอะไหล่ถึงบ้าน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด แม้ว่าราคาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจะมีราคาตกลงกว่าในช่วงแรกแต่ควรมีการจัดโปรโมชั่นสำหรับผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ มีส่วนลดราคาพิเศษในวาระเทศกาลต่างๆ การส่งเสริมการตลาดด้านการโฆษณา ทั้งทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ถือเป็นช่องทางในการสื่อสารการตลาดไปสู่ผู้บริโภคอีกทางหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิด

ความต้องการ ทำให้จดจำตราสินค้า และยอมรับผลิตภัณฑ์จนนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อได้

5. จากการศึกษาลักษณะด้านประชากร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน และมีรายได้ 15,001-25,000 บาท ซึ่งทำให้ทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายจะได้วางแผนพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร เท่านั้น จึงควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม หรือศึกษาเชิงเปรียบเทียบของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ เนื่องจากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เพื่อนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ได้

2. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการบริการหลังการขาย เพื่อประโยชน์ในการวางแผนและเลือกใช้บริการให้เหมาะสมต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในตลาดมือสองว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

### 7. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ และอาจารย์วิยะดา วรรณทวนิช ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหาร ธุรกิจสร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหาร ธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชากตเวทิตา แต่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

### เอกสารอ้างอิง

[1] คงวุฒิ วีระศิริ. “ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อโน้ตบุ๊ก ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2551.

[2] ชัยสิทธิ์ ศิลมัย. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ,2540.

[3] ทรงพล แดงเสริมศิริ. “ตลาดอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล.” วิทยานิพนธ์ คุรุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2545.

[4] ชงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

[5] ปิยรัตน์ ยุทธวิสุทธิ, มัสยามาศ ว่องสุริย์ และ อติรัตน์ สุรัตน์จันทร์กุล. “การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเพื่อใช้งานส่วนบุคคล.” การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551.

[6] มนตรี ชนินทรลีลา. (2539). พฤติกรรมการซื้อไมโครคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

[7] วศิน จารุศิริวัฒน์ “ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในศูนย์การค้าพันธุ์ทิพย์พลาซ่า เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 2550.

[8] วสันต์ กนิษฐะกุล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2550.

[9] สุดาตวง เรืองรุจิระ. 2543. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพมหานคร.

[10] Kotler, Philip. 2003. Marketing Management . Englewood Cliffs : Prentice Hall.Meyer ResearchCenter by POPAL. 1995.

## ทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

Customers attitude towards the form and approach of system development  
for retail product online via the internet

เอกวิทย์ ยวนมาลัย<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, aekawit7@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตลอดจนเปรียบเทียบรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบโดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และหมวดสินค้าที่ผู้ใช้บริการเลือกซื้อมากที่สุด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ที่เคยซื้อสินค้าปลีกออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี 2553 จำนวน 75,056 คน โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณจากสูตรในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และสถิติอ้างอิงด้วยการแจกแจง T-test และ One way ANOVA

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมศาสตร์ สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ 2-3 ครั้งต่อเดือน โดยหมวดสินค้าส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อเป็นหมวดเครื่องสำอาง และหมวดสินค้าแฟชั่น ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าทันทีหลังจากที่ดูสินค้าเรียบร้อยแล้ว และสำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์คือหน้าเว็บโหลดช้า และสาเหตุที่ผู้ใช้บริการไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์คือเรื่องของคุณภาพสินค้ามากที่สุด

ในส่วนของทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.79) ได้แก่ มีการส่งข้อความแจ้งเตือนมายังผู้ขายในกรณีที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบ , แสดงรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจนที่หน้าเว็บ , สามารถโหวตสินค้าที่ชื่นชอบผ่านหน้าเว็บได้ และมีฟีดแบ็คเพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าส่วนประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด ได้แก่ มีการติดต่อจากผู้ขายเป็นระยะเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ผ่านทาง SMS (ค่าเฉลี่ย 3.90)

**คำสำคัญ:** ระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ , หมวดสินค้า

**ABSTRACT**

The research objective is a study of what form and approach of system development for retail product online over the internet is needed. Also, comparing form and approach in order of personal information and product category are significantly purchased. A population for study in this research, seventy five thousand and fifty six people in Bangkok area who used to purchasing any products through the internet are involved. In defining a sample size, four hundred people from these population be studied using a formula of Taro Yamane for calculation. The statistical tools used in this study are Descriptive Statistic, which is introduced as tool for data analysis consists of frequency and percentage and Inference Statistic, which includes t-test and one-way ANOVA.

From behavioral science viewpoint, the research result indicates that the majority of respondents purchased products over the internet 2-3 time a month. Most of products are cosmetic and fashion, respectively. In decision making, most respondents make decision after read more details already while the problems are represented delay of downloading, and unconfident on online purchasing is a quality of products.

The research result present that the attitude on form and approach for retailing development over the internet of respondents have an attitude for overall in excellence level ( $\bar{X}=4.67$ ). Each topic consideration found that respondents agree with warning message send from seller in case of purchasing with average 4.79 and also more detail of payment method, vote for products favorite over website, and VDO file attached. On the other hand, respondents disagree with time-to-time contacted from seller for inform about new products via SMS with average 3.90.

**KEYWORDS:** System for retail product online , Product category



## 1. บทนำ

ในปัจจุบันการค้าบริการมีการแข่งขันกันมากขึ้น ผู้ประกอบการจะต้องมีการค้นหาช่องทางในการทำธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้และกำไรได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องลงทุนมากนัก ซึ่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ก็ถือเป็นช่องทางที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งในปัจจุบันที่สามารถสร้างรายได้และผลกำไรให้กับผู้ประกอบการได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการก็จะดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสร้างเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ที่สนใจสินค้า ซึ่งในปัจจุบันมีแนวโน้มของผู้ที่สนใจที่จะหาซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์มากขึ้น

แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ขายสินค้าประเภทต่างๆให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการแข่งขันในการทำธุรกิจผ่านช่องทางนี้ก็จะเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งถ้าผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ทราบว่าจะอะไรบ้างคือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อจูงใจให้มาซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ ก็จะทำให้โอกาสที่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จล้มเหลว ไม่สามารถขายสินค้าและไม่สามารถสร้างผลกำไรได้อย่างที่ผู้ประกอบการต้องการ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาถึงรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในส่วนขององค์ประกอบบนเว็บไซต์ที่ควรจะต้องมีรวมถึงความสามารถในการทำงานของเว็บไซต์ที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และการตลาดรวมถึงการบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรที่จะต้องมีเพื่อให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จสามารถสร้างรายได้และกำไรได้อย่างที่ผู้ประกอบการคาดหวังไว้

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพในการใช้บริการระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 2.2 เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 2.3 เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลและหมวดสินค้าที่เลือกซื้อผ่านระบบขายปลีกออนไลน์มากที่สุด

## 3. สมมติฐานการวิจัย

- 3.1 ผู้ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน
- 3.2 ผู้ใช้บริการที่ซื้อสินค้าปลีกออนไลน์ในหมวดสินค้าที่ซื้อมากที่สุดที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน

## 4. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 การค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Retailing) หมายถึง การขายสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคโดยตรงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง โดยแบบจำลองการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์แบ่งตามช่องทางจำหน่ายสินค้าได้ 4 ประเภท ดังนี้

- 1) การตลาดขายตรงโดยผู้ผลิต (Direct Marketing by Manufacturers) เป็นการขายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อโดยตรง โดยไม่ผ่านคนกลางหรือตลาดกลางแต่อย่างใด อาศัยช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อนำเสนอสินค้า เช่น นำเสนอด้วยเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2) ผู้ค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียว (Pure – Play E-Retailing) เป็นการขายตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยไม่มีหน้าร้านจริง

3) ผู้ค้าปลีกแบบคลิกและมอร์ตาร์ (Click-and-Mortar Retailing) เป็นการขายปลีกที่ขายสินค้าควบคู่ไปทั้ง 2 ลักษณะ คือ การค้าปลีกแบบใหม่ (Click) ซึ่งเป็นการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ และการค้าปลีกแบบเดิม (Mortar) เป็นการขายสินค้าผ่านทางหน้าร้านที่มีการจัดตั้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ

4) การค้าปลีกแบบออนไลน์มอลล์ (Retailing in Online Mall) เป็นการขายสินค้าที่ต้องนำรูปภาพสินค้าหรือโฆษณาไปฝากไว้ในเว็บไซต์กลาง ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมเว็บไซต์ที่ต้องการจำหน่ายสินค้าชนิดต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน [2]

#### 4.2 6 C กับความสำเร็จของเว็บไซต์

ในการทำเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ และมีคนเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่าง ที่จะทำให้เว็บไซต์นั้นน่าสนใจ และน่าที่จะเข้ามาใช้บริการ ซึ่งเราสามารถทำให้เว็บไซต์เราเป็นเว็บไซต์ที่มีความน่าสนใจและประสบความสำเร็จ โดยอาศัยองค์ประกอบ 6 ส่วน ได้แก่

1) Content (ข้อมูล) ถือเป็นส่วนสำคัญและเป็นหัวใจหลักอันดับหนึ่งของการที่จะ ทำให้เว็บไซต์ดูน่าสนใจ โดยรูปแบบของข้อมูล (Content) ที่มีให้บริการในเว็บไซต์ ในตอนนี้มีหลายรูปแบบ เช่น ข้อมูลในรูปแบบตัวหนังสือ, รูปภาพ, เสียงเพลง, หนังสื VDO, ภาพเคลื่อนไหว (Flash Animation) และ แอปพลิเคชัน โดยข้อมูลจะต้องมีความใหม่สดเสมอ ถูกต้อง และอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อมูล

2) Community (สังคม) เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ที่อยู่ร่วมกันภายใต้สถานที่หนึ่ง โดยมีการ

พูดคุย หรือกิจกรรมร่วมกันภายในสถานที่แห่งนั้น แต่หากเราพูดถึงการเกิด Community ในโลกออนไลน์แล้วละก็ เว็บไซต์ก็ถือเป็นบริการรูปแบบหนึ่งที่สามารถนำมาใช้และสร้างให้เกิด Community ได้ ซึ่งผู้ที่เข้ามาอยู่ใน Community ภายในเว็บไซต์ จะรู้สึกได้ว่าเว็บไซต์นั้นๆ จะเหมือนกับสังคมอีกสังคมหนึ่งของเค้าที่สามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ มีการพูดคุย ทำกิจกรรมต่างๆ กับคนอื่นๆ ในเว็บไซต์นั้นๆ ได้ โดยรูปแบบในการสร้าง Community บนเว็บไซต์ เช่น เว็บบอร์ด เป็นต้น

3) Commerce (การทำการค้าขายผ่านเว็บไซต์) แม้ว่าเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นจะไม่ใช่เว็บ E-Commerce แต่เป็นเว็บแนวอื่นๆ หรือเว็บประเภทใดก็ตาม เช่นเว็บข้อมูล (Content), เว็บโปรแกรมมิ่ง, เว็บ Community ก็ สามารถทำ E-Commerce ได้ โดย E-Commerce อาจจะเป็นชิ้นส่วน (Module) ชิ้นหนึ่งที่สามารถนำไปเพิ่ม หรือเสริมให้กับเว็บไซต์ทุกประเภทได้ เพื่อทำให้เว็บมีบริการ, มีข้อมูล ที่หลากหลายให้กับผู้ใช้บริการภายในเว็บไซต์

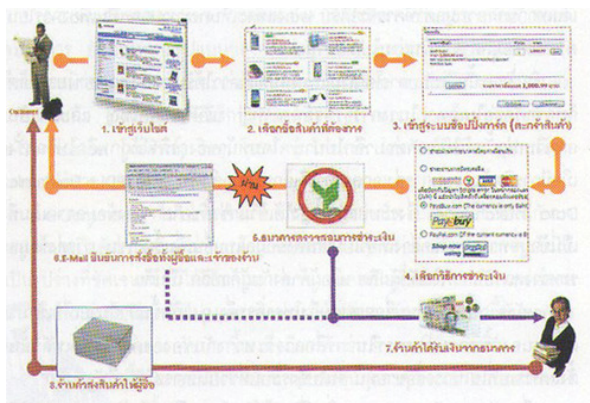
4) Communication (ช่องทางในการสื่อสารและติดต่อกับผู้ใช้บริการในเว็บไซต์) นอกจากเว็บไซต์แล้วยังมีช่องทางอื่นๆ สามารถนำมาใช้ร่วม (Integrated) กับเว็บไซต์คุณได้ในการเข้าถึงและบริการผู้ใช้ในเว็บไซต์ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ โดยใช้บริการผ่าน WAP หรือบริการข้อมูลผ่านทาง SMS นอกจากนั้นยังสามารถใช้ PDA และโทรศัพท์พกติดตัวได้อีกด้วย

5) Customization (การให้บริการที่สามารถปรับแต่งการใช้งานให้มีความเหมาะสมกับ ผู้ใช้บริการภายในเว็บไซต์) เนื่องจากเว็บไซต์จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างจาก ช่องทางอื่นๆ โดยสามารถปรับแต่งรูปแบบของ ข้อมูลให้สามารถตรงกับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างดี และยังสามารถเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ได้ จากการเก็บข้อมูลของผู้ใช้ผ่านทางเว็บไซต์

โดยการใช้เว็บไซต์ปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เช่น การปรับแต่งสินค้าเพื่อการค้า

6) Convenience (สะดวก) คือการ ออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้อย่าง "ง่ายและสะดวก" (Web Usability) ซึ่ง การทำให้เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก จะช่วยทำให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์คุณ สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือบริการต่างๆของคุณได้อย่างถูกต้องและ ครบทุกส่วน ซึ่งจะทำให้เว็บไซต์ของคุณสามารถตอบสนองการใช้งานกับผู้ใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น ออกแบบเว็บไซต์ให้ดูง่าย มี FAQ (Frequently Asked Question) บนหน้าเว็บ และมีแบบฟอร์มติดต่อสอบถาม ในกรณีที่ไม่สามารถหาคำตอบได้ ซึ่งจะเป็นสอบถามตรงไปยังเว็บไซต์ เป็นต้น [6]

#### 4.3 ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า E-Commerce



รูปที่ 1 แสดงขั้นตอนการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

ในการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต มีขั้นตอนในการสั่งซื้อ ดังนี้

- 1) ลูกค้าเข้าสู่เว็บไซต์ขายสินค้า
- 2) เลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ
- 3) เข้าสู่ระบบตะกร้าสินค้า เช็ครายการสินค้าที่เลือกซื้อทั้งหมด
- 4) เลือกวิธีการชำระเงิน

5) ธนาคารตรวจสอบการชำระเงิน

6) ธนาคารส่ง e-Mail ยืนยันการชำระเงินให้ผู้ซื้อและเจ้าของร้าน

7) ร้านค้าได้รับเงินค่าสินค้าจากธนาคาร

8) ร้านค้าส่งสินค้าให้ผู้ซื้อ [3]

#### 5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 รูปแบบการวิจัย การวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research)

5.2 ประชากร ผู้ที่เคยใช้บริการระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2553 จำนวน 75,056 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยแบ่งพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่ม จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกประชากรที่เคยซื้อสินค้าปลีกออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มตัวอย่าง

5.3 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ที่เคยใช้บริการระบบขายปลีกสินค้าสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครในปี 2553 โดยใช้สูตรในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถาม

5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามแล้วรวบรวมกลับ

5.6 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง ได้แก่ T-test และ One way ANOVA [1]

## 6. ผลการศึกษา

### 6.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็น 65 เปอร์เซ็นต์ โดยมีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็น 39 เปอร์เซ็นต์ ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็น 48 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา คิดเป็น 25.5 เปอร์เซ็นต์ และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10001 – 20000 บาท คิดเป็น 57 เปอร์เซ็นต์

### 6.2 ประสบการณ์ในการใช้บริการระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ในส่วนของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ 2-3 ครั้งต่อเดือน โดยหมวดสินค้าที่ใช้บริการโดยส่วนใหญ่เป็นหมวดเครื่องสำอาง รองลงมาเป็นหมวดสินค้าแฟชั่น ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าทันทีหลังจากที่ดูสินค้าเรียบร้อยแล้ว ส่วนปัญหาที่พบมากที่สุดในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ คือหน้าเว็บโหลดช้า และสาเหตุที่ผู้ให้บริการไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์คือเรื่องของคุณภาพสินค้ามากที่สุด

### 6.3 ทักษะที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ทักษะที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทักษะที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.67) เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ มีการส่งข้อความแจ้งเตือนมายังผู้ขายในกรณีที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบ , แสดงรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจนที่หน้าเว็บ ,สามารถโหวตสินค้าที่ชื่นชอบผ่านหน้าเว็บได้ และมีไฟล์วิดีโอเพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.79) ส่วน ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด ได้แก่ มีการติดต่อจากผู้ขายเป็นระยะเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ผ่านทาง SMS (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยเมื่อพิจารณาจากหมวดสินค้าที่ใช้บริการเลือกซื้อมากที่สุดผ่านระบบขายปลีกออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเด็นต่างๆที่มากที่สุดแตกต่างกันไป แต่ประเด็นที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุดไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการที่เลือกซื้อสินค้าปลีกออนไลน์หมวดใดมากที่สุดก็ตามได้แก่ การติดต่อจากผู้ขายเป็นระยะเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ผ่านทาง SMS

### 5.4 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลและหมวดสินค้าที่เลือกซื้อผ่านระบบขายปลีกออนไลน์มากที่สุด

การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลและหมวดสินค้าที่ซื้อมากที่สุด สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการ ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้า

ออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมและเป็นรายข้อไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมและเป็นรายข้อไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่แตกต่างกันในประเด็นของการส่งข้อความแจ้งเตือนมายังผู้ขายในกรณีที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบ มีการแสดงรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจนที่หน้าเว็บ , มีการสำรวจความคิดเห็น (Poll) ในหัวข้อเกี่ยวกับสินค้าที่ขาย,สามารถโหลดสินค้าที่ชื่นชอบผ่านหน้าเว็บได้, มีภาพเคลื่อนไหวบนหน้าเว็บ, สามารถปรับขนาดตัวอักษรผ่านหน้าเว็บไซต์และมีการรวบรวมคำถามที่ลูกค้าสอบถามบ่อยๆพร้อมคำตอบแสดงบนหน้าเว็บไซต์ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่แตกต่างกันในประเด็นของการส่งข้อความแจ้งเตือนมายังผู้ขายในกรณีที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ให้บริการมีทัศนคติที่แตกต่างกันในประเด็นของการมีการส่งใบสั่งซื้อจากระบบไปให้ลูกค้าทาง E-mail เมื่อสั่งซื้อสินค้าในระบบ, มีการส่ง

ข้อความแจ้งเตือนมายังผู้ขายในกรณีที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบ, แสดงรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจนที่หน้าเว็บ, มีการสำรวจความคิดเห็น (Poll) ในหัวข้อที่เกี่ยวกับสินค้าที่ขาย, สามารถโหลดสินค้าที่ชื่นชอบผ่านหน้าเว็บได้, มีหน้าต่างติดต่อสอบถามให้ลูกค้าติดต่อกลับผู้ขาย,มีภาพเคลื่อนไหวบนหน้าเว็บ, มีไฟล์วิดีโอเพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า, สามารถปรับขนาดตัวอักษรผ่านหน้าเว็บไซต์, มีการรวบรวมคำถามที่ลูกค้าสอบถามบ่อยๆพร้อมคำตอบแสดงบนหน้าเว็บไซต์, แสดงข้อมูลสินค้าที่ขายคิบนเว็บไซต์, มีหน้าเว็บให้สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของธนาคารเพื่อชำระเงินออนไลน์, มีการปรับปรุงหน้าเว็บไซต์เป็นระยะอย่างสม่ำเสมอ, ส่งสินค้าหลังโอนชำระเงินไม่เกิน 2 วันทำการ, สามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยไม่จำเป็นต้องสมัครสมาชิก, ติดต่อกลับลูกค้าเพื่อรับทราบการโอนชำระเงินผ่านทาง Email ,ติดต่อกลับลูกค้าเพื่อรับทราบการโอนชำระเงินผ่านทาง SMS , มีโปรแกรมชั้นในแต่ละเทศกาลและได้รับสินค้าเปลี่ยนในกรณีที่เกิดการชำรุดนับตั้งแต่วันที่ลูกค้าส่งสินค้ากลับมาให้ผู้ขายไม่เกิน 10 วันทำการ และผู้ให้บริการที่ซื้อสินค้าปลีกออนไลน์ในหมวดสินค้าที่ซื้อมากที่สุดที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ให้บริการมีทัศนคติที่แตกต่างกันในประเด็นของการมีเว็บบอร์ดที่สามารถติดต่อกับผู้ขายหรือตั้งกระทู้แสดงความคิดเห็นเรื่องต่างๆ และมีการแสดงรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจนที่หน้าเว็บ

## 7. อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่าย

อินเทอร์เน็ตที่สรุปผลได้ว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจซื้อสินค้าทันทีหลังจากที่ดูสินค้าเรียบร้อยแล้ว ทำให้เห็นว่าผู้ประกอบการค้าปลีกบนเว็บไซต์จะต้องแข่งขันกันเพื่อให้ได้ลูกค้ามาเป็นของตน โดยเฉพาะถ้าเป็นเว็บไซต์ที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันสามารถใช้การแข่งขันทางด้านราคาเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าบนเว็บไซต์ของผู้ขาย [4] ซึ่งในส่วนของการขายปลีกสินค้าออนไลน์ องค์ประกอบที่ควรมีในภาพรวม ที่ผู้ใช้บริการเห็นด้วยว่าควรมีในลำดับต้นๆ เช่น มีการส่งข้อความแจ้งเตือนมายังผู้ขายในกรณีที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อสินค้าในระบบ ซึ่งระบบขายปลีกออนไลน์โดยทั่วไปยังไม่มีความสามารถนี้ รวมถึงแสดงรายละเอียดการชำระเงินที่ชัดเจนที่หน้าเว็บ ก็เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการบนเว็บไซต์สามารถทำให้เกิดขึ้นบนเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้ามากขึ้น ส่วนสาเหตุที่ผู้ใช้บริการไม่มั่นใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์คือเรื่องของคุณภาพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของฉันทภาส และ พันธุ์ธรา เวชกิจ [5] ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการเว็บไซต์ขายปลีกออนไลน์ต้องมีนโยบายการให้เปลี่ยนหรือคืนสินค้าที่ชัดเจน และระบุไว้ที่หน้าเว็บ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

ในส่วนทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นด้วยกับประเด็นที่ว่ามีการติดต่อจากผู้ขายเป็นระยะเพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ผ่านทาง SMS น้อยที่สุด ไม่ว่าจะลูกค้าที่ใช้บริการในหมวดสินค้าใดๆก็แล้วแต่นั้นผู้วิจัยเห็นว่าอาจเป็นเพราะเมื่อลูกค้าต้องการซื้อสินค้าปลีกออนไลน์ ก็จะเข้ามาดูรายละเอียดสินค้าในเว็บไซต์ต่างๆเอง การส่ง SMS เพื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ อาจจะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับลูกค้า เพราะลูกค้ายังไม่ต้องการหาซื้อสินค้าในเวลานั้น

และอาจจะส่งผลต่อการมาใช้บริการเว็บไซต์นั้นๆในอนาคตได้

ส่วนการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลและหมวดสินค้าที่ซื้อมากที่สุดที่พบว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในหลายๆประเด็นมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีการศึกษาแตกต่างกันโดยทั่วไปจะมีมุมมอง ความต้องการ และความคิดเห็นที่แตกต่างกัน จึงส่งผลต่อทัศนคติที่แตกต่างกันรวมถึงรายได้ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันส่วนหนึ่งมาจากระดับการศึกษาของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

## 8. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

8.1 สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนาระบบค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์โดยมุ่งเน้นถึงประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าควรจะมีในลำดับต้นๆ

8.2 ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาและรายได้แตกต่างกันก็สามารถพิจารณาได้ว่าควรจะพัฒนาระบบขายปลีกออนไลน์ให้มีองค์ประกอบใดเป็นสำคัญ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคกลายเป็นลูกค้าของเว็บไซต์

## 9. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

9.1 ควรมีการวิจัยที่ศึกษาเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของเว็บไซต์ขายปลีกออนไลน์ในรายละเอียดเพิ่มเติมจะที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้าใช้งาน แต่ละส่วนที่ควรมีในเว็บไซต์ เช่น รูปแบบการแสดงผลของเว็บเพจหน้าต่างๆในเว็บไซต์ในเรื่องของ สี สัน การจัดวางตำแหน่งส่วนต่างๆบนหน้าเว็บ รายละเอียดของหน้าเว็บเพจที่ควรมี

9.2 ควรมีการวิจัยที่ทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มต้องการให้ระบบขายปลีกสินค้าออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีรูปแบบอย่างไรรวมถึงควรมีองค์ประกอบใดบ้าง

[http://www.pawoot.com/node/274:](http://www.pawoot.com/node/274)

### เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550 สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [2] ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E Commerce). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เลทีพี.
- [3] ภาวูธ พงษ์วิทย์ภาณุ, 2550. E-Commerce สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำงาน สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ตลาด ดอท คอม.
- [4] Narges Delafrooz, 2011. A Research Modeling to Understand Online Shopping Intention. Australian Journal of Basic and Applied Sciences.70-77:
- [5] ญาณิกา จันทรภาส และ ปณัฐฐา เวชกิจ, 2553. การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการสั่งซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของผู้บริโภคผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต ปริญญาานิพนธ์.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- [6] ภาวูธ พงษ์วิทย์ภาณุ, 6 พฤษภาคม 2551, ตลาด ดอทคอม. 6 C กับความสำเร็จของเว็บไซต์  
[http://www.pawoot.com/node/116:](http://www.pawoot.com/node/116)  
[http://www.pawoot.com/node/120:](http://www.pawoot.com/node/120)  
[http://www.pawoot.com/node/169:](http://www.pawoot.com/node/169)  
[http://www.pawoot.com/node/170:](http://www.pawoot.com/node/170)  
[http://www.pawoot.com/node/171:](http://www.pawoot.com/node/171)

การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในอุตสาหกรรม

การผลิต:กรณีศึกษาบริษัท คาวาเบะเทคโนโลยพลาสติก (ไทยแลนด์) จำกัด

PRODUCTION AND OPERATIONS MANAGEMENT ON

OPERATIONAL EFFICIENCY OF MANUFACTURING COMPANY:

A CASE STUDY OF KAWABE TECHNOPLAS (THAILAND) CO.,LTD.

พินิจ แก้วเกษตรกรณ์

อาจารย์สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, phinitk@yahoo.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในด้านปัจจัยนำเข้า ด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 101 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t - test , F - test และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมพนักงานเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก โดยพนักงานที่อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือนต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การจัดการ, การปฏิบัติการ, การผลิต



## ABSTRACT

The purposes of this research was to study production and operations management on operational efficiency. The samples groups in this research were 101 employees in Kawabe Technoplas (Thailand) Co.,Ltd. The five-level rating scale of questionnaires data were administered analyzed by percentage, mean standard deviation, t-test, F-test and scheffe's method. The findings of research were as follows: The employees' production attitude and operation management on operational efficiency were at high level. Most employees with difference in gender, educational background, position, work experience and monthly income were statistically significant difference at 0.05.

**KEYWORDS:** Management, Operations, Production

## 1. บทนำ

การบริหารการผลิต (Production management) เป็นการวางแผนและการตัดสินใจเพื่อการผลิตสินค้า การบริหารการปฏิบัติการ (Operations management, OM) เป็นกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแปรสภาพ (Transformation) จากปัจจัยนำเข้าเพื่อให้เปลี่ยนเป็นปัจจัยนำออกหรือเป็นการออกแบบการปฏิบัติการและการปรับปรุงระบบการผลิต กล่าวคือเป็นการจัดการโดยใช้เทคนิคเชิงปริมาณเพื่อปรับปรุงผลผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าหรือบริการ องค์การจำนวนมากโดยเฉพาะผู้ผลิตจะใช้เทคนิคการบริหารการปฏิบัติการ เช่น การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management) การสร้างโมเดลเครือข่ายงาน (Network modeling) ระบบการผลิต (Production system) เป็นระบบซึ่งเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าออกมาเป็นกลุ่มของปัจจัยนำออกที่ต้องการซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรการปฏิบัติการ (Operation Resources) เพื่อแปรสภาพจากปัจจัยนำเข้าเป็นปัจจัย

นำออก ซึ่งปัจจัยนำเข้าอาจเป็นวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ คนงาน และกรรมวิธีการผลิต ซึ่งสำคัญยิ่งต่อธุรกิจอุตสาหกรรม เพราะหมายถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีการบริหารจัดการการผลิตและการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถดำเนินงานให้ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้

ส่วนการบริหารจัดการเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้านั้น ปัจจุบันได้พัฒนาไปค่อนข้างมากและรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดในสมัยก่อนที่มักถือว่าคุณภาพของสินค้าต้องตรงกับความต้องการและต้องสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคทำให้จุดศูนย์รวมความสนใจเปลี่ยนไปจากความคิดที่ว่าโรงงานผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดระดับคุณภาพเปลี่ยนมาเป็นการที่ความต้องการของผู้บริโภค เป็นผู้กำหนดระดับคุณภาพของสินค้าที่เราจะต้องผลิตให้ได้ เพราะถ้าผลิตสินค้าที่ไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค สินค้าก็จะขายไม่ได้ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมีทางเลือกต่างๆ มากมายที่จะหันไปใช้สินค้า

อื่นๆ ที่สนองความต้องการของตนเองได้มากกว่าการบริหารคุณภาพในการผลิต

บริษัท คาวาเบะเทคโนโลยีพลาสติก (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นบริษัทที่มีความทุ่มเทและความพยายามในการปรับปรุงและพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทางด้านเทคโนโลยีการผลิต และเทคนิคการฉีดพลาสติกที่ก้าวหน้าและทันสมัยที่สุด เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาระบบการผลิตเพื่อให้ได้งานตรงตามความต้องการของลูกค้าและทันเวลา รวมถึงมีการออกแบบระบบการผลิตและชิ้นงานเพื่อใช้งานอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ อุปกรณ์สำนักงาน ปุ่มกดของอุปกรณ์สื่อสาร โทรคมนาคม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการออกแบบและสร้างแม่พิมพ์สำหรับผลิตชิ้นงานที่มีความละเอียดสูงด้วย ในปี 2549 ได้ก่อตั้งโรงงานขึ้นที่ประเทศไทย เป็นฐานการผลิตเพื่อส่งชิ้นส่วนไปยังลูกค้าทั่วโลกด้วยมาตรฐานคุณภาพเดียวกันกับการผลิตในญี่ปุ่น ดังนั้นบริษัทจำเป็นต้องพัฒนาระบบเพื่อแก้สู่การใช้ระบบบริหารจัดการด้วยระบบการรับประกันคุณภาพโดยเน้นลูกค้าเป็นหลัก การดำเนินการเพื่อรักษาลิ่งแวดล้อมสอดคล้องตามหลักการ GLOBAL PROCUREMENT ของจีนส่วนรถยนต์ ตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตจำนวนมากทั่วโลกด้วย มาตรฐานระบบ การบริหารคุณภาพ เช่น มาตรฐาน ISO 9001 ที่เน้นการเชื่อมโยงของคุณภาพในการผลิตเข้ากับความต้องการของลูกค้าและเป็นระบบที่สามารถตรวจสอบได้และรับรองได้โดยสถาบันภายนอก เป็นต้น ในส่วนของการบริหารต้นทุนการผลิต ซึ่งเน้นไปที่การลดต้นทุนของการผลิตให้ต่ำที่สุด ซึ่งนอกจากการลดต้นทุนของปัจจัยการผลิตโดยตรง เช่น การจัดหาวัตถุดิบให้มีต้นทุนต่ำสุด การจัดหาแรงงานในการผลิตให้มีต้นทุนต่ำสุด และการจัดหาเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตที่มีต้นทุนต่ำสุดแล้ว

ควรที่จะต้องให้ความสนใจไปถึงการพยายามลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ไม่ว่าจะเป็นการผลิตของเสียหรือสินค้าที่ไม่ได้ระดับคุณภาพ ต้องนำไปซ่อม หรือ ผลิตซ้ำ การสูญเสียเนื่องจากเครื่องจักรเสียหรือเครื่องจักรมีสภาพการทำงานไม่สมบูรณ์ รวมไปถึงวิธีการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

จากประโยชน์และความสำคัญของการบริหารจัดการเกี่ยวกับการผลิตและการปฏิบัติการข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาศึกษาการจัดการการผลิตและปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิต

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานใน 3 ด้าน คือ ด้านปัจจัยนำเข้า ด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ

2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฝายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน

## 3. ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

3.1 เพื่อนำผลวิจัยมาบูรณาการในการเรียนการสอนและการปรับปรุงหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

3.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารการผลิตและการปฏิบัติการให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตรงตามนโยบายของกิจการ

3.3 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของปัจจัยการผลิตและปัจจัยนำเข้าอย่างมีประสิทธิภาพ

3.4 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการอบรมให้พนักงานในแต่ละระดับมีความเข้าใจในระบบการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการของบริษัทมากยิ่งขึ้น และให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อง่ายต่อการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการของฝ่ายบริหาร

#### 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 4.1.1 เพศ
- 4.1.2 อายุ
- 4.1.3 ระดับการศึกษา
- 4.1.4 ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน
- 4.1.5 ตำแหน่งงาน
- 4.1.6 ระยะเวลาการทำงาน
- 4.1.7 รายได้ต่อเดือน

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

- 4.2.1 ปัจจัยนำเข้า
- 4.2.2 การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ
- 4.2.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ

#### 5. สมมติฐานการวิจัย

พนักงานที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือนต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการ

การผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานแตกต่างกัน

#### 6. เอกสารและงานวิจัย

- 6.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 6.2 ปัจจัยการผลิตและผลการผลิต
- 6.3 การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ
- 6.4 บริษัทควาเบะเทค โนพลาสติก (ไทยแลนด์) จำกัด
- 6.5 การจัดการด้านความปลอดภัยในโรงงาน
- 6.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 7. ระเบียบวิธีการวิจัย

##### 7.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ พนักงานของบริษัท ควาเบะเทค โนพลาสติก (ไทยแลนด์) จำกัด ในปี 2554 จำนวน 135 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 101 คน

##### 7.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน แบ่งเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานใน 3 ด้าน คือ ปัจจัยนำเข้า การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ และประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ

เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

### 7.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

7.3.1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยติดต่อขอเข้าเก็บข้อมูลแล้วรอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

7.3.2 นำแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งหมดจำนวน 101 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

### 7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามว่าสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ทุกฉบับ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

7.4.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

7.4.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อและรายด้าน แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามหลักการหาค่าพิสัย

7.4.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน จำแนกตามตัวแปรเพศ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t - test)

7.4.4 วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน จำแนกตามตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน

ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of Variance) แล้วทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

## 8. สรุปผลการวิจัย

### 8.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่เพศชาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 54.46 และเพศหญิง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 45.54 ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26 - 33 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 38.61 อายุระหว่าง 18 - 25 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 26.73 อายุระหว่าง 33 - 40 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.82 และอายุ 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.84 ส่วนใหญ่จบการศึกษามัธยมศึกษา. จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 35.64 จบม.6 หรือ ปวช. จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 28.71 จบปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 23.76 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.89 ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานฝ่ายผลิต จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 70.30 ฝ่ายซ่อมบำรุง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.86 ฝ่ายควบคุมคุณภาพ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 และฝ่ายวางแผนและควบคุมการผลิต จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.94 ส่วนใหญ่ตำแหน่งเป็นพนักงานประจำ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 54.46 พนักงานรายวัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 22.77 หัวหน้างานหรือหัวหน้าแผนก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.85 และผู้จัดการแผนกขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.92 ส่วนใหญ่ทำงานระหว่าง 1 - 3 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 36.63 ทำงานไม่เกิน 1 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ

23.76 ระหว่างทำงาน 3 – 5 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.79 และทำงาน 5 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 18.82 และส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 35.64 ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.76 ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 25.74 และตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.86

## 8.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็น

การวิเคราะห์การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานใน 3 ด้าน คือ ปัจจัยนำเข้า ด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ พบว่า โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.39$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้

8.2.1 ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่พนักงานเห็นความสำคัญอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตทำงานได้โดยไม่สะดุดติดขัด ( $\bar{X} = 4.24$ ) รองลงมาคือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเพียงพอต่อการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 4.22$ ) และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณเพียงพอต่อการผลิต ( $\bar{X} = 4.01$ ) ตามลำดับ ส่วนข้อที่ว่าบริษัทมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการผลิตประจำวันและเอกสารวิธีการปฏิบัติงานไม่มีความซับซ้อนและอ่านเข้าใจง่ายพนักงานมีความเห็นว่าอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 2.33, \bar{X} = 2.35$ )

8.2.2 ด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

โดยข้อที่พนักงานเห็นความสำคัญอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ บริษัทมีการขยายหน้าที่ด้านคุณภาพไปยังแผนกต่าง ๆ ซึ่งตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ ( $\bar{X} = 4.28$ ) รองลงมาคือ มีการมอบหมายงานเพิ่มความรู้ และการเรียนรู้งาน ตลอดจนมีการยกย่องและงานที่ก้าวหน้าไว้ได้อย่างเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.24$ ) และมีการกำหนดรายละเอียดงานของแต่ละแผนกและแต่ละบุคคลไว้ดีแล้ว ซึ่งเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน ( $\bar{X} = 4.01$ ) และข้อที่ว่าบริษัทมีการกำหนดรายละเอียดงานของแต่ละกระบวนการของการผลิตไว้ดีแล้ว ซึ่งเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน และมีการวางแผนการจัดซื้อ การควบคุม และการจัดเก็บวัตถุดิบที่ดี ซึ่งเหมาะสมและเพียงพอต่อการนำไปใช้งานในกระบวนการผลิตได้ตามกำหนดพนักงานมีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55, \bar{X} = 4.52$ )

8.2.3 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่พนักงานเห็นความสำคัญอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก คือ จำนวนครั้งที่มีการหยุดผลิตทำให้ไม่สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตามกำหนด ( $\bar{X} = 4.22$ ) รองลงมาคือ ขวัญและกำลังใจมีผลต่อการตั้งใจปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่น ( $\bar{X} = 4.11$ ) และเมื่อมีการร้องเรียนด้านการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าล่าช้าหรือส่งงานให้แผนกถัดไปล่าช้า ( $\bar{X} = 3.89$ ) ตามลำดับ

## 8.3 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น

การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา

ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ระยะเวลาการทำงาน และรายได้ต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

8.3.1 เพศ พบว่า พนักงานเพศต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกัน

8.3.2 อายุ พบว่า พนักงานอายุต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านปัจจัยนำเข้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพนักงานอายุ 40 ปีขึ้นไป เห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการมากกว่าพนักงานอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

8.3.3 ระดับการศึกษา พบว่า พนักงานระดับการศึกษาต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านไม่แตกต่างกัน

8.3.4 ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานฝ่ายปฏิบัติงานต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

8.3.5 ตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานระดับการศึกษาต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานประจำเห็นความสำคัญของ

การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการมากกว่าพนักงานรายวัน ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

8.3.6 ระยะเวลาการทำงาน พบว่า พนักงานที่ระยะเวลาการทำงานต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านปัจจัยนำเข้าและด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานที่ทำงาน 5 ปีขึ้นไปเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการมากกว่าพนักงานที่ทำงานไม่เกิน 1 ปี ส่วนด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการไม่แตกต่างกัน

8.3.7 รายได้ต่อเดือน พบว่า พนักงานรายได้ต่อเดือนต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 เห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการมากกว่าพนักงานรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

## 9. อภิปรายผลการวิจัย

9.1 การจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก

9.1.1 ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อคำถามที่ใช้ในด้านปัจจัยการนำเข้าเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านแรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์

วัตถุดิบ วิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนอาคารสถานที่ในการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่าพนักงานเห็นความสำคัญในการผลิตและการปฏิบัติการ การมีเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตทำงานได้โดยไม่สะดุดติดขัด โดยพนักงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยนำเข้าควรความรู้ความเข้าใจในปฏิบัติงานเป็นอย่างดี รวมถึงเห็นความสำคัญของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเป็นอย่างดี

9.1.2 ด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อคำถามที่ใช้ในการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการเกี่ยวข้องกับการออกแบบสินค้า การบริหารระบบคุณภาพ การออกแบบกระบวนการผลิต การออกแบบงานและทรัพยากร การบริหารเครือข่ายปัจจัยการผลิต การวางแผนความต้องการสินค้าคงคลังและความต้องการวัสดุ การจัดตารางการทำงาน รวมถึงการบำรุงรักษาเครื่องจักร แสดงให้เห็นว่าพนักงานเห็นว่าบริษัทมีการกำหนดรายละเอียดงานของแต่ละกระบวนการของการผลิตไว้ดี มีการวางแผนการจัดซื้อ การควบคุม และการจัดเก็บวัตถุดิบที่ดี ซึ่งเหมาะสมและเพียงพอต่อการนำไปใช้งานในกระบวนการผลิตได้ตามกำหนด บริษัทมีการขยายหน้าที่ด้านคุณภาพไปยังแผนกต่าง ๆ มีการมอบหมายงาน เพิ่มความรู้ และการเรียนรู้งาน ตลอดจนมีการยกย่องและงานที่ก้าวหน้าให้กับพนักงานได้อย่างเหมาะสม

9.1.3 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งข้อคำถามที่ใช้ถามด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการเกี่ยวกับคุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบ การประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงาน ความปลอดภัย ขวัญและกำลังใจของพนักงาน แสดงให้เห็นว่า พนักงานเห็นความสำคัญในการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่ส่งผลต่อ

ประโยชน์ที่ได้รับ เห็นความสำคัญของจำนวนครั้งที่มีการหยุดผลิตทำให้ไม่สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตามกำหนด ขวัญและกำลังใจมีผลต่อการตั้งใจปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่น เมื่อมีการร้องเรียนด้านการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าล่าช้าหรือส่งงานให้แผนกถัดไปล่าช้า

## 9.2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็น

การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม สรุปได้ดังนี้

9.2.1 เพศ พบว่า พนักงานเพศต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

9.2.2 อายุ พบว่า พนักงานอายุต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวมแตกต่างกันและด้านปัจจัยนำเข้าแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีวุฒิภาวะสูงเห็นถึงความสำคัญในการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการ จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่าจะเห็นความสำคัญมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพล สุชัยยะ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัทซัมมิต โอโตชิท อินดัสตรี จำกัด ต่อมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ พบว่า พนักงานอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์จากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการแตกต่างกัน

9.2.3 ระดับการศึกษา พบว่า พนักงานระดับการศึกษาต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

พนักงานที่มีคุณวุฒิสูงทำให้มีความตัดสินใจในการปฏิบัติงานละเอียดรอบคอบกว่า จะได้จากผลการวิจัยที่พนักงานที่จบม.6 หรือ ปวช. ให้ความสำคัญกับการจัดการและการปฏิบัติการน้อยกว่าผู้ที่จบสูงกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพงษ์ ขวัญแก้ว (2554 : 129) ได้ศึกษาการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประโยชน์ที่ได้รับของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ : กรณีศึกษาบริษัทไทยแอร์โรว์ จำกัด พบว่าพนักงานที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่ได้รับของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในด้านความปลอดภัยต่างกัน และสอดคล้องกับประเมสตะเวทิน (2546: 112) กล่าวถึงการศึกษาว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอที่จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น ดังนั้นพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงก็จะได้รับข้อมูลด้านความปลอดภัยมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่อกว่า ทำให้มีความคิดเห็นว่าบริษัทมีความปลอดภัยมากกว่า

9.2.4 ฝ่ายที่ปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานฝ่ายปฏิบัติงานต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

9.2.5 ตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานระดับการศึกษาต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมและด้านพบว่าด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานประจำเห็นความสำคัญของประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดการ

การผลิตและการปฏิบัติการมากกว่าพนักงานรายวันดังผลการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพล สุชัยยะ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัทซัมมิต โอโตซีท อินดัสตรี จำกัด ต่อมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพพบว่า พนักงานตำแหน่งงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์จากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการแตกต่างกัน และสอดคล้องกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ของพรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2545 : 312 – 315) ที่วิเคราะห์ถึงลักษณะของผู้ที่รับสารที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์แต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นทางด้านอายุหรือฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

9.2.6 ระยะเวลาการทำงาน พบว่า พนักงานที่ระยะเวลาการทำงานต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมและด้านปัจจัยนำเข้าและด้านการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่ทำงาน 5 ปีขึ้นไปเห็นความสำคัญของปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ รวมทั้งการบริหารการผลิตที่ส่งผลต่อการปฏิบัติการที่มีประสิทธิภาพมากกว่าพนักงานที่ทำงานไม่เกิน 1 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพงษ์ ขวัญแก้ว (2554 : 130) ได้ศึกษาการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประโยชน์ที่ได้รับของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ : กรณีศึกษาบริษัทไทยแอร์โรว์ จำกัด พบว่าพนักงานที่มีระยะเวลาการทำงานกับบริษัทต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่ได้รับของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ในด้านคุณภาพ ด้านการส่งมอบ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย และด้านขวัญและกำลังใจต่างกันและสอดคล้องกับทฤษฎีที่พีระ จิร โสภณ (2547: 645 – 646) กล่าวถึงทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ได้แก่ การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ



ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไขที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญ ดังนั้นหากพนักงานมีระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกันทำให้การเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือแตกต่างกันด้วย

9.2.7 รายได้ต่อเดือน พบว่า พนักงานรายได้ต่อเดือนต่างกันเห็นความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมและรายค้านพบว่าด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานรายได้ต่อเดือนน้อยให้ความสำคัญของการจัดการการผลิตและการปฏิบัติการน้อยกว่าพนักงานที่เงินเดือนมากกว่า ดังผลการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับอิทธิพล สุขชัยยะ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัทซัมมิต โอโตซีท อินดัสตรี จำกัด ต่อมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ พบว่า พนักงานที่รายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์จากการบริหารการผลิตและการปฏิบัติการแตกต่างกัน รวมทั้งสอดคล้องกับปรมะ สตะเวทิน (2546 : 112) ได้วิเคราะห์จากปัจจัยสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

## 10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทควรส่งเสริมอบรมให้ความรู้ต่าง ๆ ของต้นทุนการผลิตในทุกแผนกอย่างละเอียด เพื่อให้เข้าใจดีขึ้นและเป็นไป

ในแนวทางเดียวกัน เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อลดต้นทุนในฝ่ายต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมายกำหนดไว้

10.2 ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทควรมีการวางแผน ปรับปรุง และส่งเสริมการศึกษา การอบรม ความรู้ สวัสดิการ และค่าตอบแทนให้สอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น

10.3 ผู้บริหารในแต่ละฝ่ายปฏิบัติงานควรมีการปรับปรุง พัฒนา และประเมินผลการปฏิบัติงานอยู่เสมอเพื่อให้กระบวนการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

10.4 ในการจัดการเรียนการสอนของสาขาวิชาการจัดการควรมีการบูรณาการเกี่ยวกับการบริหารจัดการการผลิต การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

## 11. กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากมหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ ที่ส่งเสริมให้คณาจารย์สร้างผลงานวิจัย ทำให้รายงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณท่านคณบดีคณะบริหารธุรกิจที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้บริหารและพนักงานของบริษัท คาวาเบะเทค โนพลาสติก (ไทยแลนด์) จำกัด ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจนทำให้ได้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นกำลังใจ

อย่างดียิ่งตลอดมา จนทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจทำงานวิจัย  
สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัย  
ขอมอบแก่มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ หากผิดพลาด  
ประการใดผู้วิจัยขอน้อมรับเพื่อนำไปเป็นแนวทางใน  
การพัฒนางานวิจัยให้ดียิ่งขึ้นไป

### เอกสารอ้างอิง

- [1] จักรพงษ์ ขวัญแก้ว. (2554). การบริหารการ  
ผลิตและการปฏิบัติการที่มีผลต่อประโยชน์ที่  
ได้รับของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ :  
กรณีศึกษาบริษัทไทยแอร์โรว์ จำกัด. สาร  
นิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [2] ประมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสาร มวลชน:  
กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ :  
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- [3] พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2545). การเลือกสื่อ  
เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [4] พิระ จิระโสภณ. (2549). หลักและทฤษฎีการ  
สื่อสาร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [5] อธิธิพล สุขชัยยะ. (2549). ทักษะคิดและ  
ประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัทซัมมิต  
โอโตซีทอินดัสตรี จำกัด ต่อมาตรฐานระบบ  
บริหารคุณภาพ ISO/TS 16949. สารนิพนธ์  
บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ.

## การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

## จังหวัดปทุมธานี

## THE UTILIZATION OF MANAGERIAL ACCOUNTING TOOLS OF

## SMEs MANUFACTURING SECTOR IN PATHUM THANI

## วิชิตา นาคเดือน

อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, wichuta\_n@hotmail.com

## บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารรวมทั้งระดับความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในด้านการวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจ จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการและกิจการ ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่าง 389 องค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Chi – Square, ค่า t – Test, F – test และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's Method) ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมมีความเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารอยู่ในระดับมาก โดยที่อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงานต่างกัน มีความเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารแตกต่างกัน และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รูปแบบธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

คำสำคัญ: บัญชีบริหาร, ธุรกิจ SMEs

**ABSTRACT**

The purposes of this study were find out the utilization of managerial accounting tools to SMEs manufacturing sector in Pathum Thani. The sample groups were taken from 389 organizations. The questionnaire was analyzed by percentage, mean, standard deviation, Chi-square-test, t-test and F-test. The results of study were as follows: Their attitude about utilization of managerial accounting tools benefit were at high level and sample groups with difference in age, educational background, work experience, type of business, time operation and number of employees were difference in their opinion, while the factor of educational background, work experience, type of business, time operation related to utilization of managerial accounting tools with 0.05 level of significant.

**KEYWORDS:** Managerial accounting, SMEs

**1. บทนำ**

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิตจัดว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และเป็นแหล่งการจ้างงานและพัฒนาทักษะประสบการณ์ซึ่งในภาคการผลิตนั้นมีความคล่องตัวในการจัดการมากกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ดังนั้นการส่งเสริมและพัฒนาภาคการผลิต จึงเป็นการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมในระดับพื้นฐานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ สำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจำนวนที่สูงขึ้นจากในอดีต แต่จากสถานการณ์ปัจจุบันที่ราคาน้ำมันมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับการปรับราคาเพิ่มขึ้นของค่าไฟฟ้าและค่าพลังงานอื่นๆ นั้นได้ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม SMEs จึงทำให้มีต้นทุนในการผลิตการดำเนินงานและการประกอบการในภาพรวมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่จะต้องเร่งปรับตัวเนื่องจากจากต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

ส่งผลให้ผลตอบแทนจากการดำเนินงานลดลงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมจะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต ผลกระทบดังกล่าวทำให้ SMEs ภาคการผลิตต้องมีการปรับโครงสร้างองค์กรและรูปแบบในการบริหาร ตลอดจนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการเพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดและเป็นพื้นฐานที่ดีสำหรับการดำเนินกิจการในอนาคตได้ สำหรับการประกอบธุรกิจ SMEs ให้ประสบความสำเร็จนั้นการมีระบบข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกต้องจะช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนตัดสินใจและควบคุมการดำเนินงานให้ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ส่งผลให้ผู้บริหารซึ่งเป็นผู้นำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่วางไว้และมีหน้าที่ที่สำคัญ ได้แก่ การวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจ จำเป็นต้องมีข้อมูลที่ทำให้ผู้บริหารทราบถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานตลอดจนปัจจัยการเงินอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกิจการ และได้มีการพัฒนาข้อมูลทางบัญชีที่ได้จัดบันทึกไว้แล้วมาใช้เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารมากขึ้นและถือเป็นศาสตร์หนึ่งทางการบัญชีที่เรียกว่าการบัญชี

บริหาร โดยข้อมูลทางการบัญชีบริหารจัดการทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเสนอข้อมูลให้แก่ผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจในองค์กรเพื่อสามารถใช้ข้อมูลในการวางแผน การควบคุม การตัดสินใจ รวมถึงประเมินผลภายในองค์กร ทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้ทรัพยากรภายในองค์กร ทั้งนี้วิธีการและรูปแบบของข้อมูลทางการบัญชีบริหารที่นำเสนอไม่จำเป็นต้องจัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่ยอมรับทั่วไป รูปแบบในการนำเสนอไม่ได้มีการกำหนดเป็นหลักเกณฑ์ที่แน่นอน แต่จะมีรูปแบบ ชนิด และลักษณะของข้อมูลที่จำเป็นต่อความต้องการของผู้บริหารเพื่อใช้ในการตัดสินใจ โดยลักษณะของข้อมูลทางการบัญชีบริหารที่ดีต้องเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องหรือมีการพยากรณ์ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่จะเกิดขึ้น ข้อมูลมีความรวดเร็วและทันเวลาสำหรับการตัดสินใจ ข้อมูลมีความกะทัดรัด ชัดเจน มีความสมบูรณ์ และการได้มาของข้อมูลต้องมีการคำนึงถึงต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้จากการจัดหาข้อมูลนั้น

การเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจต่าง ๆ เหล่านี้ได้ส่งผลกระทบต่อการบริหาร โดยเริ่มจากความจำเป็นที่องค์กรต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยมีการนำแนวความคิดเครื่องมือบัญชีบริหาร อาทิเช่น นำมาใช้ในการวัดมูลค่าต้นทุน วิเคราะห์กำไร วิเคราะห์ผลต่าง วิเคราะห์จุดคุ้มทุน วิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ตลอดจนนำมาประกอบการพิจารณาเกี่ยวกับตัดสินใจต่าง ๆ เพื่อประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม จะช่วยให้องค์กรในการเพิ่มคุณภาพ ลดต้นทุนสินค้า เพิ่มผลผลิต ลดระยะเวลาในการตอบสนองต่อลูกค้าและเพิ่มผลกำไรโดยรวม

จากประโยชน์และความสำคัญของข้อมูลทางด้านบัญชีบริหารจึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานีในด้านการวางแผน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจ

2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในภาคการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

## 3. ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

3.1 เพื่อนำผลวิจัยมาบูรณาการการเรียนการสอน และการปรับปรุงหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

3.2 เพื่อให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs สามารถนำผลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการให้ความรู้ และอบรมแก่ผู้ประกอบการ ในด้านการนำข้อมูลบัญชีบริหารไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ

3.3 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารธุรกิจ SMEs นำไปใช้ในการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้มีความชัดเจนในการวางแผนงาน การสั่งการ การควบคุม และด้านการตัดสินใจดำเนินงาน เพื่อให้้องค์กรประสบความสำเร็จ และความเจริญก้าวหน้าต่อไป

## 4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) ประสบการณ์ทำงาน

#### 4.1.2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

- 1) รูปแบบธุรกิจ
- 2) ทุนจดทะเบียน
- 3) ระยะเวลาธุรกิจ
- 4) จำนวนพนักงาน

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

## 5. สมมติฐานการวิจัย

5.1 ผู้ประกอบการที่เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารต่างกัน

5.2 กิจการที่มีรูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารต่างกัน

5.3 ผู้ประกอบการและกิจการมีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

## 6. เอกสารและงานวิจัย

- 6.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบัญชีบริหาร
- 6.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 7. ระเบียบวิธีการวิจัย

### 7.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหารธุรกิจ SMEs ภาคการผลิตในจังหวัดปทุมธานี

จำนวน 14,050 องค์กร ที่ขึ้นทะเบียนกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 389 องค์กร

### 7.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร แบ่งออกเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางด้านบัญชีบริหาร จำแนกตามเคยใช้แต่ปัจจุบันไม่ใช่ ใช้อยู่ในปัจจุบัน และไม่เคยใช้มาก่อน เป็นคำตอบแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ ระดับความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

### 7.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

7.3.1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยจะติดต่อกับสถานประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เข้าจัดเก็บแล้วรอรับแบบสอบถามคืน

7.3.2 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ สามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 389 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

#### 7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามว่าสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ทุกฉบับ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

7.4.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

7.4.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

7.4.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 การใช้เครื่องมือทางบัญชีบริหาร วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

7.4.4 แบบสอบถามตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อและรายด้าน แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามหลักการหาค่าพิสัย

7.4.5 วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร จำแนกตามตัวแปรเพศ โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t - test)

7.4.6 วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร จำแนกตามตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน รูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way Analysis of Variance) แล้วทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe's Method)

7.4.7 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยใช้สถิติ Chi - Square

#### 8. สรุปผลการวิจัย

##### 8.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 65.30 และเพศชาย จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 34.70 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 30 - 50 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.19 และอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.31 ส่วนใหญ่จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.39 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.22 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.39 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 5 - 10 ปี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 59.38 10 ปีขึ้นไป จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.28 และน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.34

##### 8.2 ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ข้อมูลทั่วไปของกิจการ จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัท จำกัด จำนวน 230 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 59.13 ห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 111 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 28.53 และเจ้าของคนเดียว จำนวน 48 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 12.34 ส่วนใหญ่ทุนจดทะเบียนระหว่าง 50 - 100 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 167 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 42.93 100 ล้านบาทขึ้นไป จำนวน 133 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 34.19 และน้อยกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 89 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 22.88 ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11 - 15 ปี จำนวน 134 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 34.45 ดำเนินธุรกิจระหว่าง 5 - 10 ปี จำนวน 96 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 24.68 ดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป

จำนวน 85 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 21.85 และดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 74 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 19.02 และส่วนใหญ่มีพนักงานระหว่าง 10 – 50 คน จำนวน 116 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 29.82 มีพนักงาน 100 คนขึ้นไป จำนวน 98 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 25.19 มีพนักงาน 51 – 100 คน จำนวน 93 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 23.91 และมีพนักงานน้อยกว่า 10 คน จำนวน 82 องค์กร คิดเป็นร้อยละ 21.08

### 8.3 การใช้เครื่องมือทางบัญชีบริหาร

การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เครื่องมือบัญชีบริหารที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นจำนวนมากที่สุด คือการวัดมูลค่าต้นทุนตามวิธีต้นทุนจริง จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 90.49 รองลงมาคือ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 85.86 การวิเคราะห์อัตราส่วนการวัดสภาพคล่อง จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 83.03 จุดสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 78.66 และการวิเคราะห์ผลต่างปริมาณวัตถุดิบ จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 73.01 ตามลำดับ

### 8.4 การวิเคราะห์การใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

การวิเคราะห์การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในภาคการผลิตโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) พิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้

8.4.1 ด้านการวางแผน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.25$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความสำคัญต่อกิจการ คือนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต ( $\bar{X} = 4.45$ ) รองลงมาคือ นำไปใช้ในการประมาณการรายได้และค่าใช้จ่าย ( $\bar{X} = 4.37$ ) และนำไปใช้ในการจัดสรรทรัพยากร ( $\bar{X} = 4.06$ ) ตามลำดับ

8.4.2 ด้านการสั่งการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่

อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความสำคัญต่อกิจการ คือนำไปใช้ในการมอบหมายงานแก่ผู้ได้บังคับบัญชา ( $\bar{X} = 4.23$ ) รองลงมาคือ นำไปใช้ในการตอบข้อสงสัย ( $\bar{X} = 4.07$ ) และนำไปใช้ในการแก้ปัญหาเฉพาะจุด ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

8.4.3 ด้านการควบคุม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความสำคัญต่อกิจการ คือนำไปใช้ในการกำหนดเป้าหมายในการประเมินผลดำเนินงาน ( $\bar{X} = 4.18$ ) รองลงมาคือ นำไปใช้ในการประสานงานให้องค์กรทำงานแนวทางเดียวกัน ( $\bar{X} = 3.89$ ) และนำไปใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ( $\bar{X} = 3.61$ ) ตามลำดับ

8.4.4 ด้านการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีความสำคัญต่อกิจการ คือนำไปใช้ในการตัดสินใจว่าจะผลิตสินค้าใด ( $\bar{X} = 4.33$ ) รองลงมาคือ นำไปใช้ในเพื่อพิจารณากำหนดราคาขาย ( $\bar{X} = 4.21$ ) และนำไปใช้ในการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน ( $\bar{X} = 4.14$ ) ตามลำดับ

### 8.5 การเปรียบเทียบการใช้เครื่องมือบริหาร

การเปรียบเทียบการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและตามข้อมูลทั่วไปของกิจการ ดังนี้

8.5.1 เพศ พบว่า ผู้ประกอบการที่เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารโดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

8.5.2 อายุ พบว่า ผู้ประกอบการที่อายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการวางแผนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่อายุ



ระหว่าง 30 – 50 ปี ให้เห็นความสำคัญมากกว่าผู้ที่อายุน้อยกว่า 30 ปี

8.5.3 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกัน

8.5.4 ประสบการณ์ทำงาน พบว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการสั่งการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป เห็นความสำคัญมากกว่าผู้มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 5 ปี

8.5.5 รูปแบบธุรกิจ พบว่า กิจกรรมที่รูปแบบธุรกิจที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านการวางแผนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบริษัทจำกัดเห็นความสำคัญมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว

8.5.6 ทุนจดทะเบียน พบว่า กิจกรรมที่ทุนจดทะเบียนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน

8.5.7 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ พบว่า กิจกรรมที่ระยะเวลาดำเนินธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกิจการที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 11-15 ปีขึ้นไป เห็นความสำคัญมากกว่ากิจการที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี

8.5.8 จำนวนพนักงาน พบว่า กิจกรรมที่มีจำนวน พนักงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้

เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสั่งการและด้านการควบคุม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 51 – 100 คน เห็นความสำคัญมากกว่ากิจการที่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 10 – 50 คน

## 8.6 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างกิจการกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

## 9. อภิปรายผล

9.1 ผลการวิจัยการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในภาคการผลิตโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกคือด้านการวางแผน รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจ ด้านการสั่งการ และด้านการควบคุมตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเครื่องมือบัญชีบริหารสามารถเข้ามาช่วยในวางแผนการผลิต การประมาณการรายได้และค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ รวมถึงใช้ในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับมณูญชัย ธีระกนิษฐ์ (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จใน

การดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหาร โดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสั่งการ ด้านการควบคุม และด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับสารทูล บัวขาว (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประยุกต์ ใช้การบัญชีบริหารของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักบัญชีธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหาร โดยรวมและรายด้านคือด้านการควบคุม ด้านการวางแผน ด้านการตัดสินใจ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยรัตน์ วันทอง (2546, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารของธุรกิจโรงแรมระดับมาตรฐานในภาคใต้ พบว่า การใช้แนวปฏิบัติทางด้านบัญชีบริหารกับธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ ได้แก่ การคำนวณต้นทุน ธุรกิจโรงแรมนิยมใช้วิธีการคิดต้นทุนด้วยวิธีต้นทุนเต็มมากที่สุด ส่วนวิธีวัดมูลค่าต้นทุน นิยมใช้วิธีต้นทุนจริงมากที่สุด การวางแผนและควบคุม ธุรกิจโรงแรมนิยมใช้วิธีวางแผนและควบคุม โดยใช้งบประมาณระยะสั้น (แผนการดำเนินงานประจำปี) มากที่สุด ในด้านการตัดสินใจ ธุรกิจโรงแรมนิยมใช้เทคนิคทางการบัญชีบริหารในการตัดสินใจหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์อัตราส่วนวัดความสามารถในการดำเนินงาน การวิเคราะห์อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง การวิเคราะห์ ต้นทุน ปริมาณ กำไร และจุดคุ้มทุน การวัดผลการปฏิบัติงาน ธุรกิจโรงแรมนิยมใช้วิธีการวัดผลปฏิบัติงานจริงเปรียบเทียบกับงบประมาณ ธุรกิจโรงแรมภาคใต้เป็นธุรกิจบริการที่ต้องทำการตัดสินใจอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงดังนั้นแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารที่ธุรกิจโรงแรมนิยมใช้มากที่สุดคือในด้านการตัดสินใจ ส่วนในด้านการคำนวณต้นทุนใช้เพื่อ

ให้สามารถบริหารและควบคุมต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

9.2 การเปรียบเทียบการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและตามข้อมูลทั่วไปของกิจการ พบว่า

9.2.1 เพศ พบว่า ผู้ประกอบการที่เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวม และรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้งชายและหญิง ต่างก็เห็นความสำคัญต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารไม่แตกต่างกัน

9.2.2 อายุ พบว่า ผู้ประกอบการที่อายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวม และด้านการวางแผนแตกต่างกันทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการที่อายุมากเห็นความต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารมากกว่าผู้ที่อายุน้อยกว่าดังผลการวิจัย ที่พบว่าผู้ที่อายุระหว่าง 30 – 50 ปี เห็นความสำคัญมากกว่าผู้ที่อายุน้อยกว่า 30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับกฤติกา อาละพล (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรู้จักและการใช้ข้อมูลบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าผู้ที่อายุต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์จากการใช้ข้อมูลบัญชีแตกต่างกัน

9.2.3 ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร โดยรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้ประกอบการได้ศึกษามากขึ้นทำให้มีความรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือบัญชีบริหารมาใช้ในการบริหารงานมากขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับกฤติกา อาละพล (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรู้จักและการใช้ข้อมูลบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าผู้ที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์จากการใช้ข้อมูลบัญชีแตกต่างกัน

9.2.4 ประสบการณ์ทำงาน พบว่าผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารโดยรวมและด้านการสั่งการแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการมีประสบการณ์ทำงานมากขึ้นทำให้มีความเชี่ยวชาญและเห็นถึงประโยชน์ต่อการนำเครื่องมือบัญชีบริหารเข้ามาใช้ในการประกอบธุรกิจได้ ดังผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป เห็นความสำคัญมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 5 ปี ซึ่งสอดคล้องกับกฤติกา อาละพล (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการรู้จักและการใช้ข้อมูลบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์จากการใช้ข้อมูลบัญชีแตกต่างกัน

9.2.5 รูปแบบธุรกิจ พบว่า กิจกรรมที่รูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารโดยรวมและด้านการวางแผนแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการประกอบธุรกิจแต่ละกิจกรรมมีการนำเครื่องมือบัญชีบริหารมาใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรของตน ดังผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าบริษัทจำกัดเห็นความสำคัญมากกว่ากิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับเคลือวัลย์ ช้างเผือก (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตและภาคบริการในกรุงเทพมหานครพบว่าลักษณะกิจการในรูปแบบธุรกิจแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารแตกต่างกัน และสอดคล้องกับมณูญชัย ธีระออกนิษฐ์ (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับสารทูล บัวขาว (2549, บทคัดย่อ)

ได้ศึกษาการประยุกต์ ใช้การบัญชีบริหารของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักบัญชีธุรกิจ SME ในประเภทภาคการผลิตในรูปแบบกิจการที่เป็นบริษัท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ ใช้การบัญชีบริหารในด้านการวางแผนและด้านการควบคุมมากกว่ารูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด

9.2.6 ทุนจดทะเบียน พบว่า กิจการที่ทุนจดทะเบียนต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารโดยรวมและรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทุนที่จดทะเบียน ไม่มีผลต่อการนำเครื่องมือทางบัญชีบริหารมาประยุกต์ใช้กับองค์กรต่าง ๆ

9.2.7 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ พบว่า กิจการที่ระยะเวลาดำเนินธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในด้านการตัดสินใจแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการดำเนินงานของธุรกิจ การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องใช้เครื่องมือบัญชีบริหารเข้ามาช่วยประกอบกับอาศัยประสบการณ์ดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาด้วย ดังผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า กิจการที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 11 – 15 ปีขึ้นไปเห็นความสำคัญมากกว่ากิจการที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี ซึ่งสอดคล้องกับเคลือวัลย์ ช้างเผือก (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตและภาคบริการในกรุงเทพมหานครพบว่าระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นต่อประโยชน์การใช้เครื่องมือบัญชีบริหารแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับสารทูล บัวขาว (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า นักบัญชีธุรกิจ SME ในประเภทภาคการผลิตที่มีระยะเวลาในการประกอบกิจการมากกว่า 15 ปี มีความ

คิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การบริหารต่างจากผู้ที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 15 ปี

9.2.8 จำนวนพนักงาน พบว่า กิจกรรมที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารโดยรวมและด้านการสั่งการและด้านการควบคุมแตกต่างกันทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการดำเนินธุรกิจในการมอบหมายงานและควบคุมติดตามจำเป็นต้องนำเครื่องมือบัญชีบริหารมาประกอบการดำเนินงาน ดังผลการวิจัยจะเห็นได้ว่ากิจกรรมที่มีจำนวนพนักงาน 51 – 100 คน เห็นความสำคัญมากกว่ากิจกรรมที่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 10 – 50 คน ซึ่งสอดคล้องกับมณูชัย ชีระอนิษฐ์ (2552, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับสารทูล บัวขาว (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้การบริหารของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า นักบัญชีธุรกิจ SME ในประเภทภาคการผลิตที่มีจำนวนพนักงาน 51-100 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การบริหารในด้านการตัดสินใจมากกว่านักบัญชีธุรกิจ SMEs ที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน

9.3 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการกับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร

ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการกับปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร ได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน

รูปแบบธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานให้ความสำคัญกับการนำเครื่องมือบัญชีบริหารมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจและระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับกฤติกา อาละพล (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะผู้ประกอบการกับการใช้ข้อมูลบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ประสบการณ์ทำงานและระดับการศึกษาที่สามารถนำมาช่วยให้ผู้บริหารสามารถใช้เครื่องมือบัญชีบริหารในการบริหารกิจการให้เกิดประโยชน์สอดคล้องกับปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ข้อมูลบัญชีตามลักษณะกิจการคือประเภทอุตสาหกรรม ขนาดของกิจการ และประเภทของตลาด มีความคิดเห็นต่อประโยชน์และอุปสรรคจากการใช้ข้อมูลบัญชีแตกต่างกันไม่มากนัก

## 10. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยทราบถึงความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือบัญชีบริหาร ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญและนำผลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในด้านวางแผนงาน การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจทั้งในระดับผู้ประกอบการ ผู้บริหารและพนักงาน เพื่อพัฒนาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ รวมทั้งสามารถนำไปปรับปรุงวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ขององค์กรให้มีความชัดเจน นำไปสู่แนวทางการดำเนินงาน รวมทั้งองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการให้ความรู้และอบรมกับผู้ประกอบการ รวมทั้งเป็นจัดหาวิธีการแก้ไขปัญหาจากการขาดการเก็บข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว

เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายในการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการอยู่รอดอย่างมั่นคงถาวรให้กับธุรกิจต่อไป

### 11. กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่ส่งเสริมให้คณาจารย์สร้างผลงานวิจัย ทำให้รายงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณท่านคณบดีคณะบริหารธุรกิจที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้บริหารสถานประกอบการทุกที่ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจนทำให้ได้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวของผู้วิจัย ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งจนทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจทำงานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบแก่มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ หากผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขอน้อมรับเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนางานวิจัยให้ดียิ่งขึ้นไป

### เอกสารอ้างอิง

[1] กฤติกา อาละพล. (2548). การรู้จักและการใช้ข้อมูลบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[2] เคลือวัลย์ ช่างเผือก. (2552). ได้ศึกษาการใช้เครื่องมือบัญชีบริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตและภาคบริการในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[3] ปิยะรัตน์ วันทอง. (2546). แนวปฏิบัติทาบัญชีบริหารของธุรกิจโรงแรมระดับมาตรฐานในภาคใต้. การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

[4] มนูญชัย ธีระอภิรักษ์. (2552). ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

[5] สารทูล บัวขาว. (2549). การประยุกต์ใช้การบัญชีบริหารของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ประเภทผลิตสินค้าในเขตภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

[6] [www.dbd.go.th](http://www.dbd.go.th) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

[7] [www.fap.or.th](http://www.fap.or.th) สภาวิชาชีพบัญชี

## พฤติกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

### สาขาจตุจักร กรุงเทพมหานคร

#### Deposit Behavior of Customers of Bank For Agriculture and Agricultural

#### Co-Operatives Chatuchak Branch, Bangkok

#### จรัมจิต เกิดบ้านชั้น

สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, charimchit@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงปัจจัยในการเลือกประเภทเงินฝากตลอดจนทัศนคติที่มีต่อธนาคารในการให้บริการด้านเงินฝาก เพื่อเป็นแนวทางให้กับทางธนาคาร นำมาวางแผนและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจตุจักร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามจำนวน 100 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Pearson Chi-square Test ผลการวิจัยพบว่า (1) ลูกค้าของธนาคารร้อยละ 82 ใช้บริการเงินฝากของธนาคารอื่นๆด้วย เนื่องจาก อัตราดอกเบี้ยสูงและได้รับการบริการที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว (2) อาชีพและรายได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เงินฝาก (3) ปัจจัยที่ลูกค้าของธนาคารเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารคือ อัตราดอกเบี้ยสูง ความมั่นคงของธนาคาร (4) ลูกค้าต้องการให้ธนาคารปรับปรุงการให้บริการ ได้แก่การเพิ่มสาขา โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้า ขยายเวลาการให้บริการ การบริการที่รวดเร็วขึ้น เพิ่มเครื่องฝาก ถอน ปรับสมุด อัตโนมัติ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือ ธนาคารควรใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกในการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร ที่มุ่งตอบสนองความต้องการแท้จริงของแต่ละกลุ่มลูกค้า มีการนำเทคโนโลยีมาให้บริการ ขยายเวลาและสถานที่ในการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

**คำสำคัญ:** ผลิตภัณฑ์เงินฝาก พฤติกรรมผู้บริโภค ธนาคารพาณิชย์

**ABSTRACT**

The purposes of the study of Deposit Behavior of Customers of Bank For Agriculture and Agricultural Co-Operatives Chatuchak Branch, Bangkok were to study on influencing factors to the decision making of the bank deposit of customers of Bank For Agriculture and Agricultural Co-Operatives Chatuchak Branch, Bangkok and to investigate customers' attitude towards the bank deposit service. Survey research methods were used in this study by collecting data from questionnaires completed by 100 walk-in customers in the branch. The data were analyzed by means of frequency, mean value, percentage, standard deviation and Pearson Chi-square Test . The results of this study are as follows: (1) 82 percent of customers have deposit accounts of other banks, return rate and good service were reasons for choosing other bank deposit accounts (2) Occupation and income level affecting deposit product selection. (3) Return rate and bank security were related to selective behavior for deposit products. and (4) Customers suggested the bank to increase branches in shopping malls, extend service times, fast service, increase automotive machines.

This research suggested that Bank For Agriculture and Agricultural Co-Operatives is supposed to use aggressive marketing strategy for products and services development in order to meet target market segmentation. Technology and places and times service extension should be used to increase customers' convenience.

**KEYWORDS:** Bank Deposit, Customer Behavior, Commercial Banks

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่สามารถระดมเงินฝากและนำไปใช้ประโยชน์จากเงินนั้น โดยการให้กู้ยืมในประเทศไทยมีธนาคารพาณิชย์และสาขาที่เปิดดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้บริการทางการเงินที่มากขึ้น ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ จึงต้อง

ปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยการหาวิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมายของการประกอบธุรกิจคือการมีกำไรนั่นเอง

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเปิดดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2509 ถึงแม้ว่าจะเป็นธนาคารของรัฐและมีวัตถุประสงค์คือให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร แต่เนื่องจากสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธนาคารจำเป็นต้องปรับบทบาทและกลยุทธ์การดำเนินงานครั้งสำคัญเพื่อให้มีความสามารถแข่งขัน และจำเป็นต้องรณรงค์การออมเงินของประชาชน เพื่อแสวงหาแหล่งเงินฝากเป็นเงินทุนดำเนินงานอย่างเพียงพอและต่อเนื่องภายใต้การบริหารต้นทุนทางการเงินที่เหมาะสมเพิ่มช่องทางและผลิตภัณฑ์ด้านรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมธนาคาร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมฝากเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อทราบถึงปัจจัยในการเลือกประเภทเงินฝากตลอดจนทัศนคติที่มีต่อธนาคารในด้านต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางให้กับทางธนาคาร นำมาวางแผนและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทเงินฝากของลูกค้าธนาคารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจตุจักร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ฝากเงินที่มีต่อการบริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์สาขาจตุจักร
3. เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการระดมทุนและการให้บริการ

## 3. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ประเภทการรับฝากเงินของธนาคารพาณิชย์

1. การฝากเงินแบบออมทรัพย์ (Saving Deposit) เป็นการฝากเงินประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ธนาคารจะออกสมุดคู่ฝาก (Saving Deposit Pass Book) ให้แก่ผู้ฝากหรือลูกค้าเพื่อใช้บันทึกรายการฝาก ถอนหรือโอนตามสภาพการหมุนเวียนของลูกค้าในการใช้จ่ายประจำวันได้ ลูกค้าสามารถเปิดบัญชีด้วยเงินสดจำนวนขั้นต่ำ 100 บาทหรือใช้เช็คและตัวเงินประเภทต่าง ๆ ได้ และถอนเป็นเงินสดตามจำนวนที่ต้องการด้วยตนเองในเวลาทำการของธนาคาร ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ได้นำเอาระบบ



คอมพิวเตอร์มาพัฒนางาน และประยุกต์ใช้กับการให้บริการต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง เช่น การฝากและการถอนจากเครื่องบริการเงินด่วนหรือ A.T.M. ในเครือข่ายของธนาคารทุกแห่งได้ด้วยความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังทำให้ธนาคารลดจำนวนพนักงานและค่าจ้างลงได้เป็นอย่างดี การฝากเงินแบบออมทรัพย์ ผู้ฝากจะได้ดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคารซึ่งจะคำนวณดอกเบี้ยให้ทุกวันจากยอดคงเหลือประจำวันและนำฝากเข้าบัญชีให้ปีละ 2 ครั้ง เมื่อสิ้นงวดบัญชีคือสิ้นเดือนมิถุนายนและสิ้นเดือนธันวาคม สำหรับดอกเบี้ยที่ได้รับไม่ถึง 10,000 บาท ไม่ต้องเสียภาษี หากเกิน 10,000 บาท จะต้องเสียภาษีดอกเบี้ยเงินฝากหัก ณ ที่จ่าย 15% ของดอกเบี้ยที่ได้รับจึงเหมาะสมสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่มีเงินเหลือเก็บ และต้องการออมทรัพย์ในที่ปลอดภัยและได้รับประโยชน์ตามสมควร

2. การฝากแบบประจำ (Time Deposit) คือ การนำเงินจำนวนหนึ่งไปฝากไว้กับธนาคาร โดยกำหนดระยะเวลาครบกำหนดไว้แน่นอน เช่น ฝาก 3 เดือน ฝาก 6 เดือน หรือฝาก 12 เดือน เป็นต้น ซึ่งจะได้รับอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกันไปตามระยะเวลาการฝาก สำหรับอัตราดอกเบี้ยเป็นเงินฝากประเภทนี้จะสูงกว่าเงินฝากประเภทอื่น ธนาคารจะออกสมุดคู่ฝากหรือใบรับฝากเงินประจำให้กับลูกค้าเพื่อบันทึกรายการฝากถอนและโอน การนำเงินมาเปิดบัญชีครั้งแรกของธนาคารจะกำหนดขั้นต่ำไว้จำนวน 10,000 บาท จึงเหมาะสำหรับผู้ที่มีเงินเหลือจ่ายในชีวิตประจำวันและต้องการออมเป็นเงินก้อน ส่วนดอกเบี้ยที่ได้รับจะถูกหักภาษีเงินฝาก ณ ที่จ่ายตามอัตราที่กฎหมายกำหนด

3. การฝากแบบกระแสรายวัน (Demand Deposit) หรือการฝากแบบเดินสะพัด เป็นการฝากเงินประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม โดยธนาคารจะ

จ่ายเงินที่ลูกค้าฝากไว้กับธนาคารเมื่อลูกค้าทวงถามเป็นการให้บริการที่สะดวกสบายทั้งการฝากและการถอน ในหนึ่งวันจะถอนกี่ครั้งก็ได้ไม่จำกัดจำนวน หากเงินในบัญชีมีเพียงพอต่อการถอน ดังนั้นยอดในบัญชีเงินฝากจึงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และใช้ใบนำฝาก (Pay-in Slip) เป็นเอกสารสำหรับการฝากเงินและใช้เช็ค สำหรับการถอนเงินเมื่อผู้ฝากมาขอเปิดบัญชี ธนาคารจะมอบใบนำฝากและสมุดเช็คให้แก่ผู้ฝากทุกราย โดยธนาคารจะคิดค่าธรรมเนียมและอากรแสตมป์ สำหรับการนำเช็ค ปัจจุบันลูกค้าสามารถทำรายการนำฝากได้ทุกสาขาในระบบ On-Line หรือทำรายการผ่านบัตร A.T.M. ในเครือข่ายได้ การนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้จึงเป็นเรื่องของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ มารวมไว้ในจุดเดียวกันเป็นระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มุ่งให้ลูกค้าบริการตนเอง (Self-Service Banking) ไม่จำเป็นต้องใช้พนักงาน

### ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อหรือใช้บริการในตัวผลิตภัณฑ์นั้น (Kotler, 2549) ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอนั้นจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ รวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ
- 2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เป็นต้น
- 3) สถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและ

กิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือบริการจากองค์การไปยังตลาด เช่น ทำเลที่ตั้งของธนาคาร ความสวยงาม และความสะอาดของสถานที่ สถานที่จอดรถ เป็นต้น

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อสินค้า เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี และพฤติกรรมการซื้อเครื่องมือที่สำคัญ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การให้พนักงานออกไปแนะนำด้านการบริการ เป็นต้น

ส่วนประสมทางการตลาด (Market Mix) สำหรับธุรกิจให้บริการนอกจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรี-รัตน์ และคณะ, 2541)

1) บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือจากคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา เป็นต้น

2) มีการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เช่น รูปแบบการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

3) กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ ความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของข้อมูล ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดจัดเป็นสิ่งกระตุ้นทาง

การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภคอีกด้วย (Kotler, 2549)

#### 4. ระเบียบวิธีการวิจัย

##### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา จตุจักรจำนวน 3,000 คน ตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขา จตุจักร กรุงเทพมหานคร ในระหว่างวันที่ 1 ถึง 20 เมษายน 2555 โดยใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 100 คน กำนวณจากสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{3,000}{1 + 3,000(.10)^2} \\ n &= 96.97 \end{aligned}$$

##### 4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการเงินฝากของธนาคาร

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ประเภทผลิตภัณฑ์เงินฝาก

#### 4.3 การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจตุจักร กรุงเทพมหานคร ในระหว่างวันที่ 1 ถึง 20 เมษายน 2555 ได้แบบสอบถามคืนมาจำนวน 100 ชุด จากแบบสอบถามที่ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติต่อไปนี้

4.3.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ด้วยค่าความถี่ ร้อยละของข้อมูลเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และค่าเฉลี่ย ทศนคติต่อธนาคารที่มีผลต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝาก

4.3.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝากที่แตกต่างกัน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ Pearson Chi-square Test

### 5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิจัยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า ลูกค้าตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 52.0 มีอายุระหว่าง 25-75 ปี ร้อยละ 32.0 เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 28.0 เป็นลูกจ้าง และร้อยละ 24.0 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 34.0 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000– 30,000 บาท ร้อยละ 65.0 ผลปรากฏตามตารางที่ 1 ผู้ใช้บริการเป็นลูกค้าเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากทวีโชค และเงินฝากเกษียณ ร้อยละ 45.0 17.0 และ 15.0 ตามลำดับ ผลปรากฏตามตารางที่ 4

5.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติต่อธนาคาร และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทเงินฝากของลูกค้าธนาคารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจตุจักร มีดังนี้

5.2.1 ลูกค้าตัวอย่างร้อยละ 40.5 เลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคารเพราะ ดอกเบี้ยสูง ร้อยละ 22.4 เลือกเพราะธนาคารมีความมั่นคง และร้อยละ 16.4 เลือกเพราะดอกเบี้ยไม่สูง แต่มีสวัสดิการแถมให้ เช่นประกันอุบัติเหตุ ผลปรากฏตามตารางที่ 2

5.2.2 ลูกค้าตัวอย่างร้อยละ 65.0 เลือกใช้บริการของธนาคารเพราะมีรูปแบบตรงตามต้องการ และร้อยละ 34.0 ต้องการเสี่ยงโชค ผลปรากฏตามตารางที่ 6

5.2.3 สำหรับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคาร ลูกค้าร้อยละ 50.0 มีความต้องการเงินฝากที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง และร้อยละ 50.0 ต้องการเงินฝากที่มีการลุ้นรางวัล ผลปรากฏตามตารางที่ 7

5.2.4 ลูกค้าร้อยละ 82 มีการใช้บริการเงินฝากของธนาคารอื่นด้วย ผลปรากฏตามตารางที่ 8 โดยเหตุผลร้อยละ 32.0% เห็นว่าดอกเบี้ยสูง รองลงมา ร้อยละ 25.0% เห็นว่า มีความทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ผลปรากฏตามตารางที่ 3

5.2.5 สิ่งที่ถูกค้าเสนอแนะให้ธนาคารปรับปรุงการให้บริการจากคำถามปลายเปิด คือ ต้องการให้เพิ่มสาขา โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้า ปรับปรุงความรวดเร็วในการบริการ ขยายเวลาการให้บริการ เพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอ เพิ่มเครื่องฝาก ถอน ปรับสมุด อัตโนมติ และอบรมทักษะ/ความรู้ในการให้บริการ ผลปรากฏตามตารางที่ 8

5.3 สมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากที่แตกต่างกัน ดังผลการทดสอบสมมติฐานต่อไปนี้

5.3.1 Ho : อายุและการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความสัมพันธ์กัน

H1 : อายุและการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) เมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบปรากฏในตารางที่ 5 พบว่า มีค่า sig.=.006 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับ (H1) ว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝาก

5.3.2 Ho : อาชีพและการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความสัมพันธ์กัน

H1 : อาชีพและการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) เมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบปรากฏในตารางที่ 5 พบว่า มีค่า sig.=.065 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (Ho) ว่าอาชีพและการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความสัมพันธ์กัน

5.3.3 Ho : รายได้และการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความสัมพันธ์กัน

H1 : รายได้และการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่มีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) เมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบปรากฏในตารางที่ 5 พบว่า มีค่า sig.=.084 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐาน

หลัก (Ho) ว่ารายได้และการตัดสินใจเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความสัมพันธ์กัน

## 6. อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาจตุจักรส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจ มีช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-50 ปี ปัจจัยที่ลูกค้าของธนาคารเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารคือ อัตราดอกเบี้ยสูง และความมั่นคงของธนาคาร ทั้งนี้ลูกค้าของธนาคาร 82% ใช้บริการเงินฝากของธนาคารอื่นๆด้วย โดยเหตุผลคืออัตราดอกเบี้ยสูงและได้รับการบริการที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ในขณะที่เหตุผลด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน จากคำถามปลายเปิดพบว่าลูกค้าต้องการให้ธนาคารปรับปรุงการให้บริการ ได้แก่การเพิ่มสาขา โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้า ขยายเวลาการให้บริการนอกเวลาทำการปกติ การบริการที่รวดเร็วขึ้น โดยเพิ่มจำนวนพนักงานและปรับปรุงการให้บริการของพนักงาน และควรเพิ่มเครื่องฝาก ถอน ปรับสมุด อัด โนมัต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของคอตเลอร์ (Kotler, 2549) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงจันทร์ งามมีลาภ (2551) ที่พบว่า ลูกค้าเข้าใช้บริการเนื่องจากสะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานมากที่สุดและจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Chi-square test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝาก ในขณะที่ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝาก

## 7. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้สำหรับธนาคารหรือ

สถาบันการเงินสามารถนำไปใช้ซึ่งจะช่วยให้องค์กรปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ประกอบด้วย วิธีการและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งตลาดให้ได้มากที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมายของการประกอบธุรกิจคือการมีกำไร และการเติบโตอย่างยั่งยืน ที่ครอบคลุมแนวคิดด้านการตลาด การปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและการบริการทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างเครือข่าย ดังนี้

### 1. กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก

1.1. การพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร ด้วยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงินที่มุ่งตอบสนองความต้องการแท้จริงของกลุ่มลูกค้าหลักหรือลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคาร เช่น การนำเทคโนโลยีมาให้บริการ โดยลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากที่สุดและมีความยุ่งยากเกี่ยวกับเทคโนโลยีน้อยที่สุด เช่น บริการอิเล็กทรอนิกส์ บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตร Cash Card หรืออิเล็กทรอนิกส์เพิร์ส (E-Purse)

1.2. การจัดโครงการส่งเสริมการขายเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งอาจจัดเป็นครั้งคราวในแต่ละบริการ

- การให้คุณค่าเพิ่ม (Value Added) เช่น บริการที่มีประกันชีวิตและสุขภาพ พุนการศึกษา เป็นต้น

- การให้สิ่งจูงใจสิทธิประโยชน์และเงื่อนไขการบริการที่ดีกับลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยๆ เช่น คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล บัตรเอทีเอ็ม บัตรเครดิต

- การให้บริการที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและสร้างฐานะในระยะยาว เช่น สินเชื่อที่อยู่อาศัย บริการเงินฝากระยะยาว ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่จูงใจเป็นพิเศษ

1.3 การขยายเวลาและบริการ เป็นการเพิ่มความสะดวกของผู้ใช้บริการ เช่นขยายเวลาการให้บริการในวันหยุดหรือนอกเวลาทำการ โดยเฉพาะในจุดสำคัญที่ผู้บริโภคต้องจับจ่ายใช้สอยหลังเลิกงานและวันหยุดได้แก่ ห้างสรรพสินค้า

### 2. การปรับองค์กรให้สอดคล้องกับการตลาด

2.1 การปรับองค์กรเพื่อการให้บริการตรงต่อกลุ่มลูกค้า เช่นลูกค้าเกษตรกร ลูกค้าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้าทั่วไปรายย่อย ในยุคปี ค.ศ.2000 เป็นต้นไป ลูกค้ารายกลางและรายย่อยถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ องค์กรจึงต้องมีการปรับเพื่อให้สามารถรองรับการให้บริการอย่างสะดวกและชัดเจนเพื่อให้สามารถเจาะเข้าถึงแต่ละตลาดได้

2.2 ปรับปรุงองค์กรด้านส่งเสริมธุรกิจทั้งด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า

### 3. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์

3.1 การปรับเปลี่ยนกรอบความคิดและวัฒนธรรมการทำงานของพนักงาน โดยการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับพนักงานเพื่อให้มีการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง ได้แก่

- การให้บริการเชิงรุก ให้พนักงานเป็นผู้ที่ต้องไปหาลูกค้าแทนการรอให้ลูกค้าเข้ามาพบในธนาคาร

- การดูแลลูกค้าและให้ความเอาใจใส่ตามมาตรฐานสากล

3.2 การส่งเสริมให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่คนในองค์กรได้พัฒนาความสามารถของตนอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่มและระดับองค์กร

3.3 การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน โดยให้ความสำคัญต่อการฝึกอบรมและเสริมทักษะการทำงานโดยเน้นที่พนักงานต้องมีคุณภาพ มีความรอบ

รู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคาร เพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้ใช้บริการ และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับธนาคาร โดยอาจมีการอบรมให้กับพนักงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

#### 4. การพัฒนาเครือข่ายและสร้างพันธมิตรธุรกิจ

4.1 การสร้างเครือข่ายต่างประเทศทำให้สามารถให้บริการทางการเงินในระดับสากล การสร้างเครือข่ายในประเทศทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าในประเทศ

4.2 การสร้างพันธมิตรธุรกิจ เช่น การร่วมมือกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ การร่วมมือกับบริษัทประกัน กับร้านสะดวกซื้อเพื่อตั้งเครื่องเอทีเอ็ม กับห้างสรรพสินค้าในการให้บริการทางการเงิน เป็นต้น

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าอาจทำการศึกษากับผู้ใช้บริการกลุ่มอื่นๆ หรือศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นของธนาคาร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อธนาคาร ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมทางเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินของกลุ่มอื่นๆ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคารอีกด้วย

#### เอกสารอ้างอิง

- [1] กนกวรรณ ชันติภพ. (2546). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต*. สารนิพนธ์. บริหารธุรกิจ มหบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [2] ภัทรพร เฉลิมบงกช และ มารยาท โยทองยศ. (2553) *ทัศนคติต่อธนาคาร ส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมทางเลือกใช้ผลิตภัณฑ์การเงิน: กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานใหญ่ BU Academic Review ปีที่ : 9 ฉบับที่ : 2 เลขหน้า : 66-78 ปีพ.ศ. : 2553*
- [3] ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

(ออนไลน์). สืบค้นจาก <http://www.www.baac.or.th/>

- [4] ดวงจันทร์ งามมีลาภ. (2551). *ทัศนคติของลูกค้าต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารสะดวก(The ConvenienceBank) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดกรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรี- นครินทรวิโรฒ.
- [5] ดร.พรนพ พุกกะพันธุ์ และ ประเสริฐชัย ไตรเสถียร พงศ์. (2544) *การบริหารธนาคารพาณิชย์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักส์, 2544.
- [6] ณ ภัทร กันทะวงศ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [7] เสรี วงษ์มณฑา.(2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัท วิถีชีวิตพัฒนา จำกัด, 2540. หน้า 3.
- 8) ศูนย์วิจัยกสิกร. (2542). *วิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อนแบงก์ไทย-เทศ*. กระแสทรรศน์. ปีที่ 5 ฉบับที่ 705, 15 กรกฎาคม 2542. หน้า 10.

## ภาคผนวก

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการ  
เงินฝากจำแนกตามประชากรศาสตร์

n = 100		
ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	48	48
หญิง	52	52
2. อายุ		
<= 30	11	11
31-40	28	28
41-50	31	31
51-60	15	15
>=60	15	15
3. อาชีพ		
ข้าราชการ	24	24
ลูกจ้าง	28	28
เจ้าของกิจการ	32	32
เกษตรกร	14	14
อื่น ๆ	2	2
4. รายได้		
0-10,000	20	20
10,001-20,000	34	34
20,001-30,000	31	31
30,001-40,000	14	14
>40,000	1	1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยในการ  
ตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคาร

ลำดับ	ปัจจัยตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1	อัตราดอกเบี้ยสูง	47	40.5
2	ความมั่นคงของธนาคารที่ฝากเงิน	26	22.4
3	ดอกเบี้ยไม่สูง แต่มีสวัสดิการ แถมให้ เช่น ประกันอุบัติเหตุ	19	16.4
4	มีผลิตภัณฑ์หลากหลายให้เลือก	16	13.8
5	ทันสมัย บริการดี สะดวก รวดเร็ว	8	6.9
6	อื่น ๆ	-	0.0
	รวม	116	100%

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละที่ลูกค้าของธนาคาร  
ใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากของธนาคาร  
อื่น

ลำดับ	ปัจจัยตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1	อัตราดอกเบี้ยสูง	32	39.0
2	ทันสมัย บริการดี สะดวก รวดเร็ว	25	25.0
3	ดอกเบี้ยไม่สูง แต่มีสวัสดิการ แถมให้ เช่น ประกันอุบัติเหตุ	14	14.0
4	ความมั่นคงของธนาคารที่ฝากเงิน	7	7.0
5	มีผลิตภัณฑ์หลากหลายให้เลือก	4	4.0
6	อื่น ๆ	-	0.0
	รวม	100	100.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการเงินฝากจำแนกตามผลิตภัณฑ์เงินฝาก

n = 100

ผลิตภัณฑ์เงินฝาก	จำนวน	ร้อยละ
ออมทรัพย์	45	45
ออมทรัพย์ทวีโชค	17	17
เงินฝากเกษียณ	15	15
ออมทรัพย์พิเศษ	9	9
สลากทวีดิน / บัตรเพิ่มทรัพย์	6	6
เงินฝากประจำ	5	5
กระแสรายวัน	3	3
รวม	100	100

ตารางที่ 5 แสดงการทดสอบสมมติฐาน Chi-square Test ของความสัมพันธ์ของตัวแปร อายุ อาชีพ รายได้ กับ การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์เงินฝาก

ตัวแปร	Chi-square	Sig.	ทดสอบสมมติฐาน $\alpha = .05$
อายุ	44.960	.006	ไม่มีความสัมพันธ์
อาชีพ	35.200	.065	มีความสัมพันธ์
รายได้	34.019	.084	มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ถูกคัดเลือกใช้บริการเงินฝากกับ ธ.ก.ส

n = 100

เหตุผลที่เลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบเงินฝากตรงตามต้องการ	65	65
ชอบเสียงไซด	34	34
อื่น ๆ	1	1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของเงินฝากที่ถูกคัดค้าน

n = 100

เหตุผลที่เลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
ดอกเบี้ย/ผลตอบแทนสูง	50	50
ฝากเงินมีสิทธิลุ้นรางวัล	50	50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปรับปรุงบริการของธนาคาร

n = 100

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านการให้บริการ</b>		
-การเพิ่มสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า	15	15
-เพิ่มเครื่องฝาก ถอน ปรับสมุดอัตโนมัติ	7	7
-มีจำนวนพนักงานให้เพียงพอ	11	11
-ขยายเวลาการให้บริการ	14	14
<b>ด้านพนักงาน</b>		
-ปรับปรุงความรวดเร็วในการบริการ	15	15
-อบรมทักษะ/ความรู้ในการให้บริการ	10	10
<b>ไม่แสดงความคิดเห็น</b>	28	28



การวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจ  
บริการอาหารและเครื่องดื่มภายหลังวิกฤติอุทกภัย ปี พ.ศ. 2554  
กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่

The Operational Analysis of Small and Medium Enterprises in Food and Beverage

Sector After Flood crisis in 2011 : Case Study of Chiang Mai Province

อภิชญา นิเวศน์ (Miss Apichaya Niwes)<sup>1</sup>

อาจารย์สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ nart-ap@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มภายหลังวิกฤติอุทกภัย ปี 2554 ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิจัยการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ 4 ด้าน คือ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน ตลอดจนสิ่งแวดล้อมในการดำเนินการ และปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเชิงลึก และเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ไม่มีสาขา และไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง มีระยะเวลาเปิดดำเนินการมา 3 ปี - 6ปี มีจำนวนพนักงาน 1-20 คน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ และไม่ได้รับรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ

ด้านความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน มีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ซึ่งความสำเร็จในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตลาด (เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89) ด้านการผลิต (เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) และความสำเร็จในระดับปานกลาง ด้านการเงิน(เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38) และด้านการจัดการ (เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.29)

ด้านการดำเนินงานธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการโดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.92) สำหรับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการในระดับมาก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น เศรษฐกิจระดับประเทศ สถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ และเศรษฐกิจระดับโลก

**คำสำคัญ:** การดำเนินงาน , ปัจจัยความสำเร็จ , ผลกระทบจากสภาพแวดล้อม

**ABSTRACT**

This study was on the operational analysis of small and medium enterprises (SMEs) in food and beverage sector After Flood crisis in 2011 of Chiang Mai Province. The objective of this study is to study the operation of those SMEs in 4 business functions; management, marketing, operation and finance as well as business environment and key success factors. The population in the study is SMEs in food and beverage sector that registered to the Department of Business Development, Chiang Mai Province. The data were analyzed by Descriptive Statistics , Frequency , Percentage , Mean and Inferential Statistics , Chi-Square.

The result showed that most of the entrepreneurs were running their enterprises as sole proprietorship without branches. They did not have their own website. On average, they had been operating for 3 - 6 years. The number of the staff ranged from 11 to 20 persons. Most of the entrepreneurs did not obtain neither supporting nor assistance from any organization and they did not have any award or standard certificate.

External business environment affected food and beverage enterprises at moderate level with mean of 2.92. Sub-factors that strongly affected the enterprises were local economic crisis, the overall national economic situation, political situation and the world economic situation.

The overall picture of food and beverage business was at high level of success in marketing (with mean of 3.89) operation (with mean of 3.78) Finance was ranked at moderate level of success (with mean of 3.38). and management (with equal means of 3.29)

**KEYWORDS:** Operational, Success Factors, External environment affected

## 1. บทนำ

ในปี พ.ศ. 2553 จำนวนวิสาหกิจในประเทศมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,924,912 ราย โดยจัดเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) จำนวน 2,913,167 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดนี้แบ่ง SMEs ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้ ภาคการค้าและซ่อมบำรุง จำนวน 1,383,391 ราย หรือร้อยละ 47.5 จำนวนรองลงมาได้แก่ ภาคการบริการ 983,610 ราย หรือร้อยละ 33.8 ภาคการผลิตรวม จำนวน 545,098 ราย หรือร้อยละ 18.7 ของจำนวน SMEs ทั้งหมด สำหรับในส่วนของการทำงานนั้น ในปี พ.ศ.2553 มีการจ้างงานในกิจการทุกขนาดรวมทั้งสิ้น 13,496,173 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ (Large Enterprises : LE) 2,988,581 คน และเป็นการจ้างงานใน SMEs จำนวน 10,507,507 คน ของการทำงานรวมทั้งหมด โดยภาคการผลิตเป็นประเภทธุรกิจที่มีการจ้างงานที่สูงที่สุด รองลงมาคือภาคการบริการ ภาคการค้า และซ่อมบำรุงตามลำดับ ทั้งนี้ หากพิจารณาสัดส่วนการจ้างงานของ SMEs ในปี พ.ศ. 2553 จะเห็นว่าในภาคการค้าและซ่อมบำรุงที่มีจำนวน SMEs สูงที่สุดนั้น มีการจ้างงานเพียง 3,250,119 คน ของการทำงานใน SMEs ทั้งหมด ในขณะที่ภาคการผลิต มีการจ้างงานในสัดส่วนสูงที่สุดคือ 3,404,585 คน ของการทำงานใน SMEs ทั้งหมด

วิกฤติอุทกภัยในประเทศไทย พ.ศ. 2554 เป็นอุทกภัยรุนแรงที่เกิดขึ้นระหว่างฤดูมรสุมในประเทศไทย พ.ศ. 2554 เกิดผลกระทบต่อบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและลุ่มน้ำโขง เริ่มตั้งแต่ปลายเดือนกรกฎาคมและยังคงดำเนินมาจนถึงปัจจุบัน มีราษฎรได้รับผลกระทบแล้วมากกว่า 12.8 ล้านคน

ธนาคารโลกประเมินมูลค่าความเสียหายสูงถึง 1.44 ล้านล้านบาท เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 และจัดให้เป็นภัยพิบัติครั้งสร้างความเสียหายมากที่สุดเป็นอันดับสี่ของโลก อุทกภัยดังกล่าวทำให้พื้นดินกว่า 150 ล้านไร่ (6 ล้านเฮกตาร์) ซึ่งในจำนวนนี้เป็นทั้งพื้นที่เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมใน 63 จังหวัด 684 อำเภอ ตั้งแต่จังหวัดเชียงใหม่ สุโขทัย ตาก พิษณุโลก กำแพงเพชร ทางภาคเหนือ ไปจนถึง พิจิตร นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี ปทุมธานี นครนายก นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา นครปฐม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ ปราจีนบุรี กรุงเทพมหานคร ในที่ราบลุ่มภาคกลาง ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี กาฬสินธุ์ นครราชสีมา ในบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำโขง ราษฎรได้รับความเดือดร้อน 4,086,138 ครัวเรือน 13,595,192 คน บ้านเรือนเสียหายทั้งสิ้น 2,329 หลัง บ้านเรือนเสียหายบางส่วน 96,833 หลัง พื้นที่การเกษตรคาดว่าจะได้รับความเสียหาย 11.20 ล้านไร่ ถนน 13,961 สาย ท่อระบายน้ำ 777 แห่ง ฝาย 982 แห่ง ทำนบ 142 แห่ง สะพาน/คอสะพาน 724 แห่ง บ่อปลา/บ่อเลี้ยง/หอย 231,919 ไร่ ปศุสัตว์ 13.41 ล้านตัว มีผู้เสียชีวิต 813 ราย (44 จังหวัด) สูญหาย 3 คน (จ.แม่ฮ่องสอน 2 ราย จ.อุดรดิตถ์ 1 รายจังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบทั้งสิ้น 16 อำเภอ รวมทั้งเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พื้นที่เกษตรได้รับความเสียหาย 22,237 ไร่ ปศุสัตว์ 1,286 ตัว ประมงเสียหาย 95 บ่อ บ้านเรือนเสียหาย 1,557 หลัง ถนนเสียหาย 59 สาย สะพาน 21 แห่ง เหมืองฝาย 103 แห่ง มูลค่าความเสียหายประมาณ 11,357,333 บาท(อุทกภัยในประเทศไทย พ.ศ. 2554 วิถีพิเศษ สารานุกรมเสรี:ออนไลน์)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินเศรษฐกิจไทย ยังคงตัวเลขประมาณการเศรษฐกิจไทยทั้งปี 2555 ที่กรอบร้อยละ 4.5-6.0 โดยมีคาดการณ์กรณีพื้นฐานที่ร้อยละ 5.0 ด้วยภาพในเชิงบวกของเครื่องชี้เศรษฐกิจในทุกภาคส่วน ภาพการขยายตัวของค่าใช้จ่ายและการลงทุนภาคเอกชนเป็นทิศทางเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของภาคเอกชนในมิติต่างๆ ทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภค ความเชื่อมั่นทางธุรกิจ และความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม ปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 75.5 ระดับ 100.9 และระดับ 52.7 จากเดิมระดับ 74.2 ระดับ 99.6 และระดับ 50.8 ตามลำดับ

โดยสรุป การฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของไทยภายหลังจากวิกฤตน้ำท่วมที่สะท้อนผ่านเครื่องชี้เศรษฐกิจไทยในเดือนกุมภาพันธ์ในหลายมิติมากขึ้นกว่าในเดือนมกราคมทำให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าเศรษฐกิจไทยน่าจะสามารถพลิกกลับมาขยายตัวได้ในช่วงไตรมาสที่ 1/2555 ประมาณร้อยละ 1.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน

## 2. จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อวิจัยการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อวิจัยถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง  
ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ กิจการที่ประกอบธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่ได้ขึ้นทะเบียน

กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงใหม่และยังเปิดดำเนินการอยู่ในพ.ศ. 2555 จำนวนทั้งสิ้น 245 ราย การกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ใช้สูตรของ Taro Yamane

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

โดยแทนค่า n = ขนาดของตัวอย่าง  
N = ขนาดของประชากร  
e = ความคลาดเคลื่อน

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้ =  $\frac{245}{1 + 245 (0.1)^2}$   
= 71.01

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 10 ราย และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 75 ราย โดยเลือกจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่สมัครใจให้ข้อมูลและใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 10 ราย และ แจกแบบสอบถาม จำนวน 75 ราย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์

เอกสาร งานวิจัย และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 10 ราย

2. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 75 ราย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจระยะเวลาเปิดดำเนินการมีสาขา จำนวนพนักงาน การมีตราสัญลักษณ์ของกิจการ การมีเว็บไซต์ของกิจการ การมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือและการได้รับรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน

ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมในการดำเนินงานของธุรกิจในปัจจุบัน ได้แก่ ด้านการเมืองและกฎหมาย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการดำเนินงานในแต่ละด้าน

ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และการดำเนินงาน และด้านการเงิน รวมถึงสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานของธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ แล้วนำเสนอด้วยการบรรยาย ตามแนวคิด และทฤษฎีที่ได้วางไว้และข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square) โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) (อ้างใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) สำหรับใช้ในแบบสอบถาม

### ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมในการ

ดำเนินงานของธุรกิจในปัจจุบันแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

#### ระดับความรุนแรงของผลกระทบ

#### คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

คะแนนค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายเกณฑ์ที่แบ่งเป็นช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความรุนแรงของผลกระทบอยู่ในระดับมากที่สุด  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความรุนแรงของผลกระทบอยู่ในระดับมาก  
 ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความรุนแรงของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความรุนแรงของผลกระทบอยู่ในระดับน้อย  
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ไม่มีปัญหาหรือ มีปัญหาแต่ไม่รุนแรง

มาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) สำหรับใช้ในแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 5 ระดับดังนี้

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

คะแนนค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายเกณฑ์ที่แบ่งเป็นช่วง ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำเร็จในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความสำเร็จในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความสำเร็จในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความสำเร็จในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง ไม่มีหรือมีผลต่อความสำเร็จในระดับน้อยที่สุด

## 5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกิจการ ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินงานของกิจการ ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลสำเร็จในการดำเนินงาน 1 ดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกิจการ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ไม่มีสาขา และไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง มีระยะเวลาเปิดดำเนินการมา 3 ปี – 6 ปี มีจำนวนพนักงาน 1-20 คน และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ และไม่ได้รับรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ

### ส่วนที่ 2 ข้อมูลการดำเนินงานของกิจการ

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้า และส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการวางแผนด้านการจัดการมากที่สุด รองลงมาคือด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงิน/บัญชี น้อยที่สุด มีการดำเนินการตามแผนที่วางไว้เกือบทั้งหมด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีผังโครงสร้างองค์กรแบบง่ายไม่เป็นทางการ มีการจัดแบ่งแผนกงานต่างๆ ที่ชัดเจนได้แก่แผนกให้บริการ และการผลิต/ครัว ไม่มีการจัดทำคำบรรยายลักษณะงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรวมอำนาจไว้ที่ผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของ มีวิธีการประกาศรับสมัครพนักงานด้วยวิธีการติดป้ายประกาศรับสมัครงานหน้าร้าน และติดต่อพนักงานภายในร้านให้ช่วยแนะนำคนรู้จักมาสมัครงาน มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานคือพิจารณาจากบุคลิกภาพและประสบการณ์ ปัจจัยที่ใช้กำหนดค่าตอบแทนในการทำงาน คือ กฎหมายแรงงาน และตามประสบการณ์ของพนักงาน ส่วนใหญ่จ่ายค่าตอบแทนเป็นรายเดือน สวัสดิการที่เด่นชัดได้แก่ ประกันสังคม และ อาหารระหว่างปฏิบัติงาน มีวิธีการจูงใจในการทำงานคือดูแลเอาใจใส่พนักงานอย่างใกล้ชิด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิธีการสื่อสารกับพนักงานในแผนกต่างๆคือ

สั่งงานโดยตรงก่อนเริ่มงาน มีการรายงานผลการปฏิบัติงานด้วยวาจา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการควบคุมด้านการเงิน/บัญชี และการปฏิบัติงานหรือการผลิต หลักเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานคือความขยัน และลักษณะผู้นำองค์กรส่วนใหญ่เป็นแบบประชาธิปไตย

ด้านการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านอาหารไทย กลุ่มลูกค้าหลักคือลูกค้าที่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมส่วนใหญ่มีการสำรวจความต้องการหรือความนิยมของลูกค้าในรายการอาหารและเครื่องดื่มของกิจการ และมีการวางแผนเพิ่มหรือพัฒนารายการอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิธีการตั้งราคาอาหารโดยคำนวณจากต้นทุน และทั้งหมดให้บริการอาหารและเครื่องดื่มภายในร้าน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการนิยมใช้ส่วนใหญ่คือ การส่งเสริมการขาย (เช่น ลด แลก แจก แถม สะสมคะแนน)

ด้านการผลิต ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนใหญ่มีจำนวนที่นั่ง 50-100 ที่นั่ง มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ยต่อวัน 51-100 คน ผู้จำหน่ายวัตถุดิบหลักมี 4-6 ราย มีการกำหนดคุณลักษณะของสินค้าหรือวัตถุดิบที่ซื้อ โดยพิจารณาจากคุณภาพวัตถุดิบ และราคาของวัตถุดิบประกอบการตัดสินใจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะทำการขนส่งวัตถุดิบเอง และมีวิธีการจัดการวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพคือส่งคืนให้ผู้ขายและให้ผู้ขายส่งวัตถุดิบมาให้ใหม่ มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบก่อนนำไปประกอบอาหารทุกครั้ง และพบว่าทุกกิจการมีอุปกรณ์เครื่องครัว และสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกเพียงพอ โดยส่วนใหญ่มีการตรวจสอบบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องครัววันละครั้ง หรือสัปดาห์ละครั้ง

ด้านการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีมูลค่าทรัพย์สินทั้งหมดของกิจการ (รวมที่ดิน) น้อยกว่า 500,000 บาท และส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนด้านการเงิน เงินทุนส่วนใหญ่มาจากเจ้าของกิจการเอง มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงินมาลงทุนเพียงไม่กี่ราย โดยการกู้จะให้มีความสำคัญและค้ำประกันถึง วงเงินที่กู้ได้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และระยะเวลาในการชำระหนี้ การจัดทำงบการเงิน พบว่าผู้ประกอบการทั้งหมดมีการจัดทำงบกระแสเงินสดอย่างง่าย (หรือการจดบันทึกรายรับรายจ่าย) โดยผู้บันทึกบัญชีรายการทางการเงินและบัญชีส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ มีการตรวจสอบความถูกต้องของหลักฐานทางบัญชีก่อนชำระภาษี ด้านของสภาพคล่อง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการสำรองเงินสดเพียงพอ และมีการสำรองเงินสด 5,000-10,000 บาทต่อวัน มากที่สุด และส่วนใหญ่จ่ายเงินสดทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อวัตถุดิบในการผลิต มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบ และส่วนประกอบต่างๆ ของอาหารและเครื่องดื่มแต่ละครั้ง มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 3 สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

การดำเนินงานธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการโดยภาพรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.92) สำหรับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการในระดับมาก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น เศรษฐกิจระดับประเทศ สถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศ และเศรษฐกิจระดับโลก

**ส่วนที่ 4** ปัจจัยที่มีผลสำเร็จในการดำเนินงาน

ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน มีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ซึ่งความสำเร็จในระดับมาก ได้แก่ ด้านการตลาด (เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89) ด้านการผลิต (เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) และความสำเร็จในระดับปานกลาง ด้านการเงิน(เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.38) และด้านการจัดการ (เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.29)

**6. การอภิปรายผล**

**ส่วนที่ 1** อภิปรายผลการวิจัยข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ประกอบการที่ได้รับสนับสนุนหรือความช่วยเหลือ ทั้งหมดจะได้รับการสนับสนุนหรือความช่วยเหลือจากสมาคมผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานอื่นๆ คือ กรมส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดเชียงใหม่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเทศบาลนครเชียงใหม่ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ ร้อยละ 68.00 ส่วนผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลหรือรับรองมาตรฐานส่วนใหญ่ได้จากกระทรวงสาธารณสุขมากที่สุด ร้อยละ 65.33 การรับรองมาตรฐานที่ได้รับคือ การรับรองอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food & Good Taste)

**ส่วนที่ 2** อภิปรายผลการวิจัยด้านการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจ

บริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสำเร็จโดยภาพรวมด้านการผลิต และด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และ 3.78 ตามลำดับ ส่วนด้านการเงินและด้านการจัดการ มีความสำเร็จโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และ 3.29 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 3** อภิปรายผลการวิจัยสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ความผันผวนของสถานะเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อรายได้ของประชาชนทำให้กำลังซื้อเปลี่ยนแปลงง่าย และต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อผลผลิตทางการเกษตร อันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ จากอุทกภัยน้ำท่วมทำให้ต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น รวมไปถึงต้นทุนด้านพลังงานและราคาน้ำมันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้กิจการมีค่าใช้จ่ายในเรื่องต้นทุนการผลิตมากขึ้น

**7. ข้อเสนอแนะ**

จากการวิจัยการวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งตามแนวคิดด้านบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการเงิน ดังนี้

**ด้านการจัดการ**

1.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการบริหาร



จัดการในธุรกิจให้บริการตามรูปแบบของธุรกิจ  
ของตนเอง

2. ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการสรรหา การคัดเลือก และการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร การคัดเลือกบุคลากรควรเลือกผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อ งานบริการและมีใจรักในการให้บริการ บุคลิกภาพ และความสะอาดถือเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับงาน บริการ และควรมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ และให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผู้ประกอบการควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยอาจจะใช้วิธีการสังเกต หรือกำหนดรายการประเมินผลการปฏิบัติงานของ พนักงานเป็นข้อๆเพื่อที่จะได้นำผลการประเมินการ ปฏิบัติงานนำมาใช้พัฒนาพนักงาน และปรับปรุง การให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. ควรให้ผลตอบแทนและสิ่งจูงใจที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานของ พนักงานให้ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่และมีความสุข ในการทำงาน

5. จัดทำแผนธุรกิจที่เหมาะสม ควรมีการ ประเมินผลการดำเนินงานเปรียบเทียบกับแผน ธุรกิจที่วางไว้เพื่อที่จะได้ทราบว่าผลการดำเนินงาน ของกิจการเป็นไปตามแผนงานและวัตถุประสงค์ หรือ ไม่ และมี ส่วน ไหน ที่ จะ ต้อง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนา

6. ควรดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายและ ระเบียบข้อบังคับต่างๆในการประกอบธุรกิจบริการ อาหารและเครื่องดื่ม

7. ผู้ประกอบการจะต้องติดตามการเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมทางด้าน การเมือง กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ตลอดเวลาเพื่อที่จะได้ทราบว่าสภาพแวดล้อม

ทางด้านต่างๆในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่าง รวดเร็วจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ หรือไมอย่างไบบ้าง

### ด้านการตลาด

#### ผลิตภัณฑ์และบริการ

1. อาหารควรมีคุณภาพและถูกสุขลักษณะ ควร ขอกการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานต่างๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข ที่มีการรับรองอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food & Good Taste) เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในคุณภาพอาหารของ กิจการ

2. สร้างแบรนด์ให้กับตัวสินค้าหรือตรา สัญลักษณ์ของร้านค้าเพื่อให้ลูกค้าระลึกถึงและ จดจำได้ง่าย

3. เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการเพื่อเพิ่ม ความโดดเด่น และคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับสินค้าและบริการที่คุ้มค่ากับ เงินที่เสียไป

4. สร้างมาตรฐานด้านอัตราค่าบริการและการ ให้บริการ โดยไม่เลือกปฏิบัติหรือให้บริการที่ ดี เฉพาะบางกลุ่มลูกค้าเท่านั้น

5. สำรวจความต้องการหรือความนิยมของลูกค้า ในรายการอาหารและเครื่องดื่มของกิจการ เพื่อที่ ผู้ประกอบการจะได้นำมาพัฒนารายการอาหาร ใหม่ๆที่สามารถตอบสนองความต้องการและความ นิยมของผู้บริโภคได้หลากหลายมากขึ้น และเพื่อ เพิ่มยอดขายให้กับกิจการ

6. เสนอรูปแบบบริการใหม่ๆ เช่น การส่งอาหาร ถึงบ้านและสำนักงาน รับจัดเลี้ยงนอกสถานที่ เป็น ต้น เพื่อเพิ่มรายได้และยอดขายให้กับกิจการ

#### ราคาสินค้าและบริการ

1. ราคาที่นำเสนอต่อลูกค้า ควรสมเหตุสมผล และไม่แพงจนเกินไปในความรู้สึกของลูกค้าโดย

ควรเป็นราคาที่ลูกค้าสามารถรับได้ อาจจะใช้วิธีตั้งราคาจากต้นทุน และพิจารณาราคาของกลุ่มแข่งขัน ประกอบการตั้งราคาสินค้าและบริการของกิจการ

2. ถ้าผู้ประกอบการต้องการเพิ่มราคาสินค้าให้สูงขึ้น เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น ควรหาวิธีการเพิ่มมูลค่าสินค้าหรือบริการนั้นก่อน เช่นอาหารที่นำมาเสิร์ฟจัดวางในภาชนะที่ดูมีราคาสูง หรือมีการตกแต่งด้วยการแกะสลักผักหรือผลไม้ไว้ข้างๆจานอาหาร เป็นต้น หรือมีบริการผ้าคลุมกันแดด และความอบอุ่นให้รถของลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าร่าเริงกว่าราคาสินค้าและบริการของกิจการเหมาะสมกับคุณภาพและมาตรฐานที่ได้รับ

#### สถานที่ให้บริการ

1. เลือกทำเลที่ตั้งกิจการให้เหมาะสม สะดวกต่อการติดต่อ การคมนาคมง่าย

2. ควรเลือกที่ตั้งกิจการในแหล่งที่ประชากรมีรายได้สูง และกำลังซื้อสูง และใกล้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของกิจการ

3. ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย สะอาด และอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ควรมีการตรวจสอบเครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ต่างๆอย่างสม่ำเสมอ

#### การสื่อสารการตลาด

1. ทำป้ายโฆษณาหน้าร้านให้สะดุดตาและน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้ที่พบเห็นและเป็นการกระตุ้นให้ผู้พบเห็นอยากเข้ามาใช้บริการ

2. ลงโฆษณาในสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วยต้นทุนที่ต่ำ เช่น กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ อาจจะลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีต่างๆของท้องถิ่นและกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อาจจะลงโฆษณาในนิตยสาร Compass หรือนิตยสารสุวรรณภูมิ (แจกที่สนามบินสุวรรณภูมิ)

3. ทำโบชัวร์ แผ่นพับ แนะนำบริการ แจกแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ามาใช้บริการ

4. สื่อสารการตลาดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารรับผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์ที่รวดเร็ว เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมหาข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

5. ควรหาลูกค้ารายใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มหรือรักษายอดขายของกิจการ เพราะลูกค้าประจำอย่างเดียวไม่สามารถเพิ่มหรือรักษายอดขายให้กิจการได้ เพราะปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็ว ถ้าหากผู้บริโภคเปลี่ยนความนิยม และความพึงพอใจที่จะเปลี่ยนความนิยม และความพึงพอใจที่จะไปใช้บริการร้านอื่นมากกว่า ก็อาจทำให้ยอดขายของกิจการลดลงได้ อาจจะใช้เครื่องมือทางการตลาดที่มีค่าใช้จ่ายไม่สูงเกินไปในการหาลูกค้ารายใหม่ เช่น การส่งเสริมการขาย (เช่น ลด แลก แจก แถม สะสมคะแนน)

#### บุคลากรบริการ

บุคลากรที่ให้บริการในร้านเป็นปัจจัยหนึ่งต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถบริการลูกค้าได้ดีจึงมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้ อาจจะต้องฝึกฝนทักษะด้านต่างๆ ที่จำเป็นในการให้บริการเช่นเรื่องของภาษาที่จะใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า

#### กระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ ตั้งแต่การต้อนรับลูกค้า การรับคำสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม การประกอบอาหารและเครื่องดื่ม การเสิร์ฟ และการเก็บเงิน

ควรมีความถูกต้อง และรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

### สภาพแวดล้อมการให้บริการ

บรรยากาศของร้านเป็นสิ่งสำคัญ เป็นตัวแปรหนึ่งที่ลูกค้าตัดสินใจเลือกมาใช้บริการ เพราะฉะนั้น บรรยากาศภายในร้านต้องตกแต่งให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลักและภายในร้านต้องมีความสะอาด ได้มาตรฐาน ไม่เป็นแหล่งเพาะเชื้อโรคต่างๆ ต้องมีการควบคุมการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคอย่างเพียงพอ รวมไปถึงการบำบัดของเสียจากการผลิตจะต้องได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด

### ด้านการเงิน

1. บริหารการเงินอย่างเหมาะสมให้ธุรกิจมีสภาพคล่องทางการเงินสูง ควบคุมค่าใช้จ่ายประจำให้ไม่มากเกินไป

2. ควรจัดงบประมาณให้ถูกต้อง เพื่อที่จะสามารถตรวจสอบรายรับ รายจ่ายได้อย่างถูกต้อง

3. ควรตรวจสอบความถูกต้องของหลักฐานทางบัญชีก่อนชำระภาษี และขอคืนภาษีที่ชำระเงินไว้เกิน

4. ควรนำระบบคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชีมาช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน

5. ผู้ประกอบการควรควบคุมค่าใช้จ่ายในภาวะที่ต้นทุนวัตถุดิบด้านอาหาร โคนตรงสูงขึ้น ประกอบกับค่าใช้จ่ายด้านพลังงานเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการประกอบการ สูงขึ้นควรมีการจดบันทึกต้นทุนค่าใช้จ่ายทุกรายการอย่างถูกต้องเพื่อที่จะได้ทราบจำนวนต้นทุนทั้งหมดอย่างแท้จริง

6. ควรจัดเตรียมแหล่งเงินทุนสำรอง ที่นอกเหนือจากการเงินทุนของผู้ประกอบการเองใน

กรณีที่ผู้ประกอบการขาดสภาพคล่องทางการเงิน จะต้องมีแหล่งเงินทุนสำรองมาช่วยในการบริหารจัดการให้ธุรกิจการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง แหล่งเงินทุนสำรองที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ เช่น แหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ที่ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ได้ยื่นข้อเสนอให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

### ด้านการผลิต

1. อาหารต้องสดใหม่ และสะอาดทุกวัน เพราะอาหารจะอร่อยได้ นอกจากการปรุงอาหารที่ได้รสชาติแล้ว วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารต้องมีคุณภาพ วัตถุดิบที่เป็นของสดควรมีการจัดซื้อทุกวันเพื่อที่จะได้ของใหม่และสดเสมอ หรือมีวิธีการเก็บรักษาวัตถุดิบอย่างถูกต้องและเหมาะสม เช่น ของสดควรเก็บไว้ในตู้แช่เย็น เป็นต้น

2. มีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบทุกครั้ง ก่อนนำไปประกอบอาหารเพื่อให้อาหารมีคุณภาพ และได้มาตรฐาน

3. ต้องมีการควบคุมคุณภาพในการประกอบอาหารจะได้มาตรฐานและมีรสชาติไม่แตกต่างกันมากนักในการประกอบอาหารแต่ละครั้ง โดยผู้ประกอบการควรบันทึกสูตรในการประกอบอาหารแต่ละรายการ

4. ผู้ประกอบการควรมหาผู้จำหน่ายวัตถุดิบรายหลัก หลายๆ รายเพื่อกระจายความเสี่ยงจากการขาดวัตถุดิบในการประกอบอาหาร และเพิ่มอำนาจการต่อรองราคา

5. ผู้ประกอบการควรรักษาพนักงานที่มีฝีมือในการประกอบอาหารให้อยู่กับกิจการนานที่สุด พนักงานที่มีฝีมือในการประกอบอาหารมักจะหางานใหม่ที่จ่ายค่าตอบแทนสูงกว่า หรือทำงานกับบริษัท หรือ โรงแรมที่มีชื่อเสียง ผู้ประกอบการอาจจะใช้วิธีการพัฒนาพนักงานที่ประกอบอาหาร

ขึ้นมาเอง โดยส่งให้ไปเรียนกับผู้เชี่ยวชาญ และปลูกฝัง สร้างค่านิยมให้รักองค์กรและอยู่คู่กับองค์กรนานที่สุด เพื่อป้องกันการขาดแคลนพนักงานที่มีฝีมือในการประกอบอาหาร

#### เอกสารอ้างอิง:

- [1] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติสำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.2555.ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารและเครื่องดื่ม (เฉพาะนิติบุคคล). แหล่งที่มา [Error! Hyperlink reference not valid.](#)12 เมษายน 2555 )
- [2] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.รายชื่อนิติบุคคลคงอยู่ตั้งแต่จดทะเบียน-31 มีนาคม 2555.แหล่งที่มา กลุ่มวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำนักบริการข้อมูลธุรกิจ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.2555.(12 เมษายน 2555 )
- [3] ก่อเกียรติ พานิชกุล และคณะ. 2532. ธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- [4] ชนินทร์ ชุณหพันธรัภย์. 2549. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพมหานคร : หจก.น้ำ กังการพิมพ์
- [5] ัญฐพันธ์ เขจรนนันท์. 2545. การจัดการการผลิต และการดำเนินงาน. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- [6] จิตติมา ไชยะกุล. 2548. หลักการจัดการการผลิตเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดยูเคชั่นอินโดไชน่า.
- [7] ชีรพันธ์ จิตกาวิณ. 2553. การวิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหมวดธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในจังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- [8] นภาพร ณ เชียงใหม่. 2548. การบัญชีเพื่อการบริหาร. กรุงเทพฯ : บริษัทพัฒนาวิชาการ.
- [9] เนตร์พัฒนา ยาวีราช. 2546. การจัดการสมัยใหม่.กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ บริษัทเซ็นทรัลเอ็กเพรสจำกัด.
- [10] บุญมี พันธุ์ไทย. 2441. ระเบียบวิธีวิจัยการศึกษาเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [11] พักตร์ผอง วัฒนสินธุ์และพสุ เดชะรินทร์. 2542. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายเชิงธุรกิจ.พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [12] พัฒนา ศิริโชคบัณฑิต. 2548. การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : บริษัท แซทโพรพรินติ้ง จำกัด.
- [13] พิบูล ทิปะपाल. 2546. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์
- [14] พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพฯ:
- [15] ระวีง เนตรโพธิ์แก้ว. 2542. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ การประกอบธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิทักษ์อักษร.
- [16] รามาริน บุญสม. 2550. การดำเนินงานของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [17] ภาณุ เชาว์ปรีชา. 2552. การจัดการสภาพคล่อง. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.businessacumen.co.th/2009/05/> (8 กรกฎาคม 2552)
- [18] วิชา บันลือ. 2551. ปัจจัยส่วนสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้

- บริการร้านอาหารอิตาเลียน ในอำเภอเมือง  
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [19] สาคร สุขศรีวงศ์. 2550. การจัดการ: จาก  
มุมมองนักบริหาร. กรุงเทพฯ : บริษัท จี.  
พี.ไซเบอร์พริ้นท์จำกัด.
- [20] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม. 2552. โครงการบริหารการ  
จัดทำแผนปฏิบัติ การส่งเสริม SMEs ระดับ  
จังหวัด ปี 2550-2554. [ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา  
<http://.sme.go.th/cms/c/portal/layo22.359>  
(24 มิถุนายน 2552).
- [21] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม. 2552ข. รายงานภาวะเศรษฐกิจ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขา  
ร้านอาหาร. [ระบบ ออนไลน์]. แหล่งที่มา  
[http://.sme.go.th/files/2552/rs/economic-  
sme branch/020\\_restaurant.pdf](http://.sme.go.th/files/2552/rs/economic-sme branch/020_restaurant.pdf).(24  
มิถุนายน 2552).
- [22] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อม. 2555ค. รายงานสถานการณ์  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2553  
และแนวโน้มปี 2554.[ระบบออนไลน์].  
แหล่งที่มา  
[http://www.sme.go.th/Pages/  
whitePaper/art\\_17.aspx](http://www.sme.go.th/Pages/whitePaper/art_17.aspx)(10 มีนาคม2555).
- [23] สุธีรา ไชยเทพ. 2549. การดำเนินงานของ  
วิสาหกิจ ชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารใน  
จังหวัดเชียงใหม่.การค้นคว้าแบบอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [24] ศูนย์วิจัยกสิกร ไทย. 2555. เศรษฐกิจไทย.  
[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา  
[http://www.kasikornresearch.com/  
TH/KE- conAnalysis/Pages/  
ViewSummary.aspx?docid=28568](http://www.kasikornresearch.com/TH/KE-conAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=28568)  
(30 มีนาคม 2555).
- [25] หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์. 2552.  
[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา  
[http://www.thannews.th.com/detialnews.php?  
id=R4323701&issue=2370](http://www.thannews.th.com/detialnews.php?id=R4323701&issue=2370)(11 กรกฎาคม  
2552)
- [26] อุดลย์ จาตุรงค์กุล. 2549. การบริหาร  
การตลาด. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง  
กรณีศึกษา สถานบันเทิงบริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร

Urban Teenager's Moonlighting Behavior

A Case Study of Khao San Road Entertainment Centre, Bangkok Metropolis

โสธรา พาหุวัฒนกร

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, p\_soradaka@hotmail.com

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะด้านครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืน และพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนทั้งก่อนเที่ยวสถานบันเทิง ขณะเที่ยวสถานบันเทิง และหลังเที่ยวสถานบันเทิงของกลุ่มวัยรุ่นศึกษาจากสถานบันเทิงย่านถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 30 คน โดยใช้รูปแบบวิจัยเชิงคุณภาพและใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ควบคู่ไปกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ร่วมกับแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนาผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนมากที่สุด รองลงมา คือ ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม และลักษณะด้านครอบครัว พฤติกรรมที่นิยมทำก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิงมากที่สุด คือ การโทรศัพท์ชวนเพื่อน ไปเที่ยวด้วยกัน ส่วนพฤติกรรมที่นิยมขณะเที่ยวสถานบันเทิง คือ การร้องเพลงและเต้นรำ และพฤติกรรมที่นิยมทำหลังจากสถานบันเทิงปิดบริการ คือ การรับประทานอาหาร ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ผู้ประกอบการสถานบันเทิง ควรมีจริยธรรมในการประกอบกิจการ และนักเรียน นักศึกษาควรหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดอันตรายจากการไปเที่ยวสถานบันเทิงด้วย

คำสำคัญ: พฤติกรรม, การเที่ยวกลางคืน

## ABSTRACT

The research aimed to study about the Personal, Environment and Family factors which related to urban teenager's Moonlighting behavior. The Teenager's Moonlighting behavior at the beginning, middle and after. The study was conducted by qualitative research with the cross section of 30 persons on Khao San Road, Bangkok Metropolis. The information was gathered by In – depth Interview concurrently with the observation. After that brought the information to analyses concurrently with the ideas, theory, and explain by description statistic .The result of the thesis found that personal traits is the main reason of Moonlighting behavior, following by environment and family aspect. The behavior teenagers do before going out for entertainment is making appointment with friend to get together. Concerning the behavior during entertainment is sing a song and dancing. After that, they usually eating out. The thesis suggestions were as follow: For the entertainment entrepreneur, they should have ethics in doing business. Moreover, students should be aware from the unpleasant behavior caused from spending time in entertainment centre.

**KEYWORDS:**Behavior,Moonlighting

## บทนำ

ปัจจุบันนี้ปัญหาในสภาพของสังคมไทยมีความซับซ้อนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง การปกครอง การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม อันเป็นผลมาจากการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจในการพัฒนาประเทศตามแนวคิดจากประเทศตะวันตกที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลัก ทำให้ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา รวมถึงปัญหาสังคม เด็กและเยาวชน

ปัญหาวัยรุ่นนิยมเที่ยวสถานบันเทิงในตอนกลางคืน เป็นปัญหาเริ่มต้นที่จะก่อให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาซึ่งสังคมในปัจจุบันมักจะมองว่าเป็นปัญหาที่เล็กไม่ต้องรีบเร่งแก้ไข ดังนั้นปัญหาของวัยรุ่นที่เที่ยวสถานบันเทิงนี้จึงเป็นปัญหามาเนิ่นนานและยังไม่ได้รับการควบคุม หรือแก้ปัญหา

อย่างจริงจัง ถึงแม้ที่ผ่านมาจะมีกฎหมายหรือมาตรการต่าง ๆ เข้าควบคุม หรือแก้ไข แต่ไม่ได้ช่วยแก้ไขปัญหานี้ได้ดีเท่าที่ควร ซึ่งเห็นได้จากปริมาณของกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเที่ยวสถานบันเทิงยังมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มมากขึ้นทุกปี โกศล วงศ์สวรรค์ และคณะ (2537: 230) กล่าวว่า ในกรุงเทพมหานคร แต่ละคืนมีเด็กและเยาวชนประมาณ 7,500 คน ที่ไปใช้บริการและมั่วสุมในสถานดิสโก้เทค และสถานบริการ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น แนวโน้มของเด็กและเยาวชนที่เข้าไปเที่ยวในสถานบริการ และสถานเริงรมย์เหล่านี้เพิ่มมากขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดปัญหาทางสังคมอื่น ๆ ตามมามากมาย และจะรุนแรงยิ่งขึ้น

สถานบันเชิงบริเวณถนนข้าวสาร ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางของกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเที่ยวสถานบันเทิง ในปัจจุบันนี้ เนื่องจากว่า ทำเลที่ตั้งมีการคมนาคมที่สะดวก เอื้ออำนวยต่อการมาถึงได้อย่างง่ายดาย รวมถึงรูปแบบของสถานบันเทิงที่มีให้เลือกหลากหลาย ราคาค่าบริการของแต่ละร้านก็แตกต่างกัน เพื่อให้เอื้อต่อทุนทรัพย์ของผู้มาใช้บริการ นอกจากนี้สถานบันเทิงในย่านนี้ยังเต็มไปด้วยร้านขายสินค้ามากมาย สถานศึกษา ทั้งระดับมัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา สถานที่สำคัญๆของการท่องเที่ยว และทำให้เกิดเป็นศูนย์กลางที่พักอาศัยของชาวต่างชาติ และเนื่องจากมีที่พักอาศัยอยู่ใกล้สถานบันเทิงจึงทำให้ง่ายต่อการเข้าไปใช้บริการ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นด้วยเหตุนี้สถานบันเทิงบริเวณถนนข้าวสารจึงเป็นสถานที่ที่ควรแก่การศึกษาวิจัยในเรื่องพฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมืองได้เป็นอย่างดี

### วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่น รวมถึง เพื่อการศึกษา พฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับกลางคืนในเรื่องของพฤติกรรมการณ์ก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง พฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับสถานบันเทิง พฤติกรรมการณ์หลังการเที่ยวสถานบันเทิงของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง กรณีศึกษาสถานบันเทิงบริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวคิดมุมมองใหม่ ๆ ให้แก่บุคคลในสังคมได้รับรู้ และเข้าใจถึงพฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง ในเรื่องของการนิยมเที่ยวสถานบันเทิงได้มากยิ่งขึ้น

2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของวัยรุ่นในการเข้ามาใช้บริการสถานบันเทิง ทั้งก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง ขณะเที่ยวสถานบันเทิง และหลังจากเที่ยวสถานบันเทิง

3. สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการ อาจารย์ หรือนักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาการเที่ยวสถานบันเทิงของวัยรุ่น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตัววัยรุ่นและสังคมต่อไป

### มโนทัศน์

ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านครอบครัวและลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเหตุสำคัญของการเกิดพฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับสถานบันเทิงของวัยรุ่น ทั้งพฤติกรรมการณ์ก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง พฤติกรรมการณ์เกี่ยวกับสถานบันเทิงและพฤติกรรมการณ์หลังเที่ยวสถานบันเทิง

### 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ และความสนใจของวัยรุ่น

วัยรุ่นที่มีความต้องการในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ ต้องการความรัก ต้องการความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ต้องการความเป็นอิสระ ต้องการรวมกลุ่มเพื่อน ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ต้องการความงดงามทางร่างกาย ฯลฯ

ความสนใจของวัยรุ่น ได้แก่ มีความสนใจในการเข้าสังคมภายนอก เช่น การพบปะสังสรรค์ตามโอกาสต่าง ๆ กับกลุ่มเพื่อน และความสนใจที่มาจากลักษณะส่วนบุคคล เช่น มีความสนใจในเรื่องของเพื่อนต่างเพศ สนใจที่จะแสวงหาความเป็นอิสระให้กับตนเอง ฯลฯ นอกจากนี้วัยรุ่นยังมีความสนใจในเรื่องของกิจกรรมนันทนาการเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการเที่ยวสถานบันเทิง



เพื่อที่จะผ่อนคลายความเครียดจากการศึกษาเล่าเรียน และจากปัญหาในเรื่องอื่น ๆ

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

พฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ พฤติกรรมภายนอก และพฤติกรรมภายใน โดยพฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่บุคคลอื่นสามารถสังเกต และรับรู้ได้ ส่วนพฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้ง่าย เช่น ความคิด ทัศนคติ อารมณ์ เป็นต้น

ณรงค์ เส็งประชา (2541 : 114 – 116) กล่าวถึง ที่มาของพฤติกรรม แบ่งเป็นพฤติกรรมที่เป็นมาแต่กำเนิด และพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้

### แนวคิดการขัดเกลาทางสังคม

การขัดเกลาทางสังคม หมายถึง กระบวนการที่กลุ่มคนในสังคมสั่งสอน หรือปลูกฝังกฎระเบียบของสังคมให้กับสมาชิกของสังคมนั้น เพื่อที่จะนำไปปฏิบัติตนเองให้ถูกต้องตามที่สังคมกำหนด

องค์กรที่ให้การขัดเกลาทางสังคม ปพาณิ จิตวิวัฒนา (2544: 90 – 95) กล่าวถึง องค์กรที่มีบทบาทให้การขัดเกลาทางสังคม

### แนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

ณรงค์ เส็งประชา (2541: 207) กล่าวถึง ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม

### ทฤษฎีพฤติกรรมเบี่ยงเบน

พฤติกรรมเบี่ยงเบน หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลในสังคมเห็นว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่เป็นไปตามที่สังคมคาดหวังเอาไว้ บุคคลมีการแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมออกมา สังคมจึงไม่สมารถยอมรับพฤติกรรมนั้นได้ เพราะถือว่าเป็นสิ่งที่ผิด

สนธยา พลศรี (2545: 243 – 244) กล่าวถึง ลักษณะของพฤติกรรมเบี่ยงเบน

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งแนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ บุคคลที่พักอาศัยอยู่ด้วย ลักษณะที่พักอาศัย รายได้ส่วนตัว ต่อเดือน และแหล่งที่มาของรายได้

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลด้านครอบครัว ประกอบด้วย สถานภาพของบิดามารดา รูปแบบการอบรมเลี้ยงดู และความสัมพันธ์ภายในครอบครัว

**ส่วนที่ 3** ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ประกอบด้วย ลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม และลักษณะด้านครอบครัว

**ส่วนที่ 4** พฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิง ประกอบด้วย พฤติกรรมก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง พฤติกรรมขณะเที่ยวสถานบันเทิง และพฤติกรรมหลังจากการเที่ยวสถานบันเทิง

ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร เช่น เอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Internet) หนังสือ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยอาศัยกรอบคำถามจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และการสังเกต โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ทั้งการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวัยรุ่นทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มาใช้บริการสถานบันเทิงย่านถนนข้าวสาร จำนวน 30

คน ซึ่งผู้วิจัยจะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีความเท่าเทียมกันในการที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่น ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 คน และกลุ่มวัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด แต่ปัจจุบันพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 คน

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างแบบ Snowball Technique คือ การที่ผู้วิจัยได้ขอความช่วยเหลือจากเพื่อน และรุ่นน้องที่สนิท ทั้งผู้ชายและผู้หญิง โดยให้บุคคลเหล่านี้ช่วยแนะนำรุ่นน้อง หรือเพื่อนที่มีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับบันเทิงคนอื่น ๆ ให้รู้จัก ต่อจากนั้นก็ให้กลุ่มตัวอย่างคนต่อไปแนะนำคนอื่น ๆ ให้อีกจนครบตามจำนวนที่ต้องการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้บอกถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยให้แก่กลุ่มตัวอย่างทราบก่อนที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็เข้าใจและมีความเต็มใจที่จะให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย โดยผู้วิจัยได้บอกกับกลุ่มตัวอย่างทุกคนว่าข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะชื่อจริงของกลุ่มตัวอย่าง ทางผู้วิจัยจะไม่เปิดเผยให้บุคคลอื่น ๆ ทราบ รวมถึงขออนุญาตในการเปิดเผยข้อมูลในการสัมภาษณ์ส่วนอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างก็รับทราบ และให้ความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูล

#### การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวัยรุ่นทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มาใช้บริการสถานบันเทิงย่านถนนข้าวสาร จำนวน 30 คน ซึ่งผู้วิจัยจะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างให้มีความเท่าเทียมกันในการที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่น ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 คน และกลุ่มวัยรุ่นที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด แต่ปัจจุบันพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 คน

## 4. ผลการวิจัย

### 1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายจำนวน 17 คน และเพศหญิง 13 คน ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดามารดา เพราะเป็นคนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะที่พักอาศัยเป็นแบบอพาร์ทเมนท์ ในส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานครลักษณะที่พักอาศัยเป็นแบบบ้านเดี่ยว รายได้ส่วนตัวต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 10,000 บาท และรายได้ส่วนใหญ่มาจากบิดามารดาเป็นคนให้

### 2. ข้อมูลด้านครอบครัว

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพของบิดามารดาของกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบบิดามารดาอยู่ร่วมกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากบิดามารดาแบบตามใจ และความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นแบบอบอุ่น

### 3. ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนมากที่สุด กล่าวคือ มาจากกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพบเพื่อนต่างเพศ ต้องการความสนุกสนาน ต้องการผ่อนคลายความเครียด ต้องการ

พบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน ต้องการเรียกร้องความสนใจ ต้องการหาสถานที่ดื่มสุราและสูบบุหรี่ รองลงมา คือ ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไปเที่ยวสถานบันเทิง เพราะได้รับการชักชวนจากกลุ่มเพื่อน และต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และเลียนแบบแฟชั่นการเที่ยวสถานบันเทิงจากกลุ่มวัยรุ่นในสังคม ลักษณะด้านครอบครัวอยู่ในระดับต่ำ เพราะเกิดจากที่ครอบครัวมีการทะเลาะเบาะแว้งของบิดามารดาเป็นประจำ บิดามารดาแสดงออกถึงพฤติกรรมรักลูกไม่เท่ากัน มีความลำเอียง และการที่ครอบครัวประกอบธุรกิจด้านความบันเทิง

#### 4. พฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิง

##### 4.1 พฤติกรรมก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมไปเที่ยวสถานบันเทิงเป็นจำนวน 4 – 6 ครั้งในเดือน และนิยมไปเที่ยวในคืนวันศุกร์และคืนวันเสาร์มากที่สุด รวมถึงนิยมไปเที่ยวกับเพื่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่นิยมใช้บริการของรถแท็กซี่ การแต่งกาย คือ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมแต่งกายแบบเซ็กซี่ กลุ่มตัวอย่างเพศชายนิยมแต่งกายด้วยเสื้อผ้าตามสไตล์ของตนเอง ส่วนพฤติกรรมที่นิยมทำมากที่สุดก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง คือ การโทรศัพท์ชวนเพื่อนไปเที่ยวสถานบันเทิงด้วย

##### 4.2 พฤติกรรมขณะไปเที่ยวสถานบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมนั่งตรงหน้าเวที และกลางของร้าน กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบแนวเพลงร็อก ฮิพฮอปมากที่สุด รวมถึงนิยมดื่มสุราขณะอยู่ในสถานบันเทิง ส่วนพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมทำขณะอยู่ในสถานบันเทิง คือ การร้องเพลงและเต้นรำไปด้วย

4.3 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมไปร้านอาหารเป็นสถานที่แรก และนิยมกลับไปพักอาศัยกับเพื่อนมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวสถานบันเทิงแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาณ 500 บาทขึ้นไป ส่วนพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำมากที่สุดหลังสถานบันเทิงปิดบริการ คือ การไปรับประทานอาหาร

#### 5. อภิปรายผล

ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมกลางคืน

1.1 ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมกลางคืนมาจากลักษณะส่วนบุคคลมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการความสนุกสนาน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการไปเที่ยวสถานบันเทิงได้เดินรำ ได้ร้องเพลง ซึ่งสิ่งเหล่านี้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถทำได้ในสถานที่อื่น กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการผ่อนคลายความเครียด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมองว่าการเที่ยวสถานบันเทิงสามารถช่วยผ่อนคลายความเครียดจากการเรียนได้เป็นอย่างดี เพราะได้เดินรำ ได้ร้องเพลง กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมองว่าสถานบันเทิงเป็นสถานที่สำหรับนัดพบกับกลุ่มเพื่อนในเวลากลางคืนได้เป็นอย่างดี เพราะนอกจากเป็นการนัดพบพูดคุยกันแล้ว ยังสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ เช่น การเดินรำ การร้องเพลง กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเรียกร้องความสนใจ เนื่องจาก เพื่อประชดแฟนที่นิยมเที่ยวสถานบันเทิง และมีผู้หญิงคนอื่นจนเป็นสาเหตุให้กลุ่มวัยรุ่นต้องเลิกกับแฟน และกลุ่มตัวอย่างต้องการหาสถานที่ดื่มสุราและสูบบุหรี่ เพราะ กลุ่มตัวอย่างมองว่าสถานบันเทิงเป็นสถานที่ของความบันเทิงอิสระจะดื่มสุราหรือสูบบุหรี่อย่างไรก็ได้

1.2 ลักษณะที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนจากลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ระดับปานกลาง โดยมีลักษณะดังนี้ กลุ่มตัวอย่างไปเที่ยวสถานบันเทิง เนื่องจาก ได้รับการชักชวนจากการชักชวนจากกลุ่มเพื่อนและต้องการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และต้องการการเป็นแพชั่นการเที่ยวสถานบันเทิงจากกลุ่มวัยรุ่นในสังคม เนื่องจาก การที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าเมื่อเข้ามาอยู่ในสังคมเมืองอย่างกรุงเทพมหานครต้องทำตัวเหมือนวัยรุ่นส่วนใหญ่ไม่เช่นนั้นจะถูกตำหนิว่าไม่ทันสมัยซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีบ้านพักหรือที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงกับสถานบันเทิงจากการพบเห็นสถานบันเทิงอยู่เป็นประจำได้เห็นวัยรุ่นมาเที่ยวสถานบันเทิงเป็นจำนวนมาก ทำให้มีความรู้สึกสนใจที่อยากมาเที่ยวสถานบันเทิงมากขึ้น

จากผลการศึกษาข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดการขัดเกลาทางสังคมที่ ปพาณี จิตวิวัฒนา (2554:94) ได้กล่าวไว้ว่ากลุ่มเพื่อนยังมีสภาพคาบสองคมคือ ในทางตรงข้ามกลุ่มเพื่อนอาจจะเป็นแรงที่ช่วยผลักดันให้บุคคลทดลอง หรือลองดีต่อข้อบังคับระเบียบวินัยที่ใหญ่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมเรื่องของสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมที่ ถวิล ธาราโกชน (2543:10) ได้กล่าวไว้ว่าสิ่งที่มีอิทธิพลหรือส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมขึ้น โดยเฉพาะพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิง มีสาเหตุจากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นกระแสความเจริญของสังคม การรับวัฒนธรรมตะวันตก การอยากลองในความแปลกใหม่ในกระแสวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ผลักดันให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมที่เป็นแพชั่นสมัยนิยม

1.3 ลักษณะที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนจากลักษณะด้านครอบครัวอยู่ในระดับต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสถานบันเทิงเกิดจากการที่ครอบครัวมีการทะเลาะเบาะแว้งกันภายในครอบครัวเป็นประจำทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกเกิดความเบื่อหน่ายจึงออกจากบ้านเพื่อมาเที่ยวนอกบ้านกับเพื่อน หรือกลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดาแสดงออกถึงพฤติกรรมการรักลูกไม่เท่ากัน มีความลำเอียงเนื่องจาก

เมื่อกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าบิดามารดาไม่รักเท่ากัน ค่าและมองว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นคนไม่ดี ซึ่งอาจจะมีพฤติกรรมต่างๆจากพี่น้องคนอื่น ๆ ในครอบครัวที่บิดามารดารักและเอาใจใส่มากกว่า จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึกเสียใจ และหัดมาเที่ยวสถานบันเทิงเพื่อเป็นการประชดประชันบิดามารดา กลุ่มตัวอย่างที่เกิดจากการเลียนแบบสมาชิกในครอบครัวมีพฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเห็นคนในครอบครัวออกไปเที่ยวสถานบันเทิงบ่อยๆ แล้วในถูกคนในบ้านตำหนิ ค่า กลุ่มตัวอย่างจึงมีการลอกเลียนแบบตามคนในครอบครัว และกลุ่มตัวอย่างที่ครอบครัวประกอบธุรกิจด้านความบันเทิงเนื่องจากทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความใกล้ชิดกับสิ่งแวดล้อมแบบนี้มาตั้งแต่เด็ก ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบและเห็นเป็นเรื่องธรรมดา

ผลจากการศึกษาข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมในเรื่องของที่มาของพฤติกรรมที่ ณรงค์ เต็งประชา (2541:116) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้จากการเลียนแบบซึ่งมนุษย์อาจมีการเลียนแบบจากพ่อแม่ หรือคนใกล้ชิดเป็นผลให้เขามีพฤติกรรมตามอย่างบุคคลที่เขาสมาคม ยิ่งเขาพึงพอใจในบุคคลเหล่านั้นมากเขาจะลอกเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ

ซึ่งลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องของลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม และลักษณะด้านครอบครัวของกลุ่มวัยรุ่นในแต่ละสถานที่ที่แตกต่างกันออกไปตามวิถีชีวิตในสังคม และวัฒนธรรมนั้นๆ โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นนั้นใช้ได้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่มีพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ในสถานบันเทิงข้างถนน ข้างวารกรุงเทพมหานคร

## 2. พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน

### 2.1 พฤติกรรมก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสถานบันเทิง 4-6 ครั้งในหนึ่งเดือนเพราะกลุ่มตัวอย่างมักจะใช้บริการสถานบันเทิงทุกสัปดาห์ บางสัปดาห์ก็ใช้บริการสถานบันเทิงถึง 2 ครั้ง และนิยมไปสถานบันเทิงในคืนวันศุกร์ และคืนวันเสาร์ เพราะเป็นวันที่มีผู้คนมาใช้บริการสถานบันเทิงเยอะและในเช้าวันรุ่งขึ้น ไม่ต้องมีภารกิจในการกระทำช่วงเช้า

พฤติกรรมที่นิยมทำก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิงของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย การโทรศัพท์ชวนเพื่อนไปเที่ยวสถานบันเทิง เพราะการออกไปเที่ยวสถานบันเทิงไปหลายคนคนจะทำให้มีความสุขสนุกสนานมากกว่าเป็นจำนวนน้อย การนิยมแต่งหน้าทำผม เพราะกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมองว่าเป็นการดึงดูดความสนใจของเพศตรงข้ามได้ การนิยมนำเสื้อผ้ามาลองสวมใส่ เพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นการสร้าง ความมั่นใจและเป็นที่สนใจของเพื่อนต่างเพศ การนอนหลับพักผ่อนก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิงเพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าทำให้เวลาเที่ยวสถานบันเทิงดีๆ จะทำให้ไม่ง่วงนอนและสามารถเที่ยวได้อย่างสนุกสนานเพิ่มขึ้น การบอกให้ครอบครัวทราบ เพราะกลุ่มตัวอย่างที่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดาการออกจากบ้านตอน กลางคืนต้องขออนุญาตบิดามารดา ก่อน เพื่อไม่ต้องการให้คนในครอบครัวเป็นห่วง และการรับประทานยาในการป้องกันอาการเมาสุราค้าง เพราะกลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการให้อาการเมาสุราค้างมารบกวนกิจวัตรประจำวัน และยังสามารถดื่มสุราในปริมาณที่สูงขึ้น

## 2.2 พฤติกรรมขณะไปเที่ยวสถานบันเทิง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมนั่งตรงหน้าเวทีและตรงกลางร้าน เพราะจำทำให้ได้รับความสนุกสนานรวมถึงความสนใจของผู้ใช้บริการภายในร้าน แนวเพลงที่ชื่นชอบกลุ่มตัวอย่าง ร็อก ฮิพฮ็อพ เพราะมีจังหวะดนตรีที่สนุกสนานเร้าใจ และเป็นที่นิยมในปัจจุบันและส่วนใหญ่นิยมดื่มสุรา เพราะกลุ่มตัวอย่างคิดว่า การดื่มสุราสามารถเพิ่มความบันเทิงสนุกสนานในการเที่ยวครั้งนั้น

ด้านพฤติกรรมที่นิยมทำขณะอยู่ในสถานบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นิยมการเดินร่าเพราะการที่สถานบันเทิงเปิดเพลงที่ตนชื่นชอบหรือเพลงที่นิยมในปัจจุบันทำให้อยากเดินร่าและมีเพื่อนๆ เดินร่าทั้งหมดการนิยมทำความรู้จักกับเพื่อนต่างเพศเพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าการมองหาคนถูกใจในสถานบันเทิงเป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายและไม่ต้องอาศัยใครและต้องการที่จะทำความรู้จักโดยกลุ่มตัวอย่างนิยมการขอเบอร์โทรศัพท์เพื่อเพื่อนต่างเพศ การนิยมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เพราะ กลุ่มตัวอย่าง เชื่อว่าการดื่มแอลกอฮอล์จะสามารถเพิ่มความสนุกสนานในการเที่ยวสถานบันเทิงได้อย่างเต็มที่ที่การนิยมสูบบุหรี่เพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าการสูบบุหรี่ในสถานบันเทิงเป็นสิ่งที่ดี และคนส่วนใหญ่ก็นิยมทำกัน นิยมการฟังเพลงเพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าการเปิดเพลงที่เสียงดังในสถานบันเทิงนั้นเป็นการสร้างอารมณ์ร่วมไปกับเพลงและความสนุกสนานในการเที่ยวจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างอยากร้องเพลงตาม การนิยมฝากสุรากับทางร้าน เพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่า จะเป็นการประหยัดค่าเปิดสุราในการมาเที่ยวครั้งต่อไป

## 2.3 พฤติกรรมหลังจากการเที่ยวสถานบันเทิง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมไปร้านอาหารเป็นสถานที่แรก เพราะอาการหิวและอาการเหนื่อยจากการเดินร่า รวมถึงการไม่รับประทานอาหารเช้าก่อนมาเที่ยวสถานบันเทิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมกลับบ้านกับเพื่อน เพราะเดินทางมาพร้อมกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเสียค่าใช้จ่ายในการเที่ยวสถานบันเทิงในแต่ละครั้งจำนวนมากกว่า 500 บาทเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น

ส่วนพฤติกรรมที่นิยมทำนิยมนำหลังจากสถานบันเทิงปิดบริการ ประกอบด้วย การนิยมไปรับประทานอาหารเช้าเนื่องจากอาการหิวที่เกิดจากร้องเพลงเดินร่าเป็นเวลานาน การนิยมคุยโทรศัพท์กับเพื่อนต่างเพศที่เพิ่งรู้จัก เพราะกลุ่มตัวอย่างมักจะโทรศัพท์คุยกับเพื่อนต่างเพศที่เพิ่งแลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์กันไว้ เพื่อเป็นการทำความรู้จักกันมากขึ้น การนิยมจะขอเบอร์

โทรศัพท์ของเพื่อนต่างเพศ เพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่า จะเป็นการเห็นรูปร่างหน้าตาและอยู่ในอาคารที่มีสติมากกว่าอยู่ในสถานบันเทิงและส่วนใหญ่จะขอเบอร์ บริเวณหน้าร้านแถวทางเดิน การนิยมไปส่งเพื่อนที่บ้านหรือที่พักอาศัย เพราะกลุ่มตัวอย่างมีการนัดพบกันเป็นกลุ่มก่อนเพื่อเดินทางมาเที่ยวสถานบันเทิงพร้อมกันรวมถึงที่พักใกล้แหล่งสถานบันเทิง การนิยมไปหาสถานที่ดื่มต่อ เพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าจะสนุกกับการดื่มสุราไม่เต็มทีจึงต้องหาสถานที่ดื่มต่อเช่นร้านอาหาร ห้องเพื่อน การที่นิยมให้เพื่อนต่างเพศที่พึ่งรู้จักไปส่งที่บ้าน หรือที่พัก เพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นการทำ ความรู้จักให้มากขึ้นรวมทั้งยังประหยัดค่าเดินทางอีกด้วย

ดังนั้น ในเรื่องของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง กลางคืนของวัยรุ่นในสถานบันเทิงกันออกไปตามบริบททางสังคม และวัฒนธรรมของสถานที่ต่าง ๆ นั้น โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทั้งพฤติกรรมก่อนออกเที่ยวสถานบันเทิง พฤติกรรมขณะเที่ยวสถานบันเทิงและพฤติกรรมหลังจากการเที่ยวสถานบันเทิงทั้งหมดเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกลางคืนในสถานบันเทิงย่านถนนข้าวสารซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 30 คน

#### ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาเที่ยวสถานบันเทิงนิยมสูบบุหรี่กันมาซึ่งเป็นอัตราต่อการสูดอากาศภายในร้านเข้าไป ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะเห็นความสำคัญต่ออากาศที่ถ่ายเทภายในร้าน ดูแลเครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ เพื่อที่จะไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้มาใช้บริการ

2. ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมี

พฤติกรรมหลายพฤติกรรมที่เอื้ออำนวยต่อการเกิดอันตรายเช่น การแต่งกาย การไปดื่มสุราต่อ การไปหาสถานที่คุยกันต่อกับเพศตรงข้ามและการพาเพื่อนที่พึ่งรู้จักไปส่งที่พัก ฯลฯ เหล่านี้เป็นพฤติกรรมที่เป็นปัจจัยส่งเสริมต่อการเกิดอันตรายต่อนักเรียน นักศึกษาได้ ทั้งในเรื่องของเพศสัมพันธ์ หรือปัญหาอาชญากรรมต่างๆ

#### 6. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ อาจารย์สานิตศิริวิศิษฐ์กุลและอาจารย์วิยะดา วรรณทวนิช ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาคุณเวทิตา แด่พระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

#### เอกสารอ้างอิง

[1] โกศล วงศ์สวรรค์ และคณะ . 2537.ปัญหาสังคม.

กรุงเทพมหานคร:อมรการพิมพ์

- [2] ณรงค์ เคิ่งประชา.2541 มนุษย์กับสังคม.  
กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- [3] ถวิล ธาราโกชน.2545.จิตวิทยาทั่วไป.  
กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- [4] พรพิมล เข็มนาครินทร์.2539.พัฒนาการวัยรุ่น.  
กรุงเทพมหานคร:บริษัทคอมฟอร์ม จำกัด .
- [5] สนธยา พลศรี .2545 .หลักสังคมวิทยา.  
กรุงเทพมหานคร:โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- [6] สุพิศรา สุภาพ . 2541. สังคมและ  
วัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา  
ประเพณี. กรุงเทพมหานคร:ไทยวัฒนาพานิช.

**การศึกษาการดำเนินการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยปี 2554 ด้วยมาตรการเร่งด่วน****กรณีศึกษา เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร****Study of Measures to assist Flood Victim in 2011 with urgent measures****in Case Saimai Bangkok****ปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ***คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, econ\_nbc@hotmail.com***บทคัดย่อ**

การวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่เขตสายไหมในการดำเนินงานตามมาตรการเร่งด่วนช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตสายไหมต่อการให้บริการตามมาตรการช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เขตสายไหม กลุ่มตัวอย่างเป็นครัวเรือนที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยปี 2554 จำนวน 400 ครัวเรือน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และแบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ และมีนาคม 2555 วิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติการสังคม ในเชิงพรรณนา และสำรวจความพึงพอใจ ในการให้บริการ โดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ One Way ANOVA โดยพิจารณาเป็นรายคู่ด้วย LSD ผลการศึกษาพบว่า มาตรการเร่งด่วนช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย เป็นมาตรการที่เป็นไปตามทฤษฎีสวัสดิการสังคม ทั้งทางด้าน การคำนึงถึงความจำเป็น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ครอบคลุม การให้บริการสังคมในฐานะความเป็นพลเมือง มีระบบการบริการทั้งด้านสังคมสงเคราะห์ ประกันสังคมและบริการสังคม และการคำนึงถึงความรับผิดชอบ สิทธิ ความเสมอภาคและความยุติธรรม สำหรับความพึงพอใจต่อการให้บริการตามมาตรการเร่งด่วนนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง การให้บริการที่ตรงเวลา เป็นประเด็นที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุด ควรพิจารณา กำหนดเวลาในการยื่นเรื่องขอความช่วยเหลือ และการจัดสรรทรัพยากรในการให้บริการอย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยที่ความเห็นของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ และแขวงที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญ .01

**คำสำคัญ:** ผู้ประสบอุทกภัย, น้ำท่วม, เขตสายไหม



**ABSTRACT**

In this survey research. The objective of the study was to investigate the operation of the Saimai authorities in the implementation of urgent measures to assist flood victims. And to the satisfaction of the people in Saimai needed to serve as the official measures of the Saimai. The sample of households affected by flooding in 2554, 400 households, using data collected. An deep interview and a questionnaire to determine their satisfaction with their services. The period of data collection in February and March 2555 in the descriptive analysis of social welfare and satisfaction of service. By using frequency, percentage, mean, standard deviation, One Way ANOVA with LSD. The results showed that Acceleration measures are made with the help flood victims. The measures may be based on social Welfare Theory : Needs, Universal Citizenship, the social service system with Social assistance Social insurance and Social service and the rights and responsibilities, equality and fairness. Satisfaction with the services provided by this urgent action were satisfied with the medium overall level. Services on time is the issues that received the lowest satisfaction. Consideration should be given time to apply for assistance. And allocate appropriate resources to provide even more. The comments of the samples vary among age and the sub districts which significant at .01.

**KEYWORDS:**Flood, Measures to assist Flood Victim, Saimai

**1. บทนำ**

กาเกิดอุทกภัยในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2554 ถือได้ว่าเป็นการเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ที่สุดในรอบ 50 ปีโดยมีช่วงเวลาการเกิดอุทกภัยตั้งแต่วันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 และสถานการณ์คลี่คลายลงจนกลับสู่ภาวะปกติในวันที่ 16 มกราคม พ.ศ.2555 ซึ่งทุกจังหวัดที่ประสบอุทกภัยกำลังอยู่ในช่วงการฟื้นฟู โดยมีจังหวัดในแถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาได้รับผลกระทบอย่างมาก จากการรายงานความเสียหายของศูนย์รองรับเหตุฉุกเฉิน กรมบรรเทาและป้องกันสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทยได้สรุปสถานการณ์น้ำท่วมปีพ.ศ.2554 พบว่า มีพื้นที่

ได้รับผลกระทบทั้งสิ้นกว่า 150 ล้านไร่ ซึ่งในจำนวนนี้เป็นทั้งพื้นที่เกษตรกรรมและอุตสาหกรรมใน 65 จังหวัด 684 อำเภอ ราษฎรได้รับความเดือดร้อน 4,086,138ครัวเรือน 13,595,192 คน บ้านเรือนเสียหายทั้งสิ้น 2,329 หลัง บ้านเรือนเสียหายบางส่วน 96,833 หลัง พื้นที่การเกษตรคาดว่าจะได้รับความเสียหาย 11.20 ล้านไร่ ถนน 13,961 สาย ท่อระบายน้ำ 777 แห่ง ผ่าฝาย 982 แห่ง ทำนบ 142 แห่ง สะพาน/คอสะพาน 724 แห่ง บ่อปลา/บ่อกุ้ง/หอย 231,919 ไร่ ปศุสัตว์ 13.41 ล้านตัว มีผู้เสียชีวิต 813 ราย (44 จังหวัด) สูญหาย 3 คน (จ.แม่ฮ่องสอน 2 ราย จ.อุดรดิษฐ์ 1 ราย) โดย

สถานการณ์อุทกภัยในครั้งนี้รัฐบาลได้จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย (สปภ.) เป็นศูนย์บัญชาการหลักในการสั่งการและประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาอุทกภัยและช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมทั้งระยะสั้นและระยะยาว และมี พลตำรวจเอกประชา พรหมนอก เป็นผู้อำนวยการศูนย์

สำหรับกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นจังหวัดที่มีผู้อยู่อาศัยหนาแน่นและมีสถานประกอบการจำนวนมากได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยมีน้ำทะเลลึกเข้าสู่พื้นที่กรุงเทพมหานครตั้งแต่วันที่ 9 สิงหาคม 2554 เป็นต้นมา โดยมีเส้นทางผ่านเข้ากรุงเทพมหานครทางเขตสายไหม ดอนเมือง ซึ่งถือเป็นเขตหน้าด่านของกรุงเทพมหานคร มีการป้องกันอย่างเต็มที่ทั้งทางภาครัฐและเอกชน แต่ไม่สามารถป้องกันได้เต็มที่จากปริมาณน้ำจำนวนมากที่ไหลผ่านมา มีการประกาศพื้นที่อพยพในกรุงเทพมหานครเป็น 12 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม เขตหลักสี่ เขตบางเขน เขตคลองสามวา เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา เขตบางแค เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตจตุจักร โดยกรุงเทพมหานครมีจำนวนเขตที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยทั้งสิ้น 36 เขตจากจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต โดยมี หม่อมราชวงศ์สุขุมพันธุ์ บริพัตร เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ภายหลังจากเหตุการณ์อุทกภัยเริ่มคลี่คลายลง ได้มีการออกมาตรการช่วยเหลือเยียวยาผู้ประสบอุทกภัยจำนวน 5 มาตรการ ได้แก่ มาตรการช่วยเหลือระยะเร่งด่วน 3 ข้อ คือ การช่วยเหลือค่าเสียหายด้านที่พักอาศัยและทรัพย์สินที่เสียหาย โดยบ้านที่เสียหายหลังชดเชยให้ 3 หมื่นบาท หากเสียหายบางส่วนชดเชยให้ 2 หมื่นบาท การเสียหายของเครื่องมือประกอบอาชีพ เป็นไปตามระเบียบราชการ การช่วยเหลือฉุกเฉินครอบครัวละ

5,000 บาท โดยให้ธนาคารออมสินเป็นศูนย์กลางในการจ่ายเงินช่วยเหลือ รวมทั้งมาตรการให้การช่วยเหลือสถานศึกษาที่ประสบอุทกภัยในครั้งนี้ด้วย 2. มาตรการฟื้นฟูเกษตรกรและประชาชนภายหลังน้ำลดที่กำหนดให้เงินชดเชยกับเกษตรกรที่ได้รับความเสียหายในอัตราร้อยละ 55 ของต้นทุน ไม่ว่าจะป็นชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ส่วนด้านประมงและปศุสัตว์ให้การช่วยเหลือตามหลักเกณฑ์การเกษตรผู้ประสบภัยพิบัติ ส่วนที่เกินจะจ่ายค่าชดเชยให้เป็นครึ่งหนึ่งของมูลค่าความเสียหาย 3. มาตรการด้านการเงินและการคลัง ซึ่งจะมีมาตรการสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือให้กับเกษตรกร ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป 4. มาตรการฟื้นฟูโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ได้รับความเสียหาย โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดสรรงบประมาณและฟื้นฟูสาธารณูปโภค ด้านแหล่งน้ำและ มาตรการสุดท้ายคือการป้องกันและบรรเทาปัญหาภัยพิบัติในระยะยาวที่ต้องเร่งปรับปรุงประสิทธิภาพระบบเตือนภัยพิบัติ เร่งรัดการสร้างระบบประกันภัยพิบัติทางเกษตรจากภัยธรรมชาติ

สำหรับเขตสายไหม ซึ่งเป็นพื้นที่หน้าด่านของเขตกรุงเทพมหานคร มีการรายงานจากกรุงเทพมหานครว่ามีระดับน้ำท่วมสูงในเขตสายไหมเฉลี่ย 1.00 – 2.00 เมตร ซึ่งมีครัวเรือนของประชาชนที่อยู่อาศัยทั้งสิ้น 86,705 ครัวเรือน และมีจำนวนผู้ประสบอุทกภัยได้รับความเสียหายทั้งสิ้น 59,320 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 68.42 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในเขตสายไหม โดยผู้ได้รับผลกระทบเหล่านี้จะเป็นผู้มีสิทธิได้รับการเยียวยาตามมาตรการเร่งด่วนทั้ง 3 มาตรการ เพื่อให้ผู้ประสบอุทกภัยลดผลกระทบจากความสูญเสียและเสียหายที่เกิดขึ้นอันเป็นสวัสดิการสาธารณะที่ภาครัฐกำหนดเป็นมาตรการให้กับประชาชน

จากการออกมาตรการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยด้วยมาตรการเร่งด่วนนี้ ทางผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึง

มาตรการต่าง ๆ ที่ออกมานั้นเป็นไปตามหลักการจัดสวัสดิการสังคม และการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ประสบอุทกภัยเพียงใด โดยศึกษาจากผู้ประสบอุทกภัยในพื้นที่เขตสายไหม

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่เขตสายไหมในการดำเนินงานตามมาตรการเร่งด่วนช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนในเขตสายไหมต่อการให้บริการตามมาตรการช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เขตสายไหม

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การนำผลการวิจัยมาปรับปรุงแก้ไขมาตรการต่าง ๆ ให้เหมาะสมและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งนำไปวางแผนในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความพร้อมในการปฏิบัติงานในอนาคตต่อไป

## 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยแบ่งการสำรวจออกเป็น 2 ส่วนคือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Deep Interview) ส่วนของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของเขตสายไหมที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการเขตสายไหม เป็นผู้ให้ข้อมูลประกอบการวิจัยครั้งนี้เพื่อประกอบการศึกษาว่ามาตรการเร่งด่วนนั้นเป็นมาตรการที่แสดงถึงสวัสดิการสังคมที่ดีหรือไม่ และส่วนของการสอบถามจากครัวเรือนในเขตสายไหมที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัย โดยข้อมูลจำนวนครัวเรือนในเขตสายไหมจากงานทะเบียน สำนักงานเขตสายไหมเมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ.2555 มีจำนวน 86,705 ครัวเรือน เป็นครัวเรือนที่ประสบอุทกภัยทั้งสิ้น 59,320 ครัวเรือน ซึ่งถือเป็นจำนวนประชากรที่

นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1970:886-887) ได้กลุ่มตัวอย่าง 397 ตัวอย่าง ซึ่งทางผู้วิจัยจึงได้ทำการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ตามสถานที่ที่จะพบกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งสามแขวงของเขตสายไหม ได้แก่ แขวงคลองถนน แขวงสายไหม และแขวงออเงิน โดยเลือกตัวอย่างจาก ตลาดยิ่งเจริญ บิ๊กซีคอนเมือง บิ๊กซีสายไหม ตลาดวงศกร และตลาดออเงิน ได้ตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ในช่วงวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 ถึงวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ.2555 เพื่อให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการทำวิจัย และจำนวนสะดวกต่อการศึกษาต่อไป

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์มาจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นทั้งคำถามแบบให้เลือกตอบ (Check List) และคำถามปลายเปิดเมื่อสอบถามจำนวนและความคิดเห็น โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นตัวแทนของครัวเรือนผู้ประสบอุทกภัย ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะที่พักอาศัย แขวงที่อาศัย การพักอาศัยขณะประสบอุทกภัย และการประเมินค่าความเสียหายเบื้องต้นจากการประสบอุทกภัย ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมและเพียงพอของมาตรการและกระบวนการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของการให้บริการใน 5 ประเด็นคือ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา การให้บริการที่เพียงพอต่อความต้องการ การให้บริการที่ต่อเนื่องและเอาใจใส่ และการให้บริการด้วยความก้าวหน้าทันสมัย เป็นคำถามมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ จากนั้น นำแบบสอบถามฉบับร่าง เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการทดสอบคุณภาพและความเหมาะสมของเครื่องมือ จากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruency หรือ IOC) โดยพิจารณาข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปมาใช้ แล้วนำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จำนวน 40 คนแล้วนำมาพิจารณาแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์ และทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เขตสายไหม ร่วมกับข้อมูลเอกสาร มาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ และการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ด้วยการวิจัยเชิงพรรณนา และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย One Way ANOVA โดยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายรายคู่ด้วย Scheffe และ LSD

## 5. ผลการวิจัย

การดำเนินงานตามมาตรการช่วยเหลือระยะเร่งด่วน 3 ข้อ คือ การช่วยเหลือค่าเสียหายด้านที่พักอาศัยและทรัพย์สินที่เสียหาย โดยบ้านที่เสียหายทั้งหลังชดเชยให้ 3 หมื่นบาท หากเสียหายบางส่วนชดเชยให้ 2 หมื่นบาท การเสียหายของเครื่องมือประกอบอาชีพ เป็นไปตามระเบียบราชการ การช่วยเหลือฉุกเฉินครอบครัวละ 5,000 บาท โดยให้ธนาคารออมสินเป็นศูนย์กลางในการจ่ายเงินช่วยเหลือ รวมทั้งให้การช่วยเหลือ

สถานศึกษาที่ประสบอุทกภัย จากการสัมภาษณ์ผู้แทนที่ได้รับมอบหมายโดยท่านผู้อำนวยการเขตสายไหม ในส่วนการดำเนินงานของเขตสายไหมคือ เจ้าหน้าที่สำนักงานเขตสายไหมประกาศให้ประชาชนยื่นคำร้องขอรับเงินช่วยเหลือฉุกเฉินครอบครัวละ 5,000 บาท ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2554 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ.2554 โดยเปิดให้บริการทุกวันโดยไม่เว้นวันหยุดราชการ ตั้งแต่เวลา 8.00 – 18.00 น. และมีบางวันที่ให้บริการถึง 20.00 น. เพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ประชาชนผู้มาใช้บริการ แต่เนื่องจากมีผู้ที่ยังไม่ได้ยื่นคำร้องจำนวนมาก ทางสำนักงานเขตจึงประกาศขยายเวลาการยื่นเรื่องออกไปจนถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2555 และมาตรการการช่วยเหลือค่าเสียหายด้านที่พักอาศัยและทรัพย์สินที่เสียหาย ได้เปิดให้ยื่นเรื่องจนถึงวันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2555 ซึ่งมีข้อมูล การยื่นเรื่องขอความช่วยเหลือฉุกเฉินครอบครัวละ 5,000 บาท จนถึงวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ.2555 มีผู้ยื่นคำร้อง 57,303 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 96.60 ของจำนวนครัวเรือนที่ประสบอุทกภัย ซึ่งมีจำนวน 59,320 ครัวเรือน โดยสถานที่ในการยื่นคำร้องสามารถยื่นได้ที่สำนักงานเขตสายไหม บิ๊กซีสายไหม สะพานข้ามคลองสอง (สะพานคู่) และโรงเรียนในเขตสายไหมจำนวน 9 โรงเรียน เพื่อให้พอเพียง สะดวกและรวดเร็วกับการยื่นเรื่องของประชาชน โดยเมื่อประชาชนยื่นเรื่องแล้ว ทางสำนักงานเขตจะมีการตั้งคณะกรรมการพิจารณาคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์ของรัฐบาล จากนั้นส่งรายชื่อผู้ผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติให้คณะกรรมการชุดใหญ่ของกรุงเทพมหานคร จากนั้นก็ส่งรายชื่อไปยังรัฐบาลเพื่ออนุมัติการจ่ายเงินช่วยเหลือผ่านธนาคารออมสิน ซึ่งจำนวนครัวเรือนที่ผ่านการพิจารณาของเขตสายไหมทั้งสิ้น 54,181 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 94.55 ของผู้ยื่นคำร้อง และมีครัวเรือนที่ไม่ผ่านการพิจารณาจำนวน 3,122 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 5.45 โดย

ธนาคารออมสินประกาศรายชื่อผู้ได้รับเงินช่วยเหลือทั้งสิ้น 53,644 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 99.00 จากผู้ที่ผ่านการพิจารณาจากสำนักงานเขตสายไหม และคณะกรรมการชุดใหญ่ของกรุงเทพมหานครพิจารณายกเลิกสิทธิอันเนื่องจากการรับสิทธิซ้ำซ้อนอีก 537 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

สำหรับมาตรการการช่วยเหลือค่าเสียหายด้านที่พักอาศัยและทรัพย์สินที่เสียหาย มีผู้ยื่นเรื่องขอความช่วยเหลือสิ้นสุดวันที่ 30 เมษายน พ.ศ.2555 มีผู้ยื่นคำร้อง 12,868 ราย เป็นค่าซ่อมแซมบ้าน ค่าจัดการศพ เครื่องมือประกอบอาชีพ โดยมีหลักเกณฑ์สำคัญให้เฉพาะเจ้าของกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินเท่านั้น ไม่ได้ใช้สถานะเจ้าบ้านในการยื่นคำร้อง โดยมีขั้นตอนในการพิจารณาจากการแต่งตั้งคณะกรรมการ 16 ชุด พิจารณาคำร้อง จากนั้นส่งต่อไปให้คณะกรรมการระดับ เขตสายไหมเป็นผู้พิจารณาเห็นชอบ ประกอบด้วยผู้อำนวยการเขตสายไหม ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตสายไหม หัวหน้าฝ่ายการคลัง หัวหน้าฝ่ายปกครอง หัวหน้าฝ่ายโยธา และหัวหน้าฝ่ายเทศกิจ พิจารณาเพื่อส่งผลการพิจารณาต่อไปยังคณะกรรมการของกรุงเทพมหานคร นคร เพื่อส่งให้รัฐบาลเป็นผู้อนุมัติจ่ายผ่านทางกรุงเทพมหานครต่อไป

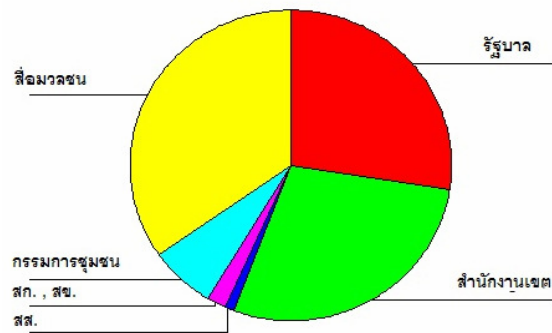
การดำเนินการให้บริการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยตามมาตรการเร่งด่วนนั้น ทางเจ้าหน้าที่ที่มีความพร้อมในการรับมืออย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ให้บริการบุคลากร ตลอดจนเครื่องมือเครื่องใช้ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่ อาจมีอุปสรรคในการให้บริการอยู่บางประการ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ในเรื่องหลักเกณฑ์ คุณสมบัติของผู้มีสิทธิยื่นเรื่องขอเงินช่วยเหลืออาจไม่ทั่วถึง มีความเข้าใจผิด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้พำนักอาศัยมีสถานะเป็นผู้เช่า

ซึ่งต้องมีขั้นตอนมากกว่าการยื่นเรื่องโดยเจ้าบ้าน ทำให้เกิดความไม่พึงพอใจต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ได้ นอกจากนี้ยังมีการแจ้งเอกสารอันเป็นเท็จ ไม่เป็นไปตามฐานข้อมูลงานทะเบียนซึ่งเจ้าหน้าที่ต้องตรวจสอบทุกคำร้องที่มีการยื่นมา และถือเป็นความผิดพลาดทางการแบ่งประเภทผู้ประสบภัยอย่างไม่ชัดเจนและไม่มีการอธิบายให้ละเอียด ได้แก่ การแบ่งประเภทผู้ประสบภัยน้ำท่วมอย่างฉาบฉวย ผู้ประสบภัยที่มีน้ำท่วมขังเกิน 7 วันขึ้นไป หรือการพิจารณาความเสียหายที่เกิดขึ้นกับทรัพย์สินส่วนใดที่จะสามารถยื่นขอความช่วยเหลือได้

สำหรับการสอบถามความพึงพอใจของประชาชนในเขตสายไหมต่อการให้บริการช่วยเหลือประชาชนผู้ประสบอุทกภัย ได้ผลดังนี้คือ

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 20-59 ปี มีที่อยู่อาศัยเป็นตึกแถว และทาวน์เฮ้าส์ และบ้านไม้เสียเป็นส่วนใหญ่ โดยมีสัดส่วนของการมีกรรมสิทธิ์เป็นของตนเองและการเช่าที่อยู่อาศัยในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งเป็นการใช้เป็นที่อยู่อาศัยเป็นส่วนใหญ่ มีการใช้เป็นการประกอบธุรกิจเป็นส่วนน้อย โดยกลุ่มตัวอย่างมาจากแขวงสายไหมร้อยละ 42.00 จากแขวงคลองถนนร้อยละ 33.33 และแขวงออเงิน ร้อยละ 24.70 โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นแสดงระดับความสูงของน้ำท่วมโดยเฉลี่ยที่ 80 เซนติเมตร มีค่าความเสียหายโดยเฉลี่ย 15,564.29 บาท ในขณะที่เกิดอุทกภัยกลุ่มตัวอย่างสองในสามไม่ได้อยู่ในพื้นที่ โดยไปอาศัยอยู่บ้านของตนเองหรือบ้านญาติที่ไม่ประสบอุทกภัย โดยผู้ประสบอุทกภัยในกลุ่มตัวอย่างนี้มีการยื่นคำร้องขอเงินช่วยเหลือเร่งด่วน 5,000 บาท จำนวน 348 ราย ความเสียหายในเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ จำนวน 59 ราย และความเสียหายในที่อยู่อาศัยจำนวน 16 ราย ในการรับทราบมาตรการต่าง ๆ ในการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยนี้ กลุ่มตัวอย่างได้น้ำหนักสำหรับแหล่งที่มาของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลคือ สื่อสารมวลชน ร้อยละ 65.30 สำนักงานเขตสายไหม ร้อย

ละ 53.40 และจากการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ร้อยละ 51.70 ในการยื่นคำร้องขอความช่วยเหลือนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปยื่นคำร้องที่เขตสายไหม มีเพียงร้อยละ 15.2 ที่ยื่นคำร้องที่บึงกุ่มสายไหม และร้อยละ 5.5 ที่ยื่นเรื่องผ่านกรมการชุมชน



รูปที่ 1 สัดส่วนแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอุทกภัย

สำหรับช่วงเวลาในการขอรับความช่วยเหลือฉุกเฉิน 5,000 บาทนั้นกลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งได้รับเงินช่วยเหลือใน ช่วงเวลา 15-30 วัน อันเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ทางรัฐบาลได้ประกาศให้ประชาชนได้รับทราบ แต่ยังมีอีกร้อยละ 27 ที่ใช้เวลาเกิน 30 วัน โดยกลุ่มตัวอย่างรับเงินช่วยเหลือ 5,000 บาท จากธนาคารออมสิน สาขา วงศกรเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเหมาะสมแล้ว มีเพียงร้อยละ 4.90 ที่เห็นว่าควรมีการปรับปรุงการให้บริการและสถานที่ของการให้บริการให้มากขึ้น

ในการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการตามมาตรการช่วยเหลือเร่งด่วนนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง หากพิจารณาเป็นประเด็น 5 ประเด็น คือ การบริการด้วยความเสมอภาค การให้บริการที่ตรงต่อเวลา การให้บริการที่เพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการด้วยความก้าวหน้า ในทุกประเด็น

ประชาชนมีความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งสิ้น ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจในการให้บริการตามมาตรการเร่งด่วนช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย

ประเด็นการบริการ	ค่าเฉลี่ย	SD
บริการอย่างเสมอภาค	2.7670	0.64960
บริการตรงเวลา	2.7031	0.65814
บริการที่เพียงพอ	2.7674	0.62172
บริการอย่างต่อเนื่อง	2.7413	0.65276
บริการอย่างก้าวหน้า	2.7581	0.69458

## 6. อภิปรายผล

การพิจารณาความเหมาะสมของมาตรการเร่งด่วน 3 มาตรการเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย โดยพิจารณาตามทฤษฎีสวัสดิการสังคม โดยการอ้างอิงหลักการ จัดสวัสดิการให้กับคนในสังคม 5 ประการ คือ ประการแรก การจัดสวัสดิการโดยการคำนึงถึงความ จำเป็น (needs) ของประชาชน ซึ่งทางรัฐบาลได้กำหนด มาตรการเร่งด่วนเพื่อการช่วยเหลือประชาชนให้ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความสูญเสียที่อยู่อาศัย อุปกรณ์เครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ รายได้ ความ เป็นอยู่ ตลอดจนความรู้สึกของประชาชน ซึ่งการเกิด อุทกภัยเป็นความจำเป็นจากสถานการณ์ภัยธรรมชาติที่ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เกิดผลกระทบในวงกว้างการที่ มีครัวเรือนในเขตสายไหมได้รับผลกระทบจากการเกิด อุทกภัยร้อยละ 96.60 ของครัวเรือนทั้งหมด ในเขตสาย ไหม การประกาศเป็นพื้นที่ประสบกับพิบัติของ กรมการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จึงถือเป็น

ภารกิจสำคัญทั้งรัฐบาล และหน่วยงานท้องถิ่นอย่าง กรุงเทพมหานครและสำนักงานเขตสายไหม ต้องให้ความช่วยเหลือด้วยความจำเป็นเร่งด่วน ประการที่สอง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะให้ครอบคลุมถึงผู้ที่ได้รับผลกระทบ โดยมาตรการดังกล่าวมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ได้รับสิทธิในการขอความช่วยเหลืออย่างชัดเจน ทั้งผู้ที่ประสบอุทกภัยฉุกเฉิน และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดน้ำท่วมขังนานเกิน 7 วัน ทำให้ทรัพย์สินเสียหาย ซึ่งกำหนดให้ผู้เป็นเจ้าของบ้านหรือผู้รับมอบอำนาจจากเจ้าบ้านเป็นผู้ยื่นคำร้องต่อเจ้าหน้าที่ อย่างไรก็ตามการปฏิบัติงานในส่วนของคุณสมบัติของผู้มีสิทธิรับการช่วยเหลือเป็นปัญหาค่อนข้างมากจากการได้รับข่าวสารไม่ทั่วถึงและชัดเจนเพียงพอ ทำให้ประชาชนที่ยื่นคำร้องอาจไม่ได้รับความสะดวกเพียงพอ และมีผู้สวมสิทธิและยื่นคำร้องซ้ำซ้อนกันทำให้เกิดปัญหาตามมา ประการที่สาม การให้สิทธิผู้ประสบอุทกภัยทุกคนเข้ายื่นคำร้องขอความช่วยเหลืออย่างทั่วถึงในฐานะพลเมืองของประเทศไทย ซึ่งถือได้ว่าเป็นการให้บริการสวัสดิการสังคมพื้นฐาน เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับสังคม อย่างไรก็ตามการดำเนินการยื่นคำร้องนี้มีความจำกัดด้านสถานการณ์อุทกภัยและการเดินทาง ซึ่งอาจไม่สะดวกต่อการยื่นคำร้องในขณะที่มีเหตุการณ์น้ำท่วม ถึงแม้ว่าสำนักงานเขตจะประกาศจุดยื่นเรื่องในหลายแห่ง แต่การประชาสัมพันธ์จุดการยื่นคำร้องอาจไม่ทั่วถึงและขาดความชัดเจน จนทำให้ประชาชนมุ่งหน้าสู่การยื่นเรื่องที่สำนักงานเขตเพียงแห่งเดียว และทำให้การบริการเกิดความไม่สะดวก ประการที่สี่ การบริการที่จัดขึ้นนั้น มีทั้งองค์ประกอบของสังคมสงเคราะห์ (Social Assistance) คือการมุ่งเน้นที่จะพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นจากการประสบอุทกภัยเป็นการเบื้องต้น เป็นการให้บริการสังคม (Social Service) และการสร้างหลักประกันของสังคมให้ประชาชนรู้สึกอุ่นใจ และมี

ความช่วยเหลือหากเกิดปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ จากการเกิดอุทกภัย และประการสุดท้าย ซึ่งถือเป็นภาพรวมทั้งสิ้นของการจัดสวัสดิการสังคมคือ การจัดสวัสดิการด้วยความรับผิดชอบ ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานทุกคนได้ทำงานกันอย่างเต็มที่ สละเวลาส่วนตัวเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยอย่างเต็มที่ การให้สิทธิผู้ประสบอุทกภัยอย่างเท่าเทียมกันและเสมอภาคกัน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ อย่างไรก็ตามการปฏิบัติงานอาจเกิดปัญหาได้ในบางส่วน เช่น การจัดลำดับคิวของการยื่นเรื่อง มีการลัดคิวหรือเอกสารที่ได้ยื่นไปก่อนถูกนำไปวางไว้ที่หลัง ทำให้ถูกเรียกคิวที่หลัง ซึ่งอาจเกิดในช่วงแรกของการรับเรื่อง ทำให้เกิดความผิดพลาดในการปฏิบัติ การมีเครื่องอำนวยความสะดวกที่ไม่เพียงพอ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร ซึ่งผู้ประสบอุทกภัยอาจหาร้านถ่ายเอกสารภายนอกได้ไม่สะดวกนัก แต่การให้บริการถ่ายเอกสาร ณ จุดรับเรื่องอาจมีไม่เพียงพอ ซึ่งจากการพิจารณาภาพรวมของการจัดสวัสดิการในการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยแล้ว มีครบองค์ประกอบของการจัดสวัสดิการสังคม ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเกิดปัญหาในทางปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้เกิดปัญหาในส่วนของการมาตรการเร่งด่วนดังกล่าว

ในการพิจารณาการให้บริการสาธารณะจากมาตรการเร่งด่วนในการให้ความช่วยเหลือกับผู้ประสบอุทกภัย โดยสำรวจจากความพอใจของการให้บริการของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจต่อการให้บริการในครั้งนี้ในระดับปานกลาง ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่องและการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยการให้บริการที่ตรงเวลา ถือได้ว่า เป็นการให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ 2.7031 คะแนน หากพิจารณาแยกออกมาเป็นประเด็นย่อย ๆ ของแต่ละ

ด้าน พบว่า ช่วงเวลาที่ให้ประชาชนยื่นคำร้อง และการจัดสรรทรัพยากรในการให้บริการนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความพอใจในคะแนนน้อยที่สุดจากประเด็นทั้งหมด โดยหากพิจารณาความสัมพันธ์ของข้อมูลพื้นฐานด้านต่าง ๆ กับระดับความพึงพอใจเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแขวงที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .01 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในแขวงคลองถนนและแขวงสายไหมมีความแตกต่างกัน และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างแขวงสายไหมและแขวงออเงินมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ .01

## 7. ข้อเสนอแนะ

1. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารสู่ผู้ประสบอุทกภัย ควรเป็นไปอย่างทั่วถึง และชัดเจน โดยเน้นบทบาทหน้าที่ของผู้นำชุมชนและผู้นำท้องถิ่นให้มากขึ้น การใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร รวมทั้ง การใช้สื่อสารมวลชน ในการร่วมประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างเป็นระบบและเป็นไปในทางเดียวกัน

2. การจัดสถานที่ในการยื่นคำร้องและติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่เขตให้เข้าถึงพื้นที่มากยิ่งขึ้น โดยจัดตามแขวงเป็นหลัก ที่ห่างไกลจากสำนักงานเขตให้ประชาชนในแต่ละแขวงสามารถติดต่อยื่นคำร้องได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเดินทางไกลมากนัก ในช่วงอุทกภัย อีกทั้งการจัดเครื่องอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม เช่นเครื่องถ่ายเอกสาร คำร้อง สถานที่พักรอ และ หน่วยบริการอาหารในบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น

3. การประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีมากขึ้น ตั้งแต่หน่วยงานระดับนโยบายจนกระทั่งถึงผู้ปฏิบัติงาน เพื่อรับทราบปัญหา อุปสรรค

เพื่อนำมาแก้ไขการให้บริการกับประชาชนอย่างทั่วถึง และเป็นธรรมมากที่สุด

## 8. กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อทางมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ อาจารย์สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล และเจ้าหน้าที่ผู้ให้ข้อมูลเขตสายไหมทุกท่าน ที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ที่สนับสนุนส่งเสริมให้คณาจารย์ของคณะบริหารธุรกิจ สร้างผลงานวิจัย และขอขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้อง และเพื่อน ๆ ในคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบบูชาทเวทิตา แต่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากเกิดข้อผิดพลาดในรายงานฉบับนี้ ผู้วิจัยขอภัยเป็นอย่างสูงในข้อผิดพลาดนั้น และขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

## เอกสารอ้างอิง

- [1] บุหลัน ทองกลีบ.2550. บทบาทภาครัฐในการจัดสวัสดิการแก่ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร, ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต)รัฐประศาสนศาสตร์,( มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [2] ศูนย์ปฏิบัติการรองรับเหตุฉุกเฉิน กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย . สรุปสถานการณ์สาธารณภัย ประจำวันที่ 31 ธันวาคม 2554 เวลา 16.30 น.



- [3] สำนักนโยบายและแผน กรุงเทพมหานคร, 2555. มาตรการการช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย 2554. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- [4] สำนักงานเขตสายไหม, 2555. รายงานการให้ความช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัยเขตสายไหม ข้อมูล ณ วันที่ 30 มีนาคม 2555
- [5] สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอำนาจเจริญ, 2548. “ประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดอุบลราชธานี”. จังหวัดอำนาจเจริญ
- [6] Millet, John D.1954. Management in the Public Service. New York : McGraw-Hill.
- [7] Titmuss, R. 1974. Social policy: An introduction. London: George Allen and Unwin.
- [8] Yamane Taro, 1967. Statistics, AN Introductory Analysis 2<sup>nd</sup> Ed. Newyork : Harper and Row.

## การพัฒนากระบวนการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

## Developing of Educational Quality Assurance system of North Bangkok University

ตระกูล จิตวัฒนากร

<sup>1</sup>คณะศิลปศาสตร์, jitrakul@northbkk.ac.th

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านวัสดุอุปกรณ์ และศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นในการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานประกันคุณภาพการศึกษาและการปฏิบัติงานการประกันคุณภาพศึกษาจริงโดยตรง และใช้สูตรการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับการคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานได้แก่ค่าสถิติ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 50 คน (ร้อยละ 58.82) อายุอยู่ระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 25 คน (ร้อยละ 29.4) การศึกษาจบปริญญาโท จำนวน 46 คน (ร้อยละ 54.12) ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่ำกว่า 5 ปี (ร้อยละ 63.53) ตำแหน่งอาจารย์เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 37 คน (ร้อยละ 43.53) เคยผ่านการอบรมมาแล้วมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 27 คน (ร้อยละ 31.76) และมีความประสงค์ที่จะเข้าอบรมเพิ่มเติมจำนวน 55 คน (ร้อยละ 64.71) เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ของ สกอ.ระดับความเข้าใจของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการทำประกันคุณภาพการศึกษาพบว่า ระดับความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง 3.26 และเมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ของ สมศ.ระดับความเข้าใจของบุคลากรที่ทำงานประกันคุณภาพการศึกษาโดยตรงพบว่าระดับความเข้าใจต่อตัวบ่งชี้ของสมศ. อยู่ในระดับปานกลาง 3.27 บุคลากรที่เคยทำงานประกันคุณภาพมีความเข้าใจในตัวบ่งชี้ของสกอ. และสมศ. อยู่ในระดับที่เห็นด้วยในทุกด้าน

สรุปจากการวิจัยพบว่าควรพัฒนาระบบประกันคุณภาพในด้านบุคลากรเป็นอันดับแรก โดยให้คณะวิชาหรือสำนักจัดบุคลากรผู้รับผิดชอบงานประกันคุณภาพที่เหมาะสมและหมุนเวียนกันทำ โดยให้บุคลากรเข้าอบรมการปฏิบัติงานประกันอย่างต่อเนื่อง อันดับสองคือด้านวัสดุอุปกรณ์ มหาวิทยาลัยควรจัดวัสดุอุปกรณ์ให้ครบ และมีความทันสมัยเพียงพอต่อการใช้งาน และอันดับสุดท้ายคือ ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดเวลาในการทำงานประกันคุณภาพและปริมาณของบุคลากรให้เพียงพอต่อปริมาณงาน จัดให้มีระบบจัดเก็บเอกสารที่เป็นระเบียบ สะดวกในการค้นหา ระวังเอกสารต้นฉบับสูญหาย โดยเฉพาะควรใช้ระบบ IT มาช่วยในการทำงาน รวมทั้งให้สำนักประกันคุณภาพการศึกษาและแผนงาน ควรจัดการประชุมและมีการอบรมเป็นระยะๆ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน และอธิบายรายละเอียดของตัวบ่งชี้ต่างๆ ให้ถูกต้องและเข้าใจ ให้แจกจ่ายคู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาแก่บุคลากรที่ทำประกันคุณภาพ ตลอดจนการเขียนรายงานประเมินตนเอง (SAR)

ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่ง) ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านวัสดุอุปกรณ์ต่างกัน

คำสำคัญ : พัฒนา ระบบประกันคุณภาพ

## ABSTRACT

The objective of this research was to develop the education quality assurance system of North Bangkok University in management, personnel, materials and equipment and comparative study of personal factor and level of opinions for develop the education quality assurance system of North Bangkok University in management of personnel, materials, equipment. Sample groups were direct personnel involved in the education quality assurance work and procedures of education quality assurance. Questionnaire was used as instrument to collect data and evaluation by using descriptive statistics as follows frequency, percentage, mean, standard deviation and for inferential statistics used t-test and F-test with statistical significant level at 0.05

The research found that the sample included 100 persons with 85 questionnaires. Most participants were 50 females (58.82%), 25 persons aged between 26-30 years old (29.40%), 46 persons whose the highest education were graduate level (54.12%), employment period less than 5 years (63.53%), most of them were 37 academic staffs (43.53%), 27 persons participated in training more than 2 times (31.76%), and 55 persons requested to participate in training (64.71%). Considered from the indicator of the Office of the Higher Education Commission found that the comprehension level of personnel involved in the education quality assurance work and procedures was in middle level at 3.26, Considered from the indicator of the Office for National Education Standards and Quality Assessment found that the comprehension level of direct personnel involved in the education quality assurance work and procedures was in middle level at 3.27. People who participated in education quality assurance work had the comprehension level of the Office of the Higher Education Commission and the Office for National Education Standards and Quality Assessment were also at the similar agree level in every section. The research hypothesis found that the differences between personal factors had difference level of opinions on management, personnel, materials and equipment with statistical significant level at 0.05

A brief research found that should have a personnel improvement by the faculty or offices provide the person responsible for an appropriate quality assurance and job rotation as follows

facilitating people's participation in quality assurance, completely supporting Materials and Equipment with up-to-date and fair usage. In management: set up time for quality assurance work and sufficient number of people, has systematic document collection system, easy searching, beware of original documents by using Information technology, supporting from the office of quality assurance, set up the meeting and training on a regular basis for exchange of correspondence, explain explicitly in details of indicators, dispenser user manual in education quality assurance for personnel involved in and writing the SAR Report.

**Keyword :** Developing, Quality Assurance

## 1. บทนำ

ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ประเทศเจริญรุ่งเรืองและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน คือ ความรู้ความสามารถของประชากรในประเทศ ซึ่งที่ผ่านมาและในปัจจุบันพบว่า การจัดการศึกษาของประเทศไทยทุกระดับ ตั้งแต่ ระดับ ประถมศึกษา จนถึงระดับอุดมศึกษามีปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะด้านคุณภาพ สถานศึกษาแต่ละแห่งมีคุณภาพแตกต่างกันสูงมากระหว่างสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงและสถานศึกษาทั่วไป สาเหตุประการหนึ่งเกิดจากการประเมินผลการดำเนินงานเน้นเชิงปริมาณมากกว่าการประเมินผลเชิงคุณภาพ ทำให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานเพื่อรักษาสถานภาพหรือรักษาผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าเพื่อพัฒนาผู้เรียน และถึงแม้จะมีสถานศึกษาที่มีคุณภาพแต่ก็เป็นส่วนน้อยและไม่กระจายทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ให้ความสำคัญกับการประกันคุณภาพการศึกษาและถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการจัดการศึกษา โดยได้ดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมาอย่างต่อเนื่องและ

ดำเนินการภายใต้กรอบมาตรฐานการประกันคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และกรอบมาตรฐานการตรวจประเมินคุณภาพภายนอกของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) หรือ สมศ. โดยมหาวิทยาลัยได้จัดทำระบบและกลไกในการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อขับเคลื่อนให้การดำเนินงานเป็นไปตามวงจรคุณภาพ (PDCA) ทุกขั้นตอน รวมทั้งจัดการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานการอุดมศึกษาเพื่อการประกันคุณภาพของบัณฑิตในแต่ละระดับคุณวุฒิและสาขาวิชา ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ของมหาวิทยาลัย แต่ในการดำเนินงานตามระบบหรือกลไกการประกันคุณภาพการศึกษาบางครั้งต้องประสบกับปัญหา จึงทำให้ผู้วิจัยในฐานะผู้รับผิดชอบโดยตรงในการบริหารจัดการงานประกันคุณภาพการศึกษามีความสนใจที่จะวิจัยการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ เพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานตามระบบการประกันคุณภาพการศึกษา และยกระดับคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาเทียบเท่าระดับสากล

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาระบบประกันคุณภาพ การศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ในด้านการ บริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านวัสดุอุปกรณ์

2.2 เพื่อให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยสร้าง ความตระหนักถึงความสำคัญของระบบประกัน คุณภาพการศึกษา

## 3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 บุคลากรที่มีเพศที่ต่างกัน มีความคิดเห็น ต่อวิธีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาทั้ง สามด้านต่างกัน

3.2 บุคลากรที่มีอายุที่ต่างกัน มีความคิดเห็น ต่อวิธีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาทั้ง สามด้านต่างกัน

3.3 บุคลากรที่มีการศึกษาที่ต่างกัน มีความ คิดเห็นต่อวิธีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ การศึกษาทั้งสามด้านต่างกัน

3.4 บุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อวิธีการพัฒนาระบบการ ประกันคุณภาพการศึกษาทั้งสามด้านต่างกัน

3.5 บุคลากรที่มีตำแหน่งที่ต่างกัน มีความ คิดเห็นต่อวิธีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ การศึกษาทั้งสามด้านต่างกัน

## 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพจะได้นำ ผลการวิจัยมาพัฒนาระบบการประกันคุณภาพ การศึกษาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

4.2 บุคลากรมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จะ ได้นำไปปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานประกันคุณภาพ การศึกษาของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

## 5. นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา หมายถึง การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง กระบวนการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การประกันคุณภาพการศึกษา หมายถึง เกณฑ์มาตรฐานที่หน่วยงาน ภายนอกที่มีหน้าที่ในการ ประเมินคุณภาพการศึกษาได้กำหนดขึ้น เป็นเกณฑ์ เดียวกันทั้งประเทศ

การประกันคุณภาพภายใน หมายถึง การ ประเมินคุณภาพการศึกษาภายในสถาบัน (SAR) โดย คณะกรรมการประเมินฯจากสำนักงานคณะกรรมการ อุดมศึกษา (สกอ) โดยจะมีการประเมินเป็นประจำทุกปี

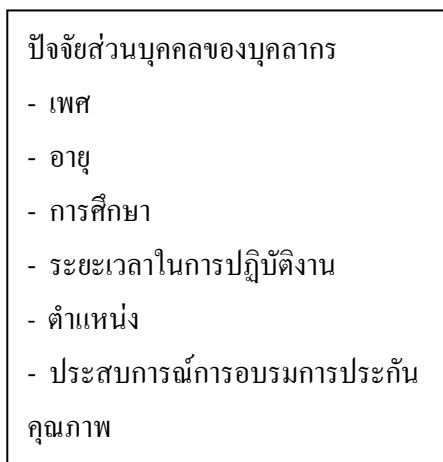
การประเมินคุณภาพภายนอก หมายถึง การ ประเมินคุณภาพการศึกษาของสถาบัน โดย คณะกรรมการประเมินฯจากสำนักงานรับรอง มาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา(องค์การ มหาชน)หรือ สมศ. โดยจะมีการประเมินเป็นช่วงเวลา ประมาณช่วงละ 5 ปี

วงรอบปีการประเมิน หมายถึง วงรอบในการ ตรวจสอบประเมินคุณภาพการศึกษา จะเป็นรอบปีการศึกษา หรือรอบปี.ศ. หรือปีงบประมาณก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ วงรอบจะเป็นปีการศึกษา

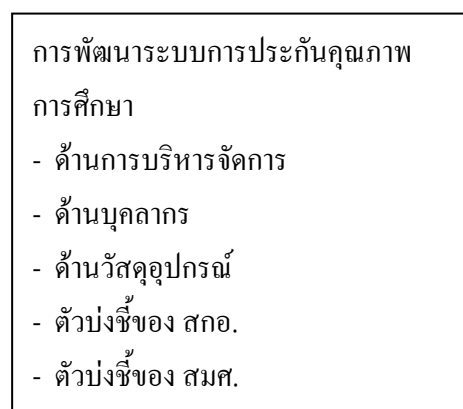
## 6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังแสดงในภาพที่ 1

## ตัวแปรต้น



## ตัวแปรตาม



## 7. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามมี 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่ง และประสบการณ์การอบรมการประกันคุณภาพ และปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน ตอนที่ 2 แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อการปรับปรุงวิธีการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษา แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ 2) ด้านบุคลากร 3) ด้านวัสดุอุปกรณ์ ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรที่ทำงานประกันคุณภาพที่มีความเข้าใจต่อตัวบ่งชี้ของ สกอ. แบ่งเป็น 24 ตัวบ่งชี้

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของบุคลากรที่ทำงานประกันคุณภาพที่มีความเข้าใจต่อตัวบ่งชี้ของสมศ. แบ่งเป็น 18 ตัวบ่งชี้

กลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาเป็นบุคลากรทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพจำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamne ส่งแบบสอบถามไปทั้งหมด 100 ชุด และเก็บรวบรวมคืนได้ทั้งหมดจำนวน 85 ชุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้ค่า T-test, F-test ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ถึงความแตกต่างระหว่างตัวแปรต้น ซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรตาม และใช้ค่าสถิติพรรณนา (Decriptive Statistic) โดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึงคุณลักษณะส่วนบุคคล ระดับความคิดเห็น โดยใช้เกณฑ์ Likert scale

## 8. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ สรุปผลดังนี้

บุคลากรส่วนมากจำนวน 50 คน เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.82) อายุส่วนมากอยู่ในช่วง 26-30 ปี จำนวน 25 คน (ร้อยละ 29.41) การศึกษาส่วนมาก จบปริญญาโทจำนวน 46 คน (ร้อยละ 54.12) ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ส่วนมากต่ำกว่า 5 ปี อาจารย์จำนวน 37 คน (ร้อยละ 43.53) เป็นผู้ที่เคย ได้รับการอบรมมาก่อนมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 27 คน (ร้อยละ 31.76) และมีความประสงค์ที่จะเข้าอบรม เพิ่มเติมจำนวน 55 คน (ร้อยละ 64.71)

บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการทำงานประกันคุณภาพการศึกษา กับการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษา พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่รู้จัก สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา(สกอ.)จำนวน 72 คน (ร้อยละ 84.70) มีความรู้เกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำนวน 56 คน (ร้อยละ 65.88) ส่วนใหญ่เคยทราบการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยอื่นจำนวน 73 คน(ร้อยละ 85.88) ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการมีระบบประกันคุณภาพการศึกษาจะทำให้ระบบการศึกษาของประเทศไทยดีขึ้นจำนวน 80 คน (ร้อยละ 94.11)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษา พบว่าในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน คือด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านวัสดุอุปกรณ์ มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย โดยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือด้านวัสดุอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และด้านการบริหารจัดการ 4.23 ตามลำดับ

และบุคลากรที่เคยทำงานประกันคุณภาพมีความเข้าใจเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ของ สกอ. และสมศ พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยและระดับความคิดเห็นด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร และด้านวัสดุ

อุปกรณ์ ในแต่ละด้านโดยรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยเช่นกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นในด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ต่างกันจากค่าสถิติ t-test อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งของบุคลากรที่ต่างกันมีความคิดเห็นในด้านบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ต่างกันจากค่าสถิติ F-test อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 9. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อวิธีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาด้านบุคลากร อยู่ในระดับเห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.32) ซึ่งสอดคล้องกับพงศ์วัช วิวังสุ (2546) ที่กล่าวว่าสภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหาร ความร่วมมือของผู้ร่วมงานและการได้รับการฝึกอบรมด้านประกันคุณภาพการศึกษาและลักษณะตัวแปรทางจิต ได้แก่ เจตคติต่อการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา แรงจูงใจในการทำงานประกันคุณภาพการศึกษาและสุขภาพทางจิตของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประกันคุณภาพการศึกษา

ตัวบ่งชี้ของสกอ. สำหรับบุคลากรที่เคยทำงานประกันคุณภาพ พบว่า มีความเข้าใจทุกตัวบ่งชี้มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) และตัวบ่งชี้ของสมศ. สำหรับบุคลากรที่เคยทำงานประกันคุณภาพ พบว่า มีความเข้าใจทุกตัวบ่งชี้มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ซึ่งสอดคล้องกับสุวิมล ราชชนบริบาล (2541) ที่กล่าวว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการประกันคุณภาพบุคลากรส่วนใหญ่ขาดความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการปฏิบัติ และมีความเข้าใจว่าการประกันคุณภาพเป็นการตรวจสอบหรือการ

จับผิดการทำงานของบุคลากร สำหรับการกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานของผลงานตลอดจนการทบทวนและการปรับปรุงการปฏิบัติงานยังไม่พบแบบแผนที่ชัดเจน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาระบบประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับลัดดา ทองสกุล (2548) ที่กล่าวว่าวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการประกันคุณภาพการศึกษาภายในโรงเรียนแตกต่างกัน และการได้รับการฝึกอบรมการประกันคุณภาพการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการประกันคุณภาพการศึกษาภายในโรงเรียนแตกต่างกัน และสอดคล้องกับสมชาติ แก้วขาว (2545) ที่กล่าวว่าอาจารย์ที่เคยได้รับการฝึกอบรมการประกันคุณภาพการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการประกันคุณภาพการศึกษาภายในโรงเรียนแตกต่างกัน

#### 10. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

**ข้อเสนอแนะสำหรับมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ**

10.1 ควรปรับกลยุทธ์ในการเพิ่มความรู้ ความเข้าใจในการประกันคุณภาพการศึกษาภายในให้กับทุกหน่วยงานของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ นอกเหนือจากการฝึกอบรมหรือการสัมมนา

10.2 การดำเนินการประกันคุณภาพภายใน ควรให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัย สภามหาวิทยาลัย รวมทั้งชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง

10.3 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัย เพื่อให้ทราบถึงแนวทางหรือวิธีการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

10.4 ควรศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัย ที่ส่งผลต่อคุณภาพของผู้เรียน ผู้สอน และผู้บริหาร

10.5 ควรร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเครือข่ายในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการประกันคุณภาพภายใน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่ยั่งยืน

10.6 ควรศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของชุมชนหรือองค์กรต่างๆ ในท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมของการประกันคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัย

#### 11. บรรณานุกรม

- [1] ดารณี รัตนพาดิ. (2544). ปัญหาการดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [2] พงศ์รัช วิวังสุ. (2546). ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและลักษณะทางจิตที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประกันคุณภาพการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [3] ลัดดา ทองสกุล. (2548). การประกันคุณภาพการศึกษาภายในโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ศูนย์วิจัยและพัฒนาการศึกษา จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์ สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- [4] สุวิมล ราชชนนบริบาล. (2541). การศึกษากระบวนการประกันคุณภาพทางการศึกษา ในสถานศึกษาอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาอุดมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



[5] สมชาติ แก้วขาว. (2545). การดำเนินการประกัน  
คุณภาพภายในสถานศึกษา ของโรงเรียนมัธยมศึกษา  
สังกัดกรมสามัญศึกษาจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหาร  
การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏนครปฐม.

## ความรู้คู่คุณธรรม คือปรัชญาแห่งมหาวิทยาลัยยุคใหม่

จิรวัดน์ มงคลบุตร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ คณะศิลปศาสตร์

### บทนำ

“ในบ้านเมืองนั้น มีทั้งคนดีและคนไม่ดี ไม่มีใครจะทำให้คนทุกคนเป็นคนดีได้ทั้งหมด การทำให้บ้านเมืองมีความปรกติสุขเรียบร้อยจึงมิใช่การทำให้ทุกคนเป็นคนดี หากแต่อยู่ที่การส่งเสริมคนดี ให้คนดีได้ปกครองบ้านเมือง และควบคุมคนไม่ดีไม่ให้มีอำนาจ ไม่ให้ก่อความเดือดร้อนวุ่นวายได้” พระบรมราโชวาท ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้ทรงกล่าวในพิธีเปิดงานชุมนุมลูกเสือแห่งชาติ ณ ค่ายลูกเสือวชิราวุธ จังหวัดชลบุรี 11 ธันวาคม 2512

คนไทยให้ความสำคัญกับการเรียน เพื่อให้ได้ความรู้ไม่ยิ่งหย่อนกว่าชนชาติใด ๆ จะเห็นได้จากการที่แย่งกันเข้าเรียนในโรงเรียนหรือในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงกันอยู่ประจำ จนยากที่จะแก่ได้ ทั้งนี้คงเชื่อว่าถ้าบุตรหลานได้เรียนโรงเรียนดัง ๆ แล้วจะได้ความรู้มากกว่าโรงเรียนอื่น คนเรียนเก่งก็ได้รับการยกย่องนับถือจากสังคม สมัยหนึ่งถึงกับมีการจัดลำดับคนที่สอบได้คะแนนเป็นลำดับที่เอาไว้ แต่คนเรียนเก่งหลายคนต่อมา ก็ประสบความล้มเหลวในชีวิตที่เรียกว่า ความรู้ท่วมหัว เอาตัวไม่รอด

มีข้อถกเถียงกันอยู่เสมอว่าระหว่างความรู้กับคุณธรรม อะไรสำคัญกว่ากันในโลกยุคสื่อสารไร้พรมแดน ข้อมูลล้นหลามได้จากทั่วทิศ มีทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และข้อมูลที่ไร้ประโยชน์ ข้อมูลบางอย่างก็นำไปสู่ความรู้ความเข้าใจที่ผิดๆ นำความเสื่อมเสียทางด้านศีลธรรมและจริยธรรมมาให้ แต่คนเราก็ต้องแสวงหาความรู้ เพราะเชื่อมั่นว่าความรู้คือกุญแจไขไปสู่ความสำเร็จ

เมื่อมีข่าวทางสื่อมวลชนว่า คนที่เรียนแพทย์กลายเป็นฆาตกรที่โหดเหี้ยมที่สุด คนที่เคยสอบได้ที่หนึ่งของประเทศถูกกล่าวหาว่ากระทำผิดคดีโกงผู้อื่น และบางคนกล่าวว่าภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเป็นผลพวงจากนักธุรกิจการเงิน ที่ชาญฉลาดบางคนแสวงหาประโยชน์ใส่ตนโดยอาศัยช่องว่างทางกฎหมาย โดยไม่คำนึงถึงความเสียหายที่เกิดขึ้น บางคนหนีไปอยู่ต่างประเทศพร้อมความร่ำรวยส่วนตนบนความยากจนของชาติ คนฉลาดอย่างนี้หรือที่ประเทศชาติปรารถนา คงไม่ใช่อย่างแน่นอน และหลายคนก็กล่าวโทษว่าเป็นเพราะการศึกษาของเราไม่ดี เน้นสร้างคนฉลาดมากกว่าสร้างคนดี เป็นผลให้เราได้คนเก่งแต่ไม่ดี กลายเป็นคนเก่งที่เป็นพิษภัยต่อผู้อื่น

### การศึกษาวิชาการควรควบคู่กับคุณธรรมจริยธรรม

คงไม่มีใครปฏิเสธว่าการศึกษาคงต้องสร้างคนดี คือทำคนให้เป็นคนดีด้วย ไม่ใช่สร้างแต่คนเก่งอย่างเดียว ประเทศชาติต้องการทั้งคนเก่งและคนดี ปัญหาสำคัญอยู่ที่ว่าระหว่างคนเก่งและคนดีอย่างไรหนควรมาก่อนกัน ถ้าหากให้วิเคราะห์ในระบอบปัจจุบันจะเห็นได้ชัดเจนว่าให้ความสำคัญกับคนเก่งมากกว่าคนดี เริ่มตั้งแต่แรกเข้าเรียน โรงเรียนและมหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงยังคงใช้วิธีสอบคัดเลือกคนเข้าเรียน โดยอ้างเหตุว่าต้องการคนเก่งเข้าเรียนเพื่อรักษาชื่อเสียงของโรงเรียนและมหาวิทยาลัย แปลว่าถ้านักเรียนไม่เก่งโรงเรียนก็ไม่มีชื่อเสียง บางคนถึงกล่าวว่าทำให้คุณภาพของโรงเรียนและมหาวิทยาลัยลดลงไปด้วย โรงเรียนมัธยมของรัฐและเอกชนจำนวนมากยังนิยมใช้วิธีสอบแข่งขันคัดเลือกคนเข้าเรียน ทั้งๆ ที่รัฐธรรมนูญกำหนดให้ทุกคนต้องมีโอกาสได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐจัดให้โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าเลยมีประเด็นคำถามขึ้นอยู่เสมอว่า คนที่สอบไม่ได้ถือว่าเขาได้รับโอกาสทางการศึกษาหรือไม่ และต่อไปคงต้องคิดว่าการสอบแข่งขันคัดเลือกข้าราชการรัฐธรรมนูญหรือไม่ ในระดับอุดมศึกษาก็ให้ความสำคัญกับคนเก่ง ดังจะเห็นได้จากการคัดเลือกคนเข้ามหาวิทยาลัยมักใช้การสอบเป็นสำคัญ การพิจารณาคุณสมบัติอื่น ๆ มีน้อยมาก

เรากำลังให้ความสำคัญกับคนเก่งทางความรู้มากเกินไปหรือเปล่า เรากำลังละเลยความเป็นคนดีหรือเปล่า หรือเราคิดว่าถ้าคนเก่งแล้วก็จะเป็นคนดีได้โดยอัตโนมัติ จึงไม่ต้องให้ความสำคัญกับการเป็นคนดี ซึ่งเป็นเรื่องไม่จริง ไม่ถูกต้อง ดังปัญหาที่เกิดขึ้นตามที่กล่าวถึงมาแล้วข้างต้น จริง ๆ แล้วระบบการศึกษา ควรต้องให้ความสำคัญกับการสร้างคนให้เป็นคนดีไม่น้อยกว่าการสร้างคนเก่งการสร้างคุณธรรมก็คือ การสร้างให้คนเป็นคนดีนั่นเอง การสร้างให้

ผู้เรียนเป็นคนดีต้องถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอบรมหรือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ หลายคนเข้าใจผิดคิดว่าถ้าจะพัฒนาให้ผู้เรียนมีคุณธรรม ก็ต้องให้เรียนวิชาที่ว่าด้วยศีลธรรม จริยธรรม ตามหลักของศาสนาต่าง ๆ ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องที่ดี แต่การสร้างคุณธรรมคงไม่สามารถแยกสร้างได้ต่างหากจากการเรียนรู้ในเรื่องอื่น ๆ คุณธรรมความเป็นคนดี เป็นคุณลักษณะทางจิตใจที่แสดงออกผ่านการประพฤติปฏิบัติ การตัดสินใจทำหรือไม่ทำอย่างใดอย่างหนึ่ง บนพื้นฐานความเชื่อที่เป็นค่านิยมทางคุณธรรมนั้น ๆ คือพฤติกรรมของคนที่น่าจะแสดงให้เห็นถึงความคิดความเชื่อเชิงคุณธรรม และจะบ่งบอกได้ว่าเป็นพฤติกรรมของคนดีหรือคนไม่ดี พฤติกรรมเหล่านี้ที่สำคัญเช่น ความเป็นคนรู้จักหน้าที่ รับผิดชอบตนเองและผู้อื่น ความเป็นคนซื่อสัตย์ สุจริต รู้จักเสียสละ อดทน ช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น

กระบวนการเรียนรู้สามารถพัฒนาคุณธรรมให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนได้โดยไม่ต้องมีวิชาคุณธรรมให้เรียนเป็นพิเศษ เพราะคุณธรรมที่พึงประสงค์สามารถสร้างให้เกิดได้ ผ่านกระบวนการปฏิบัติงาน ทั้งงานส่วนบุคคลและการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นกลุ่ม การเรียนรู้ที่ดีจึงควรเป็นการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนปฏิบัติงานต่าง ๆ ด้วยตนเอง เช่น แสวงหาความรู้ด้วยตนเองจากแหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทดลองทำงาน ฝึกทดลองด้วยตนเอง ร่วมกับผู้อื่น ศึกษาค้นคว้า และทดลองปฏิบัติ การแลกเปลี่ยนข้อมูล และข้อค้นพบระหว่างผู้เรียนด้วยกันหรือระหว่างผู้เรียนกับผู้รู้ กระบวนการเหล่านี้ ผู้เรียนจะได้เรียนรู้เรื่องคุณธรรมโดยอัตโนมัติโดยไม่ต้องสอนวิชาคุณธรรม เพราะการทำงานร่วมกับผู้อื่น เขาต้องเรียนรู้เรื่องความรับผิดชอบ ความตรงต่อเวลาความอดทนเสียสละ ความซื่อสัตย์ สุจริต ต้องรู้จักช่วยเหลือผู้อื่น ฯลฯ ถ้าเขาได้ทำมาก ๆ ก็จะสานก่อนเป็นเจตคติ เป็นความเชื่อ และถ้าเขาปฏิบัติอยู่เสมอก็

จะเป็นความเคยชิน เป็นสำนึกที่จะต้องประพฤติปฏิบัติ เช่นนั้นอยู่เสมอ ดังนั้น ที่พระราช-บัญญัติการศึกษา แห่งชาติ กล่าวว่า การศึกษาต้องให้ความสำคัญทั้ง ความรู้ คุณธรรม และกระบวนการเรียนรู้ และบูรณา การตามความเหมาะสมของแต่ละระดับการศึกษา จึง เป็นหลักการจัดการเรียนรู้ที่สำคัญยิ่ง ที่จะทำให้ผู้เรียน เกิดทั้งความรู้ และคุณธรรมไปพร้อม ๆ กัน

### คนดีต้องมีคุณธรรม

คนมีคุณธรรม หมายถึง เป็นคนดี คิดดี และ ประพฤติดี ไม่เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่นในสังคม และมีเมตตา กรุณาตนเอง และผู้อื่น เป็นคนใฝ่รู้ อยู่เสมอ รู้จักตนเอง เสียสละเพื่อส่วนรวม มองการณ์ไกล ไม่ ประมาท และมีศีลธรรม หลักการเสริมสร้างคุณธรรม ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในสายพระเนตร ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเรื่องของคุณธรรม ความรับผิดชอบ ที่จะต้องมีประจำอยู่ในตัวบุคคลที่มี คุณภาพ และคุณธรรม จะเห็นได้จากแบบอย่างพระ ราชจริยวัตร และพระราชกรณียกิจที่สะท้อนถึง คุณธรรมที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงยึดเป็น คุณธรรมประจำพระองค์ทรงตั้งพระราชปณิธาน อัน แน่วแน่ที่จะทรงกระทำหน้าที่พระมหากษัตริย์ โดย อาศัยธรรมะแห่งพระพุทธศาสนา โดยอาศัยธรรมะสืบ ประการที่เรียกกันว่า ราชธรรมหรือธรรมะของ พระราชา 10 ประการ (ทศพิธราชธรรม) คุณธรรมต่าง ๆ ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงยึดและแสดงไว้ใน พระบรมราโชวาท และพระราชดำรัสเป็นคุณธรรม สำคัญในชีวิต ทั้งในแง่ของการทำให้ปัจเจกบุคคล สามารถดำรงชีวิต อยู่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม และสามารถก้าวทันสนับสนุนให้ดำเนินงานต่างๆ ใน หน้าที่สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีคุณธรรม “ความรับผิดชอบต่อ” ประจำพระองค์ในการ ทรงปฏิบัติ

ภาระหน้าที่ พระมหากษัตริย์ของแผ่นดินไทย ความหมายของคุณธรรม “ความรับผิดชอบต่อ” คือสภาพ ที่รู้จักภาระหน้าที่ และทำงานหรือดำเนินการตาม ภาระหน้าที่ให้บังเกิดผลดีมากที่สุด และเงื่อนไขที่ ต้องมี คือความรู้ (เรียนรู้และ/หรือรับรู้) ว่าภารกิจที่ต้อง กระทำในหน้าที่นั้นๆ มีอะไรบ้าง หรืออีกนัยหนึ่งคือ รู้ หน้าที่นั่นเอง การมีคุณธรรม ความรับผิดชอบต่อ “สื่อการ มีคุณธรรม” การรู้จักหน้าที่ นั่นคือการมีความสำนึกใน หน้าที่

### คุณธรรมกับความรับผิดชอบต่อ

จากความหมายของคุณธรรมตามแนว พระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในเรื่อง ของ การรู้จักหน้าที่แล้ว ยังประกอบไปด้วยคุณธรรมความ รับผิดชอบต่อในเรื่องอื่นๆ ดังนี้

- **ความรับผิดชอบต่อการมีวินัย** เป็นเรื่อง ที่ สำคัญบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อจักต้องเป็นคน ที่ “มี วินัย” คือ การปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ และวิธีการ ที่ได้กำหนดไว้สำหรับภารกิจในบทบาทหน้าที่นั้นๆ ถ้า มีการปฏิบัติตนที่แตกต่างไปจากวิธีการ และ/หรือ ระเบียบกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้แล้วโอกาสที่จะประสบ ความสำเร็จในการดำเนินการย่อมมีน้อย และไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ให้เป็นไปตามคาดหวังไว้ใน บทบาทหน้าที่นั้นๆ การมีวินัยจึงมักกล่าวเชื่อมโยงกับ “ความอดทน” “ความพากเพียร” ที่จะดำเนินการ ให้บัง เกิดผลตามที่ต้องการ ความหมายของ “การมีวินัย” จึง กินความไปถึงความเพียรพยายาม ความบากบั่น ตลอดจนความอดทนที่เกิดขึ้นอย่างอยู่ตัว และจริงจัง เพื่อให้บังเกิดผลงานที่คาดหวัง

- **ความรับผิดชอบต่อตรงต่อเวลา** ผู้มีวินัย แล้วจะเป็นผู้ที่ “ตรงต่อเวลา” ในการปฏิบัติงานใดๆ ไม่ ว่าจะเป็นบทบาท/หน้าที่อะไรก็ตาม จะเกี่ยวข้องกับเวลา เสมอ ทั้งแง่เวลาที่ต้องใช้ในการ ทำกิจกรรม และเวลาที่

เป็นตัวกำหนดการทำงานแต่ละขั้น ผู้ที่มีความรับผิดชอบเมื่อดำเนินตรงตามเวลา ผลงานที่บังเกิดขึ้นก็จะเป็นไปตามความต้องการทั้งในแง่ปริมาณ คุณภาพ และเวลา

- **ความรับผิดชอบต่อความเป็นเลิศ** คนที่มีความรับผิดชอบจักต้องเป็นคนที่มีวิญญานของ การเรียกร้อง “ความเป็นเลิศ” จากตัวเองขณะเดียวกันต้องมีความพากเพียรพยายาม และต้องมี “การเสียสละ” ตัวเอง ในรูปของเวลา แรงกาย พลังสมอง การพักผ่อน หย่อนใจ กล่าวคือไม่ใช่การทำงานแบบ “เช้าชามเย็นชาม” เพื่อทำให้วันและเวลาผ่านไปเรื่อย ๆ เท่านั้น แต่ทำงานด้วยความ กระตือรือร้น การทุ่มเทพลังกายพลังสมอง เพื่อให้บังเกิดผลลัพธ์ตามที่ ต้องการ ขณะเดียวกันย่อมมีโอกาสทำให้เกิดความริเริ่มใหม่ และการสร้างสรรค์นวัตกรรม (innovation) ในบุคคลผู้นั้นอันเป็นผลจากความพยายาม การเรียกร้องความเป็นเลิศจากตัวนี้เอง ก็จัดเป็นสภาพหนึ่งของ “ความใฝ่สำเร็จ” การที่บุคคลยอมบากบั่นพากเพียรเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานย่อมต้องเรียกร้องความเป็นเลิศจากตัวเองเพื่อนำ ไปสู่ความสำเร็จ ดังกล่าว

- **ความรับผิดชอบต่อความกล้าหาญ** คนที่มีคุณธรรมความรับผิดชอบ จักมี “ความกล้าหาญ” ที่จะดำเนินการใดๆ โดยไม่รีรอ มีความเด็ดขาดแน่วแน่ในการตัดสินใจอันเป็นหนึ่งในองค์ประกอบในบุคลิกของผู้ที่มีความรับผิดชอบ ซึ่งตรงกันข้ามกับการผัดวันประกันพรุ่งหรือการรีรอไม่ดำเนินการ ในภารกิจนั้นๆ ด้วยความไม่กล้าตัดสินใจการดำเนินงานไม่สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ความกล้าหาญจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งในคุณธรรมความรับผิดชอบที่สำคัญเช่นกัน

- **ความรับผิดชอบต่อความซื่อสัตย์** ผู้ที่มีความรับผิดชอบในหน้าที่ของตัวเอง และมีวินัย ที่จะ

ปฏิบัติตามระเบียบเกณฑ์ที่กำหนด กล่าวคือ การเป็นผู้ที่ปฏิบัติตนให้เป็นไปตามจรรยาบรรณ ของอาชีพหรือ การงานนั้นๆ ดังนั้นผู้ที่มีความรับผิดชอบจึงอยู่ในสภาพที่ซื่อสัตย์สุจริตต่อภาระหน้าที่ ของตนเองไม่ดำเนินการอื่นใดที่จะผิดแผกแปลกไปจากแนวปฏิบัติที่กำหนด โดยจรรยาบรรณของอาชีพ และการงาน ไม่หอรกหลงทั้งทางด้านการให้บริการ ผลผลิตที่มีเจตนา ดำเนินการทุจริตให้ผลผลิตมีคุณภาพต่ำ ก่อให้เกิดความเสียหาย ขาดคุณธรรมความรับผิดชอบต่อความซื่อสัตย์ เป็นเรื่องอันตรายมาก

- **ความรับผิดชอบต่อการคำนึงถึงผู้อื่น** ใน การดำเนินงานใดๆ ก็ตามจะต้องเกี่ยวข้องกับผู้อื่น การไม่สร้างภาระหรือปัญหาให้แก่ผู้อื่นโดยคำนึงถึงผู้อื่น เป็นคุณธรรมรับผิดชอบที่ตระหนักถึงบุคคล จะต้องมีความรับผิดชอบต่อปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน และกระทบกับงานที่กระทำ ความรับผิดชอบต่อคุณธรรมที่สำคัญครอบคลุมความหมายของคุณธรรมความรับผิดชอบ ที่กล่าว มาข้างต้น คือให้คนเรามีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ การทำงาน ในเรื่อง เวลา ฯลฯ หากจะพิจารณาจากทฤษฎีของตัวบุคคล และบทบาท/หน้าที่ต่างๆ ของบุคคลในสังคมแล้วอาจ จำแนกความรับผิดชอบต่อคนเราในเชิงกิจกรรมได้ 3 ประเภทคือ ความรับผิดชอบต่อการใช้ชีวิต ความรับผิดชอบต่อการทำงาน ความรับผิดชอบต่อบทบาท/หน้าที่อื่นๆ

การศึกษาใดๆก็ตามแต่ ถ้าหากไม่เข้าใจว่า เรียนไปทำไมหรือคิด ไม่ออกว่าจะนำไปใช้ทำอะไร ก็ใช้ไม่ได้ ก่อนอื่นจะต้องรู้เสียก่อนว่าศึกษาไปทำไม หรือศึกษาอะไร คำว่า “ศึกษา” ก็คือ “ปัญญา” ก็คือ สองคำนี้ประกอบกันเป็นความรู้ เพราะจะต้องมีสติปัญญา ถามว่าจะต้องมีสติปัญญาได้ด้วยวิธีใด คำตอบคือ ได้ ด้วยการศึกษ ดังนั้น การศึกษาจึงเป็นกระบวนการ สร้างสติปัญญา คือมีปัญญาอย่างเดียวไม่ได้ คำว่า

“สติ” คือการระลึกได้ รู้ได้ หรือระลึกได้ เพราะฉะนั้น สติปัญญาจึงหมายถึง การเกิดปัญญาที่รู้ได้ รู้ได้ด้วย ปัญญา กระบวนการสร้างปัญญาคือกระบวนการกำจัด อวิชชาทั้งปวง อวิชชาคืออะไร อวิชชาแปลว่าไม่รู้ แล้วก็แปลว่ารู้ ทั้งสองอย่าง ทำไม่จึงแปลได้ตรงข้ามกัน เพราะว่าอวิชชาหมายถึงไม่รู้ในสิ่งที่ควรรู้ คือสิ่งที่ควรรู้ กลับไม่รู้ แล้วไปรู้ในสิ่งที่ไม่ควรรู้นั่นเอง แปลว่าไม่รู้ ถูกทาง สิ่งที่เขาไม่ให้รู้ก็ไปรู้เข้าไป คำว่าอวิชชาจึงแปล ได้ทั้งสองทางคือแปลว่ารู้กับไม่รู้

ในกระบวนการสร้างสติปัญญานั้น เมื่อ ก่อให้เกิดสติปัญญาแล้วจะต้องกำจัดอวิชชาได้ด้วย ตัวอย่างเช่น เสมือนหนึ่งดอกบัวที่โผล่ออกมาจาก โคลนตมจากดินเลน สามารถกำจัดอวสาะทั้งปวงได้ ขจัดโคลนออกจากดอกได้ จึงเป็นกระบวนการทาง ธรรมชาติขจัดออก ในที่สุดแล้วดอกบัวนั้นก็ไม่มีโคลน ตมติดอยู่ ก็สามารถที่จะนำไปบูชาพระได้ เมื่อนำขึ้นมา ก็จะเห็นได้ว่าจะเป็นดอกบัวที่สะอาดไม่มีโคลนตมติด อยู่ ทั่วทั้งที่เกิดมาจากโคลนตม เพราะได้มีกระบวนการ ขจัดอวสาะทั้งปวงนั้นแล้ว เฉากเช่นเดียวกับคนเราไม่ว่า จะเกิดในที่ใด อาทิ “ตัวผมเป็นลูกชานา มีโคลนตมติด ตัวมาแต่เล็ก ผมก็พยายามขจัดขึ้นมาจนถึงวันนี้ได้เป็น ครูกับเขาคคนหนึ่ง” ฉะนั้นควรแยกแยะเสียก่อนระหว่าง ความรู้คู่คุณธรรม จะต้องแยกแยะให้ได้ว่ามนุษย์เรามี วิธีการคิดโดยใช้สติปัญญาได้ ก็สามารถ ไตร่ตรองใน สิ่งต่างๆได้ด้วยเหตุด้วยผล ไม่ตามกระแสสังคม บ้าน เรตามกระแสกันมาก ซึ่งเป็นสิ่งน่าวิตก บางวันมีข่าว โน้นข่าวนี้นี้ก็เชื่อกันโดยไม่ได้วิเคราะห์ เช่น บางวันมี ข่าวงูที่เขาเรียกมากินอาหารได้ ก็พากันไปไหว้ งู ไหว้ งู ไม่พอ พากันไปซื้อหอย งูมันให้หอยได้ กลายเป็นเรื่อง วิเศษวิโสไปเลย นำเอ็นดูแท้ บ้านเมืองจะปลอด หรือไม่ จะคิดอย่างไม่มีเหตุผลไม่ได้ การคิดโดยมี เหตุผล โดยนัยของเหตุผล หมายความว่าใช้สติปัญญา ไตร่ตรอง สติปัญญาก็เกิดมาจากกระบวนการขจัด

อวิชชานั้นเอง ฉะนั้น ควรเรียนรู้ในสิ่งที่ควรเรียนรู้ สิ่ง ที่ไม่ควรรู้ก็อย่าไปรู้ พอมีสติปัญญาแล้วก็ต้องใช้ สติปัญญา เรียกว่า โยนิโสมนสิการ คือการใช้สติปัญญา ไตร่ตรองด้วยเหตุผล ไม่ตามกระแสสังคมที่ผิด ไม่ใช่ เขาเห็นว่าคนนั้นไม่ดีคนนี้ไม่ดี ก็พลอยเห็นว่าไม่ดีไป ด้วย หรือเขาเห็นว่าคนนี้ดี ก็เห็นว่าดีด้วย อย่างนี้ไม่ใช่ โยนิโสมนสิการ คนเราจะต้องรู้จักใช้สติปัญญา ไตร่ตรองว่าดีจริงหรือไม่ ที่ว่าดีดีอย่างไร ไม่ดีนั้นไม่ดี อย่างไม่ คนไม่ดีจะอยู่ในตำแหน่งเป็นสิบปีได้อย่างไร คนที่ทำงานให้บ้านให้เมืองจะเป็นโจรแผ่นดินไม่ได้ จะต้องใช้สติปัญญาและความรู้พื้นฐานต่างๆมา ประกอบ มาประมวลกันแล้วค่อยตัดสินใจ แต่สังคมบ้าน เราน่าตกใจหลายครั้งทำให้คนดีที่อห้ำอเหยียดได้เพราะ ความไม่รู้นั่นเอง สิ่งที่เราควรรู้แล้วไม่รู้ สิ่งที่เรา ไตร่ตรอง ไม่ได้ ไตร่ตรอง แสดงว่าไม่มีโยนิโสมนสิการ ไม่มี กระบวนการสร้างสติปัญญานั้นเอง

ในกระบวนการสร้างสติปัญญานั้น มีอยู่สิ่ง หนึ่งที่ทำกันอยู่ก็คือการศึกษา การศึกษาที่ทุกคนกำลัง ทำกันอยู่น่าชื่นชมยินดีโดยแท้ ท่านผู้มีอาวุโสหลาย ท่านแทนที่จะนอนอยู่บ้าน กลับมาเรียนหนังสือ คน เหล่านี้มาเรียนอายุจะยืน เพราะได้พบสิ่งที่แปลกใหม่ พบสิ่งที่ควรรู้ควรคิด สิ่งที่คิดว่าตัวเองรู้แล้ว ไม่ใช่ก็มา คิดได้ คนไทยเราประหลาดอยู่หนึ่งอย่างชอบอมพะนำ ไม่ยอมถามคนอื่น ไม่ยอมสอบทานความรู้ กลัวเขาว่า ไม่รู้ คิดว่าตัวเองไม่โง่ ที่ปกปิดไว้เช่นนี้เป็นการฉลาด ความจริงแล้วโง่แท้ๆ ควรจะถามในสิ่งที่ไม่รู้ ไม่ใช่สิ่ง ที่น่าอาย ควรจะตั้งสมความรู้ให้เป็นฐานความรู้ (Knowledge Base)

ฐานความรู้เป็นเรื่องสำคัญ เป็นเรื่องของการ สังคม บางทีเรียกว่าจิตวิญญาณ ทุกคนควรที่จะปรับ ฐานความคิดให้ไปในทางเดียวกันได้แล้ว ตัวอย่างเช่น การเรียนความรู้คู่คุณธรรมนั้น ในระดับปริญญาตรีที่ เรียนจากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ควรจำได้แล้วทราบ

ว่าความรู้หมายถึงอะไร ความรู้นั้นเป็นเรื่องของการสร้างสติปัญญา เป็นเรื่องการศึกษาเล่าเรียน เป็นเรื่องที่ได้ฝึกฝน ได้ใช้สติปัญญาไตร่ตรอง ซึ่งก็คือความรู้ที่นี้ ความรู้ที่นั่นจะต้องตรวจสอบพิสูจน์ได้ว่า เป็นความรู้ที่เชื่อได้ทางวิทยาศาสตร์ ไม่ใช่ความรู้ที่เชื่อผิดๆ ถ้าคิดด้วยเหตุผลนั้นก็หมายถึง การที่มีกระบวนการที่เกิดความรู้ขึ้น ความรู้ตรงนี้ต้องเป็นความรู้เป็นวิทยาศาสตร์ รู้แบบทดลองได้ พิสูจน์ได้ เรียนรู้ได้ตามหลักของกาลามสูตร เป็นหลักการคิด มีเหตุมีผลอยู่ในตัว ไม่ใช่ใครมาพูดอะไรก็เชื่อทันที โดยไม่ใช่เหตุผลว่าเป็นไปได้หรือไม่ ดังนั้นการปล่อยให้เกิดกระแสเป็นการทำลายความรู้ ดังนั้นคนเราจะต้องมีความรู้แล้วจะต้องรู้จักคิดต้องรู้จักใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หลักการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงในระดับปริญญาตรี นั้น ปรารถนาให้จำได้แล้วรู้จักคิด คือ จำได้ คิดได้ จำได้ว่าคำราวๆอย่างไร ใครเขาว่าอย่างไร หรือหลักเกณฑ์ว่าอย่างไร แล้วนำไปคิดว่าจะนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างไร แต่ในขณะเดียวกันในระดับปริญญาโทจะต้องเป็นเรื่องคิดเป็น แล้วนำไปใช้เป็น คิดเป็นตรงนี้ไม่ใช่แค่คิดได้เฉยๆ การคิดเป็นจะต้องเรียนรู้ทฤษฎี ต้องสร้างองค์ความรู้ได้บ้าง จะต้องได้ระดับได้ว่า ความ เป็นมาของเรื่องนั้น ผ่านขั้นตอนอะไรมาบ้าง ได้ทฤษฎี มากี่ไม่ใช่ว่าจะนำไปใช้ได้เลย ต้องคิดว่าทฤษฎีนี้มี ผลผลอย่างไร จะต้องว่าด้วยเหตุผลเสียก่อนจึงค่อยนำไปใช้ นำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันกับการเรียนหนังสือ กับการที่จะออกไปทำมาค้าขาย ออกไปประกอบอาชีพ ส่วนในระดับปริญญาเอกนั้น จะต้องเป็นเรื่องที่คิดค้นองค์ความรู้ขึ้นมาได้ พุดง่ายๆก็คือต้องไปงมเข็มในมหาสมุทร เข็มที่นั่นก็คือ ความรู้หรือ องค์ความรู้ ต้องไปค้นพบองค์ความรู้ขึ้นมา แล้วสร้าง องค์ความรู้ใหม่และต้องนำไปใช้ในลักษณะที่ รับผิดชอบดูแลสังคมได้ การเรียนวิชาความรู้คู่ คุณธรรมก็เป็นการเรียนในลักษณะที่แบ่งออกเป็นสาม

ระดับเช่นกัน คือ ในระดับปริญญาตรีให้คิดได้ คิดเป็น ในระดับปริญญาโทต้องคิดเป็นแล้วนำไปใช้ได้ ขณะเดียวกันในระดับปริญญาเอกจะต้องหาความรู้ใหม่ สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่แล้วนำไปรับผิดชอบรับ ใช้ดูแลบ้านเมืองได้ คำว่าความรู้มีความหมายกว้าง ความรู้มีทั้งที่บอกว่ามีความเป็นเลิศกับมีความเด่น ความเป็นเลิศหมายถึงการสั่งสมอบรมวิชานั้น หรือมีการสั่งสอนวิชานั้น หรือมีการวิจัยวิชาการนั้น จนสามารถนำไปใช้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคม นั่นแหละ จึงเรียกว่าเป็นเลิศทาง วิชาการ แต่การเป็นเลิศทางวิชาการเท่านั้นยังไม่พอ เป็นแต่เพียงการตรวจสอบพิสูจน์องค์ความรู้ได้ นำ วิชาการมารับใช้สังคม และต้องสามารถนำมาดูแล บ้านเมืองได้ด้วย

### บทสรุป

ณ วันนี้ เราจะได้พบ ได้เห็น คนที่มีความรู้แต่นำความรู้ไปใช้ในทางที่ผิดทำนองคลองธรรมมากมาย สร้างความเสียหายให้แก่ส่วนรวมหนักต่อนัก ที่เห็นชัดคือใช้ความรู้ความสามารถหลอกลวงต้มตุ๋นเพื่อนมนุษย์ด้วยกันโดยไม่ ละอายใจหรือละอายต่อบาปที่ตนกระทำขึ้นเลยแม้แต่น้อย

ประเด็นดัง กล่าวมานี้ จึงนำมาเสนอต่อ นักเรียนนักศึกษารุ่นใหม่ ยุคแทปเล็ต ในฐานะที่เป็นผู้มี โอกาสสะสมความรู้ เป็นคนมีความรู้ จึงอยาก ให้พิจารณานำสิ่งดีงามในหลักคำสอนของศาสนาต่าง ๆ เข้าไปกำกับตนด้วย เพื่อให้ตนเองเป็นคนโดยสมบูรณ์ ทั้งร่างกายและจิตใจ ในเรื่องความรู้คู่คุณธรรม จะมีแต่ ความรู้ไม่ได้ เพราะเวลานำไปใช้แล้วจะเกิดเหตุกับ บ้านเมืองได้ คือ เกิดเหตุเป็นผลร้ายกับสังคม เหมือนมี ปืนอยู่ เขาให้นำไปยิงเป้าแต่กลับนำไปยิงคน อย่างนี้ถือ ว่าเป็นเรื่องใช้ความรู้ความสามารถอย่างไม่มีคุณธรรม แต่ถ้ามีคุณธรรมแต่เพียงอย่างเดียวความรู้ไม่มีก็จะทำ

ให้เกิดเป็นยุคขึ้นมายุคหนึ่ง เช่น พระภิกษุสงฆ์ถ้ามีแต่คุณธรรมอย่างเดียว ไม่มีความรู้ความสามารถอย่างปัจจุบันนี้ คนเข้าวัดไปทำบุญอธิษฐานจิตเพื่อที่จะให้เกิดศีกว่าหรือเพื่อจะให้อะไรต่างๆเหล่านั้นไม่เหมือนแต่ก่อน เวลาไปวัดนั้น เป็นเรื่องขจัดทุกข์ มีปัญหา กฎหมาย ก็ไปให้พระชี้ ทะเลาะกันในเรื่องใดก็ไปให้พระชี้ พระจะชี้นำสั่งคมได้ ถามว่าทำไมพระชี้นำสั่งคมได้ ก็เพราะคนทั้งหลายเชื่อมั่นว่าพระเป็นผู้มีคุณธรรม เนื่องจากเป็นผู้ทรงศีล และเป็นผู้มีจริยธรรม นั่นหมายความว่าพระเป็นผู้มีคุณธรรม ในเมื่อพระเป็นอย่างนั้นแล้ว ประชาชนก็ไปหา เพราะคนในหมู่บ้านนั้นไม่มีใครรู้เกินพระ พระเป็นผู้ที่มีความรู้ แต่มาวันนี้จะสังเกตได้ว่า คนที่ไปวัดมุ่งแต่เรื่องการทำบุญเท่านั้น ไม่ได้มุ่งให้พระขจัดทุกข์ ในเรื่องความรู้เลย ไม่ได้มุ่งให้พระขจัดอวิชา ดังนั้นจึงต้องพิจารณาให้ดีว่าสั่งคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างไร ถ้าหากมีแต่ความรู้ ไม่มีคุณธรรมก็ใช้ไม่ได้ หากมีแต่คุณธรรม ไม่มีความรู้ก็ใช้ไม่ได้เช่นกัน จะต้องให้ทั้งสองอย่างมีคุณภาพกัน จะต้องให้ทั้งสองอย่างมี ทั้งสองอย่างเกิดถึงจะใช้ได้...

### รายการอ้างอิง

- [1] พนม พงษ์ไพบูลย์  
<http://www.gotoknow.org/blogs/posts/98345>
- [2] คนมีคุณธรรมความรับผิดชอบ  
ในพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว  
<http://www.oknation.net/blog/Tatcha-Bloggy/2008/01/24/entry-9>
- [3] ความรู้คู่คุณธรรม โดยศาสตราจารย์ประจำ  
รังสรรค์ แสงสุข <http://www.thaitangdaen-news.eu>
- [4] ความรู้คู่คุณธรรม โดยครูณรงค์  
[http://www.brr.ac.th/articles.php?article\\_id=198](http://www.brr.ac.th/articles.php?article_id=198)



## ปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น

ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

**Important factors that affect the behavior of young people using social media**

**in Saimai border in Bangkok province**

สุทัศน์ เดชบุญชร

อาจารย์สังกัดสำนักกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, omecca\_072@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วในยุคที่อินเทอร์เน็ตเติบโตและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกวัน ไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์และผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังมีผลต่อมาตรการวัดความสำเร็จด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของภาคธุรกิจอีกด้วย ทำให้ความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เรื่อง “ปัจจัยที่สำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร” โดยการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นซึ่งมีอายุระหว่าง 13 – 19 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยวิธี t-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบเป็นรายคู่ในกรณีที่มีความแตกต่างกัน โดยวิธี LSD จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน และรายได้ที่ผู้ปกครองมอบให้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุและประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครด้านอารมณ์แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียนแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ปัจจัย, พฤติกรรม, การเลือกใช้, สื่อสังคมออนไลน์

**ABSTRACT**

Communication technology has rapidly developed on internet world and there are more users every day. for communication on internet. The popularity of online network does not only make the change of relationship between brand and consumers, but it also influences on marketing and publication success of business as well. For this reason, the researcher interested to study about “Factor important to behavior of online media using of teenager in Saimai, Bangkok”. Sample of this study had on age between 13-19 years old residing in Saimai area, Bangkok for 420 persons. Tools used in collecting data were questionnaire. Analyzed by frequency, percentage, average, deviation standard and assumption test used t-test to analyze one way ANOVA and test case by case used LSD. The research result was that consumers with different gender, grade point and parents’ income placed not different importance of behavior of using online network of teenager in Saimai, Bangkok. Consumers with different age and experience placed importance of behavior of using online network of teenager in Saimai, Bangkok differently. Consumers with different education placed importance of behavior of using online network of teenager in Saimai, Bangkok in term of emotion, society and education differently.

**KEYWORDS** : Factors, Behaviors, Choices, Online media

**ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วในยุคที่อินเทอร์เน็ตเติบโตและมีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกวัน ทำให้มีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นมากมาย จะเห็นได้จากจำนวนผู้คนที่ลงทะเบียนเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นมาอย่างรวดเร็ว รายงานจาก The Wave 3 Report ของ Universal Maccan (กองบรรณาธิการกรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2552) แสดงให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อแบรนด์ และภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจอย่างมาก เพราะผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) นิยมโพสต์แสดงความคิดเห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีทัศนคติในเชิงบวกต่อบริษัทหรือองค์กรที่สร้างบล็อกเป็นของตนเอง ยังมีต่อมาตรวัดความสำเร็จด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของภาคธุรกิจอีกด้วย ดังนั้นจึงไม่ใช่เป็นเรื่องน่าแปลกใจที่องค์กรธุรกิจหรือบุคคลสำคัญทั่วโลกต่าง ๆ จะหันมาให้

ความสนใจกับการทำการตลาดบนเครือข่ายสังคมออนไลน์กันมากขึ้น จากมูลเหตุและแรงจูงใจผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย**

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เป็นข้อมูลในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

2. นักการตลาด นักการสื่อสาร นักโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ และคิดค้นรูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ได้อย่างเหมาะสม

### สมมติฐานในการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คณะผู้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าต้องการทดสอบว่าลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีสมมติฐาน คือ ผู้บริโภคที่มีลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรม

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและแรงจูงใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรการวิจัยในครั้งนี้ คือ วัยรุ่นซึ่งมีอายุระหว่าง 13-19 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ครั้งนี้ คือ วัยรุ่นซึ่งมีอายุระหว่าง 13-19 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัย

คำนวณโดยการเปิดตารางของยามานะ (Taro Yamane,1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แต่เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามบางตัวอย่างอาจเกิดการไม่สมบูรณ์ จึงได้สำรองเพื่อไว้ 5 % รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 420 ตัวอย่าง

### วิธีการสุ่มการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูลผู้ที่อาศัยในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ชุด ซึ่งการเก็บตัวอย่างจะใช้วิธีตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้บริการด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaires)

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

- ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ลักษณะในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
- ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะ

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์
4. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญประเมินและวิเคราะห์แบบสอบถาม ตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหาของแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out)
5. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

### วิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2

2. การหาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 โดยใช้ Likert Scale แบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย, น้อยที่สุด โดยมีน้ำหนักเท่ากับ 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

3. การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการอธิบายและแสดงค่าของข้อมูลที่เป็นจำนวนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

1.1 ร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

2. สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรตลอดจนการพิสูจน์สมมติฐานในการวิจัยในระดับนัยที่สำคัญที่ 0.05 เป็นเบื้องต้น สถิติที่ใช้ได้แก่

2.1 ค่าแจกแจงที t-test

2.2 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.3 ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance)

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. เพศชาย	202	48.1
2. เพศหญิง	218	51.9
อายุ		
1. 13	22	5.2
2. 14	38	9.0
3. 15	76	18.1
4. 16	72	17.1
5. 17	153	36.4
6. 18	59	14.0

ปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
1. มัธยมตอนต้น	160	38.1
2. มัธยมตอนปลาย	190	45.2
3. ไม่ได้ศึกษาอยู่	28	6.7
4. อื่น ๆ	42	10.0

เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน		
1. ต่ำกว่า 2.00	39	9.3
2. 2.00 – 2.49	113	26.9
3. 2.50 – 2.99	181	43.1
4. 3.00 – 3.49	63	15.0
5. 3.50 – 4.00	24	5.7

รายได้ที่ผู้ปกครองให้เฉลี่ยต่อเดือน		
1. น้อยกว่า 2,000 บาท	13	3.1
2. 2,001 – 3,000 บาท	55	13.1
3. 3,001 – 4,000 บาท	152	36.2
4. 4,001 – 5,000 บาท	200	47.6

ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. น้อยกว่า 1 ปี	17	4.0
2. 1 – 2 ปี	100	23.8
3. 2 – 3 ปี	119	28.3
4. 3 – 4 ปี	30	7.1
5. มากกว่า 4 ปี	154	36.7

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ลักษณะในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

ลักษณะในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. 06.01 น. – 12.00 น.	13	3.1
2. 12.01 น. – 18.00 น.	78	18.6
3. 18.01 น. – 24.00 น.	280	66.7

4. 00.01 น. – 06.00 น. 49 11.7

ลักษณะในการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน		
1. น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	34	8.1
2. 1 – 3 ชั่วโมง	183	43.6
3. มากกว่า 3 ชั่วโมง	203	48.3
สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. บ้าน	164	39.0
2. หอพัก	37	8.8
3. ร้านอินเทอร์เน็ต	99	23.6
4. โทรศัพท์มือถือ	118	28.1
5. อื่น ๆ	2	0.5
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อเดือน		
1. ไม่เกิน 500 บาท	90	21.4
2. 501 – 700 บาท	204	48.6
3. 701 – 1,000 บาท	86	20.5
4. 1,000 บาทขึ้นไป	40	9.5
เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้		
1. Hi 5	13	3.1
2. Facebook	271	64.5
3. Twitter	52	12.4
4. My Space	28	6.7
5. อื่น ๆ	56	13.3
วัตถุประสงค์ในการเข้าเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. ต้องการคุยกับเพื่อน	142	33.8
2. ต้องการหาเพื่อนใหม่	67	16.0
3. ต้องการหาเพื่อนต่างเพศ	73	17.4
4. ต้องการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ	19	4.5
5. ต้องการติดต่อเพื่อทางธุรกิจ	18	4.3
6. ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	54	12.9
7. อื่น ๆ	47	11.2

ลักษณะในการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในการสมัครสมาชิก เครือข่ายสังคมออนไลน์		
1. ข้อมูลส่วนตัวที่เป็นจริง	132	31.4
2. ข้อมูลส่วนตัวที่เป็นจริงบางส่วน	191	45.5
3. ข้อมูลส่วนตัวที่ไม่เป็นจริง	97	23.1

ตาราง 3 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์

พฤติกรรมในการเลือกใช้ สื่อสังคมออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านอารมณ์	3.31	0.99	ปานกลาง
2. ด้านสังคม	3.03	1.07	ปานกลาง
3. ด้านการเรียนรู้	3.01	1.08	ปานกลาง
รวม	3.12	1.05	ปานกลาง

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคยุคของสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน

จากการศึกษา ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและลักษณะในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 17 ปี กำลังศึกษาระดับมัธยมตอนปลาย

มีเกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบันระหว่าง 2.50 - 2.99 รายได้ ที่ผู้ปกครองให้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001 – 5,000 บาท ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปี มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อเดือน 501 – 700 บาท ส่วนใหญ่มีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้ คือ Hi 5 โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าเล่นเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ ต้องการคุยกับ ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวในการสมัครสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยข้อมูลส่วนตัวที่เป็นจริงบางส่วน ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วงเวลา 18.01 น. – 24.00 น. มีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 3 ชั่วโมง สถานที่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ บ้าน พอจะอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหญิงระดับมัธยมตอนปลาย ซึ่งใช้เวลาหลังเลิกเรียนใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อพูดคุยกับเพื่อน โดยเล่นจากที่บ้าน

2. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นของปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านอารมณ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาได้แก่ด้านสังคม และด้านการเรียน พอจะอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับพฤติกรรมด้านอารมณ์ เนื่องจากเวลาที่รู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียวก็สามารถใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการหาเพื่อนคุย

### 3. การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ผู้บริโภคที่มีเพศ เกรดเฉลี่ยสะสมปัจจุบัน และรายได้ที่ผู้ปกครองมอบให้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุและ

ประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครด้านอารมณ์แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียนแตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้มาจากการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

1. ในการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้าน หลังเลิกเรียนถึงก่อนเข้านอน ดังนั้นผู้ปกครองควรควบคุมดูแลบุตรหลานอย่างใกล้ชิดเพื่อให้พักผ่อนให้เพียงพอไม่เล่นจนตึกเกินไปจนเสียสุขภาพ และอาจส่งผลเสียถึงการเรียนได้ นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ในโทรศัพท์มือถือ แสดงให้เห็นว่านักเรียนสามารถแอบเล่นในเวลาเรียนได้ ครูผู้สอนจึงควรให้ความสำคัญแนะนำกับนักเรียน และเข้มงวดให้มากขึ้น เพราะการแอบเล่นในเวลาเรียนนั้นอาจทำให้กระทบถึงการเรียนได้

2. ในการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านการเรียน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อหาเพื่อนคุยเวลาที่พวกเขาารู้สึกโดดเดี่ยวหรืออยู่คนเดียว รู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลสำคัญเมื่ออยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเมื่อรู้สึกผิดหวังหรือเสียใจพวกเขาจะเข้าไประบายความรู้สึกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้ปกครองควรมีเวลาพูดคุยกับบุตรหลานมากขึ้น แนะนำให้รู้จักการแบ่งเวลาให้เหมาะสม และหากิจกรรมอื่น ๆ ทำร่วมกันบ้างในวันหยุด เพื่อให้เด็กรู้สึกว่ามีตัวตนอยู่คนเดียว หรือเป็นคนที่ไม่สำคัญ จนหันมาหมกตัวอยู่ในโลกของเครือข่ายสังคมออนไลน์เพียงอย่างเดียว

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้อีคอมเมอออนไลน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตและปัญหาการใช้อินเตอร์เน็ตของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร

### บรรณานุกรม

- [1] กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2546). ความคิดเห็นของผู้ปกครอง เกี่ยวกับการใช้อินเตอร์เน็ตหรือคอมพิวเตอร์ ของบุตรหลาน/สมาชิกในครัวเรือน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.nso.go.th>
- [2] ชัยนาท นาคบุปผา. (2529). จิตวิทยาการศึกษา. ภาควิชา พื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- [3] คลฤดี คุ่มพูล. (2547). การศึกษาพฤติกรรมการเล่น ผลกระทบและแนวทางการพัฒนาเกมคอมพิวเตอร์ สำหรับเยาวชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิศวกรรมไฟฟ้า คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- [4] ทฤษฎีแรงจูงใจ Herzberg. (2554). <http://www.allianceth.com/forum/index.php?topic112.0>
- [5] ปริณัฐ ลักษณ์านนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรม ผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน. (พิมพ์ครั้งที่ 3)
- [6] กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ลิฟ การพิมพ์.
- [7] ฤดีพร ผ่องสุภาพ. (2551). การแสวงหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [8] พงศ์ หรดาล. (2540). จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [9] พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- [10] พรทิพย์ จันทนบุปผา. (2550). แรงจูงใจและปัญหาในการปฏิบัติหน้าที่ของผู้พิพากษาสมทบในศาลเยาวชนและครอบครัว : กรณีศึกษาศาลในเขตสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 1. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- [11] ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- [12] รัตน์ดาว ปาจิตร. (2548). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงเรียนอนุบาลเอกชนของผู้ปกครอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ บข.ม. (บริหารธุรกิจ) เชียงราย : มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิตราชภัฏเชียงราย
- [13] วรณารด แสงมณี. (2543). การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 2 ภาควิชาภาษาและสังคม : คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- [14] ศราวุธ ศรีวิไล. (2547). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษาช่วงอุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิศวกรรมไฟฟ้า คณะครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- [15] ศรีศักดิ์ วัฒนวงศ์. (2548). พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยบูรพา

- [16] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2535). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : S.M. Circuit.
- [17] \_\_\_\_\_. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์พัฒนา.
- [18] \_\_\_\_\_. (2541). พฤติกรรมองค์การ [Organizational Behavior (OB)]. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- [19] \_\_\_\_\_. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- [20] สุปัญญา ไชยชาญ. (2538). การบริหารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- [21] สุมาลี ศาลาสุข. (2552). แนวโน้มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 16.1 ล้านคน.
- [22] แสง รัตนมงคลมาส. (2537). การบริหารงานของสมาคมจีน : บทศึกษาเฉพาะกรณีสมาคมเต๋จิวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. (รัฐประศาสนศาสตร์) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย
- [23] อุดลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [24] อรุณี เนตตกุล. (2546) ส่วนประสมทางตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในการเลือกสถานพยาบาลบริการด้านทันตกรรม ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) เชียงราย : มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- [25] อรรถพล อุสายพันธ์. (2549). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- [26] อุษณีย์ จิตตะปาโล และนุตประวีณ์ เลิศกาญจนวัตติ. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: อาชีวศึกษา.
- [27] Saffko, L., & Brake, D.K. The social Media Bible: Tactics, Tool, and Strategies for Business Success. New York: Wiley
- [28] Yamane, Taro. 1973. Statistics : An Introductory Analysis 3 rd ed., Tokyo: Harper. International Edition.



## ผลของการให้สัตยาบันต่อสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา ของภูมิภาคอาเซียนในประเทศไทย

### The effect of Asean Mutual Legal Assistance Treaty Ratification

เกรียงศักดิ์ โปยมรัตน์

คณะรัฐศาสตร์ สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, Email:joejoe.i2192@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงผลกระทบในกรณีประเทศไทยจะให้สัตยาบันในสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา (Mutual Assistance in Criminal Matter Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน (MLAT ASEAN) ซึ่งประเทศไทยได้ลงนามในสนธิสัญญานี้แล้ว โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535 ของประเทศไทยกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่ได้ให้สัตยาบันในสนธิสัญญานี้แล้ว ซึ่งจะเป็นการศึกษาวเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติ และเฉพาะในกรณีที่ประเทศไทยเป็นประเทศผู้รับคำร้องขอเท่านั้น เพื่อกรณีจะเป็นที่เข้าใจได้ว่า หากประเทศไทยจะเข้าให้สัตยาบันต่อสนธิสัญญานี้แล้ว ประเทศไทยจะต้องแก้ไขข้อบกพร่องกฎหมายหรือไม่

ด้วยเหตุที่ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวกับการให้ความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535 แล้วแต่เนื่องจากในปัจจุบันปัญหาทางอาชญากรรมข้ามชาติในภูมิภาคนี้ได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องแก้ไขพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535 ขึ้นใหม่ เพื่อให้ทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น โดยพระราชบัญญัติฯ นี้จะต้องสอดคล้องกับสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา (Mutual Assistance in Criminal Matter Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน (MLAT ASEAN) และจะต้องสอดคล้องกับสนธิสัญญาทวิภาคีและพหุภาคีในเรื่องความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญาที่ประเทศไทยได้ทำร่วมกันหลายประเทศก่อนที่จะได้เข้าให้สัตยาบันในสนธิสัญญานี้เช่นกัน

จากการศึกษา พบว่า พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535 มีหลายมาตราที่ไม่สอดคล้องรองรับกับสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา (Mutual Assistance in Criminal Matter Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน (MLAT ASEAN) อันจะมีผลทำให้เกิดผลกระทบต่อประสิทธิภาพในด้านการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียนนี้และรัฐบาลไทยในสมัยที่ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นนายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติตามที่สำนักงานอัยการสูงสุดเสนอให้พิจารณาให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535

ดังนั้นเมื่อมีการเสนอแก้ไขพระราชบัญญัติฯ ดังกล่าวแล้ว ย่อมมีผลกระทบต่อการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรมีการแก้ไขกฎ ระเบียบ ต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินคดี

ทางอาญา เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันนำมาซึ่งการแก้ไขปัญห  
อาชญากรรมข้ามชาติได้

#### ABSTRACT

The objective of this research is to study the impact of Thailand's ratification of the Treaty of Mutual Legal Assistance in Criminal Matters of ASEAN, to which Thailand is a signatory. The study was carried out by comparing the above Treaty with Thailand's Act for International Cooperation in Criminal Matters, B.E.2535 (C.E.1992), with ASEAN member countries especially those that have already ratified the Treaty. The study looks into practical problems.

As Thailand has specifically enacted the law concerning international cooperation which is the Act for International Cooperation in Criminal Matters, B.E. 2535 (C.E.1992), and with the increase in transnational crime in this region, it is, therefore, necessary to amend the Act for International Cooperation in Criminal Matters, B.E. 2535 (C.E. 1992), to keep up with the times and the problems needed to be tackled. The amended Act must be in harmony with MLAT ASEAN, and it must also be in harmony with the bilateral and multi-lateral treaties on mutual legal assistance in criminal matters which Thailand has entered into with various counties prior to ratifying this Treaty.

The study reveals that several sections of the Act for International Cooperation in Criminal Matters, B.E. 2535 (C.E. 1992), are not compatible with or support MLAT ASEAN, and this could affect efficiency in the prevention and suppression of transnational crimes in the ASEAN region. During the previous Thai government under Abhisit Vejjajiva administration, the amendment of the Act for International Cooperation in Criminal Matters, B.E. 2535 (C.E.1992) was brought forward by the Office of the Attorney-General and was approved by the Council of Ministers.

The amendment of the abovementioned Act is inevitably has an effect on associated count units. For this reason, the law and regulation of the count units associated with criminal justice process should be adjusted in order to increase execution efficiency, and finally, bring about transnational crimes problem-solving.

**KEYWORDS: MUTUAL LEGAL ASSISTANCE TREATY**

## บทนำ

ปัจจุบันปัญหาอาชญากรรม(Crimes) ไม่ใช่เป็นปัญหาเฉพาะประเทศใดประเทศหนึ่งโดยเฉพาะแล้วแต่เป็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยสาธารณะและความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของทุกประเทศทั่วโลกและปัญหาอาชญากรรมในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณและความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆเนื่องจากปัจจุบันนี้อาชญากรรมนั้นเป็นอาชญากรรมที่จัดตั้งในลักษณะองค์กรข้ามชาติเป็นปัญหาสำคัญในสังคมโลกยุคใหม่ และลักษณะหรือรูปแบบของการกระทำความผิดได้เปลี่ยนรูปแบบวิธีการจากเดิม ซึ่งอาชญากรใช้ความสามารถเฉพาะตัวด้วยวิธีการที่ไม่ยุ่งยากมาสู่อาชญากรรมที่จัดเป็นระบบองค์กรที่มีเครือข่ายการทำงานที่กว้างขวางโยงโยไปทั่วโลกประกอบกับรูปแบบและลักษณะของอาชญากรรมในปัจจุบันเป็นอาชญากรรมที่มีลักษณะการกระทำผิดโดยอาศัยโอกาสจากการพัฒนาการทางเทคโนโลยี และมีสภาพเป็นความผิดที่กระทำข้ามพรมแดนระหว่างรัฐ 2 รัฐ หรือมากกว่านั้น เช่น อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ อาชญากรรมคอมพิวเตอร์อาชญากรรมที่กระทำในโลกอุตสาหกรรม อาชญากรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการค้ายาเสพติด โดยเฉพาะในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ก็ปรากฏว่าอาชญากรรมที่สำคัญๆ โดยเฉพาะอาชญากรรมที่กระทำต่อผู้หญิงและเด็กเซ็กส์ทัวร์การทำลายสิ่งแวดล้อมมีสภาพและรูปแบบสลับซับซ้อนมากขึ้นและรุนแรงมากขึ้นกว่าในอดีตดังนั้นหากไม่มีมาตรการ และกลไกที่ดีที่คอยควบคุมปัญหาอาชญากรรม ปัญหาอาชญากรรมที่กล่าวมาข้างต้นก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณและความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆซึ่งยากที่จะควบคุมได้

จากสถานการณ์ดังกล่าวที่มีอยู่อย่างกว้างขวางในทั่วทุกมุมโลก นับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้นเกินกว่าที่ประเทศใดประเทศหนึ่งประเทศเดียวจะดำเนินการได้โดยลำพังทำให้รัฐต่างๆได้มีความเห็นพ้องต้องกันว่าอาชญากรรมเหล่านั้นเป็นเรื่องสำคัญและต้องการความร่วมมือระหว่างประเทศอย่างสูงสุดในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา2 เครื่องมือสำคัญซึ่งกำหนดมาตรฐานของชุมชนโลกในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่กระทำต่อผู้หญิงและเด็ก รวมถึงอาชญากรรมข้ามชาติ ได้แก่ กฎหมายในการส่งผู้ร้ายข้ามแดนและความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา

แนวความคิดเรื่องการให้ความร่วมมือและการให้ความช่วยเหลือในเรื่องทางอาญานั้นเริ่มเกิดขึ้นเมื่อคณะมนตรีแห่งยุโรป (Council of Europe) รับเอาอนุสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา ค.ศ.1959 (Europion Convention Mutual Assistance in Criminal Matters,1959) มาดำเนินการเนื่องจากมีแนวความคิดดั้งเดิมในกฎหมาย โดยเฉพาะในกฎหมายอาญาว่ากฎหมายในรัฐใด ก็พึงใช้เฉพาะในรัฐนั้นเท่านั้น ซึ่งเป็นหลักทั่วไปของการใช้เขตอำนาจรัฐ แต่ความจำเป็นในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมระหว่างประเทศ หรืออาชญากรรมข้ามพรมแดน เพื่อมิให้ผู้กระทำความผิดรอดพ้นจากการถูกจับกุมและการป้องกันและปราบปรามจะได้ผลต่อเมื่อได้มีความร่วมมือกันทางอาญาระหว่างรัฐ (International Cooperate) อันเป็นคุณประโยชน์ของฝ่ายบริหารของนานาประเทศที่จะต้องดำเนินการป้องกันและปราบปราม

1 สำนักงานอัยการสูงสุด, คู่มือความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา(กรุงเทพมหานคร;สำนักงานอัยการสูงสุด,2545),หน้า1.

2 สำนักงานอัยการสูงสุด, คำนำ( ในการพิมพ์ครั้งที่ ๒)คู่มือความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา(กรุงเทพมหานคร;สำนักงานอัยการสูงสุด,2548)

ผู้กระทำความผิดและเหล่าอาชญากรรมนั้นๆทำให้คณะมนตรีแห่งยุโรปร่วมกันจัดทำอนุสัญญาขึ้น 3

ความร่วมมือระหว่างประเทศทางอาญาเป็นส่วนหนึ่งของการบังคับให้เป็นไปตามกฎหมายโดยรัฐต่างชาติ(ทางการศาล) ต้องอาศัยการปฏิบัติการในดินแดนของรัฐอื่นซึ่งรัฐไม่อาจดำเนินการได้ด้วยตนเองจึงต้องขึ้นอยู่กับรัฐอื่นว่าจะให้ความยินยอมที่จะใช้เขตอำนาจเหนือดินแดนของตนเพื่อให้เกิดผลสำหรับกฎหมายที่ไม่ใช่ของตนหรือไม่ในบางครั้งรัฐดังกล่าวอาจกระทำโดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายภายในของตนที่ทำให้กฎหมายของรัฐต่างชาติเพื่อประโยชน์ของผู้ที่ร้องขอ หรืออาจได้รับการร้องขอโดยตรงจากรัฐผู้บัญญัติกฎหมายนั้นเองที่ประสงค์จะให้เกิดผลแก่กฎหมายของตน และรัฐต่างชาติไม่จำเป็นต้องปฏิบัติตามคำร้องขอ แต่ก็อาจจะให้คำมั่นไว้ล่วงหน้าว่าจะกระทำในรูปของการทำความร่วมมือระหว่างประเทศ หรือความช่วยเหลือระหว่างกัน<sup>3</sup>

ในส่วนของประเทศไทยนั้นได้ตระหนักถึงปัญหาของอาชญากรรมข้ามชาติดังกล่าวและด้วยเนื่องจากการที่ประเทศไทยยึดถือระบบกฎหมายแบบทวีนิยม<sup>5</sup> ซึ่งถือ

ว่าระบบกฎหมายภายในประเทศกับระบบกฎหมายภายนอกประเทศแตกต่างกัน การจะดำเนินการใดๆภายนอกประเทศให้เกิดผลผูกพันมีสภาพบังคับในฐานะเป็นกฎหมายในประเทศได้จะต้องมีการอนุวัติการกฎหมายให้มีสภาพเป็นกฎหมายภายในเสียก่อน หรือมีกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการภายนอกประเทศในเรื่องเดียวกันรองรับอยู่แล้วจึงจะก่อให้เกิดผลบังคับเป็นกฎหมายภายในสามารถบังคับได้ทันทีในส่วน ของ ความร่วมมือระหว่างประเทศ (Internatioh;nal Cooperate)ที่ประเทศไทยให้แก่อื่นได้แก่

1) ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา(Mutual Assistance in Criminal Matters) คือการให้ความร่วมมืออันเกี่ยวกับกระบวนการยุติธรรมทางอาญา ไม่ว่าจะเป็นการสืบสวน การสอบสวน การรวบรวมพยานหลักฐาน การสืบพยาน การฟ้องคดี

2) การส่งผู้ร้ายข้ามแดน (Extradition)คือการให้ความร่วมมืออันเกี่ยวกับการส่งตัวผู้กระทำความผิดในประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งเพื่อดำเนินการตามกระบวนการยุติธรรมของประเทศผู้ร้องขอ

3) การโอนตัวนักโทษ(Tranfer of Prisons) คือการให้ความร่วมมืออันเกี่ยวกับการโอนตัวบุคคล ซึ่งศาลได้มีคำพิพากษาถึงที่สุดให้ลงโทษจำคุกแล้ว และกำลังรับโทษในประเทศที่ความผิดเกิดให้กลับไปยังประเทศซึ่งบุคคลดังกล่าวมีสัญชาติ เพื่อบังคับตามคำพิพากษาในประเทศนั้นต่อไป

ซึ่งทั้งสามประเภทนั้นเป็น

เรื่องการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายของรัฐต่างชาติ ซึ่งมีการดำเนินการร้องขอโดยรัฐอื่นโดยที่ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา และเรื่องการแลกเปลี่ยนนักโทษหรือโอนตัวนักโทษนั้นจะ

ประเทศต่างๆโดยไม่ต้องแปลงรูปกฎหมายระหว่างประเทศมาเป็นกฎหมายภายในก่อน

<sup>3</sup> พรชัย ตำนวิวัฒน์, กฎหมายอาญาระหว่างประเทศ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, ม.ป.ป.)หน้า 12.

<sup>4</sup> จตุรงค์ ฉิระวัฒน์, กฎหมายระหว่างประเทศ(กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)หน้า 248.

<sup>5</sup> ทฤษฎีว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายระหว่างประเทศกับกฎหมายภายในประเทศที่สำคัญคือ ทฤษฎีทวีนิยม ถือว่ากฎหมายภายในประเทศกับกฎหมายระหว่างประเทศเป็นระบบกฎหมายที่แตกต่างกัน โดยการจะนำกฎหมายระหว่างประเทศมาใช้เป็นกฎหมายภายในประเทศต้องมีการแปลงรูปกฎหมายก่อน ด้วยวิธีการประกาศยอมรับกฎหมายระหว่างประเทศไว้บังคับเป็นกฎหมายภายในประเทศหรือด้วยวิธีออกกฎหมายรองรับ สำหรับทฤษฎีเอกนิยม ถือว่ากฎหมายภายในประเทศกับกฎหมายระหว่างประเทศมีระบบกฎหมายอย่างเดียวกัน กฎหมายระหว่างประเทศจึงสามารถบังคับใช้ได้โดยตรงใน

จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันคือความร่วมมือระหว่างประเทศทางการศาลซึ่งในทางปฏิบัติของประเทศไทยนั้นหากประเทศไทยมีความตกลงกับประเทศใดหรือมีสนธิสัญญากับประเทศใดในเรื่องดังกล่าวก็จะต้องมีการปฏิบัติต่อกันตามความตกลงระหว่างประเทศ หากปราศจากความตกลงระหว่างประเทศก็อาจร่วมมือกันทางศาลระหว่างกันได้โดยอาศัยหลักถ้อยที่ถ้อยปฏิบัติต่อกันหรือหลักต่างตอบแทน (reciprocity) ส่วนของการส่งผู้ร้ายข้ามแดนเป็นเรื่องการบังคับการให้เป็นไปตามกฎหมายโดยรัฐต่างชาติเช่นเดียวกัน แต่ไม่อยู่ในกลุ่มของความร่วมมือระหว่างประเทศทางการศาลแต่จะแยกเป็นเรื่องต่างหากออกไปโดยประเทศไทยมีหลักปฏิบัติเช่นเดียวกันความร่วมมือทั้งสองประเภทข้างต้นคือ ในกรณีที่ไม่มีความตกลงระหว่างรัฐที่ร้องขอกับประเทศไทยก็ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติส่งผู้ร้ายข้ามแดน พ.ศ. 2472 แต่หากมีความตกลงก็ให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติต่างๆซึ่งอนุวัติการสนธิสัญญาทวิภาคีหลายฉบับที่ไทยทำกับต่างประเทศอันได้แก่ สนธิสัญญากับอังกฤษ (4 มีนาคม พ.ศ.2454), สหรัฐอเมริกา (14 ธันวาคม 2526), เบลเยียม (14 มกราคม พ.ศ. 2479), มาเลเซีย (27 ตุลาคม พ.ศ. 2502), อินโดนีเซีย (29 มิถุนายน 2519), ฟิลิปปินส์ (16 มีนาคม พ.ศ. 2524) และล่าสุดคือสาธารณรัฐประชาชนจีน (26 สิงหาคม พ.ศ. 2536)<sup>6</sup>

ในการทำสนธิสัญญาอันเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างประเทศทั้ง 3 ประเภท ดังกล่าวซึ่งมีฐานะเป็นกฎหมายภายนอกประเทศให้มีฐานะเป็นกฎหมายภายในประเทศ อันจะสามารถบังคับใช้ได้ภายในประเทศไทยนั้น ประเทศไทยได้อนุวัติการสนธิสัญญาอันเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างประเทศทั้ง

สามประเภทให้มีฐานะเป็นกฎหมายภายในประเทศแล้ว อันได้แก่

1. พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535
2. พระราชบัญญัติส่งผู้ร้ายข้ามแดน พ.ศ. 2472
3. พระราชบัญญัติการปฏิบัติเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศในการดำเนินตามคำพิพากษาคดีอาญา พ.ศ.2527

ซึ่งกฎหมายที่กล่าวข้างต้นทั้งสามฉบับนี้ถือได้ว่าเป็นกฎหมายแม่บทของประเทศไทยในการให้ความร่วมมือระหว่างประเทศที่ว่าได้<sup>7</sup> แต่วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะศึกษาเฉพาะในส่วนของพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535 เท่านั้น เนื่องจากเป็นลักษณะของความร่วมมือที่มีความกว้างขวางในหลายประเภทความร่วมมือไม่ว่าจะเป็น การสืบสวน การสอบสวน การสืบพยาน การฟ้องร้องดำเนินคดี มีความสำคัญและมีความสอดคล้องรองรับต่อการให้ความร่วมมือในการดำเนินกระบวนการยุติธรรมระหว่างประเทศได้มากกว่าความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องอื่นๆซึ่งเป็นเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งแต่ประเภทเดียว และด้วยเนื่องจากพระราชบัญญัติดังกล่าวเป็นกฎหมายใหม่ที่เรายังไม่คุ้นเคยจึงมีปัญหาในทางปฏิบัติค่อนข้างมากจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมาพิจารณาและศึกษาถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยศึกษาถึงแนวความคิด พัฒนาการและประวัติความเป็นมาของหลักความร่วมมือระหว่างประเทศทางอาญา (Mutual Assistance in Criminal Matters) ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อให้เข้าใจถึง

6 จตุรงค์ ธีระวัฒน์, กฎหมายระหว่างประเทศ(กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)หน้า285-289

7 วัชรภค โยธาพิทย, “ผลกระทบของศาลอาญาระหว่างประเทศต่อพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศทางอาญา พ.ศ. ๒๕๓๕,” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548, หน้า 6

เหตุผลและความจำเป็นที่ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญาขึ้น และการวิจัยนี้จะวิจัยเฉพาะความร่วมมือระหว่างประเทศที่ประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียน

หลังจากการพิจารณาของคณะกรรมการแก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญาพ.ศ. 2535 ก็พบกับปัญหามากมาย ปัญหาที่พบนั้น คือปัญหาในเรื่องของข้อบทในสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา(Mutual Legal Assistance in Criminal Matters Treaty)ของภูมิภาคอาเซียน(MLAT ASEAN) หลายข้อบทไม่สอดคล้องกับสนธิสัญญาความร่วมมือในเรื่องทางอาญาในระดับทวิภาคีที่ไทยทำไว้กับต่างประเทศและมีข้อจำกัดมากกว่า ในการให้ความร่วมมือ เช่น ข้อบทที่ 2 และ 3 ซึ่งเป็นเรื่องขอเบตในการให้ความร่วมมือทางอาญา นอกจากนี้ MLAT ASEAN ไม่มีข้อบทใดที่กล่าวถึงกรณีหากข้อบทของ MLAT ASEAN ขัดแย้งกับสนธิสัญญาทวิภาคี หรือพหุภาคี หรือขัดแย้งกับอนุสัญญาสหประชาชาติ เช่นนี้จะใช้สนธิสัญญาใดเป็นหลัก หรือในบางกรณีกฎหมายภายในของประเทศไทยยังไม่รองรับซึ่งเป็นเรื่องใหม่ที่ยังไม่มีบทบัญญัติในกฎหมาย เช่น เรื่องการสืบพยานผ่านวีดิทัศน์ (video conference), การนำตัวผู้ถูกคุมขังในต่างประเทศมาเบิกความในประเทศไทย ฯลฯ แล้วหากเกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้นจะดำเนินการอย่างไร และในทางปฏิบัติในส่วนของการให้ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา ประเทศไทยใช้พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญาพ.ศ.2535 เป็นแนวทางปฏิบัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยอัยการสูงสุดทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานกลางในการสืบสวน สอบสวน การหาพยานหลักฐาน และจากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่ามีปัญหาเกิดขึ้น

หลายประการ เนื่องจากพระราชบัญญัติความร่วมมือทางอาญาพ.ศ.2535 ไม่ได้วางแนวทางที่เหมาะสมไว้หรือไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การแก้ไขกฎหมายน่าจะเป็นแนวทาง Progressive Obligations หมายความว่า หากดูจากอารัมภบทของ MLAT ASEAN มีเจตนารมณ์ที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพในเรื่องการให้ความร่วมมือทางอาญา ดังนั้น แม้กฎหมายภายในของประเทศภาคีจะเพียงพอที่จะให้ปฏิบัติตามพันธกรณีใน MLAT ASEAN แต่หากเจตนารมณ์ของ MLAT ASEAN คือต้องการปรับปรุงและพัฒนาความร่วมมือทางอาญาแล้ว รัฐที่เข้าเป็นภาคีจึงมีพันธกรณี หรือมีหน้าที่ในการพัฒนากฎหมายภายในของตนเพื่อให้รองรับสนธิสัญญาในเรื่องต่างๆ ที่กฎหมายภายในของตนยังไม่มี ดังนั้นเมื่อกฎหมายของประเทศภาคีใดไม่สอดคล้องรองรับต่อสนธิสัญญา จึงต้องมีการแก้ไข ซึ่งในส่วนของประเทศไทยพระราชบัญญัติที่จะต้องพิจารณาปรับปรุงแก้ไขคือพระราชบัญญัติความร่วมมือทางอาญา พ.ศ. 2535 เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ในทางปฏิบัติ และในการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวย่อมเป็นการแสดงออกถึงเจตนาของประเทศไทยที่จะปฏิบัติตามพันธกรณีตามสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา(Mutual Legal Assistance in Criminal Matters Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน (MLAT ASEAN) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่อาเซียนได้ตั้งไว้ และการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวน่าจะต้องมีการขยายวัตถุประสงค์ของการดำเนินการให้ครอบคลุมถึงการแก้ไขในเรื่องอื่นๆ ที่ยังมีปัญหาในทางปฏิบัติอันเกิดจากดำเนินการภายใต้บังคับของพระราชบัญญัติความร่วมมือทางอาญา พ.ศ. 2535 ด้วย มิใช่จำกัดอยู่เพียงการรองรับพันธกรณีตามสนธิสัญญาเท่านั้น

และในสมัยที่ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็น นายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติตามที่สำนักงาน อัยการสูงสุด ดังนี้

1. ให้ส่งสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญาของภูมิภาคอาเซียน ให้ รัฐสภาพิจารณาให้ความเห็นชอบ และให้ส่ง สนธิสัญญาดังกล่าวให้คณะกรรมการประสานงานด้าน นิติบัญญัติพิจารณา ก่อน เสนอรัฐสภาพิจารณาต่อไป

2. ให้ส่งร่างพระราชบัญญัติความร่วมมือ ระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา (ฉบับที่ ..) พ.ศ. .... ที่สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา แล้ว ให้คณะกรรมการประสานงานด้านนิติบัญญัติ พิจารณา ก่อน แล้วนำเสนอสภาผู้แทนราษฎรพิจารณา เมื่อรัฐสภาให้ความเห็นชอบสนธิสัญญาฯ แล้วตามมติ คณะรัฐมนตรีวันที่ 20 ธันวาคม 2526

3. ให้กระทรวงการต่างประเทศดำเนินการให้ สัตยาบันสนธิสัญญาฯ โดยให้ดำเนินการเมื่อรัฐสภาให้ ความเห็นชอบสนธิสัญญาฯ ตามข้อ 1 และร่าง พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่อง ทางอาญาฯ (ฉบับที่...) พ.ศ. .... ได้ประกาศใช้บังคับ เป็นกฎหมาย

โดยมีสาระสำคัญของสนธิสัญญา

1. กำหนดขอบเขตความช่วยเหลือของ สนธิสัญญาฯ การไม่บังคับใช้ของสนธิสัญญาฯ ข้อจำกัดความช่วยเหลือของภาคี และการแต่งตั้งผู้ ประสานงานกลางของแต่ละภาคีเพื่อจัดทำและรับคำ ร้องขอความช่วยเหลือ (ข้อ 1 — ข้อ 4)

2. กำหนดแบบและเนื้อหาของคำร้องขอความช่วยเหลือในทางอาญา การดำเนินการตามคำร้องขอ และการรักษาความลับ (ข้อ 5 ข้อ 7 และข้อ 9)

3. กำหนดข้อจำกัดการใช้พยานหลักฐานที่ ได้มาจากการช่วยเหลือ การได้มาซึ่งการให้ถ้อยคำโดย สัมภาษณ์ของผู้ให้ถ้อยคำ การได้มาซึ่งพยานหลักฐาน และสิทธิที่จะปฏิเสธการให้พยานหลักฐาน (ข้อ 8 และ ข้อ 10 — ข้อ 12)

4. กำหนดการจัดหาให้ซึ่งเอกสารและบันทึก อื่น ๆ ที่ประชาชนใช้ประโยชน์ได้ การปรากฏตัวของ บุคคลในภาคีผู้ร้องขอ และการปรากฏตัวของบุคคลที่ ถูกคุมขังในภาคีผู้ร้องขอ (ข้อ 13 — ข้อ 15)

5. กำหนดหลักประกัน การเดินทางผ่านของ บุคคล ซึ่ง ถูก คุม ขัง การ คั้น และ ยึด การ ส่ง พยานหลักฐานคืน การค้าหาที่อยู่หรือการระงับตัวบุคคล การส่งเอกสารและความช่วยเหลือในการดำเนินการริบ ทรัพย์สิน (ข้อ 16 — ข้อ 22)

6. กำหนดความสอดคล้องกับข้อตกลงอื่น การ รับรองและการยืนยันความถูกต้องแท้จริง ค่าใช้จ่าย การปรึกษาหารือ การแก้ไข การระงับข้อพิพาท และข้อ สงวน (ข้อ 23 — ข้อ 29)

7. กำหนดเงื่อนไขในการลงนาม การให้ สัตยาบัน การภาคยานุวัติ การเก็บรักษาและการ ลงทะเบียน การมีผลใช้บังคับ การใช้บังคับและการ บอกลีก และผู้เก็บรักษาสนธิสัญญา (ข้อ 30 — ข้อ 32)

สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ ฯ

แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่าง ประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535 ดังต่อไปนี้

1. กำหนดให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจตามกฎหมาย อื่นดำเนินการตามคำร้องขอความช่วยเหลือจาก ต่างประเทศได้ (แก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 12 (ร่างมาตรา 3))

2. กำหนดให้ผู้ประสานงานกลางมีอำนาจส่ง ข้อมูลเกี่ยวกับการกระทำความผิด หรือทรัพย์สินใดไป ให้ต่างประเทศเพื่อประโยชน์ในการสืบสวนสอบสวน

การฟ้องคดี หรือการพิจารณาตัดสินในศาลแม้ประเทศนั้น ยังมีได้ร้องขอ (เพิ่มเติมมาตรา 14/1 (ร่างมาตรา 4))

3. กำหนดให้ศาลส่งบันทึกคำเบิกความของ พยานรวมทั้งพยานหลักฐานอื่นในสำนวนไปยัง พนักงานอัยการผู้ยื่นคำร้องเพื่อส่งให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจดำเนินการต่อไป (แก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 17 วรรคสาม (ร่างมาตรา 5))

4. เพิ่มเติมเรื่องการค้น อาัยด์ หรืออีเทอร์เน็ต เพื่อประโยชน์ในการรวบรวมพยานหลักฐาน และเพื่อประโยชน์ขั้นสุดในการรับทรัพย์สินหรือในการ บังคับบุคคลใดให้ชำระเงินแทนการรับทรัพย์สิน ในกรณีที่ศาลต่างประเทศยังไม่มีคำพิพากษา หรือคำสั่ง ให้อาัยด์หรืออีเทอร์เน็ตนั้น แม้ว่ากระทำความผิด อันเป็นเหตุให้มีการค้น อาัยด์ หรืออีเทอร์เน็ตเกิดขึ้นใน ราชอาณาจักร (แก้ไขเพิ่มเติมส่วนที่ 5 มาตรา 23 และ มาตรา 24 และเพิ่มมาตรา 23/1 (ร่างมาตรา 6 — ร่าง มาตรา 8))

5. เพิ่มเติมการ โอนบุคคลซึ่งถูกคุมขังให้ ครอบคลุมถึงการ โอนบุคคลซึ่งถูกคุมขังเพื่อช่วยเหลือ ในการดำเนินคดีทั้งชั้นเจ้าพนักงานและชั้นศาล (แก้ไข เพิ่มเติมส่วนที่ 6 มาตรา 26 มาตรา 27 และมาตรา 28 (ร่างมาตรา 9))

6. กำหนดหลักเกณฑ์การดำเนินการกรณีที่ได้ รับคำร้องขอความช่วยเหลือจากต่างประเทศ ให้บุคคล ซึ่งถูกควบคุมโดยประเทศผู้ร้องขอหรือประเทศที่สาม เดินทางผ่านประเทศไทยเพื่อช่วยเหลือในการดำเนินคดี ชั้นเจ้าพนักงานหรือชั้นศาลในประเทศผู้ร้องขอ (เพิ่มเติมมาตรา 29/1 (ร่างมาตรา 10))

7. กำหนดหลักเกณฑ์การรับหรือยึดทรัพย์สิน ให้ครอบคลุมการอาัยด์ทรัพย์สินและการบังคับชำระ เงินแทนการรับทรัพย์สินตามคำพิพากษาหรือคำสั่งของ ศาลต่างประเทศ (แก้ไขเพิ่มเติมส่วนที่ 9 มาตรา 32

มาตรา 33 มาตรา 34 และมาตรา 35 และเพิ่มมาตรา 35/1 (ร่างมาตรา 11))

8. กำหนดให้บรรดาพยานหลักฐาน เอกสาร และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตามกฎหมายนี้ เป็น พยานหลักฐานและเอกสารที่รับฟังได้ (แก้ไขเพิ่มเติม)

ซึ่งในอดีตประเทศไทยและประเทศในภูมิภาค อาเซียนไม่มีสนธิสัญญาความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในเรื่องทางอาญาต่อกันซึ่งสำหรับการให้ความความ ช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญาที่ประเทศไทย มีกับประเทศเพื่อนบ้านในแถบนี้ โดยประเทศดังกล่าว สามารถขอความช่วยเหลือจากประเทศไทยได้บน พื้นฐานของหลักต่างตอบแทนตามพระราชบัญญัติ ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535 ซึ่งได้นำหลักการหลายประการตามสนธิสัญญา ดันแบบขององค์การสหประชาชาติเรื่องความช่วยเหลือ ระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา เช่น หลักการปฏิเสธ ความช่วยเหลือเนื่องจากคำร้องขอกระทบกระเทือน อธิปไตย ความมั่นคง หรือสาธารณประโยชน์ หรือ ความผิดทางการเมือง หรือความผิดทางทหาร หลักการ ให้ความช่วยเหลือโดยดำเนินการตามกฎหมายของประเทศผู้รับคำร้องขอทั้งนี้ ความช่วยเหลือที่อาจร้อง ขอได้นั้นรวมถึงการสอบสวน และการสืบพยาน การ ส่งเอกสาร การค้นและยึด การโอนบุคคลที่ถูกคุมขัง เพื่อสืบพยาน การรับหรือยึดทรัพย์สิน เป็นต้น

ทั้งนี้ประเทศไทยและประเทศในกลุ่ม อาเซียนเห็นความสำคัญของความร่วมมือระหว่าง ประเทศในเรื่องทางอาญาจึงได้มีการจัดประชุมเพื่อ พิจารณาจัดทำร่างสนธิสัญญาความร่วมมือระหว่าง ประเทศในเรื่องอาญาของภูมิภาคอาเซียน(MLAT ASEAN) ขึ้นโดยมีประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเริ่มต้น และมีประเทศที่ได้ลงนามในเบื้องต้น 8 ประเทศและให้ สัตยาบันในเบื้องต้น 4 ประเทศคือมาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม บรูไนดารุสซาลาม โดยประเทศไทยได้ลงนาม



เมื่อวันที่ 17 มกราคม 2549 โดยอัยการสูงสุด ร่วมกับตัวแทนประเทศพม่าที่ประเทศมาเลเซีย

แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศสมาชิกอาเซียนจะเป็นเพียงประเทศผู้ร่วมลงนามในสนธิสัญญาซึ่งยังไม่ต้องผูกพันต่อการให้ความร่วมมือต่อประเทศสมาชิกอาเซียนก็ตาม แต่หากต่อไปในภายหน้าประเทศไทยได้เข้าร่วมในการให้สัตยาบันต่อสนธิสัญญาดังกล่าวแล้ว ก็ต้องผูกพันต่อการให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ในทุกด้าน ทั้งนี้การดำเนินการตามคำร้องขอจะดำเนินการได้อย่างเต็มที่หรือไม่ก็ย่อมต้องขึ้นอยู่กับกฎหมายภายในประเทศว่า สอดคล้องรองรับต่อการให้ความร่วมมือในทุกรูปแบบที่ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ร้องขอมาหรือไม่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิด วิวัฒนาการ ประเภท และรูปแบบของความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา

2. เพื่อศึกษาแนวคิด หลักเกณฑ์ และเจตนารมณ์ของสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา(Mutual Legal Assistance in Criminal Matters Treaty)

2.3 เพื่อศึกษาถึงแนวคิด หลักเกณฑ์ และเจตนารมณ์ของความร่วมมือระหว่าง ประเทศทางอาญาตามพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535 และกฎหมายภายในที่เกี่ยวข้องของภูมิภาคอาเซียน (MLAT ASEAN)

2.4 เพื่อศึกษาถึงผลกระทบต่อประเทศไทย ในกรณีที่ประเทศไทยจะให้สัตยาบันในสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา(Mutual Legal Assistance in Criminal Matters Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน (MLAT ASEAN)

### ผลการวิจัยพบว่า

กฎหมายภายในของประเทศไทยที่ถือได้ว่าเป็นกฎหมายแม่บทในการให้ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญาและจะได้รับผลกระทบหากประเทศไทยเข้าร่วมในการให้สัตยาบันเป็นภาคีในสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญา (Mutual Legal Assistance in Criminal Matters Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน(MLAT ASEAN) ก็คือพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535

ฉะนั้น การพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างหลักการในสนธิสัญญา MLAT ASEAN กับสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญาที่ประเทศไทยมีกับนานาประเทศว่าเป็นไปแนวทางเดียวกันหรือไม่ และการเปรียบเทียบระหว่างสนธิสัญญา MLAT ASEAN กับพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2535 ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ จึงเป็นสิ่งจำเป็น

จากการเปรียบเทียบในส่วนของหลักการในสนธิสัญญา MLAT ASEAN กับสนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทางอาญาที่ประเทศไทยมีกับนานาประเทศ นั้นถือว่าโดยส่วนใหญ่จะมีหลักการเดียวกัน แต่ก็มีบางเรื่องที่ไม่สอดคล้อง

ในเรื่องที่ไม่สอดคล้องระหว่างสนธิสัญญา MLAT ASEAN กับพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535 มีทั้งขั้นตอนและการดำเนินการตามคำร้องขอตามพระราชบัญญัติความร่วมมือ พ.ศ. 2535 ที่กำหนดให้อัยการสูงสุดในฐานะผู้ประสานงานกลางต้องส่งคำร้องขอให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจดำเนินการอีกทอดหนึ่ง โดยที่ผู้ประสานงานกลางไม่สามารถดำเนินการได้ด้วยตนเองนั้น ก็เป็นปัญหาความล่าช้าในการดำเนินการตามคำร้องขอตามพระราชบัญญัติความร่วมมือ พ.ศ.

2535 ที่ไม่อาจรองรับต่อการให้ความร่วมมือตาม สนธิสัญญา MLAT ASEAN ที่ต้องดำเนินการด้วยความรวดเร็วไม่ชักช้า

หรือในกรณีที่เป็นเรื่องการสืบพยาน ใน สนธิสัญญา MLAT ASEAN คำร้องของภาคีของ ดำเนินการ ในเรื่องที่ไม่สอดคล้องนั้นก็ไม่มีปัญหา เพราะโดยหลักการแล้วจุดประสงค์ของสนธิสัญญานี้ เพื่อลดอุปสรรคต่อการให้ความร่วมมือฯ จึงใส่คำว่า “subject to their respective domestic laws” ซึ่งแปล เป็นภาษาไทยว่า “ภายใต้บังคับของสนธิสัญญานี้และ กฎหมายภายในของบรรดาภาคี” อยู่ในหลายข้อบทของ สนธิสัญญา เพื่อให้การดำเนินการให้ความร่วมมือฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสมดังเจตนารมณ์ของ สนธิสัญญา MLAT ASEAN ฉะนั้นจึงลดอุปสรรค ในการให้ความร่วมมือไปได้มาก

อย่างไรก็ตามแม้จะมีการใช้ถ้อยคำว่า “subject to their respective domestic laws” ซึ่งแปล เป็นภาษาไทยว่า “ภายใต้บังคับของสนธิสัญญานี้และ กฎหมายภายในของบรรดาภาคี” แต่ประเทศไทยควรมี การแก้ไขให้เป็นแนวทาง Progressive Obligation ซึ่ง หมายความว่า หากดูจากอารัมภบทของสนธิสัญญา MLAT ASEAN แล้ว จะพบว่า มีเจตนารมณ์ที่จะ ปรับปรุงประสิทธิภาพในเรื่องการให้ความร่วมมือทาง อาญา ดังนั้น แม้กฎหมายภายในของประเทศไทยจะ เพียงพอที่จะให้ปฏิบัติตามพันธกรณี MLAT ASEAN ได้แต่หากเจตนารมณ์ของ MLAT ASEAN คือ ต้องการ ปรับปรุงและพัฒนาความร่วมมือทางอาญาแล้ว ประเทศไทยหรือประเทศอื่นที่จะเข้าเป็นภาคีใน สนธิสัญญา MLAT ASEAN จะต้องพัฒนากฎหมาย ของตนเองไปจนสามารถรองรับ MLAT ASEAN ได้ อย่างครบถ้วนสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้เขียนจึงเห็นว่าเมื่อมี การแก้ไขพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศ

ในเรื่องทางอาญาพ.ศ.2535 อันเป็นกฎหมายภายใน ของไทยตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สิ่งที่ต้องพิจารณา ปรับปรุงแก้ไขก็คือ กฎ ระเบียบต่างๆ ของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับเรื่องความร่วมมือทางอาญาระหว่าง ประเทศ เช่น ตำรวจ พนักงานอัยการ ก็จะช่วยให้การ แก้ไขปัญหาอาชญากรรมระหว่างประเทศในภูมิภาค อาเซียนได้ผลดียิ่งขึ้น

### บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

กฎหมาย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550

ประมวลกฎหมายอาญา.

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทาง อาญา พ.ศ. 2535.

กฎกระทรวง (พ.ศ.2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติ ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2535

กฎกระทรวง ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2537) ออกตามความใน พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทาง อาญา พ.ศ.2535

สนธิสัญญาว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในเรื่องทาง อาญา(Mutual Legal Assistance in Criminal Matters Treaty) ของภูมิภาคอาเซียน

สนธิสัญญาระหว่างรัฐบาลแห่งราชอาณาจักรไทยกับ รัฐบาลสหรัฐอเมริกา ว่าด้วยความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในเรื่องทางอาญา พ.ศ.2529

ระเบียบของผู้ประสานงานกลางว่าด้วยการให้ความ ช่วยเหลือและการขอความช่วยเหลือตามกฎหมายว่าด้วย ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา พ.ศ. 2537.

หนังสือ

พรชัย ด้านวิวัฒน์. กฎหมายอาญาระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญู ชน, ม.ป.ป..

จตุรนต์ ธีระวัฒน์. กฎหมายระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ประกอบ ประพันธ์เนติวุฒิ. คำบรรยายกฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีบุคคลและคดีอาญา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. กฎหมายระหว่างประเทศเล่มหนึ่ง. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2531

สุผานิต มั่นสุข . คำบรรยายกฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีอาญา. กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

คู่มือความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานอัยการสูงสุด, 2548.

จิตติ ดิงศภัทย์. คำอธิบายประมวลกฎหมายอาญาภาค 1. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานครพิมพ์, 2525.

----- กฎหมายอาญาภาค 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา, 2529.

จุมพต สายสุนทร . กฎหมายระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราและเอกสารประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2539

----- คำอธิบายกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยเขตอำนาจของรัฐ และความคุ้มกันจากเขตอำนาจของรัฐ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2540.

หยุด แสงอุทัย. คำอธิบายประมวลกฎหมายอาญาภาค 1. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

อุททิส แสนโกสิก . กฎหมายอาญาภาค 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์ , 2540.

บทความในวารสาร

พรชัย ด้านวิวัฒน์. "หลักเกณฑ์บางประการในการให้ความช่วยเหลือตามพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศ

ในเรื่องทางอาญาพ.ศ. 2535."วารสารนิติศาสตร์ 25,2(2538):288-289.

สุชาติ ไตรประสิทธิ์. "ประเทศไทยกับความร่วมมือระหว่างประเทศทางอาญา"ใน หนังสือร้อยปีอัยการ, หน้า 148-160. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานอัยการสูงสุด, 2535.

วิทยานิพนธ์

ชัชชม อรรถภิญญู. "ความร่วมมือในกระบวนการยุติธรรมทางอาญาระหว่างประเทศ."วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

วิฑูรย์ สัตยเทวา. "ความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญา."วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ฉัตรแก้ว นิธิอุทัย. "ความร่วมมือระหว่างประเทศในการริบทรัพย์สิน."วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ชุมสาย ศรียากย์. "ปัญหากฎหมายในการบังคับใช้พระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญาพุทธศักราช 2535: ศึกษากรณีการริบและการยึดทรัพย์ระหว่างประเทศ."วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.

วัชรากม โยธาพิทย์. "ผลกระทบของศาลอาญาระหว่างประเทศต่อพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่างประเทศในเรื่องทางอาญาพ.ศ. 2535."วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.

รายงานการวิจัย

สุชาติ ไตรประสิทธิ์. รายงานการวิจัยเรื่องความร่วมมือระหว่างประเทศทางอาญากับความมั่นคงของชาติ. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2533.

ประธาน จุฬาโรจน์มนตรี และ ประวิชัย มะกรวัฒนะ. รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนากฎหมายป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมข้ามชาติที่มีการจัดตั้งในองค์กร (ระยะที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สถาบันกฎหมายอาญา สำนักงานอัยการสูงสุด, ม.ป.ป.

เอกสารอื่นๆ

สำนักงานอัยการสูงสุด. “รายงานการประชุมคณะกรรมการ  
แก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่าง  
ประเทศในเรื่องทางอาญาครั้งที่ 1/2549.” 30 พฤษภาคม  
2549.

สำนักงานอัยการสูงสุด. “รายงานการประชุมคณะกรรมการ  
แก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติความร่วมมือระหว่าง  
ประเทศในเรื่องทางอาญาครั้งที่ 2/2549.” 17 กรกฎาคม  
2549.

ภาษาอังกฤษ

Books

American Law Institute. “Inchoate Crimes”.Modern  
Panal Code andCommentaries.

John Draza. “Bigamy”.Sex Crime and their Legal  
Aspects: 53-55.

O.Kapatina , “L entraide judiciaire internationale en  
matière civile et commerciale, ”R.C.A.D.I., 1983 (I),  
pp.305-412.

C. Lombois, “Droit Pénal International,”Dalloz : Paris,  
2e édition, 1979, pp. 535-655

Bassiouni,M.Chrisif. Internation Extradition. New  
York: Quean Publication,1987.

Brownlic, Ian. Principle of Public International Law.  
3d ed. Hong Kong: Oxford University Press,  
1979.

Paisani Robert L., And Robert Fogelnest. The United  
State Treaty on Mutual Assistance in Criminal  
Matters.International Criminal Law:Guide to U.S.  
Practice and Procedure.New York: n.p. 1987.

Grutzner,Heinrich. “International Judicial Assistance  
and Cooperation.” In A Treaties on International  
Criminal Law Volume II. Springfield, Ill:  
Springfield,1973.

## ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา

### เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

#### มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

#### A Attitude and Behavior for Using Educational Information Technology for Self-Learning of

#### Undergraduate Students North Bangkok University

#### ปิยะวัฒน์ อารีย์มิตร<sup>1</sup>

<sup>1</sup> คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, piyawat\_a@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ 2) เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำแนกตาม เพศ อายุ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระดับชั้นปี และคณะวิชา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ปีการศึกษา 2554 จำนวน 346 คน ที่ได้จากการเปิดตารางสุ่มของ Krejcie & Morgan และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งพวก (Stratified random sampling) จำแนกตามคณะวิชา คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 140 คน คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 120 คน และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 86 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับป เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยจำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล พบว่านักศึกษาที่มีเพศ คณะวิชาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่อยู่ระดับชั้นปี ต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยจำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล พบว่านักศึกษาที่มีเพศ ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่อยู่ระดับชั้นปี ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับนักศึกษาที่ศึกษาในคณะวิชาต่างกันมี

พฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองต่างกันอย่างไรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** การใช้สื่อทางการศึกษา, เทคโนโลยีสารสนเทศ

## ABSTRACT

Research on attitudes and behaviors of media technology in education. The self-study. Of undergraduate students. University of North Bangkok. Aims 1) to the study. And the behavior of the media, information technology education. The self-study. Of undergraduate students. University of North Bangkok, 2) to compare attitudes. And the behavior of the media, information technology education. The self-study. Of undergraduate students. University of North Bangkok by sex, age, academic achievement levels of students and faculty samples used in this study were undergraduate students. University of North Bangkok 2554 academic year 346 people at the table of random sampling and split them Krejcie & Morgan (Stratified random sampling) by the Department. Faculty of Arts Faculty of the 140 patients, 120 were 86 and the information collected by questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics. The t-test. One-way analysis of variance.

The results showed that the attitude towards the use of information technology education to their students' learning in their schools. Behavior of the media, information technology education for self-study in the year. On attitudes toward the use of media technology in education for self-study. The classification based on personal status. The students have. Schools have different attitudes towards the use of educational technology for learning is no different. Students in the class. Different attitudes toward the use of information technology in education for self-study differences are statistically significant at the .05 level. When comparing the behavior of the media, information technology education for self-identified as information on parts. Found that students with different sexual behaviors in the media, information technology education for self-study, no difference in students' class year. The self-study differences are statistically significant at the .05 level.

**KEYWORDS:** The use of educational media, information technology.

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิต คือเทคโนโลยีสารสนเทศ และคอมพิวเตอร์ กำลังมีบทบาทอย่างกว้างขวางในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การบริการ สังคม สิ่งแวดล้อมไปจนถึงด้านการศึกษา และในขณะที่สังคมโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศนับเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่น่าสมมุติจะมีผลต่อการดำรงชีวิตของประชาชนเพราะเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ กุญแจสำคัญที่ไขไปสู่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพตามความต้องการของประเทศ และเนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต การทำงาน การเรียน และเล่น ถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ ซึ่งส่งผลต่อ คุณสมบัติในการเป็นเทคโนโลยีที่สามารถสอดแทรก และเสริมสร้างสมรรถนะในกิจกรรมและการดำเนินการต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้สังคมไทยในปัจจุบันจึงกลายเป็นสังคมสารสนเทศ (Information society) ไม่ว่าบุคคลจะอยู่ในอาชีพใด วัยใดก็ตาม จำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาตนเอง พัฒนาอาชีพรวมทั้งพัฒนาสังคมและประเทศชาติ

การศึกษาเริ่มเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากอิทธิพลของสภาพแวดล้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งอาศัยสื่อที่ทันสมัยโดยเฉพาะเทคโนโลยีทางด้านการคมนาคมและการสื่อสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ ส่วนตัวสามารถเชื่อมโยงข้อมูล และผู้คนหลายสิบล้านคนทั่วโลกเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในเวลาอันสั้น การศึกษาหาข้อมูลและการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพียงแต่ปลายนิ้วสัมผัส โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) เกิดเป็นชุมชนบนเครือข่ายขึ้น ผู้คนสามารถติดต่อสัมพันธ์กันผ่าน

จอคอมพิวเตอร์มากยิ่งขึ้น การเรียนรู้ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะห้องเรียนและครูการเรียนการสอนแบบดั้งเดิมจะ ลดน้อยลง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและผู้สอนเปลี่ยนไป เกิดเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบใหม่

เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทต่อการศึกษามากโดยเฉพาะเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารโทรคมนาคมมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาการศึกษา ดังนี้

1. เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนช่วยเรื่องการเรียนรู้ ปัจจุบันมีเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้หลายด้าน มีระบบคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) ระบบสนับสนุนการรับรู้ ข่าวสาร เช่น การค้นหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการเรียนรู้ใน World Wide Web เป็นต้น

2. เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาสนับสนุนการจัดการศึกษา โดยเฉพาะการจัดการศึกษายุคใหม่ จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารเพื่อการวางแผน การดำเนินการ การติดตามและประเมินผลซึ่งอาศัยคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารโทรคมนาคมเข้ามามีบทบาทที่สำคัญ

3. เทคโนโลยีสารสนเทศกับการสื่อสารระหว่างบุคคล ในเกือบทุกวงการทั้งทางด้านการศึกษา จำเป็นต้องอาศัยสื่อสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคล เช่น การสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน โดยใช้องค์ประกอบที่สำคัญช่วยสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น การใช้โทรศัพท์โทรสาร ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์เทเลคอมเฟอเรนซ์ เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา โดยต้องการทราบว่านักศึกษามีความคิดเห็นอย่างไรต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทาง

การศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมทั้งต้องการทราบว่านักศึกษามีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ทางการศึกษา หรือพัฒนาตนเองอย่างไรบ้าง เพื่อนำผลการศึกษาเสนอเป็นแนวทางให้มหาวิทยาลัย นอร์ทกรุงเทพ และสถาบันการศึกษาอื่นที่สนใจ นำผลการศึกษาวិจัยไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุง แก้ไข และส่งเสริมให้มีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา และจัดบริการให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษามากที่สุด เพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อการศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

2.2 เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำแนกตาม เพศ ระดับชั้นปี และคณะวิชา

## 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.1 การวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารสถานศึกษาที่จัดการเรียนการสอน ระดับอุดมศึกษาเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาหลักสูตรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี

3.2 เป็นประโยชน์สำหรับอาจารย์ผู้สอนในการนำข้อมูลไปปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน ในคณะวิชาที่ทำการสอน และพัฒนาสื่อการเรียนการสอนให้ตรงตามความต้องการของผู้เรียน

3.3 พัฒนานักศึกษาให้มีศักยภาพ และคุณภาพในการวิชาชีพ เพื่อสร้างคุณลักษณะตามต้องการในสถานประกอบการได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ และตลาดแรงงาน

## 4. ขอบเขตของการวิจัย

### 4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ทั้ง 3 คณะ ทุกชั้นปี จำนวน คน 3,136 โดยแบ่งเป็นคณะดังนี้ (ทะเบียนมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ)

### 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ปีการศึกษา 2554 จำนวน 346 คน ที่ได้จากการเปิดตารางสุ่มของ Krejcie & Morgan และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งพวก (Stratified random sampling) จำแนกตามคณะวิชา 1) คณะศิลปศาสตร์ จำนวน 140 คน 2) คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 120 คน 3) คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 86 คน

### 4.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรอิสระ

ได้แก่

#### 1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

#### 2. ระดับชั้นปี

2.1 ชั้นปีที่ 1

2.2 ชั้นปีที่ 2



2.3 ชั้นปีที่ 3

2.4 ชั้นปีที่ 4

## 3. คณะวิชา

3.1 คณะศิลปศาสตร์

3.2 คณะบริหารธุรกิจ

3.3 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ดังนี้

**ด้านทัศนคติ** แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

1. ด้านการสนับสนุนการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. การใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา
3. สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศกับการเรียนการสอน
4. ประโยชน์ของสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศต่อนักศึกษา
5. ความต้องการ การใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา

**พฤติกรรม** แบ่งเป็น

1. สถานที่ใช้สื่อสารสนเทศทางการศึกษา
2. ช่วงเวลาการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา
3. จุดมุ่งหมายในการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. การใช้ประเภทสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา
5. การใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษากับพฤติกรรม

## 5. คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

5.1 เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ เพื่อช่วยในการเรียนการสอน การศึกษาค้นคว้าข้อมูล ข่าวสาร เช่น คอมพิวเตอร์ วิทยุกระจายเสียง

5.2 สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา หมายถึง เครื่องมือช่วยสอนในรูปแบบ ของ อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อประสม (Multimedia) บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI) วิดีทัศน์ตาม วิทยุ (VOD) อินเทอร์เน็ต(Internet) และบทเรียนออนไลน์ (e - Learning)

5.3 การใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเรียนรู้ของ นักศึกษา เพื่อช่วยจัดการเรียนการสอนที่ผู้เรียนสามารถ เรียนรู้ด้วยตนเอง โดยไม่จำกัดเวลา และสถานที่

5.4 การเรียนรู้ด้วยตนเอง หมายถึง การศึกษาค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา โดยใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาประเภทต่างๆที่ ครูผู้สอนจัดสรรหรือแนะนำให้ โดยไม่ต้องเข้าชั้นเรียน

5.5 ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกความคิดเห็น ของนักศึกษาที่มีต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ ทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

5.6 พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือวิธีการปฏิบัติของนักศึกษาในการใช้สื่อ เทคโนโลยี สารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

## 6. สมมติฐานในการวิจัย

6.1 นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติ และ พฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทาง การศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองต่างกัน

6.2 นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติ และ พฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทาง การศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองต่างกัน

6.3 นักศึกษาที่มีคณะวิชาต่างกัน มีทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองต่างกัน

## 7. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามทัศนคติ และพฤติกรรมของนักศึกษาต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบ คือ เพศ ชั้นปี ที่ศึกษา คณะวิชา เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

**ส่วนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยมีข้อคำถามทั้งหมด 34 ข้อ แบ่งเป็นรายด้าน 5 ด้าน เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

**ส่วนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยมีข้อคำถามทั้งหมด 38 ข้อ แบ่งเป็นรายด้าน 5 ด้าน เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา จากหนังสือเอกสาร บทความ วารสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. ศึกษาวิธีการ และหลักเกณฑ์การสร้างแบบสอบถาม กำหนดประเด็นและขอบเขตให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เขียนโครงร่าง

แบบสอบถามและนำเสนอที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำในการสร้างแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ และนำเสนอที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจทานแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ได้แบบสอบถามทั้งหมด 80 ข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วนคือส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

5. ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบแบบสอบถามและหาค่า IOC ของแบบสอบถามว่ามีความเหมาะสม ความชัดเจนของข้อคำถาม และเนื้อหาครอบคลุมในที่ต้องการถาม สามารถวัดได้ตรงวัตถุประสงค์หรือไม่

6. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วเสนอต่อที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเชื่อมั่นโดยทดลองเก็บข้อมูลกับนักศึกษาจำนวน 30 คน และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบัค (Cronbach) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97

## 8. การเก็บรวบรวมข้อมูล

8.1 ขอความอนุเคราะห์จากคณบดี ทั้ง 3 คณะของมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพในการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

8.2 คำเนิการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง และฝากไปยังอาจารย์ผู้สอนแต่ละคณะวิชาช่วยแจก รวมทั้งสิ้น 346 ชุด

3.4.3 เก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาได้ 346 ชุด นำข้อมูลที่ได้มาบันทึกลงคอมพิวเตอร์

## 9. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล และกำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูล โดยแยกวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของแบบสอบถามดังนี้

9.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบ นำมาแจกแจงความถี่คำนวณหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

9.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา ตัวแปรเพศวิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test ตัวแปรระดับชั้นปีและคณะวิชา วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และศึกษาเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธี LSD

9.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา ตัวแปรเพศใช้สถิติ t-test ตัวแปรระดับชั้นปี และคณะวิชา วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance – F-test) และศึกษาเปรียบเทียบทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธี LSD

## 10. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำแนกตามตัวแปร เพศ ระดับชั้นปี และคณะวิชา

10.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำนวน 346 คน โดยนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 62.14 และเป็นเพศชายจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 37.86 นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นชั้นปีที่ 2 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 32.08 นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 28.32 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.39 และนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18.21 คณะวิชาส่วนใหญ่เป็นคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 40.46 คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 34.68 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.86 และ

10.2 นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพมีทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่ในระดับมาก

10.3 นักศึกษามหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพมีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่ในระดับปานกลาง

10.4 ทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และพฤติกรรมการใช้สื่อ

เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

10.5 ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระหว่างชั้นปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มี

ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองมาได้แก่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 และ ชั้นปีที่ 3 ตามลำดับ

10.6 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระหว่างชั้นปีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองมาได้แก่นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ตามลำดับ

10.7 ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระหว่างคณะวิชาไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

10.8 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาระหว่างคณะวิชาไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองมาได้แก่นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจตามลำดับ

## 11. อภิปรายผลการวิจัย

11.1 ภาพรวมของทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษายู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษามากที่สุด เนื่องจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษามีประโยชน์ต่อการเรียน

อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้โดยไม่จำกัดด้านเวลา และสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตติยาและคณะ (2547) และกรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ (2544) ด้านทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา พบว่า นักศึกษามีทัศนคติมากต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา โดยเห็นว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีประโยชน์ต่อการเรียนและเป็นแนวทางในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาไปพัฒนาคุณภาพทางการศึกษา ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในการสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการศึกษาจึงเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของนักศึกษาที่จะสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยนักศึกษจะสามารถการประเมินความต้องการของตนเอง การกำหนดจุดมุ่งหมาย การกำหนดสิ่งที่ต้องการเรียนรู้ กำหนดระดับความยากง่าย ชนิดของสิ่งที่ต้อง การเรียนพิจารณาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการเรียน ความต้องการความช่วยเหลือ แหล่งทรัพยากร ประสบการณ์ที่จำเป็นในการเรียน และเลือกวิธีการเรียนและสื่อการเรียนการสอน อุปกรณ์การสอน เทคนิคการสอน ทรัพยากรการเรียนรู้ที่ต้องใช้ ดังนั้นการส่งเสริมและสนับสนุนและการจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาสื่อสารสนเทศทางการศึกษาให้สามารถใช้งานได้เพียงพอสอดคล้องกับความต้องการจำเป็นของนักศึกษาจะทำให้ นักศึกษาสามารถเรียนรู้และศึกษาเพิ่มเติมความรู้ได้ด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น

11.2 ภาพรวมของพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษามีจุดมุ่งหมายในการใช้สื่อสารสนเทศทางการศึกษามากที่สุด สอดคล้องกับการวิจัยของ กิตติยา (2546) พบว่า พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้แก่ ทำรายงาน/การบ้าน เรียนรู้การใช้งานโปรแกรม ค้นหารายละเอียดเพิ่มเติมจากที่เรียน ศึกษา ค้นคว้าเพิ่มพูนความรู้ สืบค้นข้อมูลรายการหนังสือ/วารสารจากห้องสมุด สืบค้นสารสนเทศระบบออนไลน์ภายใน ประเทศ สืบค้นสารสนเทศระบบออนไลน์จากต่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ติดตามข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ ติดตามกำหนดการและข่าวสารของสถานศึกษาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการและถ่ายโอนข้อมูลข่าวสารความรู้ทางการศึกษา สิ่งสำคัญที่จะกระตุ้นให้นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาคือการจัดสรรสื่อต่างๆ ให้เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษา การบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภายในมหาวิทยาลัยจึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้สื่อสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น

11.3 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสำหรับในปัจจุบันนี้อาจมองได้ว่าเพศชายและเพศหญิงมีความสนใจสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาใกล้เคียงกัน เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความแปลกใหม่ และการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วทำให้มีผู้สนใจสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นในระดับที่ใกล้เคียงกัน

11.4 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างชั้นปี พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จะมีการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองมากเพื่อใช้ในการเรียนรู้และการสืบค้นเพื่อทำรายงานหรือปัญหาพิเศษก่อนจบการศึกษา ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 อาจมีการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลายมากกว่านักศึกษาชั้นปีอื่นๆ

11.5 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างชั้นปี พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างชั้นปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษามากที่สุดจากผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการเปรียบเทียบทัศนคติการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างชั้นปี ที่พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษามากที่สุดสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษามาก เนื่องจากนโยบายของมหาวิทยาลัยฯ ที่ให้นักศึกษาใหม่ทุกคนมีคอมพิวเตอร์ชนิดพกพา (Notebook) โดยเป็นบริการจัดหาโดยมหาวิทยาลัยฯ กับบริษัทสหวิริยาฯ เป็นตัวแทนในการให้เช่าซื้อคอมพิวเตอร์ในราคาที่เหมาะสมต่อการใช้งาน

11.6 ผลการเปรียบเทียบทัศนคติการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างคณะวิชา พบว่า ทัศนคติการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วย

ตนเองระหว่างคณะวิชาไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เนื่องจากนักศึกษามีความจำเป็นต้องใช้สื่อต่างๆ ประกอบการเรียนการสอนอยู่ตลอดเวลาและได้เรียนรู้สื่อเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้ทันกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน จึงมีทัศนคติต่อการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศเหมือนกัน

11.7 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างคณะวิชา พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระหว่างคณะวิชา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด รองมา ได้แก่ นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ และคณะบริหารธุรกิจ ตามลำดับ กล่าวได้ว่านักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่ตลอดเวลา และบ่งชี้ให้เห็นถึงการจัดการด้านการเรียนการสอนของคณะวิชาที่สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้สื่อเทคโนโลยีทางการศึกษาจากอาจารย์ผู้สอน นักศึกษาจึงมีพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาอยู่เสมอ

## 12. ข้อเสนอแนะ

12.1 การจัดให้มีความหลากหลายของสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาและให้มีความเพียงพอต่อการใช้ของนักศึกษาจะทำให้ นักศึกษามีพฤติกรรมในการใช้สื่อเทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น

12.2 เนื่องจากข้อมูลด้านพฤติกรรมยังไม่สามารถบ่งบอกถึงแบบแผนในการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ของนักศึกษาได้ ดังนั้น จึงยังไม่สามารถบอกได้ว่า นักศึกษามีกระบวนการเรียนรู้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อที่จะนำไปใช้ในการเรียนได้อย่างไร และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีหรือรูปแบบการเรียนรู้ด้วยตนเองได้หรือไม่ จึงควรศึกษาแนวทางการปฏิบัติเพื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีหรือรูปแบบการเรียนรู้ควบคู่กันไปด้วย

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผศ.ดร.สุนันท์ สดโกสม ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ผศ.ดร.สมยศ อวเกียรติ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์และคณบดีคณะบริหารธุรกิจ และอาจารย์สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล หัวหน้าแผนกวิจัย ที่ให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ และตรวจแก้ไขงานวิจัย จนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- [1] กระทรวงศึกษาธิการ. (2544). สภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการศึกษาเพื่อ พัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พ.ศ. 2544. กรุงเทพฯ : กองวิจัยทางการศึกษา, กรมวิชาการ.
- [2] กิดานันท์ มลิทอง. (2548). ไอซีทีเพื่อ การศึกษา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรุณการพิมพ์
- [3] กิตติยา ขุมทอง. (2546). พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ การศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญาโท การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- [4] คมกริช ทัฬหีฟ้า. (2540). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามัธยมตอนปลายในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [5] เครือวัลย์ ล้อมอภิชาติ. หลักการและเทคนิคการจัด

- ฝึกอบรมและพัฒนา. กรุงเทพฯ : สยามศิลป์ การพิมพ์.
- [6] ชาญ กลิ่นซ้อน. (2550). การศึกษาเจตคติและพฤติกรรมการใช้สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน. คุรุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- [7] ชาญ สวัสดิ์สาดี. (2545). คู่มือนักฝึกอบรมมืออาชีพ การจัดดำเนินการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ : นำทางการพิมพ์.
- [8] ชาตรีส การะเวก. (2544). พฤติกรรมและจุดมุ่งหมายในการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [9] ทิศนา เหมมณี และสร้อยสน สกลรักษ์. (2540). แบบแผนและเครื่องมือการวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [10] เพ็ญทิพย์ จีรพินนุสรณ์. (2539). การแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [11] พัลลภ พิริยะสุรวงศ์. (2543). “เทคโนโลยีสารสนเทศกับการปฏิรูปการศึกษา”. พัฒนาเทคนิคศึกษา. (เมษายน-มิถุนายน). 39-42.
- [12] ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีวิจัย. กรุงเทพฯ: บริษัทพิมพ์ดีการพิมพ์จำกัด.
- [13] วรางคณา ศรีเจริญ. (2546). สภาพ ปัญหา และความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของนิสิตในมหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยานิพนธ์การศึกษา มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี การศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [14] วิจิตร อาวะกุล. (2540). คู่มือการฝึกอบรมและพัฒนาบุคคลากรฝึกอบรม : THE MANAGEMENT OF TRAINING. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [15] อารุง จันทรวาณิช. (2544). เทคโนโลยีสารสนเทศกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษา. กระทรวงศึกษาธิการ 109 ปี. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.
- [16] Hiemstra, R. and Burns, J. (1997). **Self-Directed Learning** : Present and Future. Montreal : Canada.

## ปัญหาอำนาจอธิปไตยของประเทศสมาชิกในประชาคมอาเซียน

### Member's Sovereignty Problem in ASEAN Community

โทมนัส ชยาพัฒน์

คณะรัฐศาสตร์ สาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ , manta.1914@yahoo.com

#### บทคัดย่อ

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม ค.ศ. 1967 นับจนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 50 ปี จากการรวมตัวในระดับภูมิภาคอย่างหลวม ๆ สู่วิวัฒนาการที่สูงขึ้นในการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน ซึ่งเกิดขึ้นโดยความตกลง "กฎบัตรสมาคมแห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้" โดยความตกลงร่วมกันของสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ จากการรวมตัวของอาเซียนจากอดีตสู่ปัจจุบัน เป็นไปตามทฤษฎีการรวมตัวระหว่างประเทศ ซึ่งถือว่าการรวมตัวในระดับที่สูงขึ้น โดยถือว่าหากประเทศสมาชิกมีการรวมตัวที่สูงขึ้นเท่าใด อำนาจอธิปไตยของประเทศสมาชิกย่อมลดลงไปตามลำดับ หากนำมาพิจารณาถึงการรวมกลุ่มของอาเซียนแล้วหาได้เป็นไปตามทฤษฎีดังกล่าวไม่ พิจารณาได้ข้อตกลงต่าง ๆ ที่ปรากฏใน "กฎบัตรสมาคมแห่งประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้" ที่ยังคงวางแนวอำนาจอธิปไตยของตนไว้อย่างชัดเจน ดังนั้นเพื่อให้การรวมตัวเป็นประชาคมของอาเซียนบรรลุวัตถุประสงค์ในการรวมตัวกันอย่างแท้จริง จึงสมควรนำแบบอย่างการรวมกลุ่มในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะการจัดการกับปัญหาอำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศของสหภาพยุโรป ที่ประสบความสำเร็จในการรวมกลุ่มมาเป็นแนวทางในการรวมกลุ่มของอาเซียน

**คำสำคัญ:** อำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศ



## Abstract

The Association of Southeast Asian Nations, or ASEAN, was established on 8 August 1967 in Bangkok, Thailand, with the signing of the ASEAN Declaration (Bangkok Declaration). For more than 50 years, the regional organizations which were loosely tied together have developed into ASEAN community under “ASEAN Charter”, a legally binding agreement among the 10 ASEAN Member States. According to international integration theory, ASEAN integration belongs to the higher level of regional integration which may simultaneously reduce national sovereignty. On the contrary, ASEAN integration appears to be inconsistent with the theory as some articles of “ASEAN Charter” reveal the efforts of individual Member States to preserve their national sovereignty. In order to fully achieve the objective of ASEAN integration, ASEAN should look to the European Union as a model, in particular member's sovereignty problem solution.

**KEYWORDS:** International Sovereignty

## บทนำ

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญาอาเซียน” (The ASIAN Declaration) หรือที่เรียกว่า “ปฏิญญากรุงเทพฯ” (Bangkok Declaration) ที่จัดขึ้นที่กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม ค.ศ. 1967 โดยประเทศสมาชิกผู้ก่อตั้งเพียง 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ เพื่อการต่อต้านการแผ่ขยายของลัทธิคอมมิวนิสต์ ในช่วงสงครามเย็นซึ่งแผ่ขยายเข้ามายังภูมิภาคแห่งนี้

ครั้งเมื่อภัยดังกล่าวสงบลง อาเซียนได้ขยายสมาชิกภาพ โดยได้รับประเทศบรูไน เวียดนาม ลาว พม่า และล่าสุดคือกัมพูชา เข้าเป็นสมาชิกอาเซียนตามลำดับ รวมทั้งสิ้นเป็น 10 ประเทศ เพื่อเพิ่มพลังทางการเมืองและทางเศรษฐกิจของภูมิภาค ในฐานะเป็นมาตรการหนึ่งการเผชิญกับพลวัตทางเศรษฐกิจและการเมืองนอกภูมิภาค นั่นคือกระแสภูมิภาคนิยมที่กำลังแผ่ขยายไปทั่วโลก กระแสของพหุภาคีนิยม

ในเศรษฐกิจการค้าโลก ตลอดจนความไม่แน่นอนของระบบการเมืองโลก ซึ่งมีแนวโน้มว่ากำลังพลิกผันสู่ระบบหลายขั้วอำนาจ โดยประเทศสมาชิกยังคงยึดถือการใช้วิธีปรองดองในการอยู่ร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิก และใช้หลักการของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ โดย “การไม่แทรกแซงกิจการภายใน” ซึ่งกันและกัน รวมถึงการเคารพต่ออธิปไตย และบูรณาการแห่งดินแดนในความสัมพันธ์ระหว่างกัน ตามที่รัฐสมาชิกผู้ก่อตั้งเดิมได้ประกาศหลักการดังกล่าวร่วมกันไว้เมื่อเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2518 (ค.ศ. 1975)

จากการขยายตัวของอาเซียน โดยได้รับประเทศ เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชาเข้ามาเป็นสมาชิกเพิ่มรวมเป็น 10 ประเทศ ซึ่งอาเซียนมองว่าเป็นการเพิ่มพลังให้แก่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ในอีกด้านหนึ่งการขยายตัวดังกล่าวกลับเป็นตัวสร้าง

ปัญหาให้กับกลุ่มประเทศสมาชิกเองในการแก้ปัญหา ร่วมกัน ซึ่งจากเดิมที่รัฐสมาชิกมีความแตกต่างทางด้านการเมือง ระบบการปกครอง วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา ฯ อยู่แล้ว กลับมีความแตกต่างหลากหลายมากขึ้นไปอีก จึงเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการแก้ปัญหา ร่วมกัน ซึ่งหากประเทศสมาชิกมักอ้างถึงอำนาจ อธิปไตยของตนที่ยังคงมีอย่างอง่างล้นพ้นและไม่จำกัด ในทางกฎหมายระหว่างประเทศ เป็นเหตุผลในการ รักษาผลประโยชน์ของประเทศตน ซึ่งในความเป็นจริงย่อมขัดแย้งต่อความตกลงต่าง ๆ ทั้งหลายที่ประเทศ สมาชิกได้ตกลงร่วมกัน ที่จะปฏิบัติตามพันธกรณีบาง ประการในการสร้างร่วมมือสู่การเป็นประชาคม อาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งนั้นย่อมมีความหมายโดยปริยายว่า ประเทศสมาชิกต้องยอมปฏิบัติตามพันธกรณีต่าง ๆ ที่ตกลงร่วมกันไว้โดยไม่มีข้อโต้แย้งตามที่ผู้นำ ของแต่ละประเทศสมาชิกได้ลงนามร่วมกันไว้อย่าง ปฏิเสธไม่ได้ แต่ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ประเทศสมาชิกหาได้ยึดพันธกรณีต่าง ๆ ที่ตกลง ร่วมกันไว้เป็นหลักปฏิบัติไม่ พิจารณาได้จากปัญหาการ ละเมิดสิทธิมนุษยชนในประเทศพม่า ไม่ว่ากรณีในอดีต รัฐบาลทหารพม่า ได้กักตัวนางองซาน ซูจี เป็นเวลา กว่าหลายปี รวมถึง การที่รัฐบาลทหารพม่าเกณฑ์ ประชาชนจากการประท้วงเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตย ในพม่า โดยพม่าอ้างว่านั่นคือกิจการภายในของ ประเทศตน ในด้านของประเทศไทยในสมัยที่พัน ต้ารวจโท ดร.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีของ ไทยต่อเหตุการณ์ความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดน ภาคใต้ที่รัฐบาลไทยได้ปฏิเสธความช่วยเหลือจาก มาเลเซีย โดยอ้างว่า เรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องอธิปไตย ภายในของประเทศ

จากการยึดมั่นในอำนาจอธิปไตยของประเทศ สมาชิกอาเซียน ที่ไม่ยอมให้ประเทศสมาชิกอื่นๆ แสดง ความเห็น ให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ร่วมกันอันเป็นเหตุ

ให้พันธกรณีต่าง ๆ ในความตกลงทั้งหมดที่ประเทศ สมาชิกอาเซียนตกลงร่วมกันนั้นก่อนหน้าที่จะมีการลง นามร่วมกันใน กฎบัตรอาเซียน ไม่บรรลุผลสำเร็จตาม เป้าหมายที่แท้จริงที่วางไว้ แม้ต่อมาภายหลังอาเซียนมี ความประสงค์ในการยกระดับความร่วมมือจากสมาคม อาเซียนสู่ประชาคมอาเซียนซึ่งเป็นความร่วมมือที่ สูงขึ้นจากการรวมกลุ่มระหว่างประเทศระดับภูมิภาค ตามความตกลงที่ปรากฏในกฎบัตรอาเซียนแต่หาก พิจารณาถึงข้อตกลงบางประการที่ปรากฏในกฎบัตร อาเซียนดังกล่าว แสดงให้เห็นโดยปริยายว่า ประเทศ สมาชิกอาเซียนยังคงยึดมั่นในหลักการอำนาจอธิปไตย ในทางกฎหมายระหว่างประเทศอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะหลักการไม่แทรกแซงกิจการภายในซึ่งกัน และกัน ที่ประเทศสมาชิกใช้เป็นเหตุผลในการรักษา อำนาจอธิปไตยของตนระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ด้วยกัน จนบางครั้งประเทศสมาชิกได้หลงลืมความ ร่วมมือต่าง ๆ ที่ตกลงร่วมกันไว้ เสมือนประเทศ สมาชิกไม่เคยมีความตกลงเพื่อสร้างความร่วมมือต่าง ๆ มาก่อนเลย โดยแต่ละประเทศต่างยึดถือกฎเกณฑ์ของ ตนเอง หรือกฎเกณฑ์ภายนอกอาเซียน ทั้งที่อาเซียนมี ความตกลงเฉพาะด้านเพื่อสร้างความร่วมมือดังกล่าว อยู่แล้ว ซึ่งเห็นได้ชัดจากกรณีพิพาทระหว่างประเทศ ไทย กับประเทศกัมพูชาในประเด็นพิพาทเรื่องพื้นที่ รอบบริเวณเขาพระวิหาร เมื่อปีพ.ศ. 2553 ที่ประเทศไทยและกัมพูชาต่างอ้างสิทธิอธิปไตยเหนือดินแดน พิพาท ซึ่งประเทศคู่กรณีต่างไม่ยึดถือกลไกระงับข้อ พิพาทที่อาเซียนมีอยู่แล้ว แต่กลับใช้วิธีการระงับข้อ พิพาทไม่ว่าด้วยการ ร้องเรียนต่อศาลโลก ร้องเรียนต่อ สหประชาชาติอะไรต่าง ๆ นานาโดยไม่สนใจ พันธกรณีต่าง ๆ ของอาเซียนที่ประเทศสมาชิกได้ลง นามตกลงร่วมกัน และปฏิญาณร่วมกันไว้ว่าจะปฏิบัติ ตามความตกลงต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด

ยิ่งในปัจจุบัน อาเซียนมีกฎบัตรอาเซียน ซึ่งถือเสมือนเป็นรัฐธรรมนูญอาเซียนฉบับแรก ที่ประเทศสมาชิกตกลงร่วมกันโดยมีเจตนารมณ์เดียวกันในการรวมตัวระหว่างประเทศในระดับที่สูงขึ้นสู่การเป็นประชาคมอาเซียนให้มีความเข้มแข็ง มีอำนาจต่อรอง และมีบทบาทอย่างเด่นชัดต่อการถ่วงดุลอำนาจระหว่างประเทศ โดยในกฎบัตรอาเซียนที่กล่าวถึงการก่อตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลักคือ ประชาคมความมั่นคงอาเซียน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน โดยความตกลงทั้งหลายดังกล่าวนี้ล้วนมีเป้าหมายและยุทธศาสตร์ในการที่จะส่งเสริมสันติภาพ เสถียรภาพ ประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน และความมั่นคงในภูมิภาค ซึ่งเป้าหมายและยุทธศาสตร์ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนอยู่ในทิศทางที่ตรงกันข้ามและขัดแย้งต่อ “หลักการไม่แทรกแซงกิจการภายใน” ซึ่งอาเซียนได้ถือปฏิบัติต่อกันมาช้านาน ซึ่งเป็นข้ออ้างในการไม่ให้ประเทศสมาชิกอื่นล่วงล้ำอำนาจอธิปไตยของตนเอง ซึ่งข้ออ้างดังกล่าวเป็นการเปิดช่องให้ประเทศสมาชิกอาจยกขึ้นอ้างได้แม้ข้อตกลงบางประการขัดต่อผลประโยชน์ของประเทศตน และยอมเลี้ยวไม่ยอมปฏิบัติตามพันธกรณีโดยอ้างอำนาจอธิปไตย ด้วยการใช้หลักการแทรกแซงกิจการภายในเป็นเกราะป้องกันตนเอง ซึ่งถือว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการนำอาเซียนไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอย่างยั่งยืน

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศสมาชิกอาเซียนจำเป็นต้องทบทวนบทบาทของตน จากความเคร่งครัดของการยึดถือหลักการที่เกี่ยวกับอำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศโดยใช้ข้ออ้างของการไม่แทรกแซงกิจการภายใน เพื่อสร้างความร่วมมือและความสามัคคีอย่างแน่นแฟ้นยิ่งขึ้นในหมู่สมาชิก และเพื่อให้เป็นภูมิคุ้มกันของอาเซียนจากอิทธิพลและการ

ครอบงำของประเทศมหาอำนาจจากการขยายตัวในการแสวงหาความร่วมมือจากประเทศนอกกลุ่ม รวมถึงการหาแนวทางร่วมกันในการผ่อนปรนการใช้ “หลักการไม่แทรกแซงกิจการภายใน” ของประเทศสมาชิก ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการพัฒนาความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อให้อาเซียนบรรลุถึงเจตนารมณ์ตามพันธกรณีและความตกลงทั้งหลายร่วมกันในการสร้างความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ให้มีบทบาทขึ้นแนวหน้าในประชาคมโลกและสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงอำนาจอธิปไตยในทางกฎหมายระหว่างประเทศของประเทศสมาชิกอาเซียน เปรียบเทียบอำนาจอธิปไตยในทางกฎหมายระหว่างประเทศของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป
2. เพื่อศึกษาถึงความตกลงที่เกี่ยวข้องกับอำนาจอธิปไตยตามที่กำหนดในกฎบัตรอาเซียน (ASEAN CHARTER)
3. เพื่อศึกษาถึงวิธีการประยุกต์ใช้อำนาจอธิปไตยของประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปในการนำมาเป็นแนวทางการประยุกต์ใช้กับการรวมกลุ่มเป็นประชาคมอาเซียนอย่างยั่งยืน

### สมมติฐานการวิจัย

แม้อาเซียนจะไม่ยอมลดความเคร่งครัดในเรื่องหลัก "อำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศ" เพื่อยอมปฏิบัติตามพันธกรณีในความตกลงต่าง ๆ ของอาเซียนก็ตาม แต่ด้วยในโลกยุคปัจจุบัน การแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในทางระหว่างประเทศมีสูงขึ้นอย่างไม่จำกัด รวมถึงการจัดระเบียบโลกใหม่ที่เต็มไปด้วยการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยี ผลประโยชน์ในทางการค้าเพื่อ ทำให้อาเซียนจำเป็นต้องปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงในประชาคมโลก ทั้งเพื่อประโยชน์ใน

ภูมิภาคของคนและประโยชน์ของแต่ละประเทศ สมาชิก โดยการลดความเคร่งครัดของการยึดถือหลัก "อำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศ" โดยวิธีการยอมผ่อนปรนและยืดหยุ่น การใช้หรืออ้างอำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศระหว่างสมาชิกด้วยกัน ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในอาเซียน ตามที่ปรากฏในพันธกรณีที่ประเทศสมาชิกจำต้องกระทำหรืองดเว้นการกระทำบางอย่างในการเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

### ผลของการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า อาเซียนเป็นองค์การระหว่างประเทศระดับภูมิภาค และเนื่องจากการที่เป็นองค์การระหว่างประเทศซึ่งประกอบด้วยรัฐอธิปไตยหลาย ๆ รัฐตกลงร่วมกันที่จะดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในการติดต่อระหว่างรัฐอธิปไตยนั้น พบว่า เป็นเรื่องที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้เลยว่า อาจเกิดปัญหาขึ้นระหว่างรัฐต่าง ๆ หรืออาจเกิดโอกาสที่รัฐจะได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน อันเนื่องมาจากการติดต่อระหว่างกัน<sup>1</sup> กล่าวคือ รัฐอธิปไตยต่างก็มีนโยบายต่างประเทศในด้านต่าง ๆ เป็นอิสระของตนเอง อันเป็นการแสดงอธิปไตยของรัฐ เมื่อรัฐอธิปไตยทำการติดต่อกัน นโยบายต่างประเทศของรัฐต่าง ๆ จะมาพบกัน ในลักษณะนี้ ปัญหาระหว่างรัฐอธิปไตยก็จะเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากนโยบายขัดแย้งกัน หรือหากนโยบายของรัฐต่าง ๆ สอดคล้องกัน โอกาสที่รัฐจะดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันก็จะ มีขึ้น และเมื่อเกิดปัญหาขัดแย้งกัน รัฐอธิปไตยต่าง ๆ นั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการสถาปนากลไก, วิธีการ,

และหลักปฏิบัติระหว่างประเทศในอันที่จะกำหนดและวางหลักเกณฑ์ในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อแก้ไขหรือหลีกเลี่ยงปัญหาที่จะเกิดขึ้นระหว่างกัน หรือส่งเสริมผลประโยชน์ร่วมกัน

ในส่วนของอาเซียนซึ่งกำลังจะเป็นประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ 1. ประชาคมความมั่นคงอาเซียน 2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน อาเซียน ได้มีปัญหาค้างในการบูรณาการอำนาจอธิปไตยระหว่างกันดังเช่นองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ เช่นกัน ซึ่งจากการศึกษาการรวมกลุ่มระหว่างประเทศเปรียบเทียบกับ การของสหภาพยุโรปแล้วพบว่า ปัญหาหลักที่อาเซียนไม่สามารถบังคับให้ประเทศสมาชิกปฏิบัติ หรืองดเว้นการปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันได้แก่ ปัญหาการขาดองค์การเหนือรัฐในอาเซียน จากการศึกษาโครงสร้างองค์การของอาเซียนพบว่า องค์การอันเป็นกลไกการดำเนินงานของอาเซียนตามที่ปรากฏในกฎบัตรอาเซียนไม่แตกต่างจากเดิมมากนัก องค์การต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 9 องค์การประกอบด้วย

1. การประชุมสุดยอดอาเซียน
2. คณะมนตรีประสานงานอาเซียน
3. คณะมนตรีประชาคมอาเซียนต่าง ๆ
4. องค์การระดับรัฐมนตรีอาเซียนเฉพาะสาขา
5. เลขานุการอาเซียนและสำนักงานเลขานุการอาเซียน
6. คณะกรรมการผู้แทนถาวรประจำอาเซียน
7. สำนักเลขานุการอาเซียนแห่งชาติ
8. องค์การสิทธิมนุษยชน
9. มูลนิธิอาเซียน

<sup>1</sup> พิษณุ สุวรรณชฎ, สามทศวรรษอาเซียน (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัย-ธรรมศาสตร์, 2538), หน้า 64-66.

จากโครงสร้างดังกล่าว สามารถกำหนดหน้าที่ขององค์กรต่าง ๆ ได้เป็น 5 ลักษณะ<sup>2</sup> ได้แก่

1) องค์กรตัดสินใจ ยังคงกำหนดให้เป็นการประชุมสุดยอดอาเซียนทำหน้าที่ในการตัดสินใจ เช่นเดิม

2) องค์กรที่มีหน้าที่กำหนดนโยบาย ได้แก่ คณะมนตรีประสานงานอาเซียนซึ่งประกอบด้วยรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียนมีหน้าที่เตรียมการประชุมและประสานงานกับคณะมนตรีประชาคมอาเซียนต่าง ๆ เพื่อนำเสนอที่ประชุมสุดยอดอาเซียนพิจารณา (มาตรา 8 วรรคสอง) ซึ่งกรณีนี้คล้ายกับการประชุมระดับรัฐมนตรีต่างประเทศอาเซียนเดิมที่มีการกิจในการกำหนดนโยบายทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจเพื่อนำเสนอต่อที่ประชุมสุดยอดอาเซียน

3) องค์กรที่ทำหน้าที่ในการปฏิบัติ ได้แก่ คณะมนตรีประชาคมอาเซียนต่าง ๆ (ได้แก่ คณะมนตรีประชาคมการเมืองและความมั่นคง คณะมนตรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และคณะมนตรีประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน) และองค์กรระดับรัฐมนตรีอาเซียนเฉพาะสาขา ซึ่งมีหน้าที่ในการอนุมัติข้อตัดสินใจ และปฏิบัติตามความตกลงและข้อตัดสินใจของที่ประชุมสุดยอดอาเซียนที่เกี่ยวข้อง (มาตรา 9 วรรคสี่ และมาตรา 10 วรรคหนึ่ง)

4) องค์กรประสานงาน ได้แก่ เลขาธิการอาเซียน และสำนักงานเลขาธิการอาเซียน คณะกรรมการผู้แทนถาวรประจำอาเซียน และสำนักเลขาธิการอาเซียน-แห่งชาติ (มาตรา 11 ถึง 13) โดยเลขาธิการอาเซียนทำหน้าที่ดูแลการประสานงานกับ

ทุกภาคส่วนในอาเซียนโดยเฉพาะการเป็นหัวหน้าเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานของอาเซียน ในส่วนของคณะกรรมการผู้แทนถาวรประจำอาเซียน ถือว่าเป็นผู้แทนที่ได้รับแต่งตั้งจากแต่ละรัฐ ในการเป็นสื่อกลางระหว่างอาเซียนกับรัฐสมาชิกของตน โดยต้องทำหน้าที่ในการประสานงานกับสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ และองค์กรระดับรัฐมนตรีอาเซียนเฉพาะสาขาโดยอยู่ภายใต้การดูแลของคณะมนตรีประสานงานอาเซียน ส่วนสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาตินั้น เป็นผู้ทำหน้าที่ประสานงานในระดับล่างหรือในระดับที่ย่อยลงมาในระดับของประเทศซึ่งประเทศไทย เรียกว่า กรมอาเซียน ทำหน้าที่ประสานงานกับส่วนราชการต่าง ๆ ภายในประเทศและกับประเทศสมาชิกอื่น ๆ

5) องค์กรอื่น ๆ อันได้แก่ องค์กรสิทธิมนุษยชนอาเซียน เป็นองค์กรใหม่ที่จัดตั้งขึ้นในอาเซียน เพื่อให้มีลักษณะของความเป็นสากลตั้งที่องค์กรระหว่างประเทศอื่น ๆ ได้จัดตั้งกลไกดังกล่าวนี้ก่อนอาเซียนเป็นเวลาหลายปีแล้ว อาเซียนจำเป็นต้องจัดตั้งกลไกดังกล่าวเนื่องจากแรงกดดันจากประเทศนอกกลุ่ม

ส่วนการจัดองค์กรของสหภาพยุโรป ได้แบ่งองค์กรออกเป็น 4 องค์กร ได้แก่

1) รัฐสภายุโรป (The European Parliament) ทำหน้าที่เป็นรัฐสภาของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ตลอดจนมีบทบาทในทางนิติบัญญัติ ช่วยเหลือคณะมนตรีในการออกกฎหมายและข้อบังคับของประชาคม ดังนั้น รัฐสภายุโรปจึงทำหน้าที่เหมือน รัฐสภาของประเทศโดยทำหน้าที่เป็นฝ่ายนิติบัญญัติของประชาคม แต่ไม่มีอำนาจเด็ดขาดแต่เพียงสถาบันเดียวในการออกกฎหมาย แต่เป็นสถาบันที่ให้ความเห็นชอบและ กลั่นกรองกฎหมายให้เป็นไปตามเป้าหมายของ

2) คณะมนตรี (The Council of Ministers) เป็นสถาบันหลักในการตัดสินใจของประชาคม มีอำนาจในทางนิติบัญญัติในการออกกฎหมายและ

<sup>2</sup> ไพศาล เสรีदानนท์, “ปัญหากฎหมายและอุปสรรคในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจระดับภูมิภาค: กรณีศึกษาอาเซียน,” (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย-รามคำแหง, 2544), หน้า 135-136.

ข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งมีผลบังคับโดยตรงต่อประเทศสมาชิกและประชาชนภายในประชาคม ดังนั้นอำนาจหน้าที่ของคณะมนตรีจึงได้แก่

3) คณะกรรมาธิการ (The Commission) เป็นองค์กรที่กำหนดนโยบายหลักเสนอโครงการเพื่อปฏิบัติ ดูแลผลประโยชน์ทั่วไปของประชาคม และทำหน้าที่เป็นฝ่ายบริหารของประชาคมโดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

4) ศาลยุติธรรม (The Court of Justice) เป็นองค์กรทำหน้าที่ระงับข้อพิพาทของประชาคม เป็นฝ่ายตุลาการของประชาคมโดยมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

จากกลไกการดำเนินการขององค์กรทั้ง 4 ดังกล่าวมีการแบ่งการใช้อำนาจร่วมกันดังนี้

1) องค์กรที่ใช้อำนาจในการบริหาร คือ คณะมนตรีและคณะกรรมาธิการ โดยคณะกรรมาธิการจะบริหารงานตามมติของคณะมนตรีซึ่งถือเป็นองค์กรที่มีอำนาจสูงสุด

2) องค์กรที่ใช้อำนาจนิติบัญญัติ คือ คณะมนตรี คณะกรรมาธิการ และรัฐสภายุโรป ซึ่งใช้อำนาจออกกฎหมายร่วมกันโดยมีขั้นตอนการออกกฎหมายของประชาคมคือ คณะกรรมาธิการเป็นผู้ริเริ่มกฎหมายแล้วนำเสนอเรื่องให้คณะมนตรีพิจารณาและก่อนที่คณะมนตรีจะมีมติเห็นชอบจะต้องปรึกษารัฐสภายุโรปก่อน

3) องค์กรที่ใช้อำนาจตุลาการ คือ ศาลยุติธรรมยุโรป ซึ่งจะเป็นบังคับใช้กฎหมายโดยจะเป็นผู้ตีความกฎหมาย พิพากษาคดีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการละเมิดกฎหมายของประชาคม

จากการศึกษาเปรียบเทียบดังกล่าว ผู้เขียนเห็นว่า ความร่วมมือของอาเซียนเปลี่ยนจากความร่วมมือแบบหลวม ๆ สู่ความร่วมมือที่สูงขึ้นในรูปแบบประชาคม ดังนั้น อาเซียนจึงควรมีองค์กรกลางที่ทำหน้าที่ในทางนิติบัญญัติดังเช่นกรณีของสหภาพยุโรป

โดยการให้องค์กรกลางดังกล่าวทำหน้าที่บัญญัติกฎหมายให้แก่ประชาคม และสร้างกลไกให้กฎหมายนั้นมีสภาพบังคับแก่รัฐสมาชิกได้อย่างแท้จริง โดยรัฐสมาชิกให้ต้องปฏิบัติตามได้อย่างเคร่งครัดโดยไม่อาจกล่าวอ้างหรือค้ำประกันถึงอำนาจอธิปไตยระหว่างประเทศมากนัก เพราะเมื่อเปรียบเทียบการอยู่ร่วมกันในสังคมแล้ว เมื่อคนจำนวนมากสมัครใจเข้าอยู่ร่วมในสังคมเดียวกัน ย่อมหมายความว่า การที่จะให้สังคมดำเนินไปด้วยความสงบสุข บุคคลในสังคมย่อมต้องเชื่อฟัง เคารพ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ในสังคมนั้น ๆ โดยยอมสละสิทธิเสรีภาพ หรืออำนาจอธิปไตยส่วนบุคคลลงบางประการเพื่อให้สังคมนั้นดำเนินไปได้อย่างสงบสุขและบรรลุลวิฤตประสงค์เดียวกัน

อีเมลล์: [bjm.conf2@gmail.com](mailto:bjm.conf2@gmail.com)

เว็บไซต์: [www.northbkk.ac.th](http://www.northbkk.ac.th)

### เอกสารอ้างอิง

กรมองค์การระหว่างประเทศ. **กฎบัตรสหประชาชาติ.**

กรุงเทพมหานคร: กระทรวง- การ

ต่างประเทศ, 2545.

กุลพล พลวัน. **พัฒนาการแห่งสิทธิมนุษยชน.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2538.

จตุรงค์ ธีระวัฒน์. **กฎหมายระหว่างประเทศ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-วิญญูชน, 2550.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. **กฎหมายระหว่างประเทศ.**

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนา-

พานิช, 2511.

พิชญ สุวรรณชฎ. **สามทศวรรษอาเซียน.**

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

2538.

ลาวัญย์ ถนัดศิลป์. อาเซียนกับความสัมพันธ์ทางกฎหมายในกลุ่มประเทศสมาชิกและความสัมพันธ์ภายนอกอาเซียน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

วินิตา ศุกรเสพย์. อาเซียนในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

วิมลวรรณ ภัทโรดม. สหภาพยุโรป. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์-ศักดิ์โสภาคการพิมพ์, 2546.

สมชัย สิริสมบูรณ์เวช. กฎหมายว่าด้วยองค์การระหว่างประเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.

สมบูรณ์ เสี่ยมบุตร. กฎหมายระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2548.

สีดา สอนศรี. ความร่วมมือของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการก่อตั้งองค์การส่วนภูมิภาค 1945-1985. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2529.

อุกฤษ มงคลนาวิน. คำบรรยายกฎหมายระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.

#### บทความ

กวี จงกิจถาวร. “กฎบัตรอาเซียน (2).” คม ชัด ลึก, 20 พฤศจิกายน 2550, หน้า 9.

\_\_\_\_\_. “กฎบัตรอาเซียน (6).” คม ชัด ลึก, 29 พฤศจิกายน 2550, หน้า 9.

ประภัสสร เทพรাত্রี. “โลกทรรศน์.” สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ 55, 10 (30 พฤศจิกายน - 6 ธันวาคม 2550): 29.

วรพจน์ วิศรุตพิชญ์ และจตุรนต์ ธีระวัฒน์, ผู้แปล. “อำนาจอธิปไตยกับกฎหมายระหว่างประเทศ.” วารสารนิติศาสตร์ 16, 4 (ธันวาคม 2529): 171-182.

สาธิต สุนทรพันธ์. “พัฒนาการการรวมยุโรปก่อนสนธิสัญญาโรม.” วารสารยุโรปศึกษา 15, 1 (มกราคม-มิถุนายน 2541): 2-33.

#### วิทยานิพนธ์

กมลรัตน์ อินอุตมา. “ข้อจำกัดของสหประชาชาติในการให้ความคุ้มครองสิทธิมนุษยชน.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

นาดยา ทิพวันต์. “ข้อมติขององค์การระหว่างประเทศในฐานะที่เป็นบ่อเกิดของกฎหมายระหว่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

ไพศาล เสรีदानนท์. “ปัญหากฎหมายและอุปสรรคในการรวมกลุ่มเศรษฐกิจระดับภูมิภาค: กรณีศึกษาอาเซียน.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย-รามคำแหง, 2544.

ลาวัญย์ เขมะพันธุ์มัส. “นิติฐานะและปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับการทำสนธิสัญญาและการปฏิบัติตามสนธิสัญญาอาเซียน.” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528.

อริศรา ตั้งเทียมยา. “สิทธิป้องกันตนเองและปัญหาความชอบด้วยกฎหมายของการป้องกันตนเองล่วงหน้าภายใต้มาตรา 51 แห่งกฎบัตรสหประชาชาติ.” สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548.

## การประยุกต์ใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียนวิชาสถิติธุรกิจ

### An application of control chart in business statistics classroom

พรรณี ถ้าวรรณวงศ์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, pannee.l@bu.ac.th

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้สร้างแผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวฮาร์ท จากคะแนนสอบของนักศึกษาในชั้นเรียน เพื่อนำมาเป็นเครื่องมือช่วยให้อาจารย์ผู้สอนติดตาม กระตุ้นเตือนและเฝ้าสังเกตความก้าวหน้าในการเรียนรู้ ของนักศึกษาในชั้นเรียนวิชาสถิติธุรกิจ และให้นักศึกษาแต่ละคนใช้ประเมินผลการเรียนด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อตรวจเฝ้าติดตามผลสัมฤทธิ์ของการเรียนวิชาสถิติธุรกิจด้วยแผนภูมิควบคุม 2) เพื่อแจ้งเตือนนักศึกษาที่มีผลการสอบต่ำกว่าขีดจำกัดล่างของแผนภูมิ และประเมินผลการใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียนด้วยแบบทดสอบความแตกต่างของสัดส่วนสำหรับ 2 กลุ่มตัวอย่างและทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนด้วย Levene's test การสร้างแผนภูมิควบคุมใช้ข้อมูลคะแนนของนักศึกษาแต่ละคนจากการสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่เรียนวิชาสถิติธุรกิจ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2553 จำนวน 104 คน ผลการวิจัยพบว่า หลังจากใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียน นักศึกษากลุ่มที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุมมีระดับผลการเรียนวิชาสถิติธุรกิจในสัดส่วนที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และความแปรปรวนของคะแนนสอบปลายภาคของกลุ่มนักศึกษาที่ใช้แผนภูมิควบคุมต่ำกว่ากลุ่มนักศึกษาที่ไม่ใช้แผนภูมิควบคุม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่าการใช้แผนภูมิควบคุมสามารถช่วยลดความผันแปรของกระบวนการเรียนรู้ และเป็นเครื่องมือให้นักศึกษาได้ประเมินตนเอง เกิดความมุ่งมั่นพยายามมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาตนเองต่อไป

**คำสำคัญ:** แผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวฮาร์ท ขีดจำกัดควบคุมเตือน การประเมินผลการเรียนด้วยตนเอง

#### ABSTRACT

In this study, Shewhart Individuals Control Chart was developed from the students' examination score which was used for evaluating and tracking students' performance. In addition, the students should be able to use this chart for continuous self-evaluation. The goals of this study were using Shewhart's chart for: 1) tracking the learning efficacy of students registering the subject "Statistics for Business; 2) reminding the students who were at the warning limit of the chart. We also aimed at testing the efficiency of using Shewhart's chart for evaluating students's score. The subjects used in this study were sampled from students who took Statistics for Business (n = 104) in the second semester of



academic year 2011. Using the test of the difference of proportion for two samples and the Levene's test for homogeneity of variance, the results revealed that there was no statistical difference of the grade proportion between students who were randomly selected by Shewhart's chart and those without selection. However, the variances of the final score examination of the selected group lower than the unselected group at .05 level of the significance. This result suggests that Shewhart's chart utilization can reduce the fluctuation of student scores through the learning process, and the students can use the chart to continue their self-assessment for reminding and improving their performances.

**KEYWORDS:** Shewhart Individuals control chart, Warning limits, Self-assessment.

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนภูมิควบคุม(Control chart) เป็นเครื่องมือหนึ่งทางสถิติที่ใช้สำหรับควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมให้มีเสถียรภาพและลดความแปรปรวนในกระบวนการ และใช้วิเคราะห์การผลิตที่ผ่านมาเพื่อทราบสถานภาพของกระบวนการผลิต ทั้งยังสามารถบ่งชี้สาเหตุที่สามารถระบุได้ (Assignment causes) ของปัญหาในกระบวนการผลิต ซึ่งกระบวนการใดก็ตามที่ปราศจากสาเหตุที่ระบุได้ จะเรียกว่าเป็นกระบวนการที่อยู่ภายใต้การควบคุมทางสถิติ (In statistical control) การนำแผนภูมิควบคุมมาประยุกต์ใช้ในการควบคุมการผลิตในอนาคต จะต้องตัดค่าที่ไม่ปกติทั้งหลายออกแล้วคำนวณเฉพาะค่าที่อยู่ในเกณฑ์ปกติเท่านั้น [1] แผนภูมิควบคุมจะทำหน้าที่หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) เป็นเครื่องมือสำหรับช่วยกำหนดมาตรฐานในการผลิต เช่น กำหนดค่าเฉลี่ยของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อช่วยให้การผลิตบรรลุเป้าหมาย 3) เพื่อใช้ในการปรับปรุงการผลิต [2]

ปัจจุบันได้มีการนำแผนภูมิควบคุมมาประยุกต์ใช้ในการประเมินผลการเรียนของนักศึกษา McNeal และคณะ [6] ได้พัฒนาสูตรแผนภูมิควบคุมค่าเฉลี่ยของ ชิวฮาร์ต โดยใช้หลักการคำนวณสถิติ

ทดสอบตามวิธีของ Wilcoxon Signed-rank Statistic เพื่อตรวจจับการเปลี่ยนแปลง (เพิ่มขึ้น/ลดลง) ของคะแนนเฉลี่ยสะสมของนักศึกษาจากค่ามัธยฐานเป้าหมาย(Median target) ในแต่ละภาคการศึกษาอย่างต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลา 4 ปี และ Micklich ได้นำแนวความคิดของ TQM มาประยุกต์ใช้ในชั้นเรียน โดยใช้แผนภูมิควบคุม c chart เป็นเครื่องมือเพื่อประเมินผลและทดสอบความมีเสถียรภาพของกระบวนการ [5:219] นอกจากนี้ Xin Ding และคณะ ได้แนะนำให้ใช้ p chart เพื่อเฝ้าติดตามและปรับปรุงประสิทธิภาพของการเรียนการสอนของอาจารย์ซึ่งวัดจากการประเมินของนักศึกษา [7 : 259] ด้วยสาเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจนำตัวแปรคะแนนสอบของนักศึกษาแต่ละคนมาประยุกต์ใช้กับแผนภูมิควบคุมคุณภาพทางสถิติ เพื่อช่วยประเมินว่าการเรียนการสอนในชั้นเรียนอยู่ในสถานะใด และนำแผนภูมิที่สร้างขึ้นในลักษณะที่เป็นแผนภาพการกระจายที่เข้าใจได้ง่าย ให้นักศึกษาแต่ละคนใช้เป็นเครื่องมือประเมินผลการเรียนด้วยตนเอง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจเฝ้าติดตามผลสัมฤทธิ์ของการเรียนวิชาสถิติธุรกิจด้วยแผนภูมิควบคุม

2. เพื่อแจ้งเตือนนักศึกษาที่มีผลการสอบต่ำกว่าขีดจำกัดล่างของแผนภูมิ
3. เพื่อวัดประสิทธิภาพการใช้แผนภูมิควบคุม

### สมมติฐานการวิจัย

1. การนำแผนภูมิควบคุมมาใช้จะช่วยลดความผันแปรของกระบวนการ
2. การใช้แผนภูมิควบคุมส่งผลต่อระดับผลการเรียน (Grade) ของนักศึกษา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักศึกษาแต่ละคนสามารถใช้แผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวจาร์ทในการประเมินผลสัมฤทธิ์ในการเรียนได้ด้วยตนเอง
2. ช่วยกระตุ้นนักศึกษาที่มีคะแนนต่ำกว่าขีดจำกัดเตือนล่างให้พยายามทำคะแนนให้สูงกว่าขีดจำกัดเตือนล่าง
3. ช่วยเพิ่มความมั่นใจ ลดความกังวลในการสอบให้กับกลุ่มนักศึกษาที่มีผลการเรียนดี
4. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนรายวิชาอื่น ๆ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ในชั้นเรียนเบื้องต้นก่อนการประเมินผลเพื่อตัดเกรด

### นิยามศัพท์

1. ขีดจำกัดควบคุม (Control limits) หมายถึง ขีดจำกัดของแผนภูมิควบคุมมีระยะห่างจากเส้นกลาง 3 เท่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร้อยละ 99.73% ของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในช่วงขีดจำกัดควบคุมบนและล่าง (LCL, UCL) เป็นขีดจำกัดของกระบวนการตามธรรมชาติ (Natural process limits)
2. ขีดจำกัดควบคุมเตือน (Warning limits) หมายถึง ขีดจำกัดของแผนภูมิควบคุมคุณภาพที่ใช้เตือนว่ากระบวนการใกล้จะออกนอกการควบคุม โดยทั่วไปขีดจำกัดควบคุมเตือนมักจะอยู่ที่ระยะห่างจากเส้นกลาง

2 เท่าของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขีดจำกัดควบคุมเตือน (LWL,UWL) เป็นช่วงที่ยอมรับได้ว่ากระบวนการอยู่ในการควบคุมเตือน (คิดเป็นร้อยละ 95.45 % ของกลุ่มตัวอย่าง)

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง แบบสองกลุ่ม คือ กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม และวัดหลังการทดลอง **ประชากร** คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ลงทะเบียนเรียนวิชาสถิติธุรกิจ (Business statistics) ในปีการศึกษา 2553 ภาคการศึกษาที่ 2 จำนวนทั้งหมด 755 คน แบ่งเป็นจำนวน 13 กลุ่ม (section) **กลุ่มตัวอย่าง** นักศึกษาที่ทดลองใช้แผนภูมิควบคุม เป็นนักศึกษาคณะบัญชีและคณะบริหารธุรกิจที่ลงทะเบียนเรียนวิชาสถิติธุรกิจ ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2553 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2 กลุ่ม จำนวน 104 คน เป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมคือกลุ่มนักศึกษาที่ไม่ได้ใช้แผนภูมิควบคุม **ตัวแปร** ที่ใช้ ได้แก่ เพศ(gender) คะแนนทดสอบย่อยครั้งที่ 1 (test1) คะแนนสอบกลางภาค(midterm) (final) คะแนนทดสอบย่อยครั้งที่ 2 (test2) คะแนนสอบปลายภาค และตัวแปรผลการเรียนวิชาสถิติธุรกิจ แบ่งเป็น 4 ระดับ คือ

- 1)ผลการเรียนระดับสูง หมายถึงเกรด A
- 2)ผลการเรียนระดับปานกลางค่อนข้างสูง หมายถึงเกรด B หรือ B+
- 3)ผลการเรียนระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ หมายถึงเกรด C หรือ C+
- 4)ผลการเรียนระดับต่ำ หมายถึงเกรด ต่ำกว่า C และเฟกถอน (W)

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. สถิติพรรณนาเบื้องต้น ได้แก่ ค่าร้อยละ(%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S) ค่าสูงสุด(Maximum)

ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสัมประสิทธิ์การแปรผัน (C.V.)

2. แผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวฮาร์ท (Shewhart individuals control chart) มีข้อตกลงเบื้องต้น คือ ข้อมูลต้องเป็นอิสระกันและมีการแจกแจงแบบปกติ สูตรสำหรับการคำนวณขีดจำกัดของแผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวฮาร์ท (Shewhart individuals control chart : ImR chart) [4: 616] ดังนี้

$$\text{Center line} : \bar{X}$$

$$\text{Control limits} : \bar{X} \pm 3 \frac{\overline{MR}}{1.128}$$

$$\text{Warning limits} : \bar{X} \pm 2 \frac{\overline{MR}}{1.128}$$

เมื่อ 
$$\overline{MR} = \frac{\sum_{i=2}^m |x_i - x_{i-1}|}{m-1}$$

$$MR_i = |X_i - X_{i-1}|$$

การวิเคราะห์จุดหรือคะแนนที่อยู่บนแผนภูมิควบคุมในขีดจำกัดควบคุมเดือน เกณฑ์ที่ใช้ดังต่อไปนี้

- ตัวอย่างไม่น้อยกว่าร้อยละ 95.45 ต้องตกอยู่ระหว่างขีดจำกัดควบคุมเดือน

- ตัวอย่างไม่เกินร้อยละ 2.275 ตกอยู่ต่ำกว่าขีดจำกัดควบคุมเดือนด้านล่าง

- ไม่ปรากฏจุดใดจุดหนึ่งออกนอกขีดจำกัดควบคุม

3. วัดประสิทธิภาพการใช้แผนภูมิควบคุม โดยใช้ 2 แบบทดสอบ

- ทดสอบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของระดับผลการเรียนของกลุ่มใช่และไม่ใช่ ImR chart (Chi-square test)

- ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Levene's test)

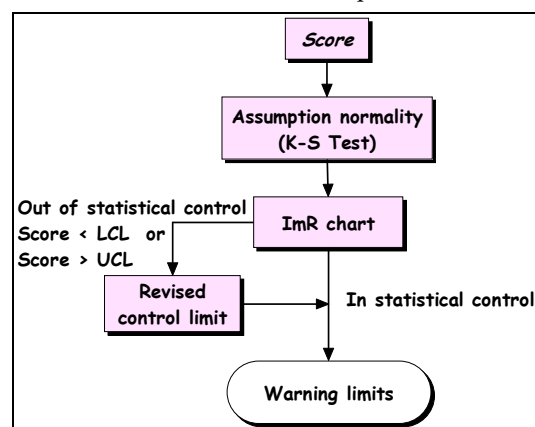
ขั้นตอนการสร้าง ImR chart โดยใช้โปรแกรม R เพกเกจ RcmdrPlugin.qcc ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการแจกแจงปกติของข้อมูลด้วยแบบทดสอบของ Kolmogorov และ Smirnov

2. นำตัวแปรคะแนนระหว่างคะแนนสอบย่อยครั้งที่ 1 และคะแนนสอบกลางภาคมาคำนวณขีดจำกัดควบคุมของ ImR chart เมนูคำสั่ง Control Charts / Individual / Graph (กำหนดค่า k=3)

3. ตัดข้อมูลที่อยู่นอกขีดจำกัดควบคุม (จุดที่อยู่นอกขอบเขตของ LCL หรือ UCL) โดยใช้เมนูคำสั่ง Data / Active data set / Subset active data set... แล้วคำนวณขีดจำกัดควบคุมใหม่ และตัดข้อมูลที่ค่าพิสัยเคลื่อนที่ (Moving range) สูงกว่าขีดจำกัดควบคุมบน (Upper control limit) ของแผนภูมิควบคุมพิสัยเคลื่อนที่ (Moving range control chart) เนื่องจากจุดที่อยู่นอกช่วงขีดจำกัดควบคุมเกิดจากความผันแปรที่สามารถระบุสาเหตุได้หรือสาเหตุที่สามารถกำจัดได้ ดังนั้น ความผันแปรของข้อมูลที่เหลือจะเป็นความผันแปรตามธรรมชาติ เมื่อกระบวนการอยู่ภายใต้สภาวะควบคุมทางสถิติแล้วจึงใช้ข้อมูลที่เหลืออยู่คำนวณขีดจำกัดควบคุมเดือนที่มีความสามารถในการทำนาย (Predictability) เหมาะที่จะนำไปใช้ควบคุมกระบวนการในอนาคต [3]

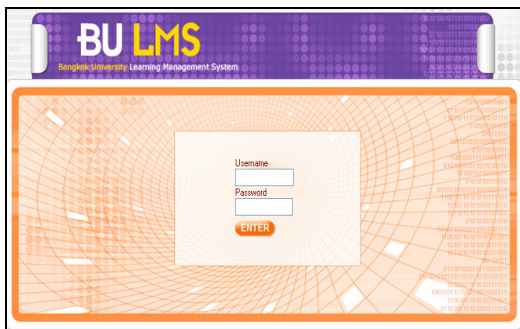
4. คำนวณขีดจำกัดควบคุมเดือน เมนูคำสั่ง Control Charts / Individual / Graph (กำหนดค่า k=2)



รูปที่ 1 แสดงขั้นตอนการคำนวณขีดจำกัดควบคุมเดือน

5. นำแผนภูมิที่สร้างไปแจ้งเดือนครั้งที่ 1 ให้กับนักศึกษาทุกคนผ่านทางระบบ BU-LMS ที่เว็บไซต์ <http://lms.bu.ac.th>. โดยอาจารย์ผู้สอนต้องอธิบายแผนภูมิที่สร้างขึ้นให้นักศึกษาทุกคนเข้าใจในชั้นเรียน และเน้นย้ำนักศึกษาที่อยู่ในกลุ่มต่ำกว่าขีดจำกัดควบคุมเดือนล่าง (LWL) ที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม (Cumulative grade point average) ต่ำกว่า 2.00

6. หลังจากที่นักศึกษาทดสอบย่อยครั้งที่ 2 นำคะแนนสอบย่อยครั้งที่ 1 และ 2 รวมกับคะแนนสอบกลางภาคมาคำนวณขีดจำกัดควบคุมเดือน แล้วนำแผนภูมิที่ได้ไปแจ้งเดือนนักศึกษาครั้งที่ 2 ผ่านทางระบบ BU-LMS ก่อนสอบปลายภาค



รูปที่ 2 แสดงระบบ BU-LMS

7. ประเมินผลของการใช้แผนภูมิควบคุม

### ผลการวิจัย

1. การประมาณค่าสถิติเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แผนภูมิควบคุม (ตารางที่ 1) จำนวนทั้งหมด 104 คน พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 79.81 เป็นนักศึกษาหญิง ผลการสอบกลางภาคพบว่า คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 22.56 คะแนน (คะแนนเต็ม 35 คะแนน) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6.3240 คะแนน คะแนนต่ำสุดและสูงสุดเท่ากับ 4.78 และ 32.51 คะแนน ตามลำดับ

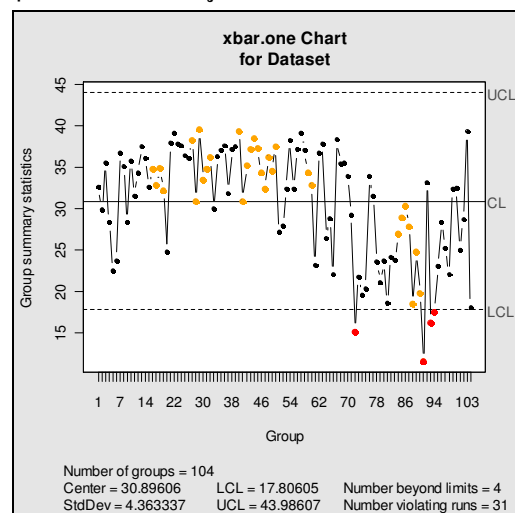
ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

คะแนน	$\bar{X}$	S	Min	Max	n
GPA	2.83	0.6306	1.56	4.00	104

Test1	6.68	1.0567	1.50	7.00	102
Midterm	22.56	8.1056	1.50	32.51	103
Test2	6.40	1.4907	0.75	7	95
Final	25.31	6.8298	8.75	35	104

คะแนนที่นำไปสร้างแผนภูมิควบคุมครั้งที่ 1 คือ คะแนนทดสอบย่อยครั้งที่ 1 รวมกับคะแนนสอบกลางภาค โดยคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 28.39 คะแนน (คะแนนเต็ม 42 คะแนน) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 9.6060 คะแนน และคะแนนที่นำไปสร้างแผนภูมิควบคุมครั้งที่ 2 คือ คะแนนสอบทั้งหมดก่อนการสอบปลายภาค โดยคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 34.081 คะแนน (คะแนนเต็ม 47 คะแนน) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 11.37 คะแนน

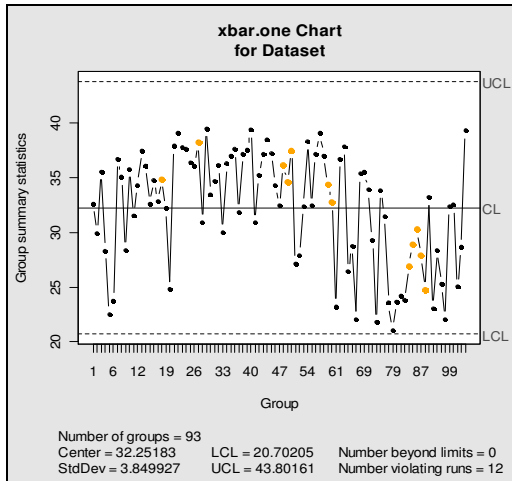
2. การคำนวณขีดจำกัดควบคุม เริ่มจากตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลที่จะนำมาสร้างแผนภูมิควบคุม ด้วยแบบทดสอบของ Kolmogorov และ Smirnov พบว่าที่ระดับนัยสำคัญ .05 ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ ( $Z = 1.11, p\text{-value} = 0.17$ ) ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น ดังนั้นสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวมาสร้างแผนภูมิควบคุมค่าวัด ดังแสดงในรูปที่ 3 ซึ่งแต่ละจุดในกราฟ คือข้อมูลของนักศึกษาแต่ละคน



รูปที่ 3 แสดงแผนภูมิควบคุมค่าวัดก่อนการปรับ

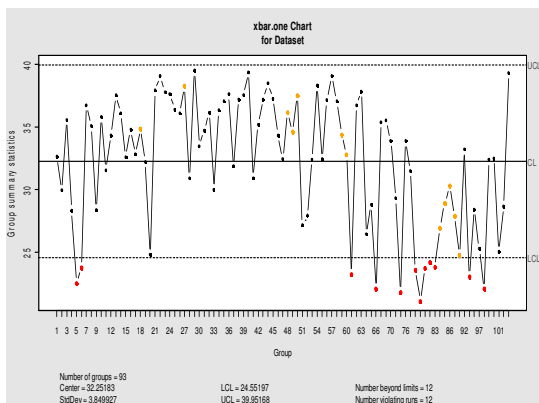
ในรูปที่ 3 จะเห็นว่ามี 4 จุดอยู่ใต้เส้นขีดจำกัดควบคุมล่าง (LCL=17.8061) แสดงว่านักศึกษาร้อยละ 3.85 อยู่

นอกขีดจำกัดควบคุมด้านล่าง จัดเป็นค่าที่ผิดปกติและทราบว่า เป็นนักศึกษาที่ขาดสอบจึงตัดออก นอกจากนี้ ได้ตัดข้อมูลที่ค่าพิสัยเคลื่อนที่มีค่าสูงกว่าขีดจำกัดควบคุมบนของแผนภูมิควบคุมพิสัยเคลื่อนที่ออก แล้วคำนวณเส้นขีดจำกัดควบคุมใหม่ ทำซ้ำจนกระทั่งไม่มีจุดใดที่ออกนอกขอบเขตควบคุม ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 แสดงแผนภูมิควบคุมค่าวัดหลังการปรับ

3. กำหนดขีดจำกัดควบคุมเตือน (LWL , UWL) การวิเคราะห์จุดที่กระจายรอบ ๆ เส้นกลางของแผนภูมิควบคุม พบว่านักศึกษาร้อยละ 12.90 ได้คะแนนสอบต่ำกว่าเส้นขีดจำกัดควบคุมเตือน (12 จุด จาก 93 จุด) แสดงว่าขบวนการใกล้จะออกนอกการควบคุม



รูปที่ 5 แสดงขีดจำกัดควบคุมเตือน

การสร้างแผนภูมิควบคุมจะสร้าง 2 ครั้ง

ครั้งที่ 1 สร้างแผนภูมิควบคุมหลังจากที่นักศึกษาสอบกลางภาค คำนวณขีดจำกัดควบคุมเตือน คือ (24.55 , 39.95) แสดงว่านักศึกษาร้อยละ 12.90 มีคะแนนสอบย่อยครั้งที่ 1 รวมกับคะแนนสอบกลางภาคต่ำกว่า 24 คะแนน (คะแนนเต็ม 42 คะแนน) ซึ่งนักศึกษากลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะใกล้จะออกนอกการควบคุมมาตรฐาน

ครั้งที่ 2 สร้างแผนภูมิควบคุมก่อนการสอบปลายภาค คำนวณขีดจำกัดควบคุมเตือนจากคะแนนสอบรวมทั้งหมด (คะแนนเต็ม 49 คะแนน) พบว่านักศึกษาร้อยละ 15.22 มีคะแนนต่ำกว่าขีดจำกัดควบคุมเตือนล่าง สำหรับการให้คำปรึกษานักศึกษากลุ่มที่มีคะแนนสอบต่ำกว่าขีดจำกัดควบคุมเตือนล่าง

ผลจากการสร้างแผนภูมิควบคุมแต่ละครั้ง แสดงขีดจำกัดควบคุมกระบวนการที่อยู่ภายใต้การควบคุมทางสถิติ ขีดจำกัดควบคุมเตือน จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ต่ำกว่าเส้นขีดจำกัดควบคุมเตือนด้านล่าง แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลจากการสร้างแผนภูมิควบคุม 2 ครั้ง

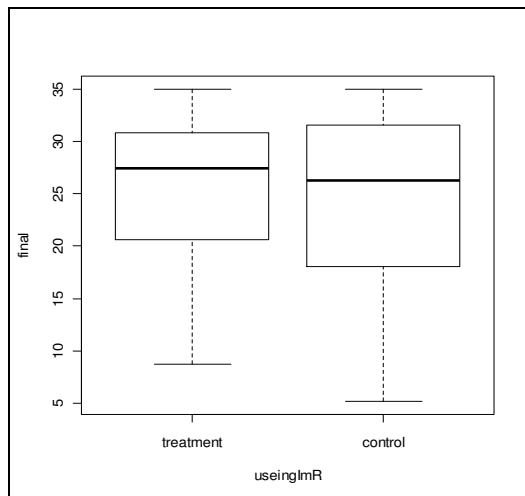
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2
n	93	92
Center line	32.25	39.12
Control limits	(20.70 , 43.80)	(27.80 , 50.43)
Warning limits	(24.55 , 39.95)	(31.57 , 46.67)
% beyond lower limit	12.90%	15.22%

4. การวัดประสิทธิภาพของการใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียน จะวิเคราะห์ 2 ประเด็น คือ ตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวนของคะแนนสอบปลายภาค และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของกลุ่มนักศึกษาที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุม

ตารางที่ 3 แสดงผลสอบปลายภาคระหว่างนักศึกษากลุ่มที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุม

ค่าสถิติ	การใช้แผนภูมิควบคุม	
	ใช้	ไม่ใช้
$\bar{X}$	25.31	24.64
S	6.8299	7.8667
C.V.	26.98%	31.93%

ตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาทั้ง 2 กลุ่มมีคะแนนสอบปลายภาคเฉลี่ยใกล้เคียงกันมาก แต่ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มที่ใช้แผนภูมิควบคุมมีค่าต่ำกว่า การเปรียบเทียบการกระจายของคะแนนสอบปลายภาคของนักศึกษาระหว่างทั้ง 2 กลุ่ม ด้วยสัมประสิทธิ์การผันแปร (C.V.) พบว่ากลุ่มนักศึกษที่ใช้แผนภูมิควบคุมมีค่าการกระจายของคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้แผนภูมิควบคุมประมาณร้อยละ 5



รูปที่ 6 แสดง Box plot ของคะแนนสอบปลายภาคระหว่างนักศึกษากลุ่มที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุม

4.1) การตรวจสอบความเท่ากันของความแปรปรวนโดยใช้วิธีของ Levene ในการทดสอบใช้ค่ามัธยฐานเป็นค่ากลาง เนื่องจากข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ จากผลการทดสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลคะแนนสอบปลายภาคเรียน ด้วยแบบทดสอบของ Kolmogorov และ Smirnov ( $Z = 1.654$ , p-value

= 0.008) ผลการทดสอบความความแปรปรวนของคะแนนสอบปลายภาคของกลุ่มที่ใช้น้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้แผนภูมิควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F = 3.3212$ , p-value = 0.0349) เป็นข้อบ่งชี้ว่าการนำแผนภูมิควบคุมมาใช้กระตุ้นเตือนนักศึกษา อาจช่วยลดความผันแปรของกระบวนการได้ ซึ่งเป็นหลักของการควบคุมคุณภาพ

4.2) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของกลุ่มนักศึกษาที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุม ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิ แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับผลการเรียนในกลุ่มที่ใช้เทียบกับไม่ใช้แผนภูมิควบคุม

ระดับผลการเรียน	ใช้ ImR chart	ไม่ใช้ ImR chart	ผลต่างของ ร้อยละ
สูง	41.59%	35.61%	5.98%
ปานกลาง ค่อนข้างสูง	21.24%	18.18%	3.06%
ปานกลาง ค่อนข้างต่ำ	23.89%	25.76%	1.87%
ต่ำ	13.27%	20.45%	7.18%

จากตาราง จะเห็นว่าร้อยละของนักศึกษาที่จำแนกตามระดับผลการเรียนในกลุ่มที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุมแตกต่างกันระหว่างร้อยละ 1.87 ถึง 7.18 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักศึกษที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุมในการประเมินตนเอง จะสูงที่สุดในกลุ่มที่มีผลการเรียนระดับต่ำ (ระดับผลการเรียน D D+ F และ W) รองลงมาเป็นกลุ่มนักศึกษที่มีผลการเรียนระดับสูง

ผลการทดสอบไคกำลังสอง (Chi-squared test) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่านักศึกษากลุ่มที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุมมีระดับผลการเรียนวิชาสถิติธุรกิจ

ในสัดส่วนที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value = 0.4276)

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียนวิชาสถิติธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจเสียดิตตามผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาสถิติธุรกิจด้วยแผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวฮาร์ท และวัดประสิทธิภาพการใช้แผนภูมิควบคุม การสร้างแผนภูมิควบคุมโดยใช้คะแนนผลสัมฤทธิ์ในการเรียนวิชาสถิติธุรกิจมาสร้างเป็นกราฟแผนภูมิที่เข้าใจง่ายเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับนักศึกษาประเมินผลการเรียนของตนเองอย่างต่อเนื่อง

การประมวลผลใช้โปรแกรม R เพคเกจ RcmdrPlugin.qcc ซึ่งมีขั้นตอนของการสร้างแผนภูมิควบคุมค่าวัดของชีวฮาร์ท เริ่มจากตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล โดยใช้แบบทดสอบของ Kolmogorov และ Smirnov แล้วนำข้อมูลมาสร้างแผนภูมิควบคุมและปรับแผนภูมิควบคุมค่าวัดโดยตัดข้อมูลที่อยู่นอกช่วงขีดจำกัดควบคุม (LCL, UCL) แล้วนำข้อมูลที่เหลือออกมาคำนวณขีดจำกัดควบคุมเดือน

ผลการวิจัย พบว่าหลังจากใช้แผนภูมิควบคุมในชั้นเรียนอย่างต่อเนื่อง แล้วบันทึกข้อมูลระดับผลการเรียนและคะแนนการสอบปลายภาคมาวัดประสิทธิภาพของการใช้แผนภูมิควบคุม โดยการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ สรุปว่า นักศึกษากลุ่มที่ใช้และไม่ใช้แผนภูมิควบคุมมีระดับผลการเรียนวิชาสถิติธุรกิจในสัดส่วนที่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้พบว่า สัมประสิทธิ์การผันแปรและจำนวนร้อยละของนักศึกษาที่มีคะแนนสอบต่ำกว่าขีดจำกัดล่างของกลุ่มที่ใช้แผนภูมิควบคุมมีค่าน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้แผนภูมิควบคุม และที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความแปรปรวนของคะแนนสอบปลายภาคของกลุ่มนักศึกษาที่ใช้แผนภูมิควบคุมต่ำกว่ากลุ่มนักศึกษาที่ไม่

ใช้แผนภูมิควบคุม แสดงให้เห็นว่าการใช้แผนภูมิควบคุมอาจช่วยลด ความผันแปรของกระบวนการตามหลักการของการควบคุมคุณภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้แผนภูมิควบคุม อาจารย์ผู้สอนอาจจะต้องทดลองใช้แผนภูมิควบคุมควบคู่ไปกับการสร้างเงื่อนไข อาทิเช่น ให้รางวัลตอบแทนนักศึกษาที่มี การพัฒนาตนเอง เพื่อสร้างแรงจูงใจ และในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอให้ทดลองใช้แผนภูมิควบคุมการเรียนการสอนในวิชาอื่น ๆ

### กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา วิรัชดิยานุกูล สำหรับการให้คำปรึกษาการเขียนบทคัดย่อ และคณาจารย์ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำวิจัย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] จันทร์ศิริ สิงห์เดือน, การควบคุมกระบวนการผลิตเชิงสถิติ.  
<URL: [http://course.ku.ac.th/lms/files/resources\\_files/50804/112924/fch4\\_spc.pdf](http://course.ku.ac.th/lms/files/resources_files/50804/112924/fch4_spc.pdf).>
- [2] มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2551. Engineering Quality Control.  
<URL: <http://pirun.ku.ac.th/~b4555321/index1.htm>.>
- [3] สุเมธ คงสำราญ, หลุมพรางเกี่ยวกับค่า Cpk.  
<URL: <http://www.treconwebsite.com/download/2010/IllusiveCpk.pdf>.>
- [4] Douglas C. Montgomery and George C. Runger, 2003. Applied statistics and probability for engineers. 3rd ed. NY: John Wiley & Sons International Edition.
- [5] Douglas L. Micklich, 2000. An application of process control charts for attributes as a form of classroom assessment for experiential learning. Developments in business & Experimental Learning, 27 : 219-221.

- [6] McNeal, Sadd T Barkir and Bob, 2010. Monitoring the level of students' GPAs over time. American Journal of Business Education, 3, 6: 43-50.
- [7] Xin Ding et al., 2006. An Assessment of Statistical Process Control-Based Approaches for Charting Student Evaluation Scores. Decision Sciences Journal of Innovative Education. 4,2: 259-272.



ความพร้อมของเส้นทางขนส่งทางถนนของไทย ต่อการแข่งขันทางธุรกิจ  
ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

The road transport availability of Thailand for business competitiveness is used  
in The Asean Economics Community.

ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์

คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยธนบุรี

Chatchai\_lm@Thonburi-u.ac.th

บทคัดย่อ

AEC หรือ Asean Economics Community คือ การรวมตัวของกลุ่มสมาชิก Asean 10 ประเทศ โดยมี ไทย พม่า ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และบรูไน เพื่อสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดอำนาจการต่อรองกับคู่ค้ามากขึ้น ในประเทศกลุ่มอาเซียนจะเปิดให้มีการนำเข้า-ส่งออกสินค้ากันได้อย่างเสรี ยกเว้นสินค้าบางชนิดที่แต่ละประเทศอาจจะขอไว้ไม่ลดภาษีนำเข้า (เรียกว่าสินค้าอ่อนไหว) ASEAN จะรวมตัวเป็น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการในวันที่ 1 มกราคม 2558 ซึ่งจะทำให้ภูมิภาคนี้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทั้งด้านการค้า การท่องเที่ยว การลงทุน ตลาดแรงงาน รวมถึงการศึกษา ทว่าด้านที่มีการส่งเสริมและพูดถึงมากที่สุดคือด้านการค้าและการลงทุน ซึ่งเป็นด้านที่ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

บทความนี้จะกล่าวถึงการเคลื่อนย้ายที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดคือ “การขนส่งทางถนน” ว่าประเทศไทยได้มีการพัฒนาระบบดังกล่าว เพื่อรองรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากน้อยเพียงใด และสิ่งที่นักวิชาการกล่าวว่าประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลาง (Hub) ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น จะมีความเป็นไปได้หรือไม่

คำสำคัญ: ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เส้นทางขนส่งทางถนน

**ABSTRACT**

The AEC or Asean Economics Community is the combination of 10 Asean members, namely Thai, Myanmar, Laos, Vietnam, Malaysia, Singapore, Indonesia, the Philippine, Cambodia, and Brunei. The goal of this integration is to strengthen regional economic negotiation with trading partners. The AEC will transform ASEAN into a region with free movement of goods, services, investment, skilled labour, and freer flow of capita except for some products which are considered as the sensitive product. The AEC will be formally implemented by 2015 which will dramatically affect the ASEAN region in trade, tourism, investment, labour market, and education while trade and investment are widely and continuously promoted and attended.

This article describes the most possible means of transport in Thailand “road transport” and mentions the road transport and its development in order to prepare for the AEC’s opening. In addition, the possibility of making Thailand ASEAN Hub will be discussed and presented.

**KEYWORDS:** The AEC, Road transpor

**บทนำ**

สมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 มีการลงนามใน “ปฏิญญากรุงเทพฯ” (Bangkok Declaration) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสมาชิก ชำรงไว้ซึ่งสันติภาพ เสถียรภาพ ความมั่นคง เสริมสร้างเศรษฐกิจและความกินดีอยู่ดีของประชาชน พัฒนาสังคมและวัฒนธรรม ส่งเสริมความร่วมมือจากภายนอกและองค์กรระหว่างประเทศต่างๆ โดยมีหลักการพื้นฐานร่วมกันว่าจะต้องเป็นการตัดสินใจโดยใช้ฉันทมติ (Consensus) ไม่แทรกแซงกิจการภายในของกันและกัน

(Non-interference) รวมถึงมีการร่วมมือกันพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชน (Prosperity)

มีความคาดหวังกันว่า การรวมตัวกันอย่างเป็นทางการของกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่กำลังจะเกิดขึ้นในปีพ.ศ. 2558 นี้ จะนำมาซึ่งการพัฒนาในหลายๆ ด้านอย่างเข้มแข็ง ด้วยจำนวนประชากรรวมกันที่มากถึง 600 ล้านคน มีพื้นที่มากถึง 4.5 ล้านตารางกิโลเมตร มีตัวเลข GDP รวมกันถึง 1.5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐและมีมูลค่าการค้ารวมกันสูงถึง 1.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในทางเชื้อชาติและศาสนา ทว่าก็ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมกันสร้างความเข้มแข็งให้กับภูมิภาคนี้

ในส่วนของประเทศไทยต้องถือว่าอาเซียนมีความสำคัญอย่างมาก เพราะนอกจากเราจะเป็นประเทศที่อยู่ในฐานะผู้ก่อตั้งเริ่มต้นแล้ว อาเซียนยังมี

ความสำคัญในฐานะที่เป็นกลไกในการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างกัน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากปัจจุบันพบว่ากลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนกลายเป็นคู่ค้าอันดับหนึ่งของไทยที่มีมูลค่าทางการค้าระหว่างกันสูงถึงร้อยละ 20.7 ของมูลค่าการค้าทั้งหมด นอกจากนี้ยังเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่มีมูลค่าสูงถึงร้อยละ 21.3 ของการส่งออกทั้งประเทศ ดังนั้นจะเห็นว่าประเทศไทยพยายามเข้าไปมีบทบาทในอาเซียนหลายๆ ด้าน ทั้งความมั่นคง เศรษฐกิจ รวมถึงด้านสังคมและวัฒนธรรมด้วย

### ทิศทางความร่วมมือของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 ณ เมืองบาห์ลี ประเทศอินโดนีเซีย ระหว่างวันที่ 7-8 ตุลาคม 2546 มีความเห็นชอบให้มีการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ภายในปี ค.ศ. 2020 โดยจะมีการรวมตัวกันในทางเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มอาเซียนให้กลายเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว เปิดโอกาสให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานที่มีฝีมือได้โดยเสรี รวมถึงให้มีการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีขึ้น

ในการนี้ ผู้นำอาเซียนได้ให้ความเห็นชอบให้มีการเร่งรัดการรวมกลุ่มสินค้าและบริการที่สำคัญ 11 สาขา เป็นสาขานำร่อง โดยมีประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกรับผิดชอบในการจัดทำ Road map ในแต่ละสาขา ได้แก่

พม่า	: สาขาเกษตรและประมง
มาเลเซีย	: สาขาผลิตภัณฑ์ยาง และสาขาสิ่งทอ
อินโดนีเซีย	: สาขาภาพยนตร์และสาขาผลิตภัณฑ์ไม้
ฟิลิปปินส์	: สาขาอิเล็กทรอนิกส์
สิงคโปร์	: สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาสุขภาพ
ไทย	: สาขาการท่องเที่ยว และสาขาการบิน

จะเห็นได้ว่า ความร่วมมือดังกล่าว ถือเป็นโอกาสและเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจร่วมกันของประเทศในกลุ่มสมาชิก สร้างฐานอำนาจในการต่อรองกับกลุ่มประเทศที่อยู่ภายนอก อาจมองได้ว่าความร่วมมือดังกล่าวเป็นทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การแข่งขันในสภาพการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

ทว่าทิศทางของความร่วมมือดังกล่าว จะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของมิตรไมตรีระหว่างกัน และมีความช่วยเหลือระหว่างกัน

### ผลกระทบที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มอาเซียน

ด้วยสภาพของการแข่งขันภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ แม้ว่าจะเป็นสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันก็ตาม ทว่าสภาพพื้นฐานหรือปัจจัยทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศย่อมส่งผลกระทบต่อการแข่งขันด้วยเช่นกัน

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจของเราจะมีความพร้อมมากกว่าอีกหลายประเทศในกลุ่มอาเซียน ทว่าการรวมตัวกันดังกล่าวก็ส่งผลกระทบต่อด้านบวกและลบ ซึ่งพิจารณาได้ดังนี้

- การลงทุนจะเสรีมากๆ กล่าวคือ ใครจะลงทุนที่ไหนก็ได้

- ไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง และการบิน เนื่องจากว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่กึ่งกลางของประเทศในกลุ่ม ASEAN ด้วยกัน

- การค้าจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในส่วนของอุตสาหกรรมหลักของไทย เช่น รถยนต์ การท่องเที่ยว การคมนาคม แต่อุตสาหกรรมที่น่าเป็นห่วงของไทย กลับอยู่ในกลุ่มที่ใช้แรงงานเป็นหลัก เช่น ภาคการเกษตร ก่อสร้าง อุตสาหกรรมสิ่งทอจะได้รับผลกระทบ เนื่องจากฐานการผลิตอาจย้ายไปประเทศที่ผลิตสินค้าทดแทนและมีค่าแรงที่ถูกกว่า เช่น ประเทศเวียดนาม ลาว หรือแม้แต่มม่า เป็นต้น

- ภาษาอังกฤษจะมีสำคัญมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก AEC มีมาตรฐานกำหนดว่าจะใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการสื่อสารระหว่างกัน ทั้งนี้ก็เกิดจากความหลากหลายทางภาษาของประเทศในกลุ่มสมาชิกที่มีความหลากหลาย รวมถึงภาษาอังกฤษ จะเป็นภาษาที่สามารถสื่อสารได้กับประเทศที่อยู่นอกกลุ่มด้วย

- การค้าขายบริเวณชายแดนจะคึกคักอย่างมาก เนื่องจากความเข้มงวดในการนำเข้าและส่งออกน้อยลง ประเภทและปริมาณของสินค้าจะหลั่งไหลเข้าออกระหว่างกันมากขึ้น

- ประเทศไทยจะเต็มไปด้วยแรงงานราคาถูก ไร้ฝีมือที่ยังไม่ถูกพัฒนามากขึ้น เนื่องจากภาคส่วนของแรงงานจะเคลื่อนย้ายอย่างเสรี โดยเชื่อว่าแรงงานที่เป็นชาวพม่า ลาว และกัมพูชา จะเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากราคาค่าจ้างที่สูงกว่าประเทศของตนเอง

- คนไทยที่ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษได้ดี บางส่วนจะไปทำงานยังประเทศที่มีค่าแรงที่แพงกว่า

(สมองไหล)ตัวอย่างเช่น ประเทศสิงคโปร์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

- อุตสาหกรรมโรงแรม การท่องเที่ยว ร้านอาหาร โลจิสติกส์ จะเติบโตมากขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากจะมีการสัญจรและเคลื่อนย้ายทั้งคนและสินค้ามากขึ้น

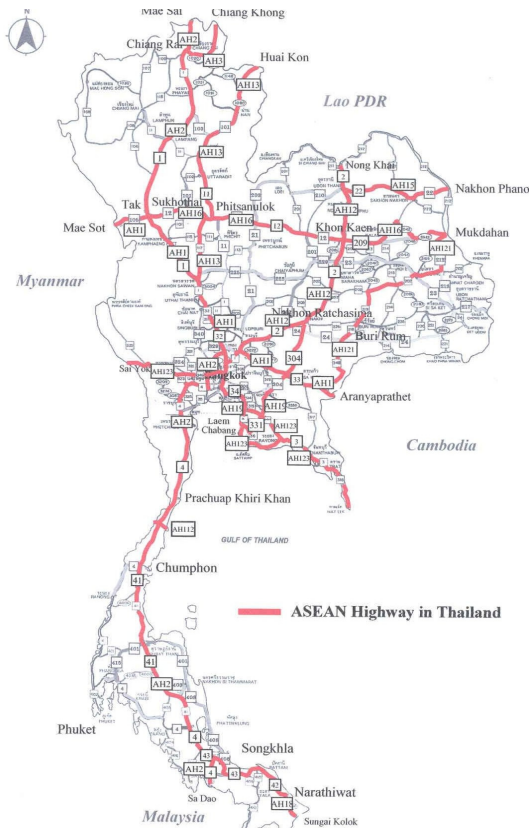
- สาธารณูปโภคภายในประเทศไทย หากว่าขาดการเตรียมพร้อมที่ดีหรือไม่รัดกุม อาจเกิดภาวะขาดแคลนได้ เนื่องจากจะมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นจากการเปิดเสรีดังกล่าว

- ประเทศไทยจะกลายเป็นศูนย์กลางทางด้านโลจิสติกส์ เนื่องจากมีภูมิประเทศที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางของภูมิภาค หากเราสามารถพัฒนาระบบการขนส่งให้สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศอื่นๆ ได้อย่างคล่องตัว และมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์อย่างจริงจังต่อเนื่อง

### ทางหลวงอาเซียนในประเทศไทยเพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเด็นที่น่าสนใจคือประเทศไทยมีความพร้อมต่อการเป็นศูนย์กลางการขนส่ง และมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์มากนักน้อยเพียงใด

ในส่วนของเส้นทางทางขนส่งนั้น จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแต่เดิมมีการเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศ ทว่าเส้นทางดังกล่าวก็สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคได้ทันที เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ตอนกลางของภูมิภาค



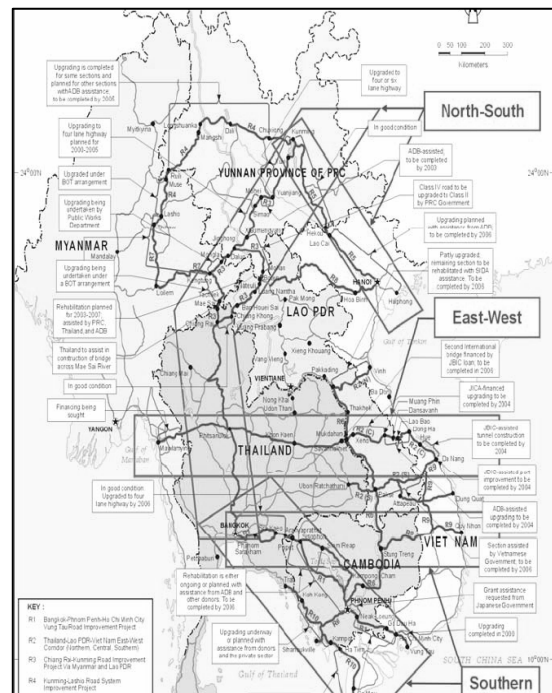
รูปที่ 1. ทางหลวงอาเซียนในประเทศไทย  
ทางหลวงอาเซียนในประเทศไทย

จากแผนที่ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยมีโครงข่ายทางถนนที่ครอบคลุมและสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศในแถบภูมิภาคอาเซียนได้หลายประเทศ โดยมีการกำหนดเส้นทางเป็น 2 เส้นทางหลักคือ เส้นทางจากภาคเหนือลงมายังภาคใต้ของประเทศ (North - South) และอีกเส้นทางหนึ่งคือจากฝั่งตะวันออกมายังฝั่งตะวันตกของประเทศ (East - West)

จะเห็นได้ถึงความพร้อมของเส้นทางทางขนส่งทางถนนของประเทศไทยว่าสามารถเชื่อมต่อกับทุกประเทศโดยรอบได้ทันที ทั้ง พม่า ลาว กัมพูชา รวมถึงประเทศมาเลเซีย ซึ่งแต่เดิมเส้นทางทั้งหมดก็มีการเชื่อมต่อระหว่างกันอยู่แล้ว ทว่าอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้ของแต่ละประเทศ ทว่าในอนาคตอันใกล้เมื่อมีการเปิดประเทศระหว่างกัน ระบบการเชื่อมต่อ

ดังกล่าวก็必将มีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งรายละเอียดของเส้นทางขนส่งทางถนนมีดังต่อไปนี้

3.1 แนวพื้นที่เศรษฐกิจ (Economic Corridor) และ เส้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง(GMS)



รูปที่ 21. แนวพื้นที่เศรษฐกิจ (Economic Corridor)

ประเทศไทยได้มีการลงนามในกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Great Mekong Subregion Cooperation : GMS) ตั้งแต่ปี 2535 โดยเป็นโครงการที่ได้รับความช่วยเหลือจากธนาคารพัฒนาเอเชีย (Asian Development Bank : ADB) ประกอบด้วยประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ อันได้แก่ ไทย ลาว กัมพูชา เวียดนาม สหภาพพม่า และจีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) ซึ่งมีพื้นที่รวมกันประมาณ 2,300,000 ตารางกิโลเมตร มีประชากรรวมกันประมาณ 250 ล้านคน อุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมโยงติดต่อระหว่างภูมิภาคเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งความเชื่อมโยงระหว่างกันดังกล่าว ส่งผลดังนี้

3.1.1 EWEC มีจุดที่เชื่อมต่อกับเส้นทางในแนวเหนือ - ใต้หลายเส้นทาง ได้แก่ (1) ย่างกุ้ง - ดาไว (2) เชียงใหม่ - กรุงเทพฯ (3) หนองคาย - กรุงเทพฯ (4) เส้นทางหมายเลข 13 ในลาว และ (5) ทางด่วน 1A ในเวียดนาม EWEC จึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นเส้นทางเปิดไปสู่ท่าเรือสำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยและภาคกลางของลาว รวมทั้งจะเป็นการเปิดโอกาสให้แก่เมืองขนาดกลางหลายเมืองในประเทศ GMS 4 ประเทศ โดยที่วัตถุประสงค์ของการริเริ่ม EWEC คือ

(1) เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจและอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน รวมถึงการพัฒนาาร่วมกันในทุกๆ ด้านระหว่างประเทศลาว พม่า ไทย และเวียดนาม

(2) เพื่อลดต้นทุนการขนส่งในพื้นที่และทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้าและคนโดยเสรีมีประสิทธิภาพมากขึ้น

(3) เพื่อลดความยากจน สนับสนุนการพัฒนาในพื้นที่ชนบทและพื้นที่ชายแดน เพิ่มรายได้ในกลุ่มคนที่มีรายได้น้อย สร้างโอกาสในการจ้างงานสำหรับสตรีให้มากขึ้น รวมถึงเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ EWEC ยังเน้นการสร้างโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรและการท่องเที่ยว

แนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก แนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (R 9) ถนนแม่สอด - มุกดาหาร (770 กม.) - ยกระดับให้เป็น ทางด่วน 4 เลน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวได้ดำเนินการมาแล้วดังนี้

- เป็นทางด่วน 4 เลนแล้ว (233 กม.)
- อยู่ระหว่างก่อสร้าง (75 กม.)
- วางแผนที่จะยกระดับภายใน 5 ปี (262 กม.)

สะพาน

• สะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 (มุกดาหาร-สะหวันนะเขต)

- สร้างเสร็จแล้ว โดยได้รับเงินกู้จาก JBIC

- เปิดใช้เมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2549

โครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษ นิคมอุตสาหกรรมบน EWEC บนเส้นทาง R9 มีเขตเศรษฐกิจพิเศษและเขตนิคมอุตสาหกรรม 6 แห่ง ได้แก่

(1) เขตนิคมอุตสาหกรรมผาอันในสหภาพพม่า

(2) เขตนิคมอุตสาหกรรมเมาะละหมั่งในสหภาพพม่า

(3) เขตนิคมอุตสาหกรรมเมียวดีในสหภาพพม่า

(4) เขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวันเซโนในสปป.ลาว

(5) เขตการค้าเสรีบ้านแดนสะหวันในสปป.ลาว

(6) เขตเศรษฐกิจพิเศษลาวบาวในเวียดนาม

3.1.2. แนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ แนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (R3)

3.1.2.1. แนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ไทย - สปป.ลาว - จีน (R3E)

ถนน

กรุงเทพฯ - เชียงราย (830 กม.)

เชียงราย - เชียงของ (110 กม.) (ทางด่วน 2 เลน จะยกระดับภายใน 5 ปี)

ถนนในสปป.ลาว (228 กม.) - อยู่ในระหว่างการก่อสร้าง

สะพาน

สะพานข้ามแม่น้ำโขงที่เชียงของ (ADB ให้ความช่วยเหลือทางเทคนิค)

3.1.2.2 แนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ ไทย – พม่า – จีน (R3W)

ถนน

กรุงเทพฯ – แม่สาย (890 กม.) (ถนน 4 เลน/มากกว่า)

New Mae Sai Bypass (8 กม.) (อยู่ระหว่างก่อสร้าง)

สะพาน

สะพานข้ามแม่น้ำสายแห่งที่ 2 (สร้างเสร็จแล้ว)

3.1.2.3 แนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor: SEC) เชื่อมโยงไทย-กัมพูชา-เวียดนาม

แนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ (Southern Economic Corridor : SEC) เป็นการพัฒนาแนวเส้นทางเชื่อมระหว่างไทย-กัมพูชา-เวียดนาม มีเส้นทางสำคัญ 2 เส้นทางคือ เส้นทาง R1 และ R10

เส้นทาง R1 มีจุดเชื่อมโยงเมืองสำคัญต่างๆ ดังนี้

กรุงเทพฯ – กบินทร์บุรี – สระแก้ว - อรัญประเทศ หรือ กรุงเทพฯ – แหลมฉบัง – พนมสารคาม – กบินทร์บุรี – สระแก้ว – อรัญประเทศ (ไทย) - ปอยเปต – ศรีโสภณ – เปาสาด - พนมเปญ – นาคหลวง – บาเวด (กัมพูชา) – มอกไบ - โฮจิมินห์ซิตี้ – วังเตา (เวียดนาม)

เส้นทาง R10 มีจุดเชื่อมโยงเมืองสำคัญต่างๆ ดังนี้

กรุงเทพฯ - ตราด – หาดเล็ก (ไทย) – แซมแซม - เกะกง – สะแอมเป็ด – กำพต – ลอก (กัมพูชา) – ฮาเตียน – คาเมา – นามคาน (เวียดนาม)

วัตถุประสงค์ของการริเริ่ม SEC คือ

(1) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค สนับสนุนการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ สนับสนุนการขยายตัวของการค้าและการลงทุน รวมถึงอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนและการพัฒนาตามแนวพื้นที่ด้านตะวันออก - ตะวันตกระหว่างไทย กัมพูชา เวียดนาม และบางส่วนของตอนใต้ของลาว

(2) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเขตเศรษฐกิจที่ครอบคลุมเมืองสำคัญในไทย กัมพูชา และเวียดนามโดยผ่านโครงสร้างเครือข่ายถนนและทางรถไฟ

โครงการด้านการขนส่งภายใต้ SEC ที่สำคัญ ได้แก่

1. โครงการปรับปรุงเส้นทาง R1 กรุงเทพฯ- พนมเปญ – โฮจิมินห์ซิตี้ – วังเตา
2. โครงการพัฒนาเส้นทาง R 10 กรุงเทพฯ – เกะกง – กำพต (กัมพูชา) – ฮาเตียน – คาเมา – นามคาน (เวียดนาม)
3. โครงการปรับปรุงเส้นทาง ตอนใต้ของลาว

### 3.2 เส้นทางขนส่งทางบกไปยังท่าเรือน้ำลึก

#### ทนาย

โอกาส

1. การพัฒนาท่าเรือน้ำลึกภายใต้โครงการ Dawei Development เป็นโอกาสเปิดประเทศไทยสู่เส้นทางการเดินเรือโลกสายใหม่ (New Global Maritime Route) และเชื่อมโยงผ่านพม่าไปยังประเทศจีน อินเดีย และบังกลาเทศ รวมทั้งเป็นการสร้างโอกาสการพัฒนาพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจชายแดน และ Logistics Hub เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดยดึงดูดการลงทุนจากในประเทศและต่างประเทศ พัฒนาอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมต่อเนื่องให้อยู่ใน

บริเวณเดียวกัน ซึ่งจะทำให้สะดวกในการควบคุมด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้มากขึ้น

2. การพัฒนาท่าเรือน้ำลึก นิคมอุตสาหกรรมเมืองและรีสอร์ท ภายใต้โครงการ Dawei Development ในเนื้อที่ 250 ตารางกิโลเมตร จะทำให้เกิดความต้องการวัสดุก่อสร้าง สินค้าอุปโภคบริโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับนักธุรกิจ คนงาน และนักท่องเที่ยว ความต้องการดังกล่าวจะช่วยสร้างโอกาสสำหรับนักธุรกิจไทยในการเพิ่มปริมาณและชนิดของสินค้าไปจำหน่ายในสหภาพพม่า รวมทั้งการวางตำแหน่งทวายให้เป็นแหล่งกระจายสินค้าเพื่อส่งต่อไปทางเหนือผ่านเมืองย เมืองเมะลาโย จนถึงเมืองย่างกุ้ง ในขณะที่เดียวกันก็สามารถนำวัตถุดิบในสหภาพพม่ากลับเข้ามาผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าในฝั่งไทย เช่น ไม้ สินแร่ เป็นต้น

3. มีโอกาสในการทำ Contract farming ในมณฑลตะนาวศรี (Tanintharyi) ซึ่งเป็นพื้นที่ราบกว้างใหญ่ มีแหล่งน้ำสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังมีโอกาสขยายฐานการผลิต/ขยายการค้าการลงทุนในสหภาพพม่าในระดับสูง เนื่องจากตลาดพม่าต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีคุณภาพ รวมทั้งสินค้าทุนและวัตถุดิบที่เอื้ออำนวยต่อการลงทุนในอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ อีกทั้งต้นทุนการขนส่งในสหภาพพม่าต่ำกว่าไทย เพราะขนส่งทางน้ำได้ตลอดปี นอกจากนี้ต้นทุนด้านการตลาดและอัตราค่าจ้างก็ต่ำกว่าของไทย จึงเป็นโอกาสของนักลงทุนในการขยายตลาดและลดต้นทุนการประกอบการ

4. รัฐบาลไทยและรัฐบาลสหภาพพม่ามีนโยบายสนับสนุนโครงการ Dawei Development มาโดยลำดับ รัฐบาลไทยเน้นการพัฒนาเส้นทางขนส่งและระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยง เพื่อให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาค รัฐบาล

ของสหภาพพม่าถือว่าโครงการ Dawei Development เป็นโครงการระดับชาติ และได้ออกกฎหมาย Special Economic Zone เมื่อวันที่ 27 มกราคม 2554 เป็นกฎหมายแม่สำหรับการจัดตั้ง SEZ คาดว่ารัฐบาลพม่าจะออกกฎหมายลูก SEZ สำหรับโครงการ Dawei Development

5. โอกาสในการเจรจาเปิดจุดผ่อนปรนทางการค้าและจุดผ่านแดนถาวรที่บ้านพุน้ำร้อน สืบเนื่องจากการสนับสนุนของรัฐบาลพม่าที่มีต่อโครงการ Dawei Development ซึ่งตามแผนจะมี Transborder Corridor จากท่าเรือน้ำลึกมาเชื่อมต่อกับทางหลวงของประเทศไทยที่บ้านพุน้ำร้อน และเนื่องจากบริเวณนี้ยังไม่มีชุมชนเมืองในรัศมีใกล้เคียง จึงน่าจะทำให้การปักปันเขตแดนมีความยุ่งยากน้อยกว่าบริเวณอื่น ทั้งนี้การเปิดจุดผ่อนปรนทางการค้าและจุดผ่านแดนถาวร จะเป็นโอกาสให้มีการขยายการค้าการลงทุนและเชื่อมโยงวงจรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามแนวชายแดนมากขึ้น และเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาการเกษตร อุตสาหกรรมและโลจิสติกส์ ซึ่งจะส่งผลให้กาญจนบุรีสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจภาคตะวันตกได้ในที่สุด

6. รัฐบาลจีนมีแผนการก่อสร้างทางรถไฟเชื่อมโยง Yunnan-Dawei โดยขอให้โครงการ Dawei Development ก่อสร้างท่าเรือน้ำลึกเพิ่มอีก 1 ท่า สำหรับจีนโดยเฉพาะ ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญของทางรถไฟไทยในการเชื่อมโยงกับทางรถไฟ Yunnan-Dawei ที่กาญจนบุรี

#### ข้อจำกัด

1. ความไม่แน่นอนของกฎระเบียบการค้าชายแดนของสหภาพพม่าที่เปลี่ยนแปลงบ่อยและยังไม่เอื้ออำนวย โดยเฉพาะการปิด-เปิดด่านชายแดน รวมทั้งท่าทีของทางการพม่าบางส่วนที่แสดงถึงความไม่ไว้วางใจต่อไทย ตลอดจนความเคลื่อนไหวในลักษณะ



ต่อต้านการซื้อสินค้าไทย ความเข้มงวดของทางการพม่าบริเวณชายแดน ส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าไทยมีสูง และเมื่อพ่อค้าพม่าไม่สามารถนำเข้าสินค้าไทยตามวิธีการค้าในระบบ ก็จะเกิดขบวนการลักลอบนำเข้า จึงทำให้สถานการณ์การค้าชายแดนไทย-พม่าอยู่ในวังวนของการค้าชายแดนและกองกำลังชนกลุ่มน้อยมาโดยตลอด

2. ปัญหาแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย ยาเสพติด โรคติดต่อชายแดน และการนำเข้า/ส่งออกสินค้าโดยไม่ผ่านวิธีการศุลกากร มีอยู่ตลอดแนวชายแดน ทั้งนี้การเปิดพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนกาญจนบุรี หากไม่มีมาตรการรองรับ/จัดการปัญหาดังกล่าวที่ชัดเจน อาจทำให้สถานการณ์มีความรุนแรงขึ้น

3. พื้นที่ชายแดนฝั่งพม่าบางส่วนอยู่ในความดูแลของชนกลุ่มน้อย ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการค้าชายแดน และการผ่านเข้า-ออกบริเวณที่เป็นเขตอิทธิพลของกองกำลังชนกลุ่มน้อย จึงก่อให้เกิดการค้านอกระบบ ซึ่งรัฐบาลพม่าถือว่าผิดกฎหมาย อีกทั้งบางบริเวณเป็นแหล่งผลิตยาเสพติด และขบวนการส่งคนจีนออกนอกประเทศโดยผิดกฎหมาย ซึ่งคนจีนเหล่านี้เริ่มมีอิทธิพลกระทบต่อความมั่นคงภายในของประเทศเป้าหมายมากขึ้นโดยลำดับ

4. ยังไม่มีการปักปันเขตแดนไทย-สหภาพพม่า ส่งผลทำให้ต้องกันพื้นที่และควบคุมการพัฒนาในฝั่งไทยไม่ให้เกิดกระทบต่อการปักปันเขตแดนในอนาคต

5. จุดผ่านแดนกาญจนบุรีเป็นจุดผ่านแดนชั่วคราวซึ่งไม่ส่งเสริมการค้าเท่ากับจุดผ่านแดนถาวร ทำให้มูลค่าการค้าชายแดนมีน้อย อีกทั้งยังมีปัญหาสินค้าบางประเภทที่ไม่สามารถเก็บภาษี และนำเข้า/ส่งออกได้ เนื่องจากขัดกับมาตรการทางกฎหมาย นอกจากนี้ความตกลงสินค้าผ่านแดนซึ่งไทยและสหภาพพม่าลงนามแล้วบางฉบับยังไม่มีผลในทางปฏิบัติจริง

## แผนการพัฒนาทางหลวงในอนาคต

โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง สายบางใหญ่-นครปฐม-กาญจนบุรี ระยะทาง 97 กม. เป็นทางหลวงพิเศษแนวใหม่บนพื้นดิน ขนาด 4-6 ช่องจราจร ควบคุมทางเข้า-ออก แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 บางใหญ่-นครปฐม ระยะทาง 47 กม. ก่อสร้าง 6 ช่องจราจร และช่วงที่ 2 นครปฐม-กาญจนบุรี ระยะทาง 50 กม. ก่อสร้าง 4 ช่องจราจร โดยผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติแล้ว อยู่ระหว่างพิจารณาแหล่งทุนเพื่อดำเนินการก่อสร้าง

โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองสายกาญจนบุรี-ชายแดนไทย/พม่า (บ้านพุน้ำร้อน) ระยะทาง 70 กม. อยู่ระหว่างเสนอของบประมาณปี 2555 เพื่อจ้างศึกษาความเหมาะสมทางด้านเศรษฐกิจ วิศวกรรม และผลกระทบสิ่งแวดล้อม เงื่อนไขการออกแบบทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองทั้งสองโครงการจะต้องเตรียมพื้นที่สำหรับเส้นทางรถไฟ รวมทั้งสายส่งไฟฟ้า ระบบท่อ และสิ่งอำนวยความสะดวกบนเส้นทางให้มีความเหมาะสมและสามารถเชื่อมต่อกับ Transborder Corridor ที่มาจากสหภาพพม่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## สรุปความพร้อมของเส้นทางขนส่งทางถนนของไทย ต่อการแข่งขันทางธุรกิจในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการขนส่งทางถนนว่าจะสามารถเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ระหว่างกันของประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียน ที่สำคัญคือเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของไทยในด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากระบบการขนส่งจะเป็นปัจจัยในการเคลื่อนย้ายสินค้ารวมถึงคนไปมาระหว่างกันด้วย

สำหรับประเทศไทย ในส่วนของภาครัฐได้มีแผนงาน และมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเตรียมความพร้อมในด้านการขนส่งทางถนนไว้มากพอสมควร ซึ่งจะช่วยให้ประเทศไทยมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่การแข่งขันมากขึ้น ทว่าสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงก็คือความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจบริการการขนส่งหรือระบบโลจิสติกส์ และควรได้มีการนำขึ้นมาพิจารณากันต่อไปว่า ศักยภาพของผู้ประกอบการของประเทศไทย ว่ามีความพร้อมเพียงพอต่อการแข่งขันกับบริษัทข้ามชาติที่กำลังคืบคลานเข้ามาสู่การแข่งขันอย่างเต็มรูปแบบหรือไม่

กล่าวได้ว่า ประเทศไทยมีความพร้อมเพียงพอในระดับหนึ่งต่อการแข่งขันในเรื่องระบบการขนส่ง เนื่องจากมีการสร้างระบบการขนส่งทางถนนที่สามารถเชื่อมโยงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศไว้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามความเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ส่งผลให้ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจทั้งระบบอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยมีความพร้อมในการแข่งขัน เป็นศูนย์กลางการขนส่งทางถนนในภูมิภาค

ความสำคัญของระบบเศรษฐกิจในปัจจุบัน การเคลื่อนย้ายที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดคือ “การขนส่งทางถนน” สำหรับประเทศไทยได้มีการพัฒนาระบบดังกล่าว เพื่อรองรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างต่อเนื่อง และสิ่งที่นักวิชาการได้กล่าวไว้ว่าประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลาง (Hub) ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น หากว่าประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่องก็จะมีความชัดเจนในที่สุด

## เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 16 ตุลาคม 2552. สำนักโลจิสติกส์กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. แนวพื้นที่เศรษฐกิจ (Economic Corridor) และเส้นทางเศรษฐกิจที่สำคัญในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS). <http://logistics.dpim.go.th/article/detail.php?id=1653>
- [2] กรมทางหลวง. โครงการพัฒนาทางหลวงระหว่างประเทศ <http://www.doh.go.th/web/international/asian.html>
- [3] AEC คือ. <http://www.thai-aec.com/category>
- [4] ไชยยศ ไชยมั่นคง ,อภิชาติ เพ็ญสุภา และประชด ไกรเนตร “การจัดการงานขนส่ง” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพฯ 2546
- [5] ไชยยศ ไชยมั่นคง และ มยุขพันธ์ ไชยมั่นคง “กลยุทธ์การขนส่ง” บริษัท วิชั่น พรินเทส จำกัด, กรุงเทพฯ 2552
- [6] โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานสำหรับการแข่งขัน โกลบอล ดีสิธธรรม กรุงเทพฯ : ฐานบุ๊คส์, 2551

## องค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ELEMENTS THAT EFFECTS DECISION MAKING ON THE PURCHASE OF  
PRODUCTS FROM THE INTERNET; Case: NorthBangkok University

min wen

นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, niki\_928@hotmail.com

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยเพื่อศึกษาผู้บริโภคที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางสังคมที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต และเพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้ทดสอบว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตหรือไม่ กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ได้มาจากเชื่อมโยงทฤษฎีว่าด้วยการกระทำที่มีเหตุผล ช่วยให้การวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อชักจูงและกระตุ้น ให้ผู้บริโภคให้ความสนใจในการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่ จำนวน 3,452 คนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คนกลับมามีทั้งสิ้น 360 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ผลการศึกษาพบว่าระดับความเชื่อถือที่มีต่อการขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจด้านความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจด้านความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือมีความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และมีการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องปกติ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจด้านความชอบในการซื้อปิ้งโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพบว่า เพศ รายได้ ชั้นปี และคณะวิชาที่ต่างกัน ได้ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจัยส่วนผสมการตลาด แตกต่างกัน

คำสำคัญ: อินเทอร์เน็ต , ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด , การตัดสินใจซื้อ

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to study the ELEMENTS THAT EFFECTS DECISION MAKING ON THE PURCHASE OF PRODUCTS FROM THE INTERNET, by way of studying the consumer's reaction to using the internet, to determine the impact of social factors to using the internet and to study the ideas on the factors of market mix. It was tested whether these factors had an effect on the intention to purchase products from the internet or not. The framework of this study was derived from the theory of rational action, allows for planning of marketing strategies to influence and motivate interest in the purchase products from the internet. The persons for this study are undergraduates from The North Bangkok University, in total 3452 students with sample group of 380 students.

Samples were selected randomly using Daotarmethod,the results showed that the level of confidence in purchase products from the internet from the sample group who filled out the questionnaire was relatively high level.

The level of opinion on the various factors that have impact on decision to purchase products from the internetfrom the sample group who filled out the questionnaire on confidence of consumers using credit cards to purchase products from the internet

**KEYWORDS:** Internet , Marketing Mix , Behavior , Purchasing decisions ,

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตนั้นก่อให้เกิดโอกาสการทำธุรกิจต่างๆขึ้นอย่างมากมาย ซึ่ง Kother(2000)ได้กล่าวถึงว่า ต่อไปในอนาคตการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้านั้นจะกระทำกันมากขึ้นในตลาดที่ไม่มีตัวตนเรียกว่า “Market Space” แทนการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าในตลาดที่มีสถานที่เรียกว่า “Market place”ซึ่งการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าในตลาดที่ไม่มีตัวตนนั้น ก็คือ การทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตนั่นเอง หรือที่เราเรียกกันว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic CommerceหรือE-Commerce)ได้ขยายตัวและเจริญเติบโตขึ้นมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตนั้นถือว่าการปฏิวัติระบบการค้าปลีกและการตลาดทางตรงได้อย่างแท้จริง เนื่องจากช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่ไร้พรมแดนผู้บริโภคสามารถซื้อขายสินค้าได้จากผู้จำหน่ายที่อยู่ในประเทศต่างๆได้ทั่วโลก มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาได้จะเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยได้ประกาศเป็นอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในการพัฒนานักศึกษาให้มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงนับว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อการศึกษาดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพจึงเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้ทำธุรกรรมออนไลน์ควรมีความเข้าใจ เพราะหากผู้ทำธุรกรรมอินเทอร์เน็ตได้เข้าใจถึงปัจจัยสำคัญๆที่ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนักศึกษาตัดสินใจซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ตแล้ว ก็จะช่วยให้พวกเขาสามารถปรับปรุงวิธีการทำธุรกรรมเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาใช้บริการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
2. เพื่อศึกษาถึงความเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านบริการอินเทอร์เน็ต
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพกับความเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต

### 3.สมมุติฐาน

1. เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

2. ชั้นปีที่ศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

3. ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

4. คณะที่ศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อ

สินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

5. ลักษณะผู้ใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

6. ปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อ

สินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

### 4.กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



### 5. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพที่จำนวน 3452 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ จำนวน380 คน แบบสอบถามมีความสมบูรณ์สามารถใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งสิ้น 360ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.49

### 5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

## 5.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ คณะ ชั้นปีการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 1

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	203	56.4
หญิง	157	43.6
รวม	360	100.00
2. คณะ		
เทคโนโลยีสารสนเทศ	118	32.8
บริหารธุรกิจ	60	16.7
ศิลปศาสตร์	110	30.6
รัฐศาสตร์	72	20.0
รวม	360	100.00
3. ชั้นปีการศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	90	25.0
ชั้นปีที่ 2	94	26.1
ชั้นปีที่ 3	88	24.4
ชั้นปีที่ 4	88	24.4
รวม	360	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	123	34.2
3,001~5,000 บาท	101	28.1
5,001~7,000 บาท	73	20.3
7,001~9,000 บาท	37	10.3
9,001 บาท ขึ้นไป	26	7.2

รวม	360	100.00
-----	-----	--------

พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 43.6 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 56.4 เป็นเพศชาย โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 33.82 เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจที่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 32.8 รัฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 30.6 จบจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 12.78 และเมื่อพิจารณาชั้นปีพบว่าส่วนใหญ่ศึกษาในชั้นปีที่ 2 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาศึกษาในชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 25.0 และศึกษาในชั้นปีที่ 3 และ 4 ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 24.4 ด้านรายได้พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมา มีรายได้ อยู่ระหว่าง 3,001~5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.1 รายได้ระหว่าง 5,001~7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 รายได้ระหว่าง 7,001~9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3 และรายได้ 9,001 บาท ขึ้นไป น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

5.2 ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญในการเลือกซื้อข้าวกล้องบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

ตาราง 2

การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

ความเชื่อถือที่มีต่อการขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1 ข้อมูลข่าวสารของผู้ขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีความเชื่อถือได้	4.766	.4235	มากที่สุด
2 ผู้ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก	3.969	.4856	มาก
3. ผู้ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไว้ใจได้	3.202	.9791	ปานกลาง
4. ผู้ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี	4.400	.6642	มาก
5. ผู้ค้าส่วนใหญ่จะเลือกเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพมาจำหน่าย	3.730	.9801	มาก
รวม	4.013	.3581	มาก

ความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. การใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องปกติสำหรับท่าน	3.333	1.2556	ปานกลาง
2. ท่านมีความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	3.625	.6208	มาก

3. ท่านเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
รวม	3.619	.5661	มาก

ความชอบในการช้อปปิ้ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ท่านเป็นคนที่ชอบออกไปเดินช้อปปิ้งตามร้านค้า	4.450	.5410	มากที่สุด
2. การช้อปปิ้งทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข	3.316	.8409	ปานกลาง
3. ถ้าไม่จำเป็นแล้ว ท่านจะไม่ออกไปเดินช้อปปิ้งตามร้านค้า	3.763	.6695	มาก
4. ท่านมีความเพลิดเพลินกับการเดินช้อปปิ้งตามร้านค้า	4.411	.5360	มาก
รวม	3.985	.4130	มาก

เวลาที่มีให้กับการช้อปปิ้ง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ท่านมีเวลาเสมอสำหรับการออกไปเดินช้อปปิ้ง	4.330	.5916	มาก
2. งานของท่านยุ่งมากจนไม่มีเวลาออกไปช้อปปิ้ง	4.411	.5360	มาก
รวม	4.370	.2996	มาก

พฤติกรรมในอดีต	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ท่านเคยตั้งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	4.780	.4144	มากที่สุด
2. ท่านเคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตและได้รับ	3.975	.9685	มาก



## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

สินค้าที่ตรงกับความต้องการของท่าน			
รวม	4.377	.4926	มาก
<b>ปัจจัยทางด้านสังคม</b>			
1.เพื่อนของท่านส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	2.466	1.385 9	น้อย
2.เพื่อนแนะนำให้ท่านซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	2.666	.7899	ปานกลาง
3.การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องปกติในกลุ่มเพื่อนของท่าน	3.000	.6840	ปานกลาง
รวม	2.711	.7197	ปานกลาง
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
1.สินค้าที่ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นสินค้าที่มีคุณค่า	2.466	.4995	น้อย
2.มีความหลากหลายในผลิตภัณฑ์	3.466	.4995	ปานกลาง
3.มีการรับประกันสินค้า	4.400	.4905	มาก
รวม	3.444	.3980	ปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>			
1.การซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะมีราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด	4.233	.4235	มาก
2.สินค้าที่ซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.677	1.169 0	มาก
รวม	3.955	.5605	มาก

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**

1.การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสะดวกสบายสูงมาก	3.505	.5330	มาก
2.การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตช่วยท่านในการประหยัดเวลา	4.455	.4987	มาก
รวม	3.980	.5017	มาก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด**

1.ผู้ขายนิยมเสนอให้ส่วนลดในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต	4.266	1.094 9	มาก
2.สินค้าที่ขายส่วนใหญ่ มักมีการลดราคาขายจากราคาปกติ	4.033	1.427 5	มาก
3.ผู้ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมักจะจัดรายการส่งเสริมการขายอยู่เป็นประจำ	3.800	1.078 5	มาก
รวม	4.033	.9572	มาก

**5.สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ ประจำปีการศึกษา 2554” ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 ตัวอย่าง แบบสอบถาม ความสมบูรณ์สามารถใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งสิ้น 360 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.49 และได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัย และสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
2. ความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต
3. การทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยภูมิหลังของนักศึกษา กับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจร้อยละ 43.6 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 56.4 เป็นเพศชาย โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 33.82 เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจที่ศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 32.8 รัฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 30.6 จบจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 12.78 และเมื่อพิจารณา

ชั้นปีพบว่าส่วนใหญ่ศึกษาในชั้นปีที่ 2 มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาศึกษาในชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 25.0 และศึกษาในชั้นปีที่ 3 และ 4 ในสัดส่วนที่เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 24.4 ด้านรายได้พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมา มีรายได้ อยู่ระหว่าง 3,001~5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.1 รายได้ระหว่าง 5,001~7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 รายได้ระหว่าง 7,001~9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3 และรายได้ 9,001 บาท ขึ้นไป น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ระดับความเชื่อถือที่มีต่อการขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจด้านความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีข้อมูลข่าวสารของผู้ขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตมีความเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.766 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีผู้ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่สามารถมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.400 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมี ผู้ขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไว้ใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.202

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจด้านความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการเครดิตในการซื้อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการใช้บริการเครดิตซื้อ

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.900 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีความมั่นใจในการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.625 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องปกติเป็นทีมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.333

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจด้านความชอบในการช้อปปิ้งโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีเป็นคนที่ชอบออกไปเดินช้อปปิ้งตามร้านค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.450 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีความเพลิดเพลินกับการเดินช้อปปิ้งตามร้านค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.411 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสำรวจมีการช้อปปิ้งทำให้ท่านรู้สึกมีความสุข มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.316

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างพบว่า เพศต่างกันได้ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบด้าน ความชอบในการช้อปปิ้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

การศึกษาจากชั้นปีที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และระดับ 0.05 รายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในทุกองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และระดับ 0.05

คณะวิชาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในทุกองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และระดับ 0.05

องค์ประกอบความเชื่อถือที่มีต่อการขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้า ความชอบในการช้อปปิ้ง พฤติกรรมในอดีตและปัจจัยทางด้านสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ทั้งสี่ด้านคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด

ในส่วนของรายได้ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในทุกองค์ประกอบ ทั้งนี้จะเห็นว่ารายได้นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะเป็นที่น่าสังเกตว่าสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่จะต้องชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งเงื่อนไขในการทำบัตรเครดิตนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีรายได้ค่อนข้าง

สูง นอกจากนี้สินค้าที่ประกาศขายในอินเทอร์เน็ตมักเป็นสินค้าที่มีราคาที่สูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรวดี คงสุภาพกุล ที่แสดงให้เห็นว่ารายได้นั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่าคณะวิชาที่ต่างกันย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันด้วย โดยเฉพาะนักศึกษาที่ศึกษาในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศจะมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษาสาขาอื่นๆ ทั้งนี้เพราะคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นสาขาที่มีความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษาสาขาอื่นๆ

## 6. ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการวางแผนการการค้าขายทางอินเทอร์เน็ต จะได้ตอบสนองความต้องการของตลาดผู้ประกอบการ

2. ผลการวิเคราะห์ที่ได้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้เป็นจุดแข็งของธุรกิจการค้าขายทางอินเทอร์เน็ต ในด้านการผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ

3. ตลาดธุรกิจทางตลาดอินเทอร์เน็ตในการพัฒนาในประเด็นที่เป็นจุดด้อย เช่นการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ โดยระดมสมองจัดสัมมนา เพื่อนำข้อมูลมาวางแผนการพัฒนาแก้ไขจุดบกพร่องให้เป็นรูปธรรม

## 7. เอกสารอ้างอิง

- [1] จิรภาจิตตวิสุ ทธิกุล. (2540).ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าต่อร้านเซเว่นอีเลฟเว่น. วิทยานิพนธ์ปริ ญญาบริ หารธุรกิจ จมهابัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาดมหาวิทยาลัย.
- [2] จิตติ ตระกูลพานิช. (2537). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานแบบพกพา (PCT) ในระยะทดลอง, วิทยานิพนธ์ปริ ญญาบริ หารธุรกิจ จมهابัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตลาด มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
- [3] ฉัญจกานต์ นิกรพงษ์สิน. (2543)“ การศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจและแนวโน้มของผู้ประกอบการ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร์อุตสาหกรรม มหาลัยบัณฑิต บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี
- [4] ครกัลยาواني ชัยบัญชา.(2542).การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows
- [5] ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท และสุนิเลศ แสงวงกิจ. (2539). เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค โภค, สำนักพิมพ์วิงอักษร.
- [6] พจนารถ ทองคำเจริญ. (2539). สภาพความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย, วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชา โสวัตศศึกษาบัณฑิต วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## การบูรณาการความรู้สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

[1] พิเชฐคุรงค์เวโรจน์. (2543). แผนงานพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, เอกสารประกอบการสัมมนา อีคอมเมิร์ซไทยจากความฝันสู่ความจริง

[1] มุทิตา นนทรี. (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการทางระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา

[1] เรวดี คงสุภาพกุล.(2539).การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[1] ศูนย์เทคโนโลยีแห่งชาติ. (2537). ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย, ตุลาคม

[1] สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2542).สถานภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

[1] สุวรรณ มาศเมฆ. (2540). ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินการกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา

[1] ทรราชวงศ์ธรรมบุญ.(2537).การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[1] งามอาภาฤทธิ์ ทองพิทักษ์,( 2539). พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ ของนักเรียนใน เขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริ

ญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[1] อติศักดิ์พงษ์พูลผลศักดิ์ (2544). เอกสารประกอบการสอนวิชาสถิติขั้นสูงและการวิจัยทางการศึกษา, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์ อดุสาทร มหาวิตาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

[1] อติศักดิ์ พงษ์พูลผลศักดิ์. (2542). เอกสารประกอบการสอนวิชาAdvanced Statistics And Research Education, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

[1] เอกปิยะอดุลวุฒิกรชัยและทีมงาน. (2544). กลยุทธ์การบุกเบิกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ฉบับ SME, สามย่าน, COM.

[1] ชวลิตไพบูลย์พัชรินทร์อิทธินันท์. (2544). Cyber Lawกฎหมายกับอินเทอร์เน็ต, กรุงเทพฯ, โปรวิชั่น

[1] ฉัฐนันท์พิริย์พันธ์, บรรจงวิจักขณวงศ์ และปราโมทย์วิรุฒมวงศ.(2541). ความต้องการซื้อสินค้าและบริการอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร, วารสารบริหารธุรกิจ.

[1] ผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย2545 จากทางสำนักเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

[1] รายงานการวิจัยผลกระทบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระบบการค้าไร้พรมแดนต่อการดำเนิน นโยบายรัฐบาลและการปรับตัวของ

ธุรกิจส่งออกไทย, สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา  
แห่ง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมษายน 2543.

[1] รวมบทความวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา 2538  
บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
พระนครเหนือ.

[1] วัชรพงศ์ ชะไวทย์, e-commerce และกลยุทธ์  
การทำเงินบนอินเทอร์เน็ต, บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น  
จำกัด (มหาชน)

[1] วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ, Introduction to Internet

[1] สุรวิทย์ สรรเสริญ, อีคอมเมิร์ซกับธุรกิจชุมชน  
, ห้างหุ้นส่วนจำกัด สำนักพิมพ์วิทย์บรรณ.

[1] อารีย์ มัยยพงษ์, ปัจจัยที่มี ผลต่อแรงจูงใจใน  
การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบ อิน  
เทอร์เน็ต, วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรม  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม ภาควิชา  
บริหารเทคนิคศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน  
เทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ

[1] Asia-Pacific E-Commerce: B2B &  
C2C(2002).<http://www.emarketer.com>

[1] Beatler.P.M &Speckart G (1979).Models of  
attitude-behavior relations.Psychological  
Review

[1] Bhatnagar.A.Misia.S & Rao.H R(2000)  
On.risk,Convenience, and Internet shopping  
behavior.Communications of the ACM

[1] Campbell,A.J (1998).Ten reasons why your  
company should use electronic  
commerce.Business America (May)

[1]Parasuraman,Z.,1981,Managing

Organizational Behavior, Minnesota, West  
Publishing Company

[1] Zwass,V (1996).Electronic commerce:  
Structures and issues.International Journal of  
Electronic Commerce (Fall)

<http://www.tarad.com>

<http://www.thaisecondhand.com>

## การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงาน

### การกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)

#### THE RELATED FACTORS OF THE PERFORMANCE – SELF DEVELOPMENT

#### FOR EMPLOYEES OF THE SPORTS OF THAILAND (CENTRAL)

ณัฐพัชร พานทอง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพฯ, การกีฬาแห่งประเทศไทย, buw31@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

ปัจจุบันบุคลากรขององค์กรยังขาดความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในส่วนที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง คือ เกิดจากบุคลากรขององค์กรเองที่ไม่พยายามที่จะพัฒนาตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดปัญหาขณะปฏิบัติงาน เกิดความผิดพลาดที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นขณะปฏิบัติงาน การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการส่งเสริมการพัฒนาตนเอง โดยการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) จำนวน 250 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และระดับความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยวิธี t-test วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ให้ ความ สำคัญ ต่อ ความ สัม พันธ์ มาก ที่ สุด คือ ด้านความเป็นอิสระในการทำงาน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับระดับความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ และสถานภาพแตกต่างกัน ในด้านร่างกาย ด้านสังคม และด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานด้านร่างกายแตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** ปัจจัย, ความสัมพันธ์, การพัฒนาตนเอง, การปฏิบัติงาน

**ABSTRACT**

Recently, personnel of organization still lack of knowledge, ability and expertise which is important part of work. One important factor is because personnel do not try to develop themselves to follow the change of technology which plays important role in working. This might cause the problem or error that cannot be solved during working. Also, there might cause complain due to working of officer. Therefore, the researcher was interested to study The Related Factors of the performance-self development for employees of The Sports of Thailand (Central) in order to use it as supporting information for self-development. Sample of this study was employee of The Sports of Thailand (Central) for 250 persons. Data was collected by frequency, percentage, average, deviation standard and assumption test used t-test to analyze one way ANOVA and analysis of variance and Pearson product moment correlation coefficient. The result was found that factor relating to self-development for working of employee of The Sports of Thailand (Central) that placed importance on relationship the most was freedom of working, result of relationship between personal information and self-development in working. The sample group with different gender, age and status placed not different importance on relationship and self-development in physical, social and ability in working. For sample group with different degree, working period and salary placed importance of factor relating to self-development in working differently.

**KEYWORDS** : Factors, relationships, personal development, and operations.

**1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา**

ตามแผนยุทธศาสตร์ การกีฬาแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2553-2557) ได้เน้นให้ทุกหน่วยงานทำการพัฒนาการ

ปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนมีความครอบคลุมสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้สามารถสนับสนุนต่อการทำให้ประเทศไทยมีความ



พร้อมที่จะรองรับกับความเปลี่ยนแปลง และความเจริญเติบโต สร้างค่านิยมทางวัฒนธรรมการกีฬา ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ การกีฬาแห่งประเทศไทย (พ.ศ.2553-2557) ได้มุ่งเน้นให้มีการเตรียมความพร้อมของบุคลากรและระบบการกีฬาทั้งของการกีฬาแห่งประเทศไทย สมาคมกีฬาฯ สโมสรกีฬาฯ ให้สามารถปรับตัวพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่มุ่งเน้นการเติมความรู้และปัญญาเป็นตัวนำแทนการขับเคลื่อนด้วยงบประมาณ พร้อมทั้งแสวงหาประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกาภิวัตน์ และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทุกภาคส่วน

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเองซึ่งปฏิบัติงานอยู่ที่การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้มองเห็นปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วโดยพื้นฐานบุคลากรขององค์กรมีระดับการศึกษาดี มีความรู้ความสามารถ เป็นบุคลากรที่มีความสำคัญ จึงคิดว่าการพัฒนาตนเองมีความสำคัญในการปฏิบัติงานของบุคลากรของการกีฬาแห่งประเทศไทย จึงสนใจที่จะการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการส่งเสริมการพัฒนาตนเอง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาบุคลากรที่ปฏิบัติงานให้เป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน

## 2. ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)
2. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)

## 3. ความมุ่งหมายของการวิจัย

### 3.1 ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงาน ของการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

พนักงานของการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) จำนวน 589 คน (การกีฬาแห่งประเทศไทย : ณ วันที่ 30 กันยายน 2554) จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางของยามานะ ผู้วิจัยคำนวณโดยการเปิดตารางของยามานะ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้สำรวจเพื่อไว้ 5 % เท่ากับ 10 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 250 ตัวอย่าง

### 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์
2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง ได้แก่
  - 2.1 ลักษณะของงาน
  - 2.2 ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
  - 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

2.4 ด้านโครงสร้างองค์กร

2.5 รางวัลตอบแทน

2.6 ความเสี่ยงในการทำงาน

2.7 การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมและพัฒนา

2.8 ความเป็นอิสระในการทำงาน

ตัวแปรตาม

1. การพัฒนาตนเองของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)

1.1 การพัฒนาด้านร่างกายและจิตใจ

1.2 การพัฒนาค่านิยม

1.3 การพัฒนาด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นลักษณะคำถามด้านประชากรศาสตร์ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายปิด (Close - Ended Response Question) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง โดยใช้แบบสอบถามนำหน้าความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย โดยแบ่ง 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด คะแนน 5 4 3 2 และ 1

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง เมื่อตรวจให้คะแนนแต่ละข้อแล้ว นำคะแนนทุกคนมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเทียบกับเกณฑ์ แปลความหมายเป็นระดับ โดยใช้เกณฑ์ การวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้วิเคราะห์หาระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัย รวมทั้งข้อมูลที่ได้มีการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และนำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้วไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และอธิบายถึงวิธีการตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์เชิงพรรณนาจะใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์

2. การวิเคราะห์เชิงสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์สถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองโดยใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานและรายได้ต่อเดือน ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ใช้ค่าสถิติแบบ t-test และลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เช่น อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือน ใช้ค่าสถิติแบบ ANOVA ในการหาความแตกต่างของตัวแปรเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงผลตัวอย่างในตารางที่ 1

2.2 ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง ดังแสดงผลตัวอย่างในตารางที่ 2

2.3 ตอนที่ 3 การพัฒนาตนเอง ดังแสดงผลตัวอย่างในตารางที่ 3

2.4 ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงผลตัวอย่างในตารางที่ 3

## 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		

1. ชาย	125	50.0
2. หญิง	125	50.0
อายุ		
1. ต่ำกว่า 30 ปี	114	45.6
2. 31 - 40 ปี	112	44.8
3. 41 – 50 ปี	24	9.6
ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	24.0
2. ปริญญาตรี	161	66.4
3. สูงกว่าปริญญาตรี	29	11.6
สถานภาพ		
1. โสด	143	57.2
2. สมรส	88	35.2
3. หม้าย หย่า หรือแยกทาง	19	7.6
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		
1. 1 – 2 ปี	77	30.8
2. 3 – 4 ปี	128	51.2
3. 5 – 6 ปี	30	12.0
4. มากกว่า 6 ปี	15	6.0
รายได้ต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	31	12.4
2. 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน	131	52.4
3. 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน	38	15.2
4. 20,001 – 25,000 บาทต่อเดือน	35	14.0
5. มากกว่า 25,001 บาทต่อเดือน	15	6.0

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสัมพันธ์
1. ลักษณะของงาน	4.22	0.69	มาก
2. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	4.15	0.65	มาก
3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับ			

บัญชาและเพื่อนร่วมงาน	4.15	0.67	มาก
4. ด้านโครงสร้างองค์กร	4.13	0.66	มาก
5. รางวัลตอบแทน	4.04	0.77	มาก
6. ความเสี่ยงในการทำงาน	4.06	0.69	มาก
7. การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมและพัฒนา	4.08	0.68	มาก
8. ความเป็นอิสระในการทำงาน	4.23	0.63	มาก
รวม	4.20	0.65	มาก

## ตอนที่ 3 การพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเอง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านร่างกาย	4.18	0.68	มาก
2. ด้านสังคม	4.21	0.63	มาก
3. ด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน	4.22	0.63	มาก
รวม	4.20	0.65	มาก

## ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)

(n = 250)

ระดับความสัมพันธ์	การพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)	รวม
มาก	น้อย	มาก

ชาย	74 (59.2)	51 (40.8)	125 (100.0)
หญิง	53 (42.4)	72 (57.6)	125 (100.0)
รวม	127 (50.8)	123 (49.2)	250 (100.0)

$X^2 = 4.730$ , Sig = 0.030, Cramer's V = 0.127, df = 1

(n = 250)

อายุ	การพัฒนาตนเองในการ ปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬา แห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)		รวม
	น้อย	มาก	
ต่ำกว่า 30 ปี	55 (48.2)	59 (51.8)	114 (100.0)
31 – 40 ปี	58 (51.8)	54 (48.2)	112 (100.0)
41 – 50 ปี	14 (58.3)	10 (41.7)	24 (100.0)
รวม	127 (50.8)	123 (49.2)	250 (100.0)

Gamma = -0.370, Sig = 0.000, df = 2

(n = 250)

ระดับการศึกษา	การพัฒนาตนเองในการ ปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬา แห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)		รวม
	น้อย	มาก	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22 (36.7)	38 (63.3)	60 (100.0)
ปริญญาตรี	85 (52.8)	76 (47.2)	161 (100.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	20 (68.9)	9 (31.1)	29 (100.0)
รวม	127 (50.8)	123 (49.2)	250 (100.0)

Gamma = 0.239, Sig = 0.020, df = 2

(n = 250)

สถานภาพ	การพัฒนาตนเองในการ ปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬา แห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)		รวม
	น้อย	มาก	
โสด	53 (37.1)	90 (62.9)	143 (100.0)
สมรส	59 (67.0)	29 (33.0)	88 (100.0)
หม้าย หย่า หรือ แยกทาง	15 (78.9)	4 (21.1)	19 (100.0)
รวม	127 (50.8)	123 (49.2)	250 (100.0)

Gamma = 0.250, Sig = 0.039, df = 2

(n = 250)	การพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)		รวม	รวม	127	123	250
	น้อย	มาก		(50.8)	(49.2)	(100.0)	
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	การพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)			Gamma = -0.432, Sig = 0.001, df = 2			
1 - 2 ปี	34 (44.2)	43 (55.8)	77 (100.0)	สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ลักษณะของงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน โครงสร้างองค์การ รางวัลตอบแทน ความเสี่ยงในการทำงาน การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมและพัฒนา และความเป็นอิสระในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)			
3 - 4 ปี	59 (46.1)	69 (53.9)	128 (100.0)				
5 - 6 ปี	21 (70.0)	9 (30.0)	30 (100.0)				
มากกว่า 6 ปี	13 (86.7)	2 (13.3)	15 (100.0)				
รวม	127 (50.8)	123 (49.2)	250 (100.0)	(n = 250)			
Gamma = -0.419, Sig = 0.000, df = 2				ตัวแปร	r	P	
(n = 250)				1. ลักษณะของงาน	0.310*	0.000	
				2. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0.371*	0.000	
				3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	0.219*	0.000	
				4. ด้านโครงสร้างองค์การ	0.156*	0.000	
				5. รางวัลตอบแทน	0.270*	0.000	
				6. ความเสี่ยงในการทำงาน	0.251*	0.000	
				7. การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมและพัฒนา	0.181*	0.000	
				8. ความเป็นอิสระในการทำงาน	0.452*	0.000	
				โดยภาพรวม	0.419*	0.000	
				*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05			
				<b>5. สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>			
				จากการศึกษา การศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้			
				1. ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล			

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 66.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 3 – 4 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4

## 2. ระดับความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของการพัฒนาตนเองของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ด้านสังคม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านร่างกาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

## 3. การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ด้านความเป็นอิสระในการทำงาน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับระดับความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ และสถานภาพแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานด้านร่างกาย ด้านสังคม และด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ระยะเวลาในการ

ปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานด้านร่างกายแตกต่างกัน

## 6. ข้อเสนอแนะ

### 1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

1. หน่วยงานควรเปิดโอกาสให้พนักงานกลุ่มดังกล่าว ได้มีส่วนร่วมในขณะทำงาน เพื่อจะได้แสดงความรู้ความสามารถ และความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ได้อย่างอิสระ หรือส่งเสริมให้มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้พนักงานมีความรู้ที่กว้างงานที่รับผิดชอบอยู่มีความสำคัญต่อภาพพจน์โดยรวมของหน่วยงานมิใช่เป็นงานในความรับผิดชอบของคนใดคนหนึ่ง

2. หน่วยงานควรสนับสนุนการพัฒนาตนเองของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) เปิดโอกาสให้พนักงาน ได้ศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา สนับสนุนทุนเพื่อให้พนักงาน ได้มีโอกาสศึกษาเกี่ยวกับงานในหน้าที่ การฝึกอบรม การสัมมนาทางวิชาการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำความรู้มาพัฒนาและปรับปรุงงานในหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น

3. หน่วยงานควรมีการมอบหมายงานให้พนักงานตามความรู้ความสามารถ มีนโยบายในการสับเปลี่ยนหมุนเวียนตำแหน่งภายในหน่วยงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงาน มีความกระตือรือร้น ที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองในการปฏิบัติงาน ทำให้มีโอกาสเรียนรู้งานใหม่ๆ ที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน

4. หน่วยงานจะต้องให้ความสำคัญกับพนักงานอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะพนักงานระดับปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในการปฏิบัติงานของหน่วยงาน ควรสนับสนุนให้มีการสอบบรรจุ เพื่อเลื่อนตำแหน่ง เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เป็นการกระตุ้นให้พนักงาน ได้มี โอกาส ก้าวหน้า ในหน้าที่ การงาน จะ ได้มีกำลังใจที่จะพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น

5. สนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานมีการพัฒนาตนเอง ด้วยการจัดให้มีห้องสมุดทั่วไปภายในหน่วยงาน จัดหาคู่มือ ตำรา เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ เป็นการส่งเสริมให้พนักงานได้มีโอกาสศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ด้วยตนเองอยู่ตลอดเวลา

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน ของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)

1. ลักษณะของงาน เพื่อเป็นการสนองตอบต่อนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการกีฬา หน่วยงานควรจะมีเจตนาในการปฏิบัติงานให้ชัดเจน เพื่อให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน มีความชัดเจนเกี่ยวกับงาน เน้นให้พนักงาน ให้ความสำคัญกับงานที่ปฏิบัติอยู่ และความตั้งใจที่จะพัฒนาหน่วยงานในภาพรวม ให้เป็นที่ยอมรับสู่สากล

2. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) หน่วยงานควรสนับสนุนและให้โอกาสพนักงานได้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และตำแหน่งงานในอนาคตอย่างยุติธรรม

3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน หน่วยงานจะต้องปรับเปลี่ยนนโยบายในการปฏิบัติงาน เน้นให้ผู้บังคับบัญชา ดูแล เอาใจใส่ ผู้ใต้บังคับบัญชา เปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าพบร่วมปฏิบัติงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาตลอดเวลา ไม่ปล่อยให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงาน และแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานโดยลำพัง ให้ความสำคัญกับพนักงานมากกว่าที่จะฟังเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากบุคคลภายนอกหรือสื่อมวลชน

4. โครงสร้างองค์กร หน่วยงานควรสนับสนุนกำลังคนให้เพียงพอแก่การปฏิบัติงาน นโยบายการปฏิบัติงานต้องชัดเจน ลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานให้สั้นลง มีนโยบายในการโยกย้ายสับเปลี่ยนหมุนเวียนตำแหน่งงานภายใน

จัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีความจำเป็นแก่การปฏิบัติงาน เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ

5. รางวัลตอบแทน เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแก่พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ที่ปฏิบัติงานดีสม่ำเสมอ แต่การพิจารณาขึ้นเงินเดือนประจำปี จะได้รับโควตาส่วนนี้น้อยกว่าหน่วยงานอื่นๆ ดังนั้น หน่วยงานควรสนับสนุนและให้ความสำคัญกับพนักงานที่ปฏิบัติงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ด้วยการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ให้ความสำคัญในการพิจารณาความดีความชอบ

6. ความเสี่ยงในการทำงาน หน่วยงานจะต้องสนับสนุนให้การกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ได้มีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับงานในหน้าที่ เช่น จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับทักษะด้านกีฬาต่างๆ ทุก 6 เดือน เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ความชำนาญ ลดความเสี่ยง และความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน

7. การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมและพัฒนา พบว่าการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) มีความเห็นในเรื่องการมีโอกาสได้ศึกษาต่อ การจัดให้มีการอบรมด้านภาษาต่างประเทศ การฝึกอบรมพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การสัมมนาทางวิชาการ หน่วยงานควรสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสได้ศึกษาต่อตามสถาบันการศึกษา จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับภาษาต่างประเทศโดยผู้ชำนาญด้านภาษา มีนโยบายให้มีการสัมมนาทางวิชาการ และการไปดูงานต่างประเทศ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาปรับปรุงงาน และพัฒนาการปฏิบัติงานในอนาคต

8. ความเป็นอิสระในการทำงาน หน่วยงานควรเปิดโอกาสให้พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ได้มีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย

ต่าง ๆ ของหน่วยงาน นโยบายในการปฏิบัติงาน และเสนอความเห็นเกี่ยวกับระบบการทำงาน เพื่อเป็นการปรับปรุงระบบการทำงานได้สอดคล้องกับปัญหาที่พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) พบในขณะปฏิบัติงานอย่างแท้จริง

### 3. การพัฒนาตนเอง

1. การพัฒนาด้านร่างกายและจิตใจ หน่วยงานควรส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) ได้มองเห็นความสำคัญของการดูแลรักษาสุขภาพของตัวเอง เช่น จัดให้มีการแข่งขันกีฬาระหว่างเจ้าหน้าที่ภายในหน่วยงาน จัดให้มีสถานที่สำหรับออกกำลังกาย สนับสนุนอุปกรณ์การออกกำลังกาย จัดให้มีการตรวจสุขภาพร่างกายเป็นประจำทุกปีหรือทุก ๆ 6 เดือน

2. การพัฒนาด้านสังคม หน่วยงานควรชี้แจงนโยบายหน่วยงาน ตลอดจนการกำหนดระเบียบในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน จัดให้มีการสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) เพื่อนำข้อสรุปมาปรับปรุงวิธีการปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

3. การพัฒนาด้านความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน หน่วยงานควรสนับสนุน หรือจัดให้มีห้องสมุดภายในหน่วยงานจัดทำหลักสูตรหรือตำราทางวิชาการที่จำเป็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานไว้สำหรับศึกษา จัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานนอกเวลาปฏิบัติงาน หรือจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่แก่เจ้าหน้าที่ที่ไม่ชำนาญ เพื่อเป็นการ

เพิ่มพูนความรู้ในด้านการปฏิบัติงาน เป็นการกระตุ้นให้พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง) มีการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา

### 7. เอกสารอ้างอิง

[1] กฤษดา ไทยธรรม. 2538. การศึกษาความต้องการในการพัฒนาตนเองของครู โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

[2] กนิษฐา ฐิติวัฒนา. 2542. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความต้องการพัฒนาตนเองของนายช่างเทคนิคสังกัดกรมทางหลวง มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

[3] กัมปนาท ฤทธิ์เพชรนิล. 2545. ความต้องการพัฒนาของข้าราชการตำรวจภูธรจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

[4] เกศินี หงสนันท์. 2518. การบริหารงานราชการในวงราชการไทย. กรุงเทพมหานคร :กรมการปกครอง. คู่มือราชการสนามกองทัพบก. (2539). หลักนิยมกองทัพบก. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2528. รายงานการสัมมนาแนะทางการวางแผนพัฒนาบุคลากรทางด้านการบริหาร. (อัดสำเนา)

[5] ฐิระ ประवालพฤษ์. 2538. การพัฒนาบุคคล. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา. กรมศาสนา.

ดนัย เทียนพุด. 2537. กลยุทธ์การพัฒนาคณะ : สิ่งท้าทายความสำเร็จของธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

[6] ดิน ปรัชญพฤทธิ์. 2530. องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่

ที่ 4 ). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมนิราช.

[7] ชงชัย สันติวงศ์. 2539. การบริหารงานบุคคล. (พิมพ์ครั้งที่

8). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.



- [8] ชนิศร พิบูลแถว.2542. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาตนเองของข้าราชการกองทัพอากาศไทย : กรณีศึกษากรมกำลังพลทหารอากาศ. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- [9] ธัญญา ผลอนันต์. 2546. การมุ่งเน้นทรัพยากรบุคคล: แนวทางสร้าง ความ พึ่ง พื่อ ใจ แก่ พนักงาน . กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีอีเคยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- [10] ธาณี สุวรรณรักษ์. 2549. ความต้องการพัฒนาตนเองของนายทหารการเงิน กรมการเงินทหารบก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- [11] ปราณี แดงอ่อน. 2545. การพัฒนาตนเองของพนักงานที่ปฏิบัติงานในฟาร์มเครือเบทาโกร.กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [12] ประณีต แดงอ่อน. 2545. การพัฒนาตนเองของพนักงานที่ปฏิบัติงานในฟาร์มเครือเบทาโกร.กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- [13] ประภาศรี อีมาณิช. 2539. การศึกษาความต้องการพัฒนาตนเองด้านความรู้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- [14] ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2544. จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. กรุงเทพมหานคร.ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพฯ.
- [15] ปิยะรัตน์ นิลอัยกา. 2537. การพัฒนาตนเอง: ประตุสู่ความสำเร็จ. วารสารส่งเสริมประสิทธิภาพการเรียนการสอน. (5 พฤษภาคม – สิงหาคม 2537): 1-3.
- [16] พิสิทธิ์ สารวิจิตร. 2540. การพัฒนาตนเองกับการป้องกันปัญหาสุขภาพของตนและสังคม.วารสารบัณฑิตศึกษา. (1 กันยายน 2540): 83-87.
- [17] พจน์ เพชรบุรณิน. 2528. การพัฒนาตนเอง. คณะกรรมการส่งเสริมงานวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.(อค์สำเนา)
- [18] พินิจ กุ้ทับทิม,ร.ต.อ. 2543. ความต้องการและการตอบสนองความต้องการในการพัฒนาบุคลากรของครูอาจารย์ในโรงเรียนตำรวจ สังกัดกองบัญชาการศึกษานักงานตำรวจแห่งชาติ.วิทยานิพนธ์ ปริญญาการศึกษา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [19] พุทธทรัพย์ มณีศรี. 2531. การบริหารงานบุคคลภาครัฐ. ( พิมพ์ครั้งที่ 2 ). กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [20] พระราชวรมุนี. 2538. มิติใหม่ของการพัฒนาจิตใจ : พัฒนาตน. กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์ประเทืองวิทย.
- [21] ไพศาล ไกรสิทธิ์. 2541. เอกสารคำสอนรายวิชาการพัฒนาตน. ชลบุรี : คณะครุศาสตร์,สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- [22] ยุทธ ไกยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [23] รัตนาภรณ์ คชมะเริง. 2550. ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานสวนตำบลในจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- [24] รุ่งทิวา ทองปลิว,ร.ต.อ.หญิง. 2541. ความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจในสังกัดตำรวจภูธรจังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [25] รุ่งอรุณ กระมุทกาญจน์. 2551. ความต้องการพัฒนาตนเอง ของบุคลากรสาธารณสุขที่ปฏิบัติงานในศูนย์

สุขภาพชุมชน สาธารณสุขเขต 14. วิทยานิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
อุบลราชธานี

[26] วราภรณ์ คงสาหร่าย. 2548. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์  
กับการพัฒนาตนเองของพนักงานบริษัททศท. คอร์  
ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). กรุงเทพมหานคร :  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[27] วลิต โรจนภักดี,พ.อ. 2546. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์  
กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการกรมทหาร  
ราบที่ 12 รักษาพระองค์. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยบูรพา.

[28] วิเชียร แก่นไธ. 2542. การพัฒนาตนเองของผู้บริหาร  
โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา  
จังหวัดสุพรรณบุรี. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

[29] วิเชียร หล่อฉัตรนพคุณ. 2546. ปัจจัยที่มี  
ความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเอง ของพนักงานธนาคาร  
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สังกัดสำนักงานใหญ่.  
กรุงเทพมหานคร :วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท,  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2538. ทฤษฎีและเทคนิคปฏิบัติ  
สำหรับยอดหัวหน้างาน. กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์  
เม็ดทรายพริ้นติ้ง.

[30] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. พฤติกรรม  
องค์การ. กรุงเทพมหานคร :ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

[31] สงวน สุทธิเลิศอรุณ. 2543. พฤติกรรมมนุษย์กับการ  
พัฒนาตน. กรุงเทพมหานคร :บริษัทอักษรภาพพัฒนา จำกัด

[32] สมิต อาชวนิจกุล. 2534. การพัฒนาตนเอง.  
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

[33] Aldag, R.J. and A.P. Breef. 1981. Managing  
Organizational Behavior. New York : WestPublishing  
Company.

[34] Andrew J. DuBrin, 1984. Foundations of  
Organizational Behavior : an appliedperspective,  
(Englewood Cliff, New Jersey : Prentice-Hall, Inc., 1984)

[35] Charles, E.W. 1979. Management Development  
Through Training. Massachusetts :Addison Wesley  
Publishing Company.

[36] Dale S. Beach. 1965. Personnel : Management &  
People at work. New York : The Macmillan.

[37] Davis, Keith. 1962 Human Relations at work. New  
york : Mcgraw Hill book co. Inc.

[38] Yamane, Taro. 1973. Statistics : An Introductory  
Analysis 3 rd ed., Tokyo: Harper.International Edition

## พฤติกรรมกรรมการปรับตัวของนักศึกษาในการศึกษาภาคพิเศษ

### The Adjustment Behavior of students for the special education

ณัฐนันท์ ภัทรสวรรค์<sup>1</sup> สันติ เต็มผล<sup>2</sup>

<sup>1</sup>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ,

Email: Nutthanun.ps@gmail.com

<sup>2</sup>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ,

Email: santi\_ja@hotmail.com

#### บทคัดย่อ:

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษานอกเวลาของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ และได้ตั้งสมมุติฐานงานวิจัยพฤติกรรมในการปรับตัว ด้านการเรียนรู้, ด้านอารมณ์, ด้านสังคม และด้านสุขภาพของนักศึกษา วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพศและชั้นปีที่แตกต่างกัน จำนวน 140 คน ผลการวิจัยพบว่าเพศและชั้นปีมีการปรับตัวโดยรวม 4 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผลการวิจัยจึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องด้วยมีระบบการเรียนการสอนที่เหมือนกัน

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการปรับตัว และ การศึกษาภาคพิเศษ

#### ABSTRACT:

This research was to study and compare the adjustment behavior of the special education in Suwanahubi Bangkok College. Hypothesis of the adjustment behavior included learning, emotion, social and health. The studied variables consist of gender and year of study with 140 students. The results shows, there was no statistical significant difference for the adjustment behavior of students in overall aspects with gender and year of study. Although, the results are base on assumptions that can not be set was statistical significant level at .05. Because of, the education system is the same.

**KEYWORDS:** Adjustment behavior and special education

#### 1. บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมต่างมีบทบาทกับระบบการศึกษา และความสัมพันธ์แบบต่างฝ่ายต่างมีอิทธิพลต่อกัน ในการจัดการศึกษากับการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคม การจัดการศึกษาในระบบ หรือการจัด

การศึกษานอกระบบ และอาจรวมไปถึงการจัดการศึกษานอกเวลา ก็เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทุนมนุษย์และทุนทางสังคมที่เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดใกระบวนการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคม ประเทศต้องจัดการศึกษาให้ทั่วถึง อย่างมีประสิทธิภาพ, คุณภาพ ทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้ความสามารถทักษะและเป็นพลเมืองที่รับผิดชอบ จึงจะ

สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจสังคมให้ประสบความสำเร็จได้ การศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ในฐานะที่เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีบทบาทโดยตรงต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพเหมาะสม และมีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการ การใช้กำลังคนของประเทศ [1]

ในแผนอุดมศึกษา[2]ระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2551-2565) ได้ฉายภาพอนาคตที่จะมีผลกระทบต่อโลก ประเทศ และอุดมศึกษาไทย โดยได้คัดกรองภาพอนาคตที่คาดว่าจะมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสังคมไทยและอุดมศึกษา ประกอบด้วยผลกระทบในด้านการเปลี่ยนแปลงของประชากร พลังงานและสิ่งแวดล้อม การมีงานทำและตลาดแรงงานในอนาคต การกระจายอำนาจการปกครอง การจัดการความขัดแย้งและความรุนแรง เยาวชน นักศึกษา และบัณฑิตในอนาคต รวมทั้งปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เนื่องจากผลกระทบแห่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและอื่นๆ ผู้ที่ดำเนินชีวิต ได้อย่างมีประสิทธิภาพในสังคมย่อมจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวเป็นอย่างดี

การปรับตัวเป็นกิจกรรมสำคัญของชีวิตซึ่งการปรับตัวของแต่ละบุคคลจะมีลักษณะอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นและสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่บุคคลกำลังเผชิญอยู่ การดำเนินชีวิตของคนเราย่อมจะมีอุปสรรคมาขัดขวางจึงทำให้เกิดความเครียดขึ้น จำต้องพยายามที่จะปลดปล่อย

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของการศึกษานอกเวลาของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ เพื่อนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการ พัฒนา ปรับปรุงการผลิตบัณฑิตให้เข้าสู่ความเป็นมาตรฐานเพื่อเป็นการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อให้ให้นักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ มีความพร้อมในด้านสติปัญญา ร่างกาย อารมณ์ สังคมและจิตใจ ใน การศึกษาต่อ

วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิมีการจัดการเรียนการสอนในที่เป็นภาคปกติและภาคพิเศษ ซึ่งปกติก็จะมี การ

เรียนการสอนในเวลาราชการ แต่สำหรับภาคพิเศษนั้นได้มีการจัดการเรียนการสอนในวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยทั่วไปนักศึกษาที่ได้เข้ามาศึกษาต่อในภาคพิเศษ ส่วนใหญ่เป็นคนที่มิมีสถานะที่ทำงานแล้ว และต้องการศึกษาต่อแน่นอนว่า นักศึกษาเหล่านั้นต้องมีการจัดสรรเวลา ใน การศึกษาและการทำงานควบคู่กัน จึงเป็นที่มาของการวิจัย ในครั้งนี้เพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมทั้ง 4 ด้านที่มีการปรับตัวอย่างไรบ้างในการศึกษาต่อในภาคพิเศษโดยทาง วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ มุ่งหวังผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ตามที่สังคมและ ประเทศชาติต้องการต่อไป

### 1.1 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

#### ตัวแปรอิสระ

1. เพศ
2. ชั้นปี



#### ตัวแปรตาม

พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ มี 4 ด้านคือ

1. ด้านการเรียน
2. ด้านอารมณ์
3. ด้านสังคม
4. ด้านสุขภาพ

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการปรับตัวของการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ
2. เพื่อให้เกิดความสำคัญต่อผู้บริหาร อาจารย์ ผู้สอน ให้เป็นแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอนต่อไป

### 1.3 สมมติฐานของการวิจัยไว้ดังนี้

- 1.พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษในด้านการเรียน, ด้านอารมณ์, ด้านสังคม และด้านสุขภาพของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ และหญิง ที่แตกต่างกัน
- 2.พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษในด้านการเรียน, ด้านอารมณ์, ด้านสังคม และด้านสุขภาพ

ของนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ ในแต่ละชั้นปีที่แตกต่างกัน

## 2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีการปรับตัวหลายทฤษฎีด้วยกัน ตัวอย่างเช่น กิลเมอร์ ได้ให้ความหมายคือการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับตนเองและสภาพแวดล้อม โดยจะไม่เทียบเกณฑ์หรือระเบียบใดๆ ทั้งสิ้นเป็นการรับรู้ตนเองของบุคคลแต่ละคน ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของพฤติกรรม การปรับตัว[3] อาจกล่าวได้ว่าผลของความพยายามของบุคคลที่จะปรับสภาพที่เกิดขึ้นแก่ตนเอง ไม่ว่าจะปัญหาด้านอารมณ์ ปัญหาด้านสังคม ปัญหาด้านบุคลิกภาพ ปัญหาด้านความต้องการ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมจนเป็นสภาพการณ์ที่บุคคลนั้นสามารถอยู่ในสภาพแวดล้อมนั้นๆ [4] สรุปได้ว่าการปรับตัวคือ พฤติกรรมการตอบสนองของบุคคลเมื่อรับรู้กับการเปลี่ยนแปลงของแต่ละบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมของตนเอง เพื่อปรับให้คงสภาวะความสมดุลของร่างกาย ต่อสภาพการณ์ต่างๆ ที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ไม่เพียงเท่านั้น ในการศึกษาพฤติกรรมปรับตัวก็ยังมีงานวิจัยที่มีงานตีพิมพ์อยู่มากมาย เช่นรูปแบบพฤติกรรมการใช้เครือข่ายทางสังคมของนักศึกษา [5] และพฤติกรรมปรับตัวในการศึกษาของนักศึกษากองทุนให้ยืมเพื่อการศึกษา [6] เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 กำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) รวมทั้งหมด จำนวน 140 คน ประกอบไปด้วย นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 42 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 35 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 38 คน และ นักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 29 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวมีลักษณะเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check List) ตอนที่ 2 พฤติกรรมการปรับตัวมีลักษณะเป็นตารางประมาณค่า (Rating Scales) ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียน, ด้านสังคม, ด้านอารมณ์ และด้านสุขภาพ

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถาม คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการหาค่าความเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของพฤติกรรมปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษในแต่ละด้าน และรวบรวมเป็นหมวดหมู่ตามตัวแปร ต่อจากนั้นผู้ทำวิจัยทำการตรวจและให้คะแนนเป็นรายชื่อในแบบสอบถามตอนที่ 2 ของแต่ละฉบับตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้

การกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนเพื่อจัดระดับพฤติกรรมปรับตัวในการศึกษาออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

4.45-5.00 หมายถึง นักศึกษามีพฤติกรรมปรับตัวตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง นักศึกษามีพฤติกรรมปรับตัวตรงกับสภาพความเป็นจริงมาก

2.50-3.49 หมายถึง นักศึกษามีพฤติกรรมปรับตัวตรงกับสภาพความเป็นจริงปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง นักศึกษามีพฤติกรรมปรับตัวตรงกับสภาพความเป็นจริงน้อยที่สุด

1.00-1.49 หมายถึง นักศึกษามีพฤติกรรมปรับตัวไม่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ในงานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมปรับตัวในการศึกษาภาค

พิเศษของแต่ละกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาที่กำลังศึกษาใน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยทำการจำแนกในการวิเคราะห์คือ เพศชาย กับเพศหญิง โดยใช้ค่าที (t-test Independent) และทำการ วิเคราะห์ข้อมูลของชั้นปีการศึกษา ตั้งแต่ ชั้นปีที่ 1 -4 โดยใช้วิธีการหาค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA)

4. ผลการวิจัย

ในตารางที่ 1 แสดงพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษในด้านการเรียน, ด้านอารมณ์, ด้าน สังคม และด้านสุขภาพ อยู่ในระดับมาก เมื่อศึกษาใน แต่ละด้านโดยการแยกกลุ่มตัวอย่างระหว่าง เพศชาย และเพศหญิงผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการปรับตัว ในการศึกษาภาคพิเศษทั้งเพศชายและเพศหญิงมี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ พฤติกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษา สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่มีการ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรม การปรับตัว	ชาย			หญิง			t	Sig.
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ		
ด้านการเรียน	4.40	0.18	มาก	4.45	0.13	มาก	1.06	0.28
ด้านอารมณ์	4.42	0.15	มาก	4.38	0.16	มาก	1.58	0.11
ด้านสังคม	4.43	0.21	มาก	4.39	0.20	มาก	1.1	0.27
ด้านสุขภาพ	4.42	0.26	มาก	4.37	0.22	มาก	1.19	0.23

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษาสาขา เทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิที่มีการจำแนกตามชั้นปี

พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในด้านต่างๆ	ชั้นปีที่ 1			ชั้นปีที่ 2			ชั้นปีที่ 3			ชั้นปีที่ 4		
	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ	$\bar{x}$	SD	ระดับ
1. ด้านการเรียน	4.48	0.13	มาก	4.40	0.14	มาก	4.44	0.17	มาก	4.50	0.15	มาก
2. ด้านอารมณ์	4.13	0.14	มาก	4.39	0.15	มาก	4.45	0.17	มาก	4.46	0.13	มาก
3. ด้านสังคม	4.40	0.17	มาก	4.43	0.25	มาก	4.42	0.19	มาก	4.48	0.23	มาก
4. ด้านสุขภาพ	4.37	0.20	มาก	4.38	0.27	มาก	4.43	0.24	มาก	4.49	0.25	มาก

พฤติกรรมกรรมการปรับตัวที่ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่าพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของเพศชายที่มีการปรับตัวมากที่สุดคือด้านสังคม ( $\bar{x}$ =4.43, SD=0.21) และเพศหญิงที่มีพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษมากที่สุดคือด้านการเรียน ( $\bar{x}$ =4.45, SD=0.13)

เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษา ในแต่ละชั้นปีโดยทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่ละคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ดังแสดงในตารางที่ 2 พบว่า ชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในด้านการเรียนมากที่สุด ( $\bar{x}$ =4.48, SD=0.13) เนื่องจาก ต้องมีการเตรียมความรู้พื้นฐานก่อนที่จะเข้าเรียนเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ และอื่นๆ, ชั้นปีที่ 2 มีการปรับตัวด้านสังคมมากที่สุด ( $\bar{x}$ =4.43, SD=0.25) เช่น ต้องการรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนมากขึ้น, ต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม, เข้าร่วมกิจกรรมสังสรรค์หลังเลิกเรียน, ชั้นปีที่ 3 มีการปรับตัวด้านอารมณ์มากที่สุด ( $\bar{x}$ =4.45, SD=0.17) เมื่อชั้นปีสูงขึ้นรายวิชามีความหลายมากขึ้นทำให้เกิดภาวะความเครียดทำให้รู้สึกเศร้าหมอง, รู้สึกเหงา หรือ รู้สึกวิตกกังวลในเรื่องต่างๆ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเบื่อหน่ายในการเรียนเกิดขึ้น และ ชั้นปีที่ 4 มีการปรับตัวด้านการเรียนมากที่สุด ( $\bar{x}$ =4.50, SD=0.215) เพราะความกระตือรือร้นเพื่อต้องการให้สำเร็จ การศึกษาตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงความแตกต่างใน พฤติกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษในแต่ละด้าน

เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่มีการจำแนกตามชั้นดังตารางที่ 3 พบว่าพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษในด้านการเรียน, ด้านอารมณ์, ด้านสังคม และด้านสุขภาพ ไม่มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ปฏิสัมพันธ์พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยกรุงเทพฯสุวรรณภูมิที่มีการจำแนกตามชั้นปี

พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในแต่ละด้าน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการเรียน	0.04	3	0.14	0.64	0.58
2. ด้านอารมณ์	0.07	3	0.26	1.09	0.35
3. ด้านสังคม	0.14	3	0.35	0.77	0.50
4. ด้านสุขภาพ	0.20	3	0.69	1.07	0.36

## 5. บทสรุป

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องจากนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงได้มีการเตรียมตัวล่วงหน้าก่อนที่จะเข้ามาศึกษา หรือทางวิทยาลัยกรุงเทพฯสุวรรณภูมิได้ให้คำแนะนำแก่นักศึกษามีการเตรียมข่าวสารข้อมูลและสร้างความเข้าใจในระบบการเรียนการสอนทำให้นักศึกษาที่เข้ามาศึกษานั้น ได้พบกับสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาภาคพิเศษของนักศึกษาตามระดับชั้นปีพบว่า นักศึกษาที่มีระดับชั้นปีต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เช่นกัน ด้วยเหตุผลที่มีระบบการเรียนการสอนที่เหมือนกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการรับข่าวสารจากทางวิทยาลัยกรุงเทพฯสุวรรณภูมิเช่นเดียวกัน โดยไม่เน้นเฉพาะเพศใดเพศหนึ่งหรือนักศึกษาชั้นปีใดชั้นปีหนึ่ง

### 5.2 ข้อเสนอแนะ

1. ครู อาจารย์ ควรให้ความสนใจดูแลเอาใจอย่างใกล้ชิด และมีความเป็นกันเองกับนักศึกษา ใช้เหตุผลในการอบรมสั่งสอน ปกครองและช่วยกันแก้ไขปัญหาต่างๆร่วมกัน
2. ควรมีการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานของนักศึกษา เพื่อใช้ประโยชน์ในการให้คำแนะนำของนักศึกษาแต่ละคนและทั้งกลุ่มว่ามีปัญหา ความต้องการอย่างไรอันจะเป็นประโยชน์ในการจัดประสบการณ์เพื่อส่งเสริมพัฒนาการของนักศึกษา

### เอกสารอ้างอิง

- [1] ปัจจัย บุญนาค. “สถาบันอุดมศึกษาเอกชน, “จิตวิทยาความมั่นคง 2534. กรุงเทพฯ : ติลากรูฟ, 2534. หน้า 112.
- [2] แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2551-2565).สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2555 จาก <http://www.mua.go.th>
- [3] กมลรัตน์ หล้าดวงษ์. สุขภาพจิตในโรงเรียน. กรุงเทพฯ : มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2524
- [4] Gilmer, B. and others. Industrial and Organizational Psychology. New York : Mcgraw-Hill Book Company, 1971.
- [5] เรือนแก้ว ภัทรานุประวัตติ, รูปแบบการใช้ชีวิตของนักศึกษาภาคค่ำ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2540
- [6] กรุณา จุฑาพันธ์สวัสดิ์, พฤติกรรมกรรมการปรับตัวในการศึกษาของนักศึกษากองทุนให้ยืมเพื่อการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2552

## ความสัมพันธ์ของปฏิบัติการทางสังคม และพื้นที่ว่างสาธารณะในช่วงประเพณี เมืองเก่าลำพูน จังหวัดลำพูน

### Relative between Social Practice and Pubic Space in Traditional Timeline of the Old Lamphun City, Lamphun Province

ลลิตทิพย์ รุ่งเรือง<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, Email Address: lalintip32@gmail.com

#### บทคัดย่อ:

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปฏิบัติการทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่างสาธารณะของเมืองในช่วงประเพณี วันสำคัญ กรณีศึกษาพื้นที่ว่างสาธารณะในเขตเมืองเก่าลำพูน ต.ในเมือง จ.ลำพูน ในรูปแบบการศึกษาเชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาของประเพณี วันสำคัญ ผ่านการสังเกตการณ์รูปแบบปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง โดยใช้แนวคิดทางด้านสัญชาตญาณวิทยาของเมือง ที่มีชื่อว่า “Space Syntax” [1] ร่วมกับทฤษฎีการปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน The Everyday Life Practice [2] เป็นเครื่องมือสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโครงข่ายศักยภาพในการเชื่อมโยง การเข้าถึงพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง และปฏิบัติการ หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่างเหล่านั้น ผลจากการศึกษาชี้ให้เห็นข้อขัดแย้งของทฤษฎีเชิงพื้นที่กับปฏิบัติการที่เกิดขึ้น กล่าวคือ พื้นที่ว่างสาธารณะของเมืองเก่าลำพูน ที่มีการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับประเพณี พิธีกรรม ในวันสำคัญ มีทั้งรูปแบบของพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเข้าถึง เชื่อมโยงในระดับสูง และต่ำ แสดงให้เห็นว่าศักยภาพในการเชื่อมโยง เข้าถึงโครงข่ายพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่ว่างสาธารณะของเมืองในการประกอบพิธีกรรม แต่ปัจจัยที่สำคัญคือ ความเชื่อมโยงทางด้านสัญลักษณ์ของพื้นที่กับกิจกรรม ประเพณีเหล่านั้น ซึ่งแม้พื้นที่เหล่านั้นจะไม่ได้อยู่ในเส้นทาง หรือโครงข่ายในการเข้าถึงพื้นที่ในระดับสูง แต่มีความสำคัญที่เกี่ยวข้องเนื่องทางด้านความเชื่อของคนในท้องถิ่นแล้ว พื้นที่เหล่านั้นก็จะยังคงเป็นที่นิยมต่อการใช้งานของกลุ่มคนในพื้นที่เช่นเดิม นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ว่างสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการทางด้านประเพณี พิธีกรรมของสังคมไทย เป็นพื้นที่ที่แสดงถึงวัฒนธรรม เอกลักษณ์เฉพาะตัวของคนในท้องถิ่นนั้นอย่างแท้จริง เนื่องด้วยปัจจัยหลักในการใช้พื้นที่เป็นเรื่องของความเข้าใจ ความสามารถในการเชื่อมต่อร่องรอยทางด้านประวัติศาสตร์ พิธีกรรมให้เกิดความสัมพันธ์กับพื้นที่ ซึ่งเป็นการยากที่คนภายนอกจะรับรู้ได้ถึงความหมาย และปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

**คำสำคัญ:** พื้นที่ว่างสาธารณะ ปฏิบัติการทางสังคม ชีวิตประจำวัน ประเพณี สเปซซินแทกซ์



**ABSTRACT:**

This paper objected to study the relative of social practices that happen in the public spaces in time of the traditional case study of public space in the old Lamphun city, Tumbon Naimuang, Lamphun province. Studied by behavior method in traditional timeline with observation the practice has happen in the public space. And using the conceptual of morphological that called "Space Syntax" [1] with the everyday life practices theory [2] to be the method for collecting data and analysis relative between the intelligible efficient structure and the practices or activities in those public spaces. Result of study shows the conflict between Space Syntax theory and social practice, the public spaces of the old Lamphun city that involve the tradition, there are both high and low accessibility potential. It shows that potential of accessibility in public space structure that is not the main factor for using the space in traditional timeline. But the important factor is the relationship of symbols and customs in these spaces even thought the space is not in the line or structure of high accessibility potential but if these spaces are connected with traditional belief in the local, these spaces still will be popular for the local group using like the way they are. Beside these it also shows, the spaces are connected with the custom in Thai society, the actually cultural and identity in the local spaces. Because of the main factor to using the local space could be understand and link up the track about historical and tradition to correlation with these spaces that it quit difficult for outsiders to genuinely realize the meaning of practices in that local spaces.

**KEYWORDS:**

Public space, social practice, everyday life, tradition, space syntax

**1. พื้นที่ว่างในเมืองเก่าลำพูน**

พื้นที่เมืองเก่าลำพูนในปัจจุบัน ในอดีตเคยเป็นพื้นที่ตั้งของอาณาจักรโบราณที่มีความสำคัญอย่างมากแห่งหนึ่งของภูมิภาคทางภาคเหนือ คือ อาณาจักรหริภุญไชย ซึ่งถูกตั้งขึ้นในช่วงพุทธศตวรรษที่ 13 สมัยพระนางจามเทวี [3] โดยจะเห็นถึงร่องรอยทางด้านประวัติศาสตร์มากมายในพื้นที่เมืองลำพูน ที่มีความสัมพันธ์กับคติในการสร้างเมือง การใช้ประโยชน์ในพื้นที่ของเมือง และพื้นที่ที่นับว่าเป็นศูนย์กลางทางด้านจิตใจของคนในพื้นที่ที่สำคัญแห่งหนึ่ง คือ องค์พระธาตุในส่วนของวัดพระธาตุหริภุญไชย ซึ่งไม่เพียงแต่มีความสำคัญต่อชาวลำพูนเท่านั้น ยังมีความสำคัญต่อคติ ความเชื่อทางด้านพระพุทธศาสนาของชาวล้านนาในปัจจุบันอีกด้วย

ในปัจจุบัน ได้มีความพยายามในการบูรณะ ปฏิสังขรณ์อนุรักษณ์ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ กำแพงเมือง วัด อาคาร และบ้านเรือนที่ควรค่าแก่การอนุรักษณ์ ในรูปแบบเชิง

สถาปัตยกรรม ส่วนในเชิงวัฒนธรรม ประเพณี ก็มีการรื้อฟื้นรูปแบบของพิธีกรรมแบบดั้งเดิมขึ้นมา มีการสร้างพื้นที่ของสถาปัตยกรรม พิพิธภัณฑ์เมืองขึ้นมา เพื่อเป็นพื้นที่ที่จะรวบรวม รองรับ และเผยแพร่กิจกรรมทางด้านประเพณี วัฒนธรรมที่ดั้งเดิมแบบดั้งเดิมให้อยู่คู่กับพื้นที่ อันเป็นประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังในการสืบทอดต่อไป

แต่ในทางกลับกันความพยายามในการฟื้นฟู รักษาไว้ทางด้านวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม กลับกลับได้สร้างให้เกิด พื้นที่ของความขัดแย้งทางด้านวัฒนธรรม [4] ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ของเมือง สถาปัตยกรรมเหล่านั้นได้แก่

- พื้นที่ของพิพิธภัณฑ์ส่วนกลางที่เกิดขึ้น ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในพื้นที่ จึงก่อให้เกิดรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ในระดับชุมชน กลุ่มอาชีพที่หลากหลายขึ้นมา ตอบสนองต่อความต้องการแทน ซึ่งเป็นความ

- ขัดแย้งเชิงพื้นที่ต่อรูปแบบ แนวคิดในวิธีการของการรักษา รวบรวมวิถีทางวัฒนธรรมไว้
- พื้นที่ว่างสาธารณะ บางส่วนที่สร้างไว้เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในพื้นที่ ไม่เกิดการใช้ประโยชน์ในพื้นที่นั้นอย่างเต็มศักยภาพ ทำให้เกิดสภาพของความรกร้าง ว่างเปล่า ก่อให้เกิดอาชญากรรมต่างๆ ในพื้นที่นั้น
  - นโยบายในการจัดการเชิงพื้นที่ เน้นในเรื่องของการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ ที่เป็นนโยบายหลักจากส่วนกลาง ขาดการมีส่วนร่วมทางด้านการจัดการกับร่วมกันคนในพื้นที่ และยังมีมุ่งเน้น ในการรองรับกลุ่มคนภายนอกมากกว่ากลุ่มคนภายในพื้นที่

สภาพปัญหาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงข้อแตกต่างในเรื่องของระบบในการจัดการเชิงพื้นที่ระหว่าง ผู้ใช้งาน คือ กลุ่มคน ชุมชนที่เป็นผู้ปฏิบัติการณ์ในพื้นที่ และ ผู้จัดการเชิงพื้นที่ คือ รัฐ นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดนโยบาย ประโยชน์การใช้สอยพื้นที่ ซึ่งมักจะใช้รูปแบบของความเป็นมาตรฐานสากล มาเป็นตัวจับ และจัดการพื้นที่เหล่านั้นในเชิงของค่านิยมกลางที่มีความขัดแย้งต่อสภาพของสังคมไทย ที่มีความหลากหลายของภูมิภาคทั้งทางด้านพื้นที่ตั้ง ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดคำถามขึ้นว่า

- พื้นที่ว่างสาธารณะรูปแบบใดในเมืองลำพูน ที่สอดคล้อง และตอบสนองต่อปฏิสัมพันธ์ปฏิบัติการของคนในพื้นที่ของเมือง
- ปฏิบัติการทางสังคมของกลุ่มคนในพื้นที่ รูปแบบใดที่มีความสอดคล้อง แสดงถึงการรักษาไว้ทางด้านวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม
- และปัจจัยอะไรบ้างที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติสัมพันธ์ และรักษาไว้ในรูปแบบวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม

## 2. พื้นที่ว่าง และปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่

จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้น ที่แม้ในแนวความคิดร่วมของการใช้ประโยชน์พื้นที่เมืองเก่าลำพูน จะไปในรูปแบบของความต้องการที่จะสืบสานรูปแบบประเพณีทางด้านวัฒนธรรมที่ดั้งเดิม ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองลำพูนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แต่หลักการในเรื่องการจัดการเชิงพื้นที่กลับมีรูปแบบที่ขัดแย้งต่อวิถีในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในเมือง หรือปฏิบัติการที่เกิดขึ้นจากการใช้พื้นที่จริงของคนในเมืองในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งความสนใจไปสู่ การศึกษาเชิงพฤติกรรม ที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลของลักษณะรูปแบบปฏิบัติการที่เกิดขึ้น ผ่านรูปแบบพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง และช่วงเวลาต่างๆ เพื่อให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ของปฏิบัติการที่เกิดขึ้น และพื้นที่ว่างที่ตอบสนองต่อการเกิดปฏิวัตินั้นๆ

### 2.1 แนวคิดในเรื่องของการปฏิบัติการ

โดยใช้แนวคิดในการศึกษาเรื่องราวของชีวิตประจำวัน [2] จะช่วยให้ทราบถึงรูปแบบปฏิบัติการ กิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้ง โดยภายใต้กรอบ กฎเกณฑ์ทางสังคมหลัก และจากจิตสำนึกของบุคคลนั้นๆ ที่เป็นปัจเจกชน กลุ่มคน ชุมชน ทั้งนี้เพื่อเป็นการนำไปสู่แนวทางการศึกษาค้นหาลักษณะ รูปแบบเฉพาะทางด้านพฤติกรรมของกลุ่มคนในพื้นที่นั้น ได้อย่างใกล้เคียงความจริงที่สุดจากการปฏิบัติการที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบของปฏิบัติการที่เกิดขึ้นออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

- ปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ในลักษณะร่วม (social practice) ได้แก่ การตักบาตร การออกกำลังกาย การเดินขบวนหาร่วมกัน เป็นต้น
- และปฏิบัติการที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลายทางสังคม (everyday life

practice) เช่น การซื้อขายสินค้า การเดิน การวิ่ง การนั่ง เป็นต้น

## 2.2 แนวคิดในเรื่องพื้นที่ว่าง

โดยใช้แนวคิดของ Space Syntax [1] ในการศึกษา ระบบโครงสร้างในการเชื่อมโยงพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง ได้แก่ ถนน ทางเดิน พื้นที่ว่างที่เปิดโล่ง พื้นที่ว่างที่ปิดล้อม ด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองโครงข่ายพื้นที่สัญจรและพื้นที่ว่างในเมือง ด้วย Axial line model [5] ที่สามารถใช้ในการอธิบาย วิเคราะห์ค่าศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ว่าง (potential of accessibility) ที่เป็นการศึกษาแนวโน้มปัจจัยสำคัญต่อการเลือก ตัดสินใจในการใช้พื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง ตลอดจนการเลือกเส้นทางเดินเข้าถึงพื้นที่เหล่านั้น โดยแบ่งระดับของศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่เป็น 3 ระดับ คือ

- ศักยภาพในการเข้าถึงโครงข่ายในระดับรวม (potential of global accessibility)
- ศักยภาพในการเข้าถึงโครงข่ายระดับเฉพาะ (potential of local accessibility)
- ศักยภาพในการเข้าถึงโครงข่ายในระดับตัวเอง (Connectivity)

## 2.3 แนวคิดในเรื่องช่วงเวลา

ใช้แนวคิดจากการศึกษา ประเพณี 12 เดือนล้านนาไทย [5] เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านสภาพอากาศ ฤดูกาล อันเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่จะช่วยให้ทราบถึงช่วงเวลาที่เหมาะสม แนวคิดของปฏิบัติการที่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กัน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- ช่วงเวลาปกติ ทั่วไป (everyday life timeline)
- ช่วงเวลาประเพณี วันสำคัญ (Traditional timeline)

## 3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่ว่างและปฏิบัติการทางสังคมในพื้นที่

### 3.1 ลักษณะ รูปร่าง โครงข่ายของพื้นที่ว่าง

จากวิธีการสำรวจ ประโยชน์พื้นที่ใช้สอย ซึ่งสามารถที่แยกประเภทและลักษณะของพื้นที่ว่างเป็น 2 รูปแบบ คือ พื้นที่ว่างเปิดโล่ง และ พื้นที่ว่างโอบล้อม

โดยแบ่งย่อยออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

- พื้นที่ถนน ทางสัญจร
- พื้นที่สวนสาธารณะของเมือง
- พื้นที่ว่างในส่วนของอาคารทางศาสนา
- พื้นที่ว่างในส่วนของอาคารสำคัญในเมือง

### 3.2 ประเภทของประโยชน์ใช้สอยอาคาร ที่ดิน

จากวิธีการสำรวจ และศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทางด้านผังเมือง โดยสามารถแบ่งประเภทของการใช้ประโยชน์อาคาร และที่ดิน หลักของเมือง ออกเป็น พื้นที่ทางศาสนา พื้นที่ราชการ พื้นที่สาธารณะส่วนกลาง พื้นที่อยู่อาศัย และพื้นที่พาณิชยกรรม

### 3.3 ประเภทของปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่าง

จากวิธีการสังเกตรูปแบบของปฏิบัติการทางสังคมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- ปฏิบัติการที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมเกิดขึ้นในพื้นที่
- ปฏิบัติการที่มีลักษณะของการค้าขาย แลกเปลี่ยน
- ปฏิบัติการที่มีลักษณะชั่วคราว
- ปฏิบัติการที่มีลักษณะของการเปลี่ยนผ่าน การสัญจรผ่าน

### 3.4 ประเภทของกลุ่มคนที่ใช้งานพื้นที่ว่าง

จากวิธีการสังเกต โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

- กลุ่มปัจเจก
- กลุ่มชุมชน
- กลุ่มเมือง

### 3.5 อัตราการใช้พื้นที่ว่างของคน

จากวิธีการสังเกต ด้วยการนับจำนวนผู้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ผ่านช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงปกติทั่วไป และช่วงประเพณี วันสำคัญ ซึ่งในกรณีนี้จะเน้นในส่วนของช่วงประเพณี วันสำคัญ และได้แบ่งการศึกษาตามปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศของพื้นที่ ดังนี้

- สภาพภูมิอากาศในรอบวัน แบ่งออกเป็น 5 ช่วงย่อย คือ ช่วงที่ 1 (6.00-9.30) ช่วงที่ 2 (9.30 – 13.00) ช่วงที่ 3 (13.00-16.30) ช่วงที่ 4 (16.30-19.30) และช่วงที่ 5 (19.30 ขึ้นไป)
- สภาพภูมิอากาศในรอบปี แบ่งออกตามฤดูกาล คือ ฤดูร้อน (ก.พ.-พ.ค.) ฤดูฝน (ก.ค.-ต.ค.) และฤดูหนาว (พ.ย.-ม.ค.)

### 3.6 แนวคิดในการใช้ประโยชน์พื้นที่ว่าง

จากการสัมภาษณ์ หลักคิดในการใช้พื้นที่ว่าง และรูปแบบพื้นที่ที่ใช้ดำเนินกิจกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น

- พื้นที่ว่างที่สัมพันธ์กับ ระบบเครือข่าย
- พื้นที่ว่างที่สัมพันธ์กับความคติ ความเชื่อทาง พุทธศาสนา
- พื้นที่ว่างที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์
- พื้นที่ว่างที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตประจำวัน

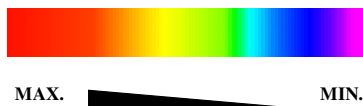
## 4. ความสัมพันธ์ของโครงข่ายพื้นที่ว่าง สาธารณะของเมือง

### 4.1 โครงข่ายพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง

การสร้างแบบจำลองโครงข่ายการเชื่อมโยงพื้นที่ว่าง สาธารณะของเมือง ที่เรียกว่า “Axial line model” [6] เพื่อให้เกิดการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ และพฤติกรรม ร่วมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประโยชน์การใช้สอยอาคาร ที่ดิน และปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่าง ทั้งประเภทของกลุ่มคน ปฏิบัติการ อัตราการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ โดยมีวิธีการประมวลผล วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ออกมาทั้งในรูปแบบของค่าสี และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ ดังต่อไปนี้

- Global integration value คือ การวัดค่าความสัมพันธ์ของเส้นทางเชื่อมต่อในระดับรวมทั้งพื้นที่ (ดูรูปที่ 3 ก)
- Local integration value คือ การวัดค่าความสัมพันธ์ของเส้นทางเชื่อมต่อในระดับย่อย เฉพาะ (ดูรูปที่ 3 ข)
- Connectivity value คือ การวัดค่าความสัมพันธ์ของการเชื่อมต่อพื้นที่หนึ่ง กับพื้นที่อื่นๆ จำนวนกี่เส้น (ดูรูปที่ 3 ค)
- Intelligibility Coefficient คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสามารถในการทำความเข้าใจเมือง เป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่าง Connectivity value และ Global integration value ถ้ามีค่าสูง แสดงว่าระบบโครงข่ายพื้นที่นั้น มีความเข้าใจได้ง่าย ส่งผลให้มีแนวโน้มในการใช้งานเข้าถึงพื้นที่เหล่านั้นได้สูง

- Synergy Coefficient คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ เป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่าง Local integration value และ Global integration value ถ้ามีค่าสูงแสดงว่าระบบโครงข่ายพื้นที่นั้น มีการฝังตัวของพื้นที่ได้ดี ทั้งในระดับย่านและเมือง ส่งผลให้มีแนวโน้มในการใช้ประโยชน์ หรือมีความนิยมในการใช้พื้นที่ว่างสาธารณะทั้งในระดับย่านและระดับเมืองที่ดี
- ค่าสี ใช้สีแทนค่าของศักยภาพในการเชื่อมโยงเข้าถึงพื้นที่ โดยเรียงลำดับของสีตามแถบของ Spectrum ตั้งแต่โทนร้อน (สีแดง) ไปถึงโทนเย็น (สีน้ำเงิน ม่วง) ซึ่งแทนด้วย ศักยภาพในการเข้าถึง เชื่อมโยง สูงสุด จนถึง ศักยภาพในการเข้าถึง เชื่อมโยง ต่ำสุด ตามลำดับ (ดูรูปที่ 2)



รูปที่ 2 แสดงค่าแถบสีของ Integration value



(ก) Global accessibility potential



(ข) Local accessibility potential

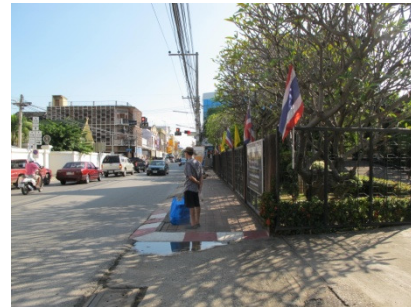


(ค) Connectivity

รูปที่ 3 (ก-ค) axial line model ของพื้นที่ว่างสาธารณะในเมืองเก่าลำพูน

#### 4.2 ความสัมพันธ์ของโครงข่ายพื้นที่ว่างสาธารณะเมืองเก่าลำพูน

- ความสัมพันธ์ของประโยชน์การใช้สอยอาคารและที่ดิน พบว่า ถนนอินททยงยศ (เส้นสีแดง) (ดูรูปที่ 4) ที่เป็นถนนหลักผ่านแนวแกนเหนือใต้ของเมืองเป็นเส้นถนนที่มีศักยภาพในการเข้าถึงสูงสุดทั้งในระดับรวม เฉพาะ และระดับตัวเอง โดยพื้นที่ว่างสำคัญที่เชื่อมต่อกับถนนเส้นนี้ ก็พบว่ามีความหลากหลาย และเป็นพื้นที่สำคัญของเมือง ได้แก่ พื้นที่วัดพระธาตุหริภุญชัยวรมหาวิหาร พื้นที่ศาลากลางจังหวัด พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหริภุญไชย พิพิธภัณฑสถานชุมชนเมืองป้อมสามทหาร และเป็นเส้นพานิชยกรรมหลักของเมืองที่ประกอบด้วยอาคารห้างร้านต่างๆ



รูปที่ 4 แสดงภาพถนนอินททยงยศ

- ความสัมพันธ์ของปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับประเพณีในพื้นที่ พบว่า รูปแบบของปฏิบัติการที่เกิดขึ้นมีความหลากหลายในระดับพอใช้ กล่าวคือ เป็นปฏิบัติการที่สร้างให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ร่วมในระดับเมือง ชุมชนเป็นหลัก ซึ่งมีความเฉพาะเจาะจงสูงของรูปแบบประเภทกิจกรรม ซึ่งจะมีความสัมพันธ์สูงสุดกับศักยภาพการเข้าถึงพื้นที่ในระดับตัวเอง โดยถนนไชยมงคล (ดูรูปที่ 5) เป็นเส้นที่สร้างให้เกิดการเชื่อมต่อความสัมพันธ์ของพื้นที่ว่างสูงสุด



รูปที่ 5 แสดงภาพถนนไชยมงคล

- ความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่ คือกลุ่มระดับชุมชน และเมืองเป็นหลัก ซึ่งความหลากหลายของกลุ่มผู้ใช้งานมีความยืดหยุ่นสูงจากการใช้งานของกลุ่มคนในทุกระดับ โดยมีความสัมพันธ์กับศักยภาพการเข้าถึง

พื้นที่มากที่สุดในระดับตัวเอง ซึ่งมีถนน  
อินทงยศเป็นเส้นที่เชื่อมต่อกับพื้นที่สำคัญ  
คือ พื้นที่วัดพระธาตุหริภุญชัยวรมหาวิหาร

- ความสัมพันธ์ของอัตราการใช้ประโยชน์ใน  
พื้นที่ พบว่า อัตราการใช้ประโยชน์พื้นที่ว่างมี  
ความสัมพันธ์กับอุณหภูมิทั้งในรอบวัน และ  
รอบฤดูกาล คือ มีอัตราการใช้ประโยชน์สูงสุด  
ในช่วงเย็น ช่วงเช้า ในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด  
ในรอบปี โดยอัตราเฉลี่ยในการใช้ประโยชน์  
โดยรวมอยู่ที่ 90 คน/ชั่วโมง ซึ่งนับว่าเป็นตัว  
เลขที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับช่วงของประเพณี  
แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งาน คือ คนในพื้นที่เป็น  
หลักที่สอดคล้องกับข้อมูลความสัมพันธ์ของ  
กลุ่มผู้ใช้งาน และศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่  
สูงสุดในระดับตัวเองเช่นเดียวกัน ซึ่งมีถนน  
อินทงยศเป็นเส้นถนนสำคัญในการเชื่อมต่อ  
พื้นที่สูงสุด

ตารางที่ 1 ตารางสรุปค่าความสัมพันธ์ของศักยภาพในการ  
เข้าถึงโครงข่ายพื้นที่ว่างสาธารณะของเมืองเก่าลำพูน

Integration	Value
Mean Global Integration Value	1.1959
Mean local Integration Value	1.6696
Mean Connectivity Value	3.4811
Intelligibility Coefficient	$R^2 = 0.6129$
Synergy Coefficient	$R^2 = 0.9182$

- จากตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์  
ความสามารถในการทำความเข้าใจเมือง  
เท่ากับ 0.6129 และค่าสัมประสิทธิ์ความ  
ผสาน เท่ากับ 0.9182 อธิบายได้ว่าพื้นที่ว่าง

ของเมืองที่เกิดปฏิสัมพันธ์ของปฏิบัติการ  
ในช่วงวันสำคัญเป็นพื้นที่ที่เป็นที่นิยมอย่าง  
มากในการใช้งานในระดับย่านและเมือง แต่  
โครงข่ายโดยรวมของพื้นที่ที่มีความเข้าใจใน  
เส้นทางได้ในระดับปานกลาง กล่าวคือ  
โครงข่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในการเชื่อมต่อ  
พื้นที่ที่ไม่สูงนัก ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่  
สอดคล้องกับข้อมูลของปฏิบัติการที่เกิดขึ้นใน  
พื้นที่ คือ โดยรวมแล้วพื้นที่ว่างสาธารณะที่ใช้  
สำหรับประกอบกิจกรรมประเพณีต่างๆ ใน  
เมืองมีความเหมาะสมและเข้าใจได้เป็นอย่างดี  
สำหรับบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ หรือคนในท้องถิ่น  
นั่นเอง

## 5. พื้นที่ว่างสาธารณะของเมืองเก่าลำพูน ที่ สะท้อนรูปแบบของปฏิบัติการทางสังคม ในช่วงประเพณี

### 5.1 พื้นที่ที่ทำหน้าที่เปลี่ยนถ่าย เชื่อมต่อ ส่งผ่านรูปแบบของปฏิบัติการ

ได้แก่ พื้นที่ของถนน โดยมีถนนอินทงยศเป็นถนน  
เส้นหลัก รองลงมาคือ ถนนวังขวา ถนนไชยมงคล และ  
สุดท้าย คือ ถนนรอบเมืองในฝั่งตะวันออก ถนนรอบ  
เมืองนอก ซึ่งพบว่าพื้นที่ลักษณะนี้จะมีปัจจัยที่สัมพันธ์  
กับฐานวิทย์ของเมือง หรือโครงข่ายพื้นที่ว่าง  
สาธารณะของเมือง ซึ่งจะพบว่าถนนหรือพื้นที่ที่มี  
ความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับถนนอินทงยศมากเท่าใด  
พื้นที่นั้น หรือเส้นทางสัญจรนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะ  
เป็นที่นิยมในการใช้ประโยชน์พื้นที่ว่างนั้นมากขึ้นด้วย  
(ดูตัวอย่างรูปที่ 6)



รูปที่ 6 แสดงปฏิบัติการของประเพณีที่เกิดขึ้นใน  
พื้นที่ถนนอินทยงยศ



รูปที่ 8 แสดงปฏิบัติการของประเพณีที่เกิดขึ้นใน  
พื้นที่ลานพระนางจามเทวี

## 5.2 พื้นที่ที่ทำหน้าที่สร้างความหมายร่วมกับ ปฏิบัติการ

ได้แก่ พื้นที่ที่มีสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องด้วยความเชื่อ ที่สำคัญ คือ พื้นที่วัดพระธาตุหริภุญชัยฯ พื้นที่วัดย่อยในเขตชุมชน พื้นที่ข่วงเมือง คูเมือง ลานอนุสาวรีย์พระนางจามเทวี โดยปัจจัยสำคัญของการใช้พื้นที่รูปแบบนี้ขึ้นอยู่กับคุณค่า สัญลักษณ์ของพื้นที่ว่างต่อกิจกรรมประเพณี ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศาสนา และประวัติศาสตร์ ซึ่งแม้จะไม่ได้ตั้งอยู่เชื่อมต่อกับโครงข่ายของพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเข้าถึงสูง แต่ก็สามารถเป็นพื้นที่ที่เป็นที่นิยมในการใช้ประโยชน์สูงได้ เพราะปฏิบัติการที่เกิดขึ้นมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพื้นที่เหล่านั้นอย่างเฉพาะเจาะจง (ดูตัวอย่างรูปที่ 7 และ 8)



รูปที่ 7 แสดงปฏิบัติการของประเพณีที่เกิดขึ้นใน  
พื้นที่วัดพระธาตุหริภุญชัยฯ

## 5.3 พื้นที่ที่ทำหน้าที่กำหนดความหมายของ ปฏิบัติการ

ได้แก่ พื้นที่ที่อยู่ภายใต้ระบบการจัดการโดยส่วนกลางที่สำคัญ คือ พื้นที่ริมแม่น้ำกวัง พื้นที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พื้นที่สภากาชาดเมือง พื้นที่ลานหน้าศาลากลางจังหวัด โดยปกติพื้นที่ลักษณะนี้จะเป็นพื้นที่ที่รัฐ หรือหน่วยงานส่วนกลางมีหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบ หรืออาจจะเรียกตามความนิยมว่า พื้นที่สาธารณะ พื้นที่ส่วนกลางของเมือง ที่สามารถใช้ในการดำเนินกิจกรรม ปฏิบัติการทางสังคมในส่วนรวมได้ เนื่องจากพื้นที่ลักษณะนี้ถูกสร้างและพัฒนาขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในการรองรับกิจกรรมที่มุ่งที่จะสืบสานอนุรักษ์รูปแบบประเพณี วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมที่ดี โดยมักจะมีมาตรฐานของระบบในการจัดการเชิงพื้นที่จากส่วนกลาง

ดังนั้นพื้นที่ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่เพื่อรองรับกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม จึงขาดด้วยสัญลักษณ์ หรือคุณค่าเชิงพื้นที่เหล่านั้นที่เพียงพอที่จะสร้างความสัมพันธ์ร่วมจากปฏิบัติการในพื้นที่ได้ จึงทำให้พบว่า พื้นที่เหล่านี้จะมีการใช้งานก็ต่อเมื่อมีการกำหนดเวลา รูปแบบกิจกรรม และกลุ่มคนผู้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่ที่มีสัญลักษณ์ หรือคุณค่าทางจิตใจ และความเชื่อ ที่พื้นที่เหล่านั้นสามารถเชื่อมโยง



ความหมายให้เกิดการปฏิบัติการร่วมในพื้นที่นั้นได้โดยตรง โดยที่ไม่ต้องมีผู้ใดมากำหนดรูปแบบ (ดูตัวอย่างรูปที่ 9 และ 10)



รูปที่ 9 แสดงปฏิบัติการของประเพณีที่เกิดขึ้นในพื้นที่ริมแม่น้ำกวัง



รูปที่ 10 แสดงปฏิบัติการของประเพณีที่เกิดขึ้นในพื้นที่ริมศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

## 6. สรุปความสัมพันธ์ของพื้นที่ว่างสาธารณะและปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองเก่าลำพูน

จากการศึกษา ทำให้พบว่า รูปร่างของพื้นที่เมือง การเข้าถึงโครงข่ายพื้นที่ว่างสาธารณะเป็นเพียงปัจจัยบางส่วนในการส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์พื้นที่ว่างสาธารณะของเมืองเก่าลำพูน ซึ่งจะมีผลมากต่อผู้ใช้ประโยชน์ภายนอกพื้นที่ แต่สำหรับเมืองเก่าลำพูนแล้ว พื้นที่ว่างสาธารณะโดยส่วนใหญ่ถูกใช้ประโยชน์โดยคนในเมือง หรือชุมชนเอง โดยพื้นที่ที่นิยมในการใช้ประโยชน์ ได้แก่ พื้นที่วัดพระธาตุหรือกุญชรฯ พื้นที่ช่วงเมืองโดยรอบ ลานพระนางจามเทวี ซึ่งมีทั้งที่สัมพันธ์กับเส้นทางหลัก และไม่สัมพันธ์กับเส้นทางหลัก

ดังนั้น ปัจจัยในการใช้พื้นที่ว่างจึงไม่น่าจะมีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ว่างเป็นสิ่งสำคัญ หากแต่ปัจจัยในเรื่องของสัญลักษณ์ การเชื่อมต่อโครงข่ายของเรื่องราวในพื้นที่ว่างเหล่านั้นกลับเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปฏิบัติการที่เป็นการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมของชุมชน เมืองอย่างแท้จริง ที่ไม่ได้เกิดเฉพาะในช่วงวันสำคัญเท่านั้น แต่ในช่วงวันปกติทั่วไป ก็ยังคงมีปฏิบัติการเหล่านั้นปรากฏอยู่ในพื้นที่ว่างสาธารณะเช่นเดียวกัน ในขณะที่พื้นที่ที่ถูกสร้างไว้เป็นพื้นที่สาธารณะในการประกอบกิจกรรมของเมืองกลับถูกละทิ้งหรือไม่เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีองค์ประกอบของความสมบูรณ์ทั้งทางด้านสภาพแวดล้อม สถาปัตยกรรม และเส้นทางการเข้าถึงพื้นที่ก็ตาม

โดยสรุปคือ พื้นที่ว่างสาธารณะในพื้นที่เมืองเก่าลำพูนที่มีการใช้ประโยชน์ทางสังคมของกลุ่มคนในเมืองเก่าลำพูนมีลักษณะของพื้นที่ที่ผสมผสานอยู่ในระดับพื้นที่ย่อยของเมือง ชุมชน โดยปฏิบัติการ หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ว่าง สะท้อนให้เห็นภาพเกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณีและประวัติศาสตร์ของพื้นที่เมืองเก่า ที่มีความสัมพันธ์ต่อรูปแบบพื้นที่ว่างที่มีความเชื่อมโยงระบบความสัมพันธ์เหล่านั้น ปัจจัยสำคัญจะเป็นเรื่องของสัญลักษณ์ และช่วงระยะเวลาที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารรูปแบบปฏิบัติการกับพื้นที่ว่างเหล่านั้น ซึ่งแสดงรูปแบบที่เฉพาะและต้องอาศัยการรับรู้ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณีในพื้นที่อย่างแท้จริง จึงจะทำให้เกิดความเข้าใจในการใช้ประโยชน์พื้นที่เหล่านั้น โดยปัจจัยในเรื่องของสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ แม้กระทั่งศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ การเชื่อมโยงเครือข่ายการสัญจร เป็นเพียงปัจจัยเสริม ซึ่งจะมีผลต่อการใช้ประโยชน์พื้นที่สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือนักช้อปปิ้งนอกเมืองมากกว่า

จากปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมือง ช่วงประเพณีสำคัญ เป็นเสมือนภาพสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบความต้องการในพื้นที่สาธารณะของคนในเมืองลำพูน ที่มีความผูกพันกับระบบความเชื่ออย่างสูง โดยแสดงออกมาจากพฤติกรรมในการตอบสนองต่อรูปแบบพื้นที่ว่างสาธารณะของเมือง ที่ต้องการสร้างให้เกิดความเป็นสาธารณะทางด้านวัฒนธรรม ผ่านพื้นที่ในรูปแบบของตนเอง ที่แตกต่างจาก ความเป็นสาธารณะในรูปแบบที่รัฐ หรือส่วนกลางมากำหนดความเป็นสาธารณะ และการยึดเหนี่ยวความเป็นวัฒนธรรมที่ไร้ซึ่งรากฐานของการยึดเหนี่ยวทางด้านสังคมของพื้นที่นั้นไว้ อันเป็นการบั่นทอน โครงสร้างที่ไม่ใช่แค่ทางกายภาพของพื้นที่ แต่เป็นโครงสร้างทางด้านจิตใจ ความสัมพันธ์ของคนในพื้นที่ให้สูญสลายไปพร้อมกับคำว่า “อนุรักษ์ พื้นฟู” ตามแนวทางแห่งความเป็นสากลที่ขัดแย้ง กับความหลากหลายของชุมชนท้องถิ่นอย่างชัดเจน ดังนั้นจึงเป็นคำถามที่ท้าทายไว้ในการตัดสินใจว่า “การพัฒนาแบบรวมศูนย์ทางด้านวัฒนธรรมได้ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของคนในสังคมได้จริงหรือไม่” “และ “พื้นที่ว่างสาธารณะที่แท้จริงในสังคมไทยควรจะเป็นเช่นไร” ซึ่งคำถามเหล่านี้คงต้องใช้ระยะเวลาในการหาคำตอบ และรอให้เกิดการศึกษาจากหลายมุมมอง หลายมิติทางสังคม เพื่อเป็นการหาคำตอบร่วมในการผสมผสานรอยร้าวทางด้านวัฒนธรรม และพื้นที่ที่สร้างให้เกิดความขัดแย้งทางสังคมให้ลดลงจากสังคมไทย

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ไชศรี ภักดีสุขเจริญ, (2548). วาทกรรมของเมืองผ่าน โครงสร้างเชิงสัญญาน. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ฉบับภาควิชาการวางแผนภาคเมือง: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] Michel de Certeau, (2020). General introduction to the practice of everyday life. Everyday life reader: London: Routledge.
- [3] สรัสวดี อ๋องสกุล, (2549). ประวัติศาสตร์ล้านนา. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- [4] ไชยรัตน์ เจริญสิน โอบาร, (2549). วาทกรรมการพัฒนา. ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- [5] มณี พยอมยงค์, (2529). ประเพณีสิบสองเดือนล้านนาไทย. เชียงใหม่: ส.ทรัพย์การพิมพ์.
- [6] อภิรดี เกษมสุข, (2550). การศึกษาเพื่ออนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมสร้างสรรค์สร้างลุ่มน้ำเพชรบุรี โครงการย่อยที่ 4 การวางผังชุมชนหลักในลุ่มน้ำเพชรบุรี. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.



## ● มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

6/999 ซ.พหลโยธิน 52 ถ.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

Tel : 0-2972-7200 Fax : 0-2972-7751

[www.northbkk.ac.th](http://www.northbkk.ac.th)

## ● มหาวิทยาลัยธนบุรี

29 เพชรเกษม 110 แขวงหนองค้างพสุ เขตหนองแขม กทม 10160

Tel : 0-2809-0823-27 Fax : 0-2809-0829

[www.thonburi-u.ac.th](http://www.thonburi-u.ac.th)

## ● วิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

89 ประชาพัฒนา ต.ทับยาว อ.ลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

Tel : 0-2172-9623-6 Fax : 0-2172-9620

[www.bsc.ac.th](http://www.bsc.ac.th)

## ● วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

290 สรรพาวุธ แขวงบางนา เขตบางนา กทม 1026

Tel : 0-2744-7356-68 Fax : 0-2398-1356

[www.southeast.ac.th](http://www.southeast.ac.th)

## ● วิทยาลัยราชพฤกษ์

9 หมู่ 1 นครอินทร์ ตำบลบางขุน อำเภอบางกรวย นนทบุรี 1113

Tel : 0-2432-6161-5 Fax : 0-2632-6107

[www.rc.ac.th](http://www.rc.ac.th)

## ● มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

เลขที่ 120 ถ.มทิดล ต.ทวาย เมือง จ.เชียงใหม่ 50100

Tel : 053-201 800 Fax : 0-5320-1810

[www.feu.ac.th](http://www.feu.ac.th)



มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ  
NORTH BANGKOK UNIVERSITY

## ● วิทยาเขตสะพานใหม่

6/999 ซ.พหลโยธิน 52 ถ.พหลโยธิน แขวงคลองถนน เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

Tel. 0-2972-7200 Fax. 0-2972-7751

## ● วิทยาเขตรังสิต

59 ถ.รังสิต-นครนายก (คลอง 3) อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130

Tel. 0-2533-1000 Fax. 0-2533-1020



[www.northbkk.ac.th](http://www.northbkk.ac.th)