Hatyai University

วารสารหาดใหญ่วิชาการ

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ นิติศาสตร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านการวิจัย และบทความวิชาการรูปแบบต่าง ๆ ของอาจารย์ และนักวิชาการทั่วไป
3. เพื่อเป็นสื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการวิจัย ค้นคว้า อย่างต่อเนื่อง

กำหนดเผยแพร่

ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน
ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม

เจ้าของ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

คณะที่ปรึกษา

อาจารย์ประณีต ดิษยะศริน
ศ.ดร.ไพศาล เหล่าสุวรรณ
ผศ.ดร.วิทวัส ดิษยะศริน สัตยารักษ์
ดร.ธารพรรษ สัตยารักษ์

บรรณาธิการ

ผศ.ดร.กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง

รองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.ปกรณ์ ลิ้มโยธิน

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.ธีระ เอกสมทราเมษฐ์	ม.สงขลานครินทร์
ศ.ดร.ศากุน บุญอิต	ม.ธรรมศาสตร์
รศ.ดร.ขวัญกมล ดอนขวา	ม.เทคโนโลยีสุรนารี
รศ.ดร.สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล	จ.ชุมพร (เกษียณ)
รศ.ดร.อาภรณ์ ดีนาน	จ.ชลบุรี (เกษียณ)
รศ.ดร.ชมพูนุท โกสลากร เพิ่มพูนวิวัฒน์	ม.ศรีนครินทรวิโรฒ
รศ.ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์	ม.วลัยลักษณ์
รศ.ดร.ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี	ม.มหิดล
รศ.ดร.อนุ เจริญวงศ์ระยับ	ม.ราชภัฏพิบูลสงคราม
รศ.ดร.บูฆอรี ยีหมะ	ม.ราชภัฏสงขลา
รศ.ดร.นิคม นาคอ้าย	ม.ราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.กฤษฎา กุณฑล	ม.ราชภัฏยะลา
ผศ.ดร.อนิวัช แก้วจำนงค์	ม.ทักษิณ
ดร.กิตติพร เนาว์สุวรรณ	วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี
รศ.ทัศนีย์ ประธาน	ม.หาดใหญ่
ผศ.ดร.เธียรชัย พันธ์คง	ม.หาดใหญ่
ดร.สิริลักษณ์ ทองพูน	ม.หาดใหญ่
ดร.เจตน์สฤษฎิ์ สังขพันธ์	ม.หาดใหญ่

ฝ่ายตรวจสอบด้านภาษา

อาจารย์เอริค แกรี่อัลลีน
อาจารย์ฮากิม สุดินปรีดา

ฝ่ายบริหารจัดการ

อาจารย์สุชาดา สุวรรณขำ
นางสาวอริศรา พฤกษ์ฎาภรณ์
นายณัฐวุฒิ ชีวพิทักษ์ผล

ติดต่อสอบถาม ส่งบทความเพื่อลงตีพิมพ์ บรรณาธิการวารสารหาดใหญ่วิชาการ ฝ่ายเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 E-mail : hu_apc@hu.ac.th

ⓘ บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ⓘ ข้อความและบทความในวารสารหาดใหญ่วิชาการเป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมิใช่ความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ⓘ กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์การคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

วารสารหาดใหญ่วิชาการ

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 มกราคม - มิถุนายน 2565

สารบัญ

บทความวิจัย

อิทธิพลของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กร ของบุคคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

ภราดี พิริยะพงษ์รัตน์, สุรีย์ กาญจนวงศ์, และ ชิษณุพงศ์ ทองพวง.............................221

อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ถ่ายทอดอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ในแอปพลิเคชันชอปปี้ในเจเนอเรชันวาย

จารุพร ตั้งพัฒนกิจ.............................241

อิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประสิทธิ์ รุ่งเรือง, สุวรรณ หวังเจริญเดช, และ ณัฐวงศ์ พูนพล.............................259

การศึกษาคุณค่าตราสินค้า และการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และ อนุสรา กอฟัก.............................279

อิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อัญชลี สุขขีวัฒน์, ณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ, และ ณัฐวงศ์ พูนพล.............................299

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

สัญญา ฉิมพิมล และ วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ.............................321

รูปแบบการจัดการบึงบอระเพ็ดอย่างบูรณาการที่ตอบสนองต่อการพัฒนาและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

สุวรรณา คุณดิลกณัฐวสา, เฉียงตะวัน ยอดดำเนิน, และ ธิติยา ทองเกิน.............................343

สารบัญ (ต่อ)

ผลกระทบในการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลา

อรพินท์ บุญสิน..363

อิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล เป็นตัวแปรส่งผ่าน

กิตติทัศน์ หวานฉ่ำ, กุสุมา กังหลี, และ ปาริชาต อภิเดชากุล.....................................381

พุทธศิลป์และการจัดการของวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนไทย-มาเลเซีย: กรณีวัดพุทธาธิวาส อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

ปัญญา เทพสิงห์..403

การพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้: การวิจัยอิงการออกแบบ

พล เหลืองรังษี และ กฤธยากาญจน์ โตพิทักษ์..421

การพัฒนากรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดน ในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย

จิราภรณ์ เรืองยิ่ง และ ธีทัต ชวิศจินดา...443

HATYAI ACADEMIC JOURNAL

Vol.20 No.2 July - December 2022

CONTENTS

Research Article

The Influence of Servant Leadership and Organizational Culture on Organizational Commitment of Personnel in Higher Education Institutions under the Christian Organization of Thailand

Paradee Piriyapongrat, Suree Kanjanawong, and Chisanupong Thongpuang......221

Perceived Quality, Customers' Trust, and the Transfer of the Marketing Mix towards Generation Y's Intentions of Online Purchasing Via Shopee

Jaruporn Tangpattanakit......241

The Influences of Strategic Management Accounting Effectiveness and Operational Quality of Thai-Listed Companies

Prasit Rungruang, Suwan Wangcharoendate, and Nuttavong Poonpool......259

A Study of Brand Equity and Repurchase Intention of Facial Skincare Products: A Case of Gen Y Consumers

Kedwadee Sombultawee and Anusara Korfak......279

The Influence of Corporate Governance Scorecard Effectiveness on Financial Reporting Quality of Thai-Listed Companies

Anchalee Sukkhewat, Nattawut Tontiset, and Nuttavong Poonpool......299

Marketing Mix Factors Influencing Consumer Decision-Making Process on Gastronomy Tourism: Case Study of The Rawai Seafood Market of Phuket

Sanya Chimphimol and Worapong Phoomborplub......321

Bungboraped Management Model Integration that responds to Sustainable Development and Utilization

Suwannna Khundiloknattawasa, Chingtawan Yoddamnoen, and Thitiya Thongkern......343

CONTENTS (cont.)

The Impact of Foreign Workers' Relocation on the Fish Processing Industry After the Opening of the ASEAN Economic Community

Orapin Bunsin..........363

The Effect of Social Support to Spiritual Well-Being with Attitude towards Nursing Profession as Mediating Variable

Kittitas Wancham, Kusuma Kanglee, and Parichad Apidechakul..........381

A Temple's Management of Buddhist Artworks for Promoting Thailand and Malaysia Border Tourism: A Case Study of Wat Phutthathiwas, Betong, Yala Province

Punya Tepsing..........403

The Development of a Research Competency Measurement Tool for Learning Development of Student Teachers in Multicultural Southern Border Provinces: A Design-Based Research

Pol Luangrangsee and Krittyakan Topithak..........421

A Development of a Regulatory Framework for Monitoring External Quality Assurance of Cross-Border Higher Education Institutions in Thailand

Jiraporn Ruangying and Thitat Chavisschindha..........443

บทความวิจัย

อิทธิพลของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

The Influence of Servant Leadership and Organizational Culture on Organizational Commitment of Personnel in Higher Education Institutions under the Christian Organization of Thailand

ภราดี พิริยะพงษ์รัตน์[1*], สุรีย์ กาญจนวงศ์[1], และ ชิษณุพงศ์ ทองพวง[1]
Paradee Piriyapongrat[1*], Suree Kanjanawong[1], and Chisanupong Thongpuang[1]

Abstract

The objectives of this research were: (1) to study elements of organizational culture of Christian higher educational institutions in Thailand, (2) to analyze the relationship between servant leadership, organizational cultures, and organizational commitment; and (3) to study the predictability of servant leadership and organizational culture on organizational commitment of personnel in the instituions. Samples were 312 full-time instructors and supporting staff. The questionnaire as a research tool was comprised of three parts: servant leadership, organizational culture, and organizational commitment. The reliability of each part of the questionnaire, demonstrated in the form of Cronbach alpha

[1]คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน ต.ดอนยายหอม อ.เมืองนครปฐม จ.นครปฐม 73000
[1]Multidisciplinary College, Christian University of Thailand, Don Yai Hom Sub-district, Mueang District, Nakhon Pathom Province 73000
[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: pradipiriya@gmail.com)

รับบทความวันที่ 6 สิงหาคม 2563 แก้ไขวันที่ 12 ตุลาคม 2563 รับลงตีพิมพ์วันที่ 21 ตุลาคม 2563

coefficients, was 0.92, 0.98, and 0.89 respectively. Inferential statistics include factor analysis and Pearson product-moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The research findings showed that the components of organizational culture in private higher education institutions under the COT included collaboration, adherence to the doctrine, relationship between leader and followers, management, and innovative strategic success. The significant findings are servant leadership, organizational culture, and organizational commitment. Moreover, servant leadership and organizational culture were significant predictors of organizational commitment. Their combination could account for 24.10% of the variance of organizational commitment. Organizational culture was the best predictor of organizational commitment. From the research findings, it would suggest that the executives in private higher education institutions under the COT should pay more attention to organizational culture, develop an approach that focuses on enhancing the organizational culture, and develop personnel to have the characteristics of leaders at all levels and should be trained to be servant leaders as well.

Keywords: *Organizational Culture, Servant Leadership, Organizational Commitment, Higher Education, Christian Organization in Thailand*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กร และ 3) ศึกษาความสามารถในการพยากรณ์ของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาจารย์และพนักงาน จำนวน 312 คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม 3 ส่วน ได้แก่ ภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรม-องค์กร และความผูกพันองค์กรของบุคลากร มีค่าความเชื่อมั่นโดยค่าสัมประสิทธ์แอลฟ่าเท่ากับ 0.92, 0.98 และ 0.89 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ วิเคราะห์องค์ประกอบ วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ข้อค้นพบของการวิจัย คือ 1) องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา ประกอบด้วย การทำงานร่วมกัน การยึดมั่นในหลักศาสนา สัมพันธภาพผู้นำและผู้ตาม การบริหารจัดการ และกลยุทธ์นวัตกรรมมุ่งความสำเร็จ 2) ภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญ 3) วัฒนธรรมองค์กร

และภาวะผู้นำใฝ่บริการ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสต์ศาสนาในประเทศไทย ได้ร้อยละ 24.10 ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร กำหนดแนวทางพัฒนาที่เน้นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นคุณลักษณะเด่นขององค์กร และพัฒนาบุคลากรให้มีคุณลักษณะของผู้นำใฝ่บริการควบคู่กัน

คำสำคัญ: *วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำใฝ่บริการ ความผูกพันองค์กร สถาบันอุดมศึกษา องค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย*

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทยที่มีพื้นฐานการดำเนินการตามหลักความเชื่อของคริสตศาสนาทั้งนิกายโปแตสแตนท์และนิกายคาทอลิก ภายใต้องค์กรคริสตศาสนา มีเป้าหมายที่สำคัญที่เน้นการส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ มีวัฒนธรรมองค์กรที่เด่นชัดในเรื่องการเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่แสวงหากำไร กอปรกับการบริหารจัดการโดยยึดตามหลักคำสอนของศาสนาคริสต์ เน้นและให้ความสำคัญด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการบริหารและการจัดการศึกษา มุ่งสร้างลักษณะสมดุล (Balanced Character) เช่น ทัศนคติ อุปนิสัย คุณธรรม จริยธรรม และคุณภาพชีวิตเป็นต้น ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ยั่งยืนตั้งแต่ยุคก่อตั้ง เป็นกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานให้บุคลากรในองค์กรนั้นปฏิบัติตามไปในทิศทางเดียวกันจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ขององค์กร และปฏิบัติร่วมกันในองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลักดันให้องค์กรเกิดการขับเคลื่อนการปฏิบัติไปสู่เป้าหมายและวิสัยทัศน์ขององค์กร (Christian Educational Mission, 2000)

การสร้างความผูกพันองค์กรนับเป็นสิ่งสำคัญ เพราะความผูกพันเป็นตัวผสานความเป็นหนึ่งเดียวกันขององค์กร ขณะที่บางองค์กรกลับให้ความสำคัญเรื่องการเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรมากกว่าการสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นในองค์กร สุดท้ายเมื่อองค์กรไม่สร้างให้บุคลากรเกิดความผูกพันองค์กรจะส่งผลให้เกิดการลาออกของบุคลากรสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรสูงขึ้นตามไปด้วย (Porter, Steers, Mowday, & Boulian 1974) ด้วยเหตุผลดังกล่าว การบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการสร้างความผูกพันองค์กรให้เกิดขึ้นในการรับรู้ของบุคลากร และเมื่อสถาบันการศึกษาใดมีการบริหารจัดการที่ดี มีคุณภาพ ภายใต้ความผูกพันดังกล่าว จะสามารถธำรงรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ได้นาน (Bataille & Brown, 2006)

ผู้บริหารที่ปฏิบัติตามแนวคิดของผู้นำใฝ่บริการจะให้ความสำคัญและรับรู้ถึงคุณค่าของผู้ร่วมงานและจะให้ความเอาใจใส่ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ร่วมงาน อีกทั้งผู้นำประเภทนี้จะมีศักยภาพที่จะสร้างความผูกพันองค์กรด้านความรู้สึก ด้วยการรับฟัง เข้าใจ ส่งเสริมให้บุคลากรในสังกัด มีความเจริญก้าวหน้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการจัดการและการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีคุณภาพ (Chaiyapheuk, 2007; Herndon, 2007; Black, 2010) สอดคล้องกับทัศนะของ Blanchard (2006) ที่กล่าวว่า ผู้นำ

ที่มีภาวะผู้นำใฝ่บริการจะต้องเป็นผู้สร้างและรักษาวัฒนธรรมองค์กร อีกทั้งการประพฤติตนตามแนวคิดของภาวะผู้นำใฝ่บริการจะทำให้สมาชิกในองค์กรมีการทำงานที่เป็นมิตร สนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และทำให้ยินดีที่จะร่วมงานด้วยความเต็มใจ (Miears, 2004; Anderson, 2005; Waldman & Galvin, 2008) ทั้งนี้ ภาวะผู้นำที่เหมาะสมควรมีลักษณะการอำนวยความสะดวก การควบคุมร่วมกัน และที่สำคัญคือ การมุ่งสร้างภาวะผู้นำแก่ผู้อื่นในลักษณะที่ผู้นำเปรียบเสมือนผู้ให้บริการ พร้อมสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันส่งเสริมความสำคัญของกลุ่มและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Spears & Lawrence, 2002)

วัฒนธรรมองค์กรเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นหัวใจของการทำงาน เป็นการรวมค่านิยมหลักอันจะส่งผลไปยังโครงสร้างขององค์กรและการออกแบบงาน รวมถึงแบบแผนในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกในองค์กร วัฒนธรรมองค์กรเป็นการแสดงถึงการร่วมรับรู้และความชัดเจนถึงบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของสมาชิกในองค์กร (Arroba & Kim, 1992) วัฒนธรรมองค์กรเป็นกลุ่มของคุณลักษณะที่สำคัญที่เป็นค่านิยมขององค์กรที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในแนวทางประพฤติปฏิบัติและแนวทางการทำงานในองค์กรนั้น วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นเสมือนการกรองความคิดอยู่ในใจของบุคลากร ทำหน้าที่เชื่อมโยงให้เกิดการผสมผสานกันระหว่างเจตคติของบุคคล ค่านิยม ความเชื่อของบุคคลของกลุ่มและขององค์กร (Hofstede & Hofstede, 2005; Robbins & Judge, 2013) การสร้างสรรค์และผลักดันให้เกิดเอกลักษณ์ขององค์กรที่สมาชิกรับรู้และยึดถือร่วมกันเสริมสร้างความผูกพันให้แก่บุคลากรและกระตุ้นให้เกิดการยอมรับผูกพันองค์กร (Burke & Ng, 2006)

จากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ยังไม่มีแนวคิดหรืองานวิจัยใดที่จะยืนยันได้ว่าภาวะผู้นำใฝ่บริการอันมีต้นแบบจากคำสอนของคริสตศาสนา และวัฒนธรรมองค์กรที่มีคุณลักษณะเด่นอันเป็นอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนสังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทยนั้น เป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อการเสริมสร้างและกระตุ้นให้เกิดความผูกพันองค์กรเพื่อสามารถธำรงรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพไว้ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาความสามารถในการพยากรณ์ของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

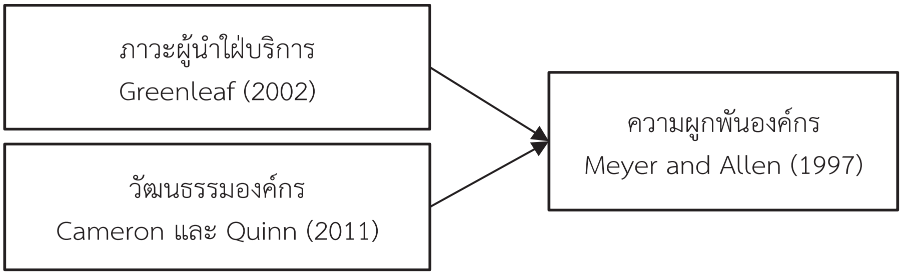
การทบทวนวรรณกรรม

Meyer and Allen (1997) ได้ให้ความหมายของความผูกพันองค์กร ว่าเป็นความรู้สึกและพฤติกรรมของบุคลากรภายในองค์กรที่แสดงออกต่อองค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ โดยการยอมรับจุดมุ่งหมายและค่านิยมขององค์กร แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีความเต็มใจที่จะทำงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย และเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร มีความจงรักภักดีต่อองค์กร และต้องการที่จะปฏิบัติงานในองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันด้านจิตใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรยึดมั่น และรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งและเกี่ยวข้องกับองค์กรอย่างแนบแน่น ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร หมายถึง ความรู้สึกความผูกพันของบุคลากรที่เป็นผลมาจากการรับรู้ถึงสิ่งที่อาจสูญเสียหากออกไปจากองค์กร ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน หมายถึง ความรู้สึกถึงพันธกิจหน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรที่จะต้องอยู่กับองค์กรต่อไป อีกทั้งมีการนำกรอบแนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษาในมิติของการจัดการเพื่อสร้างความผูกพันต่อองค์กรด้วย (Berrio, 2003; Waldner, 2005; Masood, Dani, Burn, & Backhouse, 2006; Fleming, 2009)

Greenleaf (2002) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำใฝ่บริการ (Servant Leadership) ว่าเป็นคุณลักษณะของผู้นำที่ตอบสนองต่อความต้องการจนมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน และสมัครใจที่จะเชื่อฟังกระทำตาม เป็นการปฏิบัติภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ปรารถนามอบสิ่งที่ดีที่เกิดจากภาวะผู้นำให้แก่ผู้ร่วมงาน โดยมองข้ามผลประโยชน์ของตนเอง เห็นคุณค่าและพัฒนาบุคคล รับฟัง เข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น มองการณ์ไกล ดูแลรับผิดชอบบทบาท รวบรวมกลุ่มคน มีการโน้มน้าวจิตใจ พัฒนาคนให้เติบโต และใช้สิ่งที่ดีของตนในการให้ผู้อื่น โดยแสดงความไว้วางใจในตัวผู้ร่วมงานและมอบอำนาจจนทำให้คนเหล่านั้นพยายามบรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ร่วมกันในการปฏิบัติงาน ประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 10 ประการ ได้แก่ การฟัง การเห็นอกเห็นใจ การเยียวยารักษา การตระหนักรู้ การโน้มน้าวใจ การสร้างมโนทัศน์ การมองการณ์ไกล การรับผิดชอบร่วมกัน และอุทิศตนเพื่อรับใช้ การอุทิศตนเพื่อพัฒนาคน การสร้างชุมชน (Greenleaf, 2002; Taylor-Gillham, 2002; Maxwell, 2005; Thompson, 2005; Wong, 2005)

Cameron and Quinn (2011) ได้อธิบายแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรตามรูปแบบของ The Competing Values Framework ประกอบด้วย มิติของวัฒนธรรมองค์กร 6 มิติ ที่บ่งบอกคุณลักษณะเด่นเฉพาะของตัวเอง คือ คุณลักษณะเด่นขององค์กร คุณลักษณะของผู้นำองค์กร การบริหารบุคลากร ตัวประสานองค์กร การเน้นกลยุทธ์และเงื่อนไขแห่งความสำเร็จ ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารสามารถเข้าใจ ประเมิน และสร้างความเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมได้ (Kinicki & Kreitner, 2009)

จากการสังเคราะห์แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปในเบื้องต้นว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดคริสตศาสนาในประเทศไทย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อาจารย์ประจำและพนักงานประจำของสถาบันอุดมศึกษาสังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย รวมทั้งหมด 7 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิทยาลัยเซนต์หลุยส์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น วิทยาลัยแสงธรรม มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยคริสเตียน และมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก จำนวน 1,843 คน (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2019) กลุ่มตัวอย่าง คือ อาจารย์ประจำและพนักงานประจำ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 329 คน (Yamane, 1973) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้ตารางเลขสุ่มและสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ของทั้ง 7 สถาบัน และเก็บข้อมูลแบบสอบถามด้วยตนเอง ข้อมูลที่ได้รับกลับคืนอาจจะไม่สมบูรณ์หรือไม่ได้รับกลับคืน ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างร้อยละ 10 คิดเป็น 33 คน (Polit & Beck, 2004; Gupta & Berger, 2016)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเพื่อนำมาพัฒนาเครื่องมือสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และไม่พบการพัฒนาแบบสอบถามด้านวัฒนธรรมองค์กรขององค์กรที่สังกัดคริสตศาสนาที่จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทต้องการศึกษา ผู้วิจัยจึงสร้างแบบสอบถามตามแนวคิดของ Cameron and Quinn (2011) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยศึกษาและทำความเข้าใจวัฒนธรรมองค์กรตามแนวคิดของ Cameron and Quinn (2011) เพื่อกำหนดคำนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ (Operational Definition)

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบสร้างข้อคำถามและมาตรวัด (Design the Scale) ที่สอดคล้องกับคำนิยามตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย วัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา รวมทั้งข้อคำถามต้องมีความสอดคล้องกับมาตรวัดที่กำหนด โดยการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการ จำนวน 5 ท่าน ด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured Interview) และจัดทำร่างแบบสัมภาษณ์ รวมทั้งรายการข้อคำถามแต่ละประเด็น และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความชัดเจนของข้อคำถาม

แต่ละประเด็นและปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำข้อคำถามมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

นอกจากนี้ แบบสอบถามด้านความผูกพันองค์กร และภาวะผู้นำใฝ่บริการได้มีแบบสอบถามที่มีการพัฒนาตามแนวคิดของ Meyer and Allen (1997) และ Greenleaf (2002) ได้แก่ Thongchuang (2012) และ Ruanthai (2008) ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการขออนุญาตปรับปรุงเครื่องมือจากผู้ที่พัฒนาไว้แล้ว ให้สอดคล้องเหมาะสมกับบริบทของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 3 ตอนเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามวัฒนธรรมองค์กร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 35 ข้อ ตอนที่ 2 แบบสอบถามภาวะผู้นำใฝ่บริการ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 33 ข้อ ตอนที่ 3 แบบสอบถามความผูกพันองค์กร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 23 ข้อ ใช้เกณฑ์แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. การวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องและความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 ท่าน ได้แก่ ด้านการบริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา จำนวน 4 ท่าน และการบริหารสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร ซึ่งค่า IOC มีค่าระหว่าง 0.50 - 1.00

2. การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค มีค่าความเชื่อมั่นด้านภาวะผู้นำใฝ่บริการ เท่ากับ 0.92 ด้านวัฒนธรรมองค์กร เท่ากับ 0.98 ด้านความผูกพันองค์กร เท่ากับ 0.89 และทั้งฉบับ เท่ากับ 0.987

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนและเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของ 7 มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นสมาชิกสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย โดยติดตามทางโทรศัพท์และขอรับเอกสารกลับด้วยตนเอง ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามแล้วรวมจำนวน 312 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 94.83 โดยใช้ระยะเวลาทั้งหมด 2 เดือน ในช่วงเดือนธันวาคม 2562 - กุมภาพันธ์ 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรโดยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร กับความผูกพันองค์กรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย

1.1 ผลการตรวจสอบเงื่อนไขข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า KMO เท่ากับ 0.957 แสดงถึงความเหมาะสมของข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ในระดับดีมาก และจากการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์ (Matrix) สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันและมีความเหมาะสม ทำให้ข้อมูลที่ได้รับมาสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy และ Bartlett's Test of Sphericity

ข้อความ		ค่าสถิติ
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.957
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8829.170
	Df	561
	Sig.	0.000

1.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา จำนวน 44 ตัวบ่งชี้ และสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีวิเคราะห์ภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) และการหมุนแกนด้วยวิธีแวริแมกซ์ (Varimax with Kaiser Normalization) พบว่า สามารถจัดได้ 5 องค์ประกอบ องค์ประกอบที่ 1 ดึงความแปรปรวนได้ร้อยละ 51.444 องค์ประกอบที่ 2 - 5 มีค่าไอเกนระหว่าง 1.037 - 1.903 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 3.049 - 5.598 และความแปรปรวนรวมกันได้ร้อยละ 69.210 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และร้อยละสะสมของความแปรปรวนในแต่ละองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ร้อยละของความแปรปรวน	ร้อยละสะสมของความแปรปรวน
1	17.491	51.444	51.444
2	1.903	5.598	57.042
3	1.734	5.100	62.142
4	1.366	4.018	66.161
5	1.037	3.049	69.210

1.3 ผลการจัดตัวแปรเข้าองค์ประกอบโดยการปรับโครงสร้างและตั้งชื่อองค์ประกอบ จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดจำนวน 35 ตัวบ่งชี้ สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ ที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) เกิน 1.00 โดยแต่ละองค์ประกอบมีตัวบ่งชี้จำนวน 5 - 9 ตัวบ่งชี้ และใช้เกณฑ์การคัดเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปหรือในช่วง ± 0.50 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ซึ่งพิจารณาจำแนกตัวบ่งชี้ได้ จำนวน 5 องค์ประกอบ รวม 35 ตัวบ่งชี้ จัดเข้าองค์ประกอบแล้วมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.506 ถึง 0.800 จึงได้ตัวบ่งชี้คัดสรรที่ต้องการใช้จำนวน 35 ตัว ใน 5 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและตัวบ่งชี้หมุนแกนด้วยวิธีแวริแมกซ์

ตัวบ่งชี้ที่	องค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
1	0.800				
2	0.783				
3	0.782				
4	0.684				
5	0.666				
6	0.593				
7	0.589				
8	0.541				
9		0.771			

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวบ่งชี้ที่	องค์ประกอบ				
	1	2	3	4	5
10		0.703			
11		0.703			
12		0.703			
13		0.688			
14		0.627			
15		0.605			
16		0.555			
17			0.716		
18			0.699		
19			0.676		
20			0.654		
21			0.620		
22			0.604		
23			0.584		
24			0.581		
25				0.781	
26				0.757	
27				0.726	
28				0.723	
29				0.688	
30				0.506	
31					0.759
32					0.677
33					0.635
34					0.553
35					0.524

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถแสดงชื่อองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ใหม่ ตามลำดับดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.541 - 0.800 มี 8 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจจากความหลากหลายกว้างขวาง ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด คือ มหาวิทยาลัยมีการจ่ายค่าตอบแทนตามผลงาน จึงเรียกชื่อองค์ประกอบที่ 1 ตามน้ำหนักองค์ประกอบส่วนใหญ่ว่า การทำงานร่วมกัน (Collaboration)

องค์ประกอบที่ 2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.555 - 0.771 มี 8 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ ผู้บริหารยึดมั่นในการให้ความเป็นธรรม ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด คือ ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรมากกว่างาน จึงให้ชื่อองค์ประกอบที่ 2 ตามน้ำหนักองค์ประกอบส่วนใหญ่ว่า สัมพันธภาพผู้นำและผู้ตาม (Relationship of Leaders and Followers)

องค์ประกอบที่ 3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.581 - 0.716 มี 8 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยมีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยมีความจงรักภักดีต่อองค์กร จึงให้ชื่อองค์ประกอบที่ 3 ตามน้ำหนักองค์ประกอบส่วนใหญ่ว่า การยึดมั่นในหลักศาสนา (Adhere to the Doctrine)

องค์ประกอบที่ 4 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.506 - 0.781 มี 6 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยมีการแบ่งงานที่ชัดเจน ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยยึดหลักการประหยัด จึงให้ชื่อองค์ประกอบที่ 4 ตามน้ำหนักองค์ประกอบส่วนใหญ่ว่า การบริหารจัดการ (Management)

องค์ประกอบที่ 5 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.524 - 0.759 มี 5 ตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยมีความเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุด คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยมีการทำงานเป็นทีม จึงให้ชื่อองค์ประกอบที่ 5 ตามน้ำหนักองค์ประกอบส่วนใหญ่ว่า กลยุทธ์นวัตกรรมมุ่งความสำเร็จ (Innovation Strategic Success)

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการ และวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดน้อยกว่า 0.85 จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Stevens, 1992) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กร

ตัวแปร	ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	วัฒนธรรมองค์กร	ความผูกพันองค์กร
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	1		
วัฒนธรรมองค์กร	0.703**	1	
ความผูกพันองค์กร	0.254**	0.477**	1

** $p< 0.01$

3. ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ พบว่า วัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำใฝ่บริการ มีค่า Tolerance = 0.505 ส่วนค่า VIF = 1.979 แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำใฝ่บริการ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงพหุระหว่างตัวแปร เนื่องจากมีค่า Tolerance ไม่ต่ำกว่า 0.2 และค่า VIF ไม่เกิน 10 และค่า Durbin- Watson มีค่า 2.174 ซึ่งอยู่ในช่วง 1.5 - 2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระและไม่เกิด Autocorrelation (Vanichbuncha, 2006) ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลทางบวกต่อความผูกพันองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.161 และ 0.590 ตามลำดับ และค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลทางบวกต่อความผูกพันองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.126 และ 0.487 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าน้ำหนักความสำคัญของการพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.	β	t-value	Tolerance	VIF
Constant	2.224	0.164		13.519		
วัฒนธรรมองค์กร	0.487	0.057	0.590	8.465**	0.505	1.979
ภาวะผู้นำใฝ่บริการ	0.126	0.054	0.161	2.306**	0.505	1.979

**$p< 0.01$ Durbin-Watson = 2.174

ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กร และภาวะผู้นำใฝ่บริการ มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.590 และ 0.161 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า วัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำใฝ่บริการเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความผูกพันองค์กร โดยวัฒนธรรมองค์กร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากกว่าภาวะผู้นำใฝ่บริการ โดยภาวะผู้นำใฝ่บริการและ

วัฒนธรรมองค์กรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความผูกพันองค์กร ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายความผันแปรได้ (R^2) ได้ 24.10 ส่วนอีกร้อยละ 75.90 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในแบบสอบถาม โดยมีวัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุด

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

Z (ความผูกพันองค์กร) = 0.590 (วัฒนธรรมองค์กร) + 0.161 (ผู้นำใฝ่บริการ)

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

Y (ความผูกพันองค์กร) = 2.224 + 0.487 (วัฒนธรรมองค์กร) + 0.126 (ผู้นำใฝ่บริการ)

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่ค้นพบจากการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนสังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย ที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) การทำงานร่วมกัน 2) สัมพันธภาพผู้นำและผู้ตาม 3) การยึดมั่นในหลักศาสนา 4) การบริหารจัดการ และ 5) กลยุทธ์นวัตกรรมมุ่งความสำเร็จ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน สามารถเป็นตัวแทนองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กรของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่า องค์ประกอบด้านการทำงานร่วมกัน เป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดต่อวัฒนธรรมองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนสังกัดองค์กรคริสตศาสนา และสามารถอธิบายองค์ประกอบของความเป็นวัฒนธรรมองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาได้มากที่สุดถึงร้อยละ 51.444 เมื่อเทียบกับองค์ประกอบวัฒนธรรมองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาอื่น ๆ ซึ่งเป็นการยืนยันตามแนวคิดของ Cameron and Quinn (2011) กระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรภายในองค์กร ด้วยทักษะ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตามแบบของแต่ละวัฒนธรรมองค์กรแบบเครือญาติ เน้นการทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นยอมรับในความเป็นเอกฉันท์ โดยมุ่งเน้นไปการทำงานร่วมกัน ความเป็นเอกภาพ ทั้งนี้ บุคลากรมีความไว้วางใจต่อองค์กรที่ตั้งอยู่บนรากฐาน ตามบริบทขององค์กรในด้านความเชื่อศรัทธาในพระเจ้าตามหลักคำสอน ของคริสตศาสนา โดยหล่อหลอมพนักงานที่มีจุดยืนที่ดีและมีลักษณะหรือพฤติกรรมตามวัฒนธรรมองค์กรที่การยึดมั่นในหลักศาสนาร่วมรับใช้องค์กร สภาพความเป็นอยู่ การปฏิสัมพันธ์ต่อกันของบุคลากรภายในองค์กรหลากหลายรูปแบบ มีความเปิดเผยจริงใจ และมุ่งความสำเร็จเป็นองค์กรแห่งสัมฤทธิผล (Schein, 2012)

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการและความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวก เมื่อการรับรู้ในภาวะผู้นำใฝ่บริการของบุคลากรมีเพิ่มขึ้น ความผูกพันองค์กรก็จะมากขึ้น ซึ่งเป็นการยืนยันตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับสมาชิก (Leader-Member Exchange) ระบุว่า ในสถานที่ทำงานที่มีแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตามที่มีประสิทธิภาพสูง ผู้ตามมีแนวโน้มที่จะตอบแทนต่อผู้นำของพวกเขา (Walumbwa, Luthans, Avey, & Oke, 2011) ด้วยการปรับทัศนคติการรับรู้ต่อภาระหน้าที่ของพวกเขา เมื่อผู้นำปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้กับผู้ตาม (Coyle-Shapiro & Kessler, 2002) และยังพบว่าความสัมพันธ์ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำและผู้ตามมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงาน (Bauer, Erdogan, Liden, & Wayne, 2006; Walumbwa, Cropanzano, & Hartnell, 2009) ดังนั้น ผู้นำใฝ่บริการสามารถช่วยทำให้เกิดความผูกพันองค์กรได้ เนื่องจากความสัมพันธ์ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำและผู้ตามสามารถทำให้บุคลากรมีผลการปฏิบัติงานในเชิงบวกได้ นอกจากนี้ ผู้นำใฝ่บริการเป็นแนวคิดทฤษฎีที่สนับสนุนการให้และตอบสนองความต้องการของผู้อื่นจากบทบาทและแรงจูงใจของผู้นำ นอกจากนี้ ผู้นำใฝ่บริการยังช่วยพัฒนาคนช่วยเหลือผู้ติดตามให้มีความมุ่งมั่นและก้าวหน้าต่อไป (McMinn, Meek, Canning, & Pozzi, 2001; Russell & Stone, 2002)

นอกจากนี้ในข้อค้นพบของงานวิจัยยังพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรของบุคลากร ดังนั้นเมื่อบุคลากรมีการรับรู้ในวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ ความเชื่อและค่านิยมทางจริยธรรมเหมือนกัน บุคลากรจะมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง และมุ่งเน้นไปที่ความสำเร็จของงานเพิ่มขึ้นความผูกพันองค์กรก็จะมีมากขึ้น (Davoren, 2009) ทั้งนี้ วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นหลักคำสอนศาสนาจะส่งผลกระทบต่อความผูกพันองค์กรในทางบวก และส่งผลต่อจริยธรรมและจรรยาบรรณในการทำงานด้วย (Watimena, 2012) สามารถยืนยันได้ตามแนวคิด Meyer and Allen (1997) ได้กล่าวว่า องค์กรที่ยึดหลักคำสอนของศาสนาในตัวประสานองค์กรจะมีการแสดงออกถึงการรักษาบุคลากรในองค์กร มีการทำงานที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จ มีการเน้นย้ำให้บุคลากรรับรู้และปฏิบัติตามคำสอน รับผิดชอบภาระหน้าที่ของตนอย่างซื่อสัตย์ และรับผิดชอบต่อชุมชนทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างให้บุคลากรเกิดความผูกพันองค์กรได้

3. ความสามารถในการพยากรณ์ของภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย จากข้อค้นพบในการวิจัย ภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรสามารถพยากรณ์ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย ได้ร้อยละ 24.10 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำใฝ่บริการและวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย ซึ่งยืนยันตามแนวคิดของ Miroshnik (2013) ที่กล่าวว่า ความผูกพันองค์กรเกิดขึ้นภายใต้อิทธิพลที่แข็งแกร่งของวัฒนธรรม

โดยความผูกพันองค์กรเกิดจากการกระทำทางสังคมที่เรียกว่าวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ บรรทัดฐาน ความเชื่อ ค่านิยมขององค์กร และเป็นทัศนคติของแต่ละบุคคล การมีความรู้สึกร่วมกับองค์กร ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย มีความโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมองค์กรที่มีพื้นฐานจากความเชื่อและหลักคำสอนของคริสตศาสนามาตั้งแต่ยุคก่อตั้ง และด้วยการสนับสนุนบุคลากรด้วยการให้บริการจากผู้บริหารถือเป็นหัวใจสำคัญของภาวะผู้นำใฝ่บริการ จึงส่งผลต่อความผูกพันองค์กรที่มากขึ้น (Meyer & Allen 1997; Swailes 2002)

ดังนั้นองค์กรที่มีการพัฒนาและเสริมสร้างความผูกพันองค์กรของบุคลากรจำเป็นต้องสร้างผู้นำที่มีคุณลักษณะของภาวะผู้นำใฝ่บริการและรักษาวัฒนธรรมองค์กรที่มีอยู่ให้แข็งแกร่ง และพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรอื่น ๆ เพื่อเป็นการปรับตัวหรือต่อยอดให้กับการดำเนินงานขององค์กรได้มีการพัฒนาให้บรรลุถึงพันธกิจ วิสัยทัศน์ และเป้าหมายขององค์กรได้ และมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งวัฒนธรรมองค์กรจะเป็นตัวขับเคลื่อนของทัศนคติของพนักงาน ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลขององค์กรอีกด้วย (Maria, 2019) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kitlada (2013) พบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความผูกพันองค์กร และยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันองค์กรด้วย ทั้งนี้ Miao, Newman, Schwarz, and Xu (2014); Niruschaya (2015) และ Zahra and Maliheh (2016) พบว่า ภาวะผู้นำใฝ่บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรและมีอิทธิพลในทิศทางบวกต่อความผูกพันองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กร เพื่อสร้างความผูกพันองค์กรให้เกิดกับบุคลากร โดยการกำหนดแนวทางพัฒนากิจกรรม/โครงการภายใน เน้นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านการจัดการบุคลากร และส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรอันเป็นอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา ให้มีความโดดเด่น เป็นที่รับรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. ส่งเสริมผู้บริหารขององค์กร และพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ให้มีคุณลักษณะแบบผู้นำใฝ่บริการในผู้บริหารที่ทำให้เกิดความผูกพันองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนาในประเทศไทย กำหนดแนวทางพัฒนาผู้นำให้มีภาวะผู้นำที่เหมาะสมต่อการบริหารงานของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคลากร และเสริมสร้างคุณลักษณะการให้ความเห็นอกเห็นใจ รวมถึงสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรเพื่อสนับสนุนอัตลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน สังกัดองค์กรคริสตศาสนา

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยองค์ประกอบของภาวะผู้นำใฝ่บริการ วัฒนธรรมองค์กร และความผูกพันองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านขนาด และลักษณะของผู้รับใบอนุญาต เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาองค์กรทางการศึกษาของประเทศในลักษณะเฉพาะที่เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Anderson, K. P. (2005). *A correlational analysis of servant leadership and job satisfaction in a religious educational organization* (Doctoral dissertation). University of Phoenix, U.S.A.

Arroba, T., & Kim, J. (1992), *Pressure at work: A survival guide for managers:* UK: McGraw-Hill.

Bataille, G. M., & Brown, B. E. (2006). Faculty career path: Multiple routes to academic success and satisfaction. *The Journal of Higher Education, 79*(2), 353-355.

Bauer, T. N., Erdogan, B., Liden, R. C., & Wayne, S. J. (2006). A longitudinal study of the moderating role of extraversion: Leader-member exchange, performance, and turnover during new executive development. *Journal of Applied Psychology, 91*(2), 298-310.

Berrio, A. A. (2003). An organizational culture assessment using the competing values framework: A profile of Ohio State University extension. *Journal of Extension, 41*(2), 1-15.

Black, G. L. (2010). Correlational analysis of servant leadership and school climate. *A Journal of Inquiry and Practice, 13*(4), 437-466.

Blanchard, K. (2006). *Forward: The heart of servant leadership.* In L. C. Spears & M. Lawrence (Eds.), *Focus on leadership: Servant-leadership for the twenty-first century*. New York: John Wiley & Sons.

Burke, R., & Ng, E. (2006). The changing nature of work and organizations: Implications for human resource management. *Human Resource Management Review, 16*(2), 86-94.

Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework* (3rd ed.). San Francisco: Jossey-Bass.

Chaiyapheuk, B. (2007). *A study of servant leadership characteristics and school climate of infant Jesus sister schools* (Research Report). Bangkok: Srinakharinwirot University. **[in Thai]**

Christian Educational Mission, Division. (2000). *Development planning of Christian Educational Mission in academic year 2000-2002* (Annual Report). Chiangmai: The Church of Christ in Thailand. **[in Thai]**

Coyle-Shapiro, J. A.-M., & Kessler, I. (2002). Exploring reciprocity through the lens of the psychological contract: Employee and employer perspectives. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 11*(1), 69-86.

Davoren, J. (2009). *Organizational culture and employee performance*. Boston: Demand Media.

Fleming, P. (2009). *Authenticity and the cultural politics of work*. Oxford: Oxford University

Greenleaf, R. K. (2002). *Servant leadership: A Journey into the nature of legitimate power and greatness*. New Jersey: Paulist Press.

Gupta, S. S., & Berger, J. O. (2016). *Statistical decision theory and related topics* (Vol. 2). New York: Springer Verlag.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Herndon, B. C. (2007). *An analysis of the relationships between servant leadership, school culture, and student achievement* (Doctoral dissertation). University of Missouri, Columbia. U.S.A.

Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and organizations: Software of the mind.* New York: McGraw-Hill.

Kinicki, A., & Kreitner, R. (2009). *Organizational behavior: Key concepts, skills & best practices* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Kitlada, S. (2013). The relationships between organizational culture and organizational commitment of the teachers in schools office of under Chachoengsao Educational Service Area Office 1. *Journal Rajanagarindra Rajabhat University, 2*(2), 1-12. **[in Thai]**

Maria, L. (2019). Organizational culture, commitment and job satisfaction of Faculty in Private-Sectarian Higher Education Institutions (HEIs). *World Journal of Education, 9*(2), 123-143.

Masood, S. A., Dani, S. S., Burn, N. D., & Backhouse, C. J. (2006). Transformational leadership and organizational culture: The situational strength perspective. *Journal of Engineering Manufacture, 220*(2), 941-949.

Maxwell, J. C. (2005). *The 360 degree leader: Developing your influence from anywhere in the organization*. Nashville, TN: Thomas Nelson.

McMinn, M. R., Meek, K. R., Canning, S. S., & Pozzi, C. F. (2001). Training psychologists to work with religious organizations: The center for church-psychology collaboration. *Professional Psychology: Research and Practice, 32*(3), 324-328.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). A Three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review, 1*(2), 61-89.

Miao, Q., Newman, A., Schwarz, G., & Xu, L. (2014). *Servant leadership, trust, and the organizational commitment of public sector employees in China*. *Public Administration*, *92*(3), 727-743.

Miears, L. D. (2004). Servant-Leader ship and job satisfaction: A correlational study in Texas education agency region in public schools. *Dissertation Abstracts International, 65*(9), 31-48.

Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2019). *Higher education statistics: Academic year 2019*. Retrieved from http://www.info.mua.go.th/info/ **[in Thai]**

Miroshnik, V. W. (2013). *Organizational culture and commit*ment. London: Palgrave Macmillan.

Niruschaya, R. (2015). Servant leadership affects organizational commitment in the context of business Chonburi Province. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, *5*(2), 106-117. **[in Thai]**

Polit, D. F., & Beck, C. T. (2004) *Nursing research: Principles and methods* (7th ed.). Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.

Porter, L., Steers, R., Mowday, R., & Boulian, P. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology, 59*(2), 603-609.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organisational behavior* (15th ed.). Boston: Pearson.

Ruanthai, S. (2008). *The relationship between servant leadership, team working, organizational citizenship behavior and job performance of managers at a private communication organization in Bangkok* (Master's thesis). Kasetsart University, Bangkok. **[in Thai]**

Russell, R. F., & Stone, A. G. (2002). A review of servant leadership attributes: Developing a practical model. *The Leadership & Organization Development Journal, 23*(1), 145-157.

Schein, E. H. (2012). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Spears, L. C., & Lawrence, M. (2002). *Focus on leadership: Servant leadership for the 21st century*. New York: John Wiley & Sons.

Stevens, J. (1992). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (2nd ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Swailes, S. (2002). Organizational commitment: A critique of the construct and measures. *International Journal of Management Reviews*, *4*(2), 155-178.

Taylor-Gillham, D. J. (2002). *Images of servant leadership in education.* U.S.A.: Northern Arizona University.

Thompson, C. H. (2005). *The public-school superintendent and servant leadership* (Doctoral dissertation). Wisconsin University, U.S.A.

Thongchuang, E. (2012). *A causal model of factors influencing cooperatives employees' commitment to agricultural cooperatives in Bangkok Metropolitan* (Doctoral dissertation). Christian University of Thailand, Nakhon Pathom. **[in Thai]**

Vanichbuncha, K. (2006). *Statistical for research* (2nd ed.). Bangkok: Chulalongkorn Printing. **[in Thai]**

Waldman, D. A., & Galvin, B. M. (2008). Alternative perspectives of responsible leadership. *Organizational Dynamics*, *37*(3), 327-341.

Waldner, C. L. (2005). *The relationship between a situational construct, organizational culture, and transformational and transactional leadership* (Doctoral dissertation). Oklahoma State University, U.S.A.

Walumbwa, F. O., Cropanzano, R., & Hartnell, C. A. (2009). Organizational justice, voluntary learning behavior, and job performance: A test of the mediating effects of identification and leader-member exchange. *Journal of Organizational Behavior, 30*(8), 1103-1126.

Walumbwa, F. O., Luthans, F., Avey, J. B., & Oke, A. (2011). Authentically leading groups: The mediating role of collective psychological capital and trust. *Journal of Organizational Behavior*, *32*(4), 4-24.

Watimena, T. R. (2012). *The Influence of organization culture and religiosity toward work ethic and its impact toward employee loyalty in Satya Wacana Christian University* (Master's thesis). Satya Wacana Christian University, Indonesia.

Wong, P. T. P. (2005). The IAF facilitation handbook. In S. Schuman (Ed.), *Creating a positive participatory climate: A meaning-centered counselling perspective* (pp. 171-190). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.) New York: Harper and Row.

Zahra, B., & Maliheh, C. (2016). Surveying the effect of servant leadership on organizational commitment. *International Journal of Research in Social Sciences, 6*(11), 1-11.

บทความวิจัย

อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ถ่ายทอดอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ในแอปพลิเคชันชอปปี้ในเจเนอเรชันวาย

Perceived Quality, Customers' Trust, and the Transfer of the Marketing Mix towards Generation Y's Intentions of Online Purchasing Via Shopee

จารุพร ตั้งพัฒนกิจ[1*]

Jaruporn Tangpattanakit[1*]

Abstract

This study aimed to explore (1) the relationship between four factors of the marketing mix and Generation Y's intentions of online shopping and (2) the influence of Multiple-Parallel Mediators which affects the customer's quality perception and trust. The sample was a group of 385 customers aged 21 to 40 years old who used to shop online via Shopee. The Stimulus-Organism-Response model (SOR model) was employed to analyze the findings. It was revealed that the Multiple-Parallel Mediator significantly influenced Generation Y's decision to shop online via Shopee.

[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20230

[1]Faculty of Management Sciences, Kasetsart University, Sriracha Campus, Tungsukla Sub-district, Sriracha District, Chonburi Province 20230

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: tangpattanakitj@gmail.com)

รับบทความวันที่ 8 กรกฎาคม 2563 แก้ไขวันที่ 5 เมษายน 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 9 เมษายน 2564

Keywords: *Perceived Quality, Trust, Marketing Mix, Purchasing Intention*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัว กับความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ ใน Generation Y และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจที่เป็นปัจจัยส่งผ่านเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน นำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ในแอปพลิเคชันชอปปี้ในเจเนอเรชันวาย กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ในแอปพลิเคชันชอปปี้ มีอายุตั้งแต่ 21 ถึง 40 ปี ทั้งหมด 385 คน และใช้ Stimulus-Organism-Response (SOR) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงถึงผลการวิจัยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ ผลการวิเคราะห์พบอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจในการถ่ายทอดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สู่การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในแอปพลิเคชันชอปปี้ในเจเนอเรชันวาย อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: *การรับรู้คุณภาพ ความไว้วางใจ ส่วนประสมทางการตลาด ความตั้งใจซื้อ*

บทนำ

สืบเนื่องจากสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีดิจิทัลถูกนำมาใช้ในหลากหลายส่วนงานเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการให้มากขึ้นโดยใช้เวลาและทรัพยากรน้อยลง ทำให้เศรษฐกิจมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยส่วนที่สำคัญ คือ การพัฒนาด้านสมาร์ทดีไวซ์ใช้เชื่อมต่อกันได้ในระยะทางไกลทำให้ในการติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายมากยิ่งขึ้นกว่าที่ผ่านมา และเกิดโอกาสทางธุรกิจ (Electronic Transactions Development Agency, n.d.) ซึ่งการขายสินค้าออนไลน์ถือเป็นอีกธุรกิจที่กำลังเติบโตและผู้คนให้ความสนใจอย่างมาก โดยปัจจุบันพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ตั้งแต่กระบวนการหาข้อมูล การวิเคราะห์ การคัดเลือก และทำการสั่งซื้อสินค้าที่สนใจ ซึ่งเกิดจากการพัฒนาของ E-Commerce (Buffet Brand Team, 2019) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้คนหันมาซื้อสินค้าจากช่องทางออนไลน์มากขึ้น จากผลการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2562 พบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นอย่างมาก ซึ่งกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด โดยใช้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 10.07 ชั่วโมง/วัน ในวันทำงานหรือเรียนหนังสือ และในวันหยุดจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดอยู่ที่ 11.50 ชั่วโมง/วัน การสำรวจยังชี้ให้เห็นว่าคนไทยในปัจจุบันมีวิถีชีวิตที่หันมาใช้ดิจิทัลเพิ่มขึ้น และเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ในปัจจุบันเกิดการค้าผ่านโลกออนไลน์ เมื่อพิจารณาช่องทางที่ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ ชอปปี้ ร้อยละ 75.6 (Electronic Transactions Development Agency, 2019) และจากรายงานเกี่ยวกับ E-commerce ประจำปี 2562 ของ IPrice พบว่า ชอปปี้ เป็นเว็บไซต์ E-commerce ที่มีผู้เข้าชมมากที่สุด ทั้งผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์และ

โมบายเว็บ อีกทั้งยังถูกจัดอันดับให้เป็นแพลตฟอร์มชั้นนำในหมวดช้อปปิ้ง จากปริมาณผู้ใช้งานเฉลี่ยต่อเดือนจากทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Techsauce Team, 2020)

ปัจจุบันการแข่งขันทางด้านตลาดแอปพลิเคชันในประเทศไทยมีขนาดใหญ่เป็นอับดับที่ 20 ของโลก และมีความรุนแรง โดยมาจากคู่แข่งขันที่มีอยู่แล้วและผู้แข่งขันรายใหม่ ดังนั้นหากชอปปี้ต้องการจะเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน การรับรู้คุณภาพถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจจนกระทั่งเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การตั้งใจใช้บริการในที่สุด (Dailynews, 2016)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจสร้างความเชื่อมโยงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ และความตั้งใจซื้อ โดยเลือกศึกษาปัจจัยทางการตลาด ซึ่งมีความเกี่ยวข้องไปยังการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งปัจจัยทางการตลาดเปรียบเสมือนสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น ในขณะที่การรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจเปรียบเสมือนกลไกหรือตัวกลางที่จะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อ ซึ่งความตั้งใจซื้อเปรียบเหมือนการตอบสนองของผู้บริโภคต่อสินค้าออนไลน์เป็นการนำโมเดล Stimulus-Organism-Response มาปรับใช้กับงานวิจัย เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์จากการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ ใน Generation Y

2. เพื่อศึกษาตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจที่เป็นปัจจัยส่งผ่านเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตลาดทั้ง 4 ด้าน ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ในกลุ่มคน Generation Y

การทบทวนวรรณกรรม

โมเดล SOR (Stimulus-Organism-Response Model)

โมเดล SOR ได้ถูกคิดค้นและพัฒนาโดยเมอร์ราเบียนและรัซเซล เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและเป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนอง โดยมีการอ้างอิงไว้ว่า สิ่งมีชีวิตจะถูกกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมทำให้ส่งผลต่ออารมณ์และประสบการณ์ของมันเอง ผ่านกลไกการคิดและแสดงการตอบสนองออกมาโดยสิ่งที่ถูกกระตุ้น (Mehrabian & Russell, 1974) โดยในงานวิจัยนี้สิ่งกระตุ้น คือ ปัจจัยที่มีผลทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน กลไก คือ การรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจของผู้บริโภค และการตอบสนอง คือ การซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ของผู้บริโภคใน Generation Y ที่ซื้อด้วยความตั้งใจ โดย Huang (2012) ได้นำงานวิจัยมาอ้างผลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ SOR ไว้ว่า SOR สามารถถูกกระตุ้นในด้านอารมณ์และเหตุผลที่มีผลต่อผู้บริโภคด้วยเหตุการณ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นได้

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

เป็นการผสมผสานระหว่างปัจจัยทั้ง 4 ตัว เพื่อทำให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด (Kotler, 1997) โดย Wongmontha (1999) กล่าวว่า ผู้บริโภคยินยอมที่จะชำระเงินให้กับผู้ขายที่มีสินค้าที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ สอดคล้องกับ Lamb, Hair, and McDaniel (2000) ซึ่งกล่าวว่า การใช้กลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย และการวางกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายมารวมกัน ก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารทำการแลกเปลี่ยนกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและทำให้กลุ่มคนเหล่านั้นเกิดความชื่นชอบ ทำให้ผู้บริโภคยอมรับและเกิดความประทับใจ ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ตัว มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสร้างเสริมความจำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การกำหนดราคาของสินค้า สินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน มีราคาสมเหตุสมผล (Promsavast, 2012) และผลงานวิจัยของ Ananchokepatama (2015) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีราคาต่ำกว่าราคาในตลาด รวมทั้งคำนึงถึงความสะดวกสบายเป็นหลัก และการสั่งซื้อต้องทำได้ง่าย

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ (Perceived Quality)

ผู้ขายหรือผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่จะส่งผลต่อคุณภาพให้ผู้บริโภครับรู้ได้ โดย Kotler (2000) อธิบายว่า คุณภาพ คือ ลักษณะที่จำเป็นของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ โดยสามารถรับรู้คุณภาพจากคุณสมบัติของสินค้า ตามที่ Verma (2012) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคอาจมีความคาดหวังต่อคุณภาพที่แตกต่างกันตามแต่ละบุคคล รวมทั้งลักษณะของสินค้าและบริการมีความแตกต่างกัน ทำให้ตรวจสอบความถูกต้องได้ยาก (Kananurak, 2013) เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Danainaruemon (2011) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้คุณภาพในการให้บริการเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเน้นย้ำมาก จากการที่ศูนย์บริการบริษัทสวนหลวงออโต้เฮ้าส์ จำกัด มีการให้บริการที่ทันต่อความต้องการ มีความน่าเชื่อถือและสามารถให้บริการได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

ความตั้งใจซื้ออาจมีปัจจัยที่ส่งผลหลายประการ หนึ่งในนั้นคือ ความไว้วางใจ โดย Morgan and Hunt (1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นความซื่อสัตย์ของบุคคลในการปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือ ในการซื้อขายผ่านทางออนไลน์ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายทำการติดต่อโดยไม่ได้พบเจอกัน ดังนั้นความไว้วางใจในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ อาจเกิดขึ้นได้ยากกว่าการซื้อสินค้าจากผู้ขายโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meskaran, Ismail, and Shanmugam (2013) ชี้ให้เห็นว่า ลูกค้าจะไม่ทำการซื้อสินค้าหรือบริการจากธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะไม่มีความไว้วางใจต่อผู้ขายมากกว่าร้อยละ 63 และได้มีการพัฒนากรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความไว้วางใจในเว็บไซต์ขึ้นมา โดย Salam, Iyer, Palvia, and Singh (2005) มีทฤษฎีตัวแบบในการยอมรับเทคโนโลยีร่วมกับทฤษฎีความไว้วางใจที่สามารถส่งผลถึงความตั้งใจซื้อสินค้า ทั้งนี้ ผู้พัฒนากรอบแนวความคิดมีแนวคิดว่า ผู้ซื้อสินค้ามีความสามารถที่จะรับรู้การใช้เว็บไซต์ผ่านประสบการณ์ที่

เคยพบมาก่อนในด้านต่าง ๆ กล่าวได้ว่า ผู้ซื้อจะมีความไว้วางใจเพิ่มมากขึ้นหากผู้ขายแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของตน

แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchasing Intention)

สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและการบริการดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดการรับรู้ในทางบวกและอาจเกิดความตั้งใจซื้อได้ ดังที่ Ajzen (1991) กล่าวว่า ทัศนคติและความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีในตราสินค้าเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกชมสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องมีการตรวจสอบหาตัวแปรที่เป็นแรงจูงใจทำให้ผู้บริโภคเกิดการเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต (Stalling, 1995) โดย Das (2014) อธิบายไว้ว่า ความตั้งใจซื้อมักจะเกิดขึ้นหลังจากผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณประโยชน์ของสินค้าและบริการ และยังส่งผลต่อการซื้ออีกด้วย อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจซื้อไม่ใช่สิ่งที่บ่งบอกว่ามีความตั้งใจซื้ออยู่ด้วย เนื่องจากอาจมีปัจจัยบางประการคั่นกลางความตั้งใจซื้อของผู้ใช้งานกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจริง (Kotler & Keller, 2012)

พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย (Thailand Internet User Behavior)

หลายปีที่ผ่านมา คนไทยมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตภายในประเทศไทยถึง 47.5 ล้านคน (Electronic Transactions Development Agency, 2019) ซึ่ง Bltbangkok (2019) ได้มีการวิเคราะห์แพลตฟอร์ม ของ Picodi.com ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าของชาวไทย พบว่า กลุ่มคนช่วงอายุ 25 - 34 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์สูงที่สุดถึงร้อยละ 51 โดยกลุ่มที่ชื่นชอบการชอปปิ้งออนไลน์ คือ Generation Y มีสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตสูงที่สุดติดต่อกันถึง 5 ปี โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดอยู่ที่ 10.36 ชั่วโมง/วัน ช่องทางที่ผู้บริโภคชอปปิ้งมากที่สุดอยู่ที่ร้อยละ 75.6 คือ ชอปปี้ (Electronic Transactions Development Agency, 2019) ซึ่งสอดคล้องกับ Nimngern (n.d.) ที่กล่าวว่า Generation Y เป็นกลุ่มที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ครบครัน ทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทำได้ง่าย มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวก และสามารถซื้อของออนไลน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Espinoza, Ukleja, and Rusch (2010) ได้กล่าวไว้ว่า Generation Y เป็นรุ่นแรก ๆ ที่เข้าถึงกันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เข้าใจการใช้งานออนไลน์ได้ดีกว่า Generation อื่น

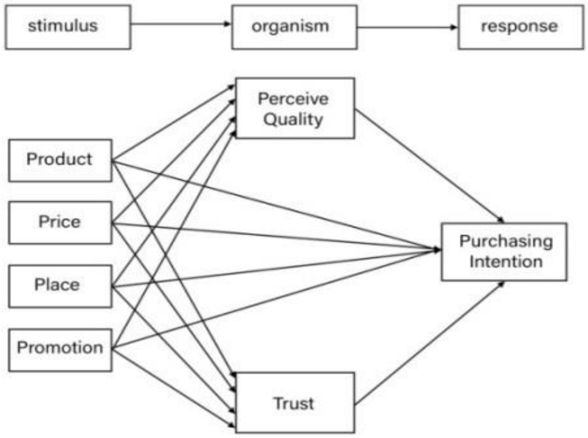
กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวความคิดที่เชื่อมโยงอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ที่ถ่ายทอดอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าในแอปพลิเคชันชอปปี้

ผู้วิจัยได้ให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่เป็นสิ่งกระตุ้น เพราะปัจจัยทางการตลาดเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย ตามที่ Lamb et al. (2000) กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมารวมกันก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารและทำการแลกเปลี่ยนกับ

กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและเกิดความชื่นชอบ เพื่อเป็นตัวกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการตอบสนองต่อสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องการขาย

ผู้วิจัยได้ให้ปัจจัยการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ และความไว้วางใจเป็นตัวแปรที่เป็นกลไกความคิดของตัวผู้บริโภค ซึ่งตามที่ Kotler (2000) กล่าวว่า คุณภาพ คือ ลักษณะที่จำเป็นของสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ และจะส่งผ่านไปยังผู้บริโภคได้ผ่านผู้ขายหรือผู้ให้บริการ และ Morgan and Hunt (1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นความซื่อสัตย์ของบุคคลที่จะปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยล้วนเป็นปัจจัยที่เกิดจากกลไกทางความคิดของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าผ่านผู้ให้บริการ และตามทฤษฎี SOR กล่าวว่า สิ่งมีชีวิตจะถูกกระตุ้นจากสภาพแวดล้อมทำให้ส่งผลต่ออารมณ์และประสบการณ์ของมันเองผ่านกลไกการคิดและแสดงการตอบสนองออกมา โดยผู้วิจัยได้วางให้ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเป็นตัวตอบสนองที่เกิดขึ้นเมื่อได้ผ่านตัวกระตุ้นและกลไกความคิด ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

วิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ที่ถ่ายทอดอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ในแอปพลิเคชันชอปปี้ ใน Generation Y

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีอายุในช่วง Generation Y การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีของ Cochran (1997) ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ได้ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตามความสะดวก

(Convenience Sampling) เนื่องจากทรัพยากรด้านเวลาที่จำกัด การเก็บข้อมูลตามเว็บไซต์ที่ผู้วิจัยทำการโพสต์ลิงค์ของแบบสอบถามไว้ในสื่อออนไลน์ และแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการส่งแบบสอบถามผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้ศึกษาจากงานวิจัยพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบรวมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร (Chaitaweewutikul, 2012) โดยมีหัวข้อ ดังนี้

1. เพศ เป็นคำถามที่มีทางเลือก 2 ทาง เป็นข้อมูลแบบ Identification Information โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย

2. อายุ ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก โดยใช้ระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ดังนี้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี อายุ 21 - 25 ปี 26 - 30 ปี 31 - 35 ปี และมากกว่า 35 ปี

3. อาชีพ ลักษณะมีหลายคำตอบให้เลือก เป็นข้อมูลแบบ Identification Information ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ ดังนี้ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และพ่อบ้าน/แม่บ้าน

4. รายได้ต่อเดือน ลักษณะมีหลายคำตอบให้เลือก เป็นข้อมูลแบบ Identification Information ใช้ระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ดังนี้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป

5. ระดับการศึกษา ลักษณะมีหลายคำตอบให้เลือก เป็นข้อมูลแบบ Identification Information ใช้ระดับข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ดังนี้ ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ได้ศึกษาจากงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada (Sathienchok, 2017) โดยแบบสอบถามเป็นแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) เป็นการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 การให้ระดับกับการรับรู้คุณภาพ จากการสื่อสารทางการตลาดแบบดิจิทัลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บน LAZADA ในเขตกรุงเทพมหานคร (Khonghuayrop, 2016) และอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร (Tarnprasert, 2018) โดยแบบสอบถามเป็นแบบลิเคอร์ท เป็นการวัดข้อมูลประเภทสเกลอันตรภาคชั้น มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ มีคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 การให้ระดับความไว้วางใจของผู้บริโภค ซึ่งได้ทำการศึกษาจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวผ่านช่องทางการถ่ายทอดสด อินสตาแกรมไลฟ์ (Instagram Live) ของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น (Chinsonthikul, 2019) ในการตอบ มีตัวเลือก 5 ตัวเลือก ซึ่งเป็น

การประเมินข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น

ทำการหาคุณภาพของแบบวัดโดยการหาค่าความเที่ยง ด้วยการวิเคราะห์ Cronbach's Alpha พบว่ามีค่า 0.826 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้เพราะเกิน 0.7 (Cronbach, 1951)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ

1. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

2. Path Coefficient Assessment ใช้ในการวิเคราะห์และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจซื้อว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์บนแอปพลิเคชันชอปปี้ ใน Generation Y และปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อมากที่สุด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ เพื่อทำการศึกษาความเชื่อมโยงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัว และความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ ใน Generation Y

3. Parallel Mediation Model Tests Unstandardized ของการรับรู้ด้านคุณภาพ และ Parallel Mediation Model Tests Unstandardized ของความไว้วางใจ ใช้เพื่อวิเคราะห์ทดสอบตัวแปรส่งผ่าน 2 ตัวแปร ว่าสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านได้หรือไม่ โดยเป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจที่เป็นปัจจัยส่งผ่านเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตลาดทั้ง 4 ด้าน นำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ ในกลุ่มคน Generation Y

ผลการวิจัย

ผลการสำรวจข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ได้ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาสำหรับผู้ที่เคยใช้แอปพลิเคชันชอปปี้ ใน Generation Y ดังนี้

1. เพศ เป็นเพศชาย 183 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 และเพศหญิง 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5

2. อายุ ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 25 ปี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7 รองลงมาอายุ 26 - 30 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อายุมากกว่า 35 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

3. อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

4. รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 42 คน ร้อยละ 10.9 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวน 15 คน ร้อยละ 3.9 และ 40,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 9 คน ร้อยละ 2.3

5. ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 63.9 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 126 คน คิดร้อยละเป็น 32.7 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน รวมทั้งในส่วนของปัจจัยคั่นกลาง ได้แก่ การรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์บนแอปพลิเคชันชอปปี้ ใน Generation Y รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.98	0.73	สูง
ราคา (Price)	4.03	0.72	สูง
สถานที่ (Place)	4.07	0.68	สูง
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	4.01	0.73	สูง
ความตั้งใจ (Intention)	4.19	0.99	สูง
การรับรู้คุณภาพ (Perceive Quality)	4.26	0.69	สูงที่สุด
ความไว้วางใจ (Trust)	4.17	0.75	สูง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรด้านความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อสูง (มีค่าเฉลี่ย 4.19 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง) ส่วนปัจจัยคั่นกลาง คือ ด้านการรับรู้คุณภาพ พบว่า ผู้บริโภคให้ความจำเป็นกับการรับรู้คุณภาพเป็นลำดับแรก (มีค่าเฉลี่ย 4.26) และปัจจัยคั่นกลางอีกหนึ่งปัจจัย คือ ความไว้วางใจ พบว่าผู้บริโภคให้ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่สำคัญมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.17) และในทำนองเดียวกันส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

ผลการวิจัยตามตารางที่ 2 ใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อทำการศึกษาความเชื่อมโยงของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัว และความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ ใน Generation Y

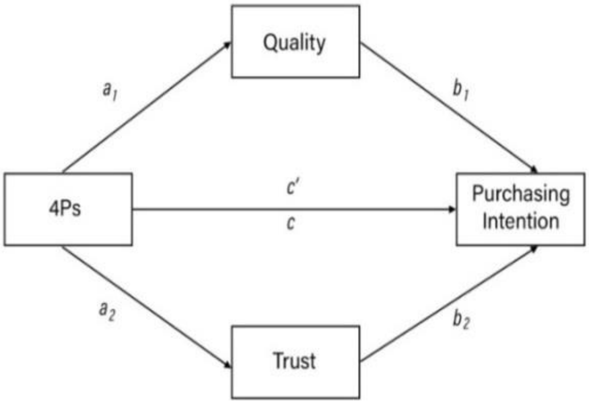
ตารางที่ 2 การประเมินค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

Hypothesis	Relationship	β	Std. Beta	Std. Error	t-value	p-value	Result
H1	P1>PI	0.532	0.391	0.445	10.363	0.000	Sig.
H2	P2>PI	0.548	0.396	0.051	10.476	0.000	Sig.
H3	P3>PI	0.443	0.304	0.055	8.050	0.000	Sig.
H4	P4>PI	0.443	0.327	0.051	8.644	0.000	Sig.

หมายเหตุ: P1 (Product) P2 (Price) P3 (Place) P4 (Promotion) PI (Purchasing Intention)

จากตารางที่ 2 พบว่า 4P เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าบนชอปปี้ ใน Generation Y ซึ่งมีตัวแปรอิสระที่สำคัญทั้งหมด 4 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ในความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์ค่าของตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์มชอปปิงออนไลน์ชอปปี้ ใน Generation Y เห็นได้ว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลมากที่สุด คือ ด้านราคา β = 0.548 อันดับที่มีผลรองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ β = 0.532 ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด β = 0.433 ทั้ง 2 ด้าน

การทดสอบตัวแปรส่งผ่านพหุแบบขนาน (Parallel Mediating Effect)



รูปที่ 2 โมเดลการทดสอบตัวแปรส่งผ่านพหุแบบขนาน

ผลการวิจัยตามตารางที่ 3 และ 4 ใช้ในการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาตัวแปรคั่นกลางพหุขนานของการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจที่เป็นปัจจัยส่งผ่านเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตลาดทั้ง 4 ด้าน ซึ่งนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ ในกลุ่มคน Generation Y

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ Parallel Mediation Model Tests Unstandardized ของการรับรู้ด้านคุณภาพ

		Quality (M_1)										
		(total effect)		direct effect		IV-M_1		M_1-DV		Indirect effect		
		c		c’		a1		b1		a1*b1		95%CI
Dependent Measures	Independent Measure	B	SE	b	SE	b	SE	b	SE	b	SE	
Purchasing Intention	Product	0.488***	0.065	0.137***	0.051	0.300***	0.046	0.649***	0.055	**0.195**	**0.038**	**[0.123, 0.273]**
	Price	0.494***	0.066	0.219***	0.049	0.270***	0.047	0.629***	0.054	**0.170**	**0.036**	**[0.123, 0.245]**
	Place	0.423***	0.071	0.080	0.054	0.247***	0.050	0.672***	0.055	**0.166**	**0.037**	**[0.096, 0.240]**
	Promotion	0.378***	0.067	0.172***	0.048	0.146***	0.047	0.668***	0.053	**0.097**	**0.036**	**[0.029, 0.171]**

***$p < 0.001$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ Parallel Mediation Model Tests Unstandardized ของความไว้วางใจ

		Trust (M_2)										
		(total effect)		direct effect		IV-M_1		M_1-DV		Indirect effect		
		c		c’		a1		b1		a1*b1		95%CI
Dependent Measures	Independent Measure	B	SE	b	SE	b	SE	b	SE	b	SE	
Purchasing Intention	Product	0.488***	0.065	0.137***	0.051	0.305***	0.051	0.512***	0.050	**0.156**	**0.032**	**[0.098, 0.223]**
	Price	0.494***	0.066	0.219***	0.049	0.203***	0.053	0.512***	0.048	**0.105**	**0.030**	**[0.047, 0.166]**
	Place	0.423***	0.071	0.080	0.054	0.339***	0.054	0.521***	0.051	**0.035**	**0.035**	**[0.112 0.248]**
	Promotion	0.378***	0.067	0.172***	0.048	0.214***	0.052	0.510***	0.049	**0.032**	**0.032**	**[0.051, 0.177]**

***$p < 0.001$

จากโมเดลความสัมพันธ์ดังรูปที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ด้านคุณภาพและความไว้วางใจเป็นตัวแปรส่งผ่านพหุแบบขนาน ระหว่างตัวแปรของ 4P และความตั้งใจซื้อ เพื่อทำการยืนยัน

คุณลักษณะของตัวแปรดังกล่าวในการทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน สามารถวิเคราะห์ถดถอยพหุโดยโปรแกรม Process Version 3.4 (Hayes, 2013) จากโปรแกรมการทดสอบความสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวแปร เมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ค่าอิทธิพลรวม (Total Effects) คือ c ในเส้นทาง x > y เมื่อนำไปเทียบกับ c’ โดยที่ค่า c’ นั้นต้องมีค่าที่ลดลงหรือลดจนเข้าสู่ระดับที่ไม่มีนัยสำคัญ แสดงผลได้ว่าตัวแปรขั้นกลางนั้นมีอิทธิพลเต็มที่ หรือการที่ตัวแปรขั้นกลางมีอิทธิพลบางส่วนก็จะแสดงผลที่ลดลงแต่ยังคงมีนัยสำคัญอยู่ โดยผลจากการวิเคราะห์โมเดลตามตารางที่ 3 และ 4 พบว่า ค่าอิทธิพลรวมเมื่อเทียบกับค่าอิทธิพลทางตรงมีการลดลงอย่างมีนัยสำคัญจาก Product = 0.488 เป็น 0.137 Price = 0.494 เป็น 0.219 และ Promotion = 0.378 เป็น 0.172 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรคั่นกลางด้านการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจเป็นตัวแปรขั้นกลางที่ส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediation) ระหว่างความสัมพันธ์ตัวแปรของ 4P และความตั้งใจซื้อ ขณะที่ Place = 0.423 เป็น 0.080 ($p > 0.05$) จึงอธิบายได้ว่าการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจทำให้เกิดการส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Full Mediation)

อภิปราผล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ ใน Generation Y

จากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ราคามีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ ของกลุ่มคนใน Generation Y มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของราคาสินค้าโดยรวมที่ต่ำกว่าท้องตลาด เนื่องจากไม่มีต้นทุนการเปิดขายสินค้าหน้าร้าน อีกทั้งราคามีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณประโยชน์ ทั้งนี้ เพราะการเลือกชมสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์ ทำให้สามารถวัดระดับราคาสินค้าที่มีความแตกต่างกันได้อย่างสะดวก ทำให้ผู้บริโภคได้เปรียบเทียบราคาที่หลากหลาย ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคได้สินค้าในราคาที่ต่ำตามที่ต้องการ โดยคล้ายคลึงกับผลงานวิจัยของ Chuaychunoo (2016) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคคิดว่าสินค้าจากร้านค้าออนไลน์มีราคาถูกกว่าสินค้าตามหน้าร้าน สอดคล้องกับ Ketpradit and Kamdech (2011) ที่อภิปรายไว้ว่า ราคาส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งราคาควรมีความเหมาะสมกับคุณภาพและมีความคุ้มค่า ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ถือเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา โดยเน้นย้ำในเรื่องของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมถึงความครบถ้วนของข้อมูลคุณลักษณะของสินค้า ทั้งนี้ เพราะร้านค้าออนไลน์ส่วนใหญ่มีการนำเสนอสินค้าที่คล้ายกัน จึงทำให้มีการบรรยายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจนถือเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจเป็นไปในทางเดียวกันกับผลงานวิจัยของ Kiadrasamee (2015) ที่อภิปรายว่า ผลิตภัณฑ์มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค เนื่องจากในแอปพลิเคชันออนไลน์มีสินค้าที่หลากหลายสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Hongyont (2019) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากกว่า เนื่องจากร้านค้าออนไลน์มีสินค้าหลากหลายและมีความแตกต่างมากกว่าในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

น้อยที่สุด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายผู้คนให้ความสำคัญกับการที่เว็บไซต์มีความพร้อมสำหรับการใช้งาน ระบบใช้งานง่าย ทั้งนี้ เพราะเมื่อเว็บไซต์มีความพร้อมสำหรับการใช้งาน ส่งผลให้การเลือกซื้อสินค้าเป็นไปได้อย่างสะดวก สามารถเลือกหาสินค้าที่สนใจได้อย่างรวดเร็วและไม่เสียเวลามาก โดยสอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ Panya (2019) ที่พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพราะสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Chuekeaw (2007) ที่พบว่า ความสะดวกสบายในการเลือกชมสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ในขณะที่การส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดโปรโมชัน โดยผู้ทำวิจัยมีความคิดเห็นว่า การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า เนื่องจากได้รับความคุ้มค่ามากกว่าการซื้อสินค้าแบบปกติต่อหนึ่งครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chuaychunoo (2016) ที่อภิปรายไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งคล้ายคลึงกับผลงานวิจัยของ Chaisuwankeeree (2016) ที่อภิปรายว่า การซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในสังคมออนไลน์ที่มีการจัดกิจกรรมแจกส่วนลด การแจกของสมนาคุณพิเศษ จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่จูงใจให้ผู้บริโภคอยากซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น

การรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจเป็นปัจจัยคั่นกลางที่ส่งผ่านไปยังส่วนประสมทางการตลาดนำไปสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านชอปปี้ ใน Generation Y

1. ปัจจัยการรับรู้คุณภาพ

จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้คุณภาพที่เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ ใน Generation Y โดยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการรับรู้คุณภาพที่มีในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด เพียงบางส่วน โดยจะมีผลส่งต่อไปยังความตั้งใจซื้อ ซึ่งยังคงมีปัจจัยอื่นอีกที่สามารถส่งผ่านการรับรู้คุณภาพได้ โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า เพราะความตั้งใจซื้ออาจเกิดขึ้นจากอิทธิพลของปัจจัยทั้ง 3 ได้โดยตรง จึงไม่จำเป็นต้องมีการรับรู้คุณภาพ แต่การรับรู้คุณภาพถือเป็นสิ่งกระตุ้นที่มีผลทำให้เกิดความตั้งใจซื้อเพิ่มมากขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanitsardtranon (2015) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ โดยปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ คือ คุณค่าและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ โดยมีราคาที่เหมาะสมกับคุณประโยชน์ มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้สามารถหาซื้อได้ง่าย ในขณะที่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต้องอาศัยการรับรู้คุณภาพเพื่อถ่ายทอดอิทธิพลให้มีผลต่อความตั้งใจซื้อ เนื่องจากในการซื้อสินค้าออนไลน์ผู้ซื้อและผู้ขายจะไม่ได้พบเจอกันโดยตรง ช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าจะได้เห็นการนำเสนอสินค้า ดังนั้นแพลตฟอร์มที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งาน มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้าจึงมีความสำคัญที่จะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Lertchakorn (2016) ที่พบว่า การรับรู้ถึงคุณภาพของแพลตฟอร์มมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ่านทาง eBay ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าระบบการสั่งซื้อสินค้าที่สามารถกรองสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าจนเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

2. ปัจจัยความไว้วางใจ

จากผลการวิจัย พบว่า ความไว้วางใจที่เป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความไว้วางใจที่ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดเพียงบางส่วน โดยมีผลส่งต่อไปยังความตั้งใจซื้อแต่ยังคงมีปัจจัยอื่นอีกที่สามารถส่งผ่านความไว้วางใจได้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจซื้อต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีปัจจัยคั่นกลางก็ได้ แต่ความไว้วางใจสามารถกระตุ้นทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อที่มากขึ้นได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Govitsittinan (2014) ที่พบว่า การซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกจะต้องอาศัยความไว้วางใจจากทางร้านค้า ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ ร้านค้าต้องมีสินค้าที่หลากหลายประเภท หลายราคาและต้องมีการติดป้ายบอกราคาชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Lertsupanimit (2014) พบว่าผู้บริโภคจะเกิดความไว้วางใจในการซื้ออะไหล่รถยนต์มือสองได้นั้น ผู้บริโภคจะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์และการใช้งานให้ตรงกับความต้องการและคุณภาพ ในขณะที่ความไว้วางใจเป็นตัวแปรแบบสมบูรณ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไปยังความตั้งใจซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถที่จะเห็นสินค้าและจับต้องได้ ณ เวลาที่ทำการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นความไว้วางใจในช่องทางการจัดจำหน่ายจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oppatum (2014) พบว่า ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีส่วนช่วยให้ผู้ขายสินค้าได้เข้าใจถึงความเชื่อมโยงในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัว กับการรับรู้คุณภาพและความไว้วางใจสู่ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านชอปปี้ใน Generation Y มากขึ้น สามารถนำไปปรับใช้ในการทำการตลาด เพื่อทำให้การขายสินค้าผ่านออนไลน์มีผลประกอบการที่ดีขึ้น ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นตัวที่ควรให้ความเน้นย้ำเป็นอันดับแรกเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในช่องทางการขายสินค้าด้วยการสร้างความสะดวกสบายและสามารถซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาไปสู่การรับรู้คุณภาพและเกิดความไว้วางใจในการซื้อสินค้า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทั้ง 4 ตัว โดยที่ความพร้อมใช้งานของแอปพลิเคชันเป็นสิ่งสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เพราะถือเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าจะต้องเจอเมื่อมีความตั้งใจจะซื้อสินค้าออนไลน์ รวมทั้งจะต้องมีช่องทางการชำระเงินที่มีความหลากหลาย ถัดมาในเรื่องของราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาดและทำการเปรียบเทียบราคาส่วนต่างจากปกติให้ชัดเจนรวมทั้งการจัดทำโปรโมชันตามเทศกาลอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งถือเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าในการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง และควรมีสินค้าที่หลากหลายให้กับลูกค้า

2. การสร้างการรับรู้คุณภาพให้ลูกค้าเป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความตั้งใจซื้อให้กับลูกค้าได้ เนื่องจากในปัจจุบันการขายสินค้าออนไลน์มีการแข่งขันสูงและพบได้ทั่วไป ดังนั้นผู้ประกอบการต้องสร้างการรับรู้คุณภาพให้กับลูกค้า โดยเริ่มสร้างการรับรู้คุณภาพที่มาจากการกระจายสินค้าไปให้ตรง

กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

3. การสร้างความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าถือเป็นประเด็นสำคัญที่จะช่วยสร้างความตั้งใจซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในสินค้าและบริการจนสามารถจูงใจให้ซื้อสินค้าได้ ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจในด้านการจัดส่งสินค้าให้เป็นไปตามเวลาที่ได้ระบุไว้ร่วมกับการขายสินค้าที่มีคุณภาพเป็นไปตามที่ได้ลงประกาศไว้ ซึ่งทำให้ในอนาคตลูกค้าเกิดความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อซ้ำได้

เอกสารอ้างอิง

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211.

Ananchokepatama, I. (2015). *Marketing mix and buying decision online giftshop* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Bltbangkok. (2019). *Thai people shop online as the 3rd highest in the world*. Retrieved from https://www.bltbangkok.com/bangkok-update/4774/ **[in Thai]**

Buffet Brand Team. (2019). *3 Technology that will change the shopping online future*. Retrieved from https://www.brandbuffet.in.th/2018/05/online-shopping-technology-insight/ **[in Thai]**

Chaisuwankeeree, P. (2016). *Factors influencing purchase decisions in Thailand for clothing from vendors on facebook and instagram* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Chaitaweewutikul, S. (2012). *Consumer's buying behavior of goods and service in group-buying program of ENSOGO website in Bangkok Metropolis* (Independent study). Srinakharinwirot University, Bangkok **[in Thai]**

Chinsonthikul, S. (2019). *The influence factor of decision making for buying facial treatment products via Instragram live from customer in Khon Kaen Province*. (Independent study). Ramkhamhaeng University, Bangkok. **[in Thai]**

Chuaychunoo, P. (2016). *Factors affecting consumer buying decisions about goods social media* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Chuekeaw, T. (2007). *Customers buying behavior towards products and services on electronic commerce in Chiangmai Province* (Master's thesis). Chiang Mai University, Chiang Mai. **[in Thai]**

Cochran, W. G. (1997). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297-334.

Dailynews. (2016). *GMASA 2016 examine the global application trend*. Retrieved from https://www.dailynews.co.th/it/373892 **[In Thai]**

Danainaruemon, A. (2011). *Perception of service quality of Suanluang Autohaus customers* (Master's thesis). Sukhothai Thammathirat University, Nonthanuri. **[in Thai]**

Das, G. (2014). Linkages of retailer personality, perceived quality and purchase intention with retailer loyalty: A study of Indian non-food retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services, 21*(3), 407-414.

Electronic Transactions Development Agency. (2019). *Thai people use the internet an average of 10 hours 22 minutes in 2019 and Gen Y won the rank for 5 years*. Retrieved from https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release. html **[in Thai]**

Electronic Transactions Development Agency. (n.d.). *Digital economy*. Retrieved from https://www.etda.or.th/digital-economy.html **[in Thai]**

Espinoza, C., Ukleja, M., & Rusch, C. (2010). *Managing the millennials*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Govitsittinan, C. (2014). *Trust affecting the decision to purchase products from traditional retailers of people living in condominiums and residential buildings in Bangkok in 2014* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. New York: Guilford.

Hongyont, P. (2019). *Factors influencing the decision to purchase the product via online application (Lazada) consumer digital era in Bangkok* (Master's thesis). Siam University, Bangkok. **[in Thai]**

Huang, E. (2012). Online experiences and virtual goods purchase intention. *Internet Research, 22*(3), 252-274.

Kananurak, N. (2013). *Consumer behavior*. Bangkok: CVL. **[in Thai]**

Kanitsardtranon, K. (2015). *Perception of quality and marketing communications affected purchase decision of organic vegetable product of citizen in the district of Bangkok* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Ketpradit, T., & Kamdech, I. (2011). Factors influencing decision of female consumers in buying products on internet in Bangkok area. *Journal of Finance, Investment, Marketing and Business Management, 1*(2), 21-39. **[in Thai]**

Khonghuayrop, N. (2016). *Digital marketing communications influencing on LAZADA website online buying behavior in Bangkok* (Independent study). Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani. **[in Thai]**

Kiadrasamee, J. (2015). *Factor affecting the decision making on purchasing products from the online application in Bangkok metropolitan region* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Kotler, P. (1997). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Kotler, P. (2000). *Marketing management* (Millennium ed.). Edinburgh Gate: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Edinburgh Gate: Pearson Education.

Lamb, C. W., Hair, J., & McDaniel, C. (2000). *Marketing* (5th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College.

Lertchakorn, P. (2016). *Website quality, trust, perceived value, rating, and feedback affecting decision to purchase products via eBay of customers in Bangkok* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Lertsupanimit, V. (2014). *Trust effecting the consumer's satisfaction for secondhand auto parts online purchasing in Bangkok* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology Press.

Meskaran, F. M., Ismail, Z., & Shanmugam, B. (2013). Online purchase intention: Effect of trust and security perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 7*(6), 307-315.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship. Marketing. *Journal of Marketing, 58*(3), 20-38.

Nimngern, S. (n.d.). *Generation and cognitive behavior of consumers by various media.* Retrieved from https://www.prd.go.th/download/article/article_20180904112336.pdf **[in Thai]**

Oppatum, P. (2014). *Trust and characteristics of social commerce affecting the purchase intention via social media* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Panya, A. (2019). *Online marketing mix factors affecting the decision to buy fashion clothing through online (Facebook) of students in Amphoe Muang, Chiangmai Province* (Master's thesis). Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai. **[in Thai]**

Promsavast, T. (2012). *Marketing mix factors affecting maintaining brain and memory supplement's buying behavior of consumers in Bangkok* (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok. **[in Thai]**

Salam, A. F., Iyer, L., Palvia, P., & Singh, R. (2005). Trust in e-commerce. *Communications of the ACM, 48*(2), 72-77.

Sathienchok, C. (2017). *Factors affecting consumer satisfaction with LAZADA online purchases in Thailand (*Independent study). Thammasat University, Bangkok **[in Thai]**

Stalling, W. (1995). *Network and internetwork security: Principle and practice*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Tarnprasert, P. (2018). *The influence of digital marketing toward consumer's buying decision via e-commerce in Bangkok* (Independent study). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Techsauce Team. (2020). *Shopee show more 80 users in shopee and 80 goods are sold in 12.12 birthday sale campaign.* Retrieved from https://techsauce.co/pr-news/shopee-e-coommerce-12-12-birthday-sale **[in Thai]**

Verma, H. V. (2012). *Service marketing* (5th ed.). New Delhi: Dorling Kindersley.

Wongmontha, S. (1999). *Marketing strategy: Marketing planning*. Bangkok: Theera Film and Scitex. **[in Thai]**

อิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Influences of Strategic Management Accounting Effectiveness and Operational Quality of Thai-Listed Companies

ประสิทธิ์ รุ่งเรือง[1*], สุวรรณ หวังเจริญเดช[1], และ ณัฐวงศ์ พูนพล[1]
Prasit Rungruang[1*], Suwan Wangcharoendate[1], and Nuttavong Poonpool[1]

Abstract

The purposes of this research were to study the influence of strategic management on accounting effectiveness and operational quality. A questionnaire was used as a tool for collecting data from 117 Thai-listed companies, selected by the purposive sampling method. The statistics used for data analysis, for determining the relationship between variables and the dependent variable, were Pearson's correlation coefficient. Multiple regression analysis was used to test the hypothesis. Results revealed that the strategic management accounting effectiveness in terms of resource allocation excellence, managerial information reliability, cost-benefit quality, and mastering strategic management had a positive relationship and a significantly positive impact on operational efficiency. Therefore,

[1]ภาควิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

[1]Accounting Department, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, Kamriang Sub-district, Kantharawichai District, Mahasarakham Province 44150

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: ton_prasit@hotmail.com)

รับบทความวันที่ 17 มิถุนายน 2563 แก้ไขวันที่ 7 เมษายน 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 19 เมษายน 2564

strategic management accounting effectiveness is strongly important to the operational quality of Thai-listed companies. The administration of management team focuses on strategic management accounting effectiveness to improve the operational structure of the organization leading to enhanced operational quality.

Keywords: *Effectiveness, Strategic Management Accounting, Operational Efficiency*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อคุณภาพการดำเนินงาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 117 บริษัท โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลทางบวกกับคุณภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญต่อการเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การบริหารงานของฝ่ายบริหารมุ่งเน้นไปยังประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงโครงสร้างการปฏิบัติงาน อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: *ประสิทธิผล การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ คุณภาพการดำเนินงาน*

บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดเกิดใหม่ โครงสร้างของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนขึ้น การเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากร รวมถึงกฎหมายหรือข้อบังคับใหม่ ๆ ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง กิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องการทราบข้อมูลฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสด เพื่อใช้ประกอบการวางแผน ตัดสินใจ และควบคุมให้การดำเนินกลยุทธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการจัดทำบัญชีการเงิน อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของการจัดทำรายงานโดยใช้บัญชีการเงินไม่สามารถให้ข้อมูลที่ทันเวลาและต้องอ้างอิงมาตรฐานการบัญชี และการรายงานงบการเงินจะรายงานในภาพรวมของกิจการ ทำให้ข้อมูลทางบัญชีการเงินไม่สามารถนำมาใช้ในการวางแผน ตัดสินใจ และควบคุมได้อย่างทันเวลา และไม่สามารถตอบสนองต่อการแข่งขันและคุณภาพการดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Otley,

2001; Drury, 2012) บทบาทของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ได้ถูกเข้ามาแทนที่การบัญชีการเงินเพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานของกิจการให้เกิดความแข็งแกร่ง (Simmonds, 1981) นอกจากนี้ยังช่วยให้กิจการประสบผลสำเร็จด้านคุณภาพการดำเนินงาน กล่าวคือ การบริหารงานเชิงกลยุทธ์เป็นการกำหนดกระบวนการบริหารงานและการตัดสินใจเชิงรุกเพื่อนำบริษัทบรรลุเป้าหมายสูงสุด หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่บริษัทขนาดใหญ่เลือกใช้เพื่อเป็นเครื่องมือให้บริษัทประสบความสำเร็จ คือ การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Gnawali, 2017) ประสิทธิผลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นผลลัพธ์จากการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อนำไปสู่คุณภาพการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ ประกอบด้วย 1) ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรด้วยการวิเคราะห์อัตราส่วนประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์ 2) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร ซึ่งเกิดจากข้อจำกัดของบัญชีการเงิน ซึ่งต้องจัดทำภายใต้มาตรฐานรายงานทางการเงิน ส่งผลให้ข้อมูลล้าช้าไม่ทันต่อการใช้งาน 3) คุณภาพต้นทุน-ผลประโยชน์ เกิดจากการใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนก่อนตัดสินใจลงทุนเพื่อให้แน่ใจว่าผลลัพธ์เป็นไปตามต้องการ และ 4) กลยุทธ์การเป็นผู้นำ เป็นการเลือกใช้เครื่องมือต่าง ๆ ของบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อช่วยลดปริมาณของเสียที่เกิดขึ้น และทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีคุณภาพด้วยการมุ่งเน้นแก้ปัญหาการทำงานที่ล้าช้าในบริษัทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากช่วยให้เกิดคุณภาพการดำเนินงานสูงสุด ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบริษัทเพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ปรับคุณภาพการดำเนินงานที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลกำไรสูงสุด และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Kumar & Shafali, 2011) นำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทให้ดีขึ้น

จากปัญหางานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีคำถามงานวิจัย คือ ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงานหรือไม่

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อคุณภาพการดำเนินงาน

การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการดำเนินงาน (Operational Quality)

คุณภาพการดำเนินงาน หมายถึง กระบวนการของกิจการในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า ประกอบด้วย ทันเวลา การเพิ่มประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของลูกค้า การปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ และความยืดหยุ่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน (Ndolo, 2015; Jane, Aosa, Zachary, & Njihia, 2018) เป้าหมายสำคัญที่สุดประการหนึ่งของการเพิ่มคุณภาพการดำเนินงาน คือ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตภายในและยกระดับความพึงพอใจต่อลูกค้า (Ojha, 2015) คุณภาพ

การดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญในการกำกับติดตามกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการเพื่อเป้าหมายสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ (Socea, 2012) การดำเนินงานเป็นขั้นตอนสำคัญของธุรกิจเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการให้ลูกค้า กิจการส่วนใหญ่ต่างให้ความสำคัญกับคุณภาพการดำเนินงานซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญต่อมุมมองคุณภาพการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ กิจการพยายามแสวงหาแนวทางวิธีการปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน จึงรวมถึงรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้คุณภาพการดำเนินงานเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น

ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Accounting Effectiveness)

องค์กรในปัจจุบันต่างเผชิญกับความท้าทายตลอดเวลา และต้องพยายามหากลยุทธ์มาใช้ในการปรับตัวให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถูกบริษัทขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จเลือกใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ การนำข้อมูลทางบัญชีที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงินมาใช้วิเคราะห์สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของฝ่ายบริหาร เพื่อพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์นำบริษัทไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น นอกจากนี้การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ยังเกี่ยวข้องกับการนำข้อมูลทางบัญชีการเงินมาใช้ในการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ด้วยการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการดำเนินงาน การจัดสรรทรัพยากร การวางแผนและคำนวณต้นทุนผลตอบแทนจากการลงทุน และการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาปรับใช้ เพื่อให้บริษัทประสบผลสำเร็จจากการดำเนินงาน ดังนั้นประสิทธิผลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการในการระบุ รวบรวม เลือก และวิเคราะห์สารสนเทศทางบัญชี เพื่อช่วยประเมินประสิทธิภาพของฝ่ายบริหารสำหรับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของกิจการ (Cadez & Guilding, 2012) โดยแบ่งเป็น 4 มิติ คือ 1) ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร 2) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร 3) คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ และ 4) กลยุทธ์การเป็นผู้นำ (Kumar & Shafali, 2011; Cadez & Guilding, 2012; Ahmed, 2017) ประสิทธิผลทางการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถือเป็นความสามารถของบริษัทในการใช้เทคนิคการบัญชีการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อช่วยยกระดับคุณภาพการดำเนินงานของบริษัท (Kaneko, 2017) บทบาทในการดำเนินงานของผู้บริหารระดับสูงจะเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อให้บริษัทประสบความสำเร็จ โดยมีบทบาททั้งในด้านการวางแผน การควบคุมและประเมินผล และการตัดสินใจ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการนำเทคนิคต่าง ๆ ของบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มาปรับใช้ให้เกิดประสิทธิผล ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทต่อไป ดังนั้นประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ถือเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญต่อกิจการเพื่อให้เกิดคุณภาพการดำเนินงานดีขึ้นอย่างต่อเนื่องภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ภายใต้ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) นำเสนอโดย Teece, Pisano, and Shuen (1997) ได้นิยามทฤษฎีนี้ว่าเป็นความพยายามของบริษัทต่อการบูรณาการความสามารถของกิจการทั้งภายในและภายนอก เพื่อรับมือกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นความสามารถเชิงพลวัตของกิจการด้านประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์จึงเป็นหนึ่งกลยุทธ์ที่กิจการนำไปใช้เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก เพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์อาจส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาวแตกต่างกันออกไปตามลักษณะและสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมนั้น ๆ

ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation Excellence)

ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร หมายถึง ความสามารถในจัดสรรและวิเคราะห์การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท ประกอบด้วย คน เทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ สถานที่ เวลา และเงิน (Wudhikarn, 2016) ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรเน้นการบูรณาการด้วยการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาวในการจัดสรรการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่จับต้องได้และทรัพย์สินไม่มีตัวตน เพื่อสนับสนุนกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจของบริษัทให้สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน การดำเนินธุรกิจที่ต้องเผชิญการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน กิจการต่างให้ความสำคัญต่อความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรด้วยการวิเคราะห์ความคุ้มค่าจากผลประโยชน์ที่ได้รับก่อนการจัดซื้อ (Lerro & Schiuma, 2013) นอกจากนี้บริษัทขนาดใหญ่ซึ่งมีทรัพยากรมากกว่าบริษัทขนาดเล็กจะเน้นการจัดสรรทรัพยากรแบบบูรณาการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เช่น อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และจัดสรรการใช้ทรัพยากร ถือเป็นผลมาจากเครื่องมือบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อีกทั้งยังเป็นกลไกในการควบคุมส่งเสริมการใช้ทรัพยากรในระดับที่เหมาะสมสูงสุด (Olusegun, 2016) ความสามารถเชิงพลวัตเป็นทักษะสำคัญของกิจการในการมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและนำไปสร้างรายได้เพิ่ม เช่น การเพิ่มกำลังการผลิต การจัดสรรพื้นที่โกดังสินค้าให้สามารถเก็บสินค้าได้เพิ่มขึ้น โดยความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่านำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Kitenga & Thuo, 2014) จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร (Managerial Information Reliability)

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร หมายถึง คุณภาพเนื้อหาของข้อมูลบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีความถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ ทันเวลา เกี่ยวข้อง และครบถ้วน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการตัดสินใจส่งผลให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ (Al-Mamary, Shamsuddin, & Aziati, 2014) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารมีความสำคัญต่อการวางแผน และเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการตัดสินใจ (Robkob, 2019; Sakthachak & Sukwattanasinitt, 2019) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงินเพื่อให้กิจการนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในการเพิ่มคุณภาพการดำเนินงาน (Teru, 2017) หากไม่มีการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารที่น่าเชื่อถือ การตัดสินใจในการดำเนินงานก็อาจมีข้อผิดพลาดสูงขึ้น เนื่องจากคุณภาพการดำเนินงานจำเป็นต้องอาศัยความ

น่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร ซึ่งจะช่วยให้การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดส่งผลให้เกิดคุณภาพการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น (Socea, 2012) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารเป็นความสามารถเชิงพลวัตที่เกิดจากความพยายามใช้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงาน หากผู้บริหารเผชิญกับสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไปและยากต่อการควบคุม แต่การมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเวลาที่เหมาะสม ย่อมทำให้การใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจเชิงพลวัตมีความเที่ยงตรง ซึ่งจะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างดี จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน

คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ (Cost-Benefit Quality)

คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ เป็นวิธีการที่บริษัทสามารถกำหนดขอบเขตการใช้ทรัพยากรสำหรับกิจกรรมเพื่อป้องกันคุณภาพไม่ดี เกิดจากการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนทั้งหมดที่คาดหวังของแต่ละตัวเลือกกับผลประโยชน์ที่คาดหวังทั้งหมด (Uckelmann, 2012; Sherman, Siebers, Menachof, & Aickelin, 2016) เช่น การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน อัตราผลตอบแทนภายใน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน เป็นต้น ต้นทุนเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่บริษัทจะได้รับ (Gimzauskiene & Valanciene, 2009) การควบคุมคุณภาพต้นทุนให้ต่ำแต่ยังคงซึ่งคุณภาพตามมาตรฐานหรือสูงกว่า จะช่วยเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสร้างผลประโยชน์ตามเป้าหมาย ส่งผลให้ได้รับกำไรตามเป้าหมาย (Banker & Johnston, 2014) บริษัทมักเลือกการลงทุนโดยคาดหวังจะได้ผลกำไรสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ แต่สภาพแวดล้อมในปัจจุบันยากต่อการควบคุมทำให้บริษัทเผชิญกับความเสี่ยงในการลงทุน มักเกิดความคลาดเคลื่อนในการประมาณต้นทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการขนาดใหญ่ที่ใช้เงินจำนวนมากจำเป็นต้องหาวิธีการประเมินที่หลากหลายก่อนตัดสินใจลงทุน เพื่อให้เกิดความมั่นใจถึงผลประโยชน์ที่ได้รับว่าสอดคล้องกับเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นการวางแผนคุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์จะส่งผลโดยตรงต่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้นในอนาคต (Ditkaew, 2018) ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต อธิบายถึงความพยายามของบริษัทในการวางแผนและประเมินโครงการก่อนตัดสินใจลงทุนโดยใช้เครื่องมือของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ เช่น การวิเคราะห์โครงการลงทุน การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นต้น เป็นความสามารถเชิงพลวัตที่กิจการนำมาใช้ในการเพิ่มคุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน

กลยุทธ์การเป็นผู้นำ (Mastering Strategic Management)

กลยุทธ์การเป็นผู้นำ หมายถึง ความสามารถในการใช้กลยุทธ์เพื่อบริหารงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ประกอบด้วย การประเมินผล การติดตาม ปรับปรุงและการพัฒนากระบวนการผลิต การตรวจสอบภายใน Six Sigma Balanced Scorecard และทฤษฎีข้อจำกัด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานที่ดี (Misankova & Kocisova, 2014) โดยกิจการพยายามรักษาระดับการแข่งขันให้เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา กลยุทธ์การเป็นผู้นำซึ่งมีความสำคัญมากสำหรับกิจการขนาดใหญ่ เนื่องจากลักษณะของการดำเนินงานที่ซับซ้อน (Kamilah, 2017) ซึ่งกลยุทธ์เกิดจากฝ่ายบริหารระดับสูงและถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติให้เกิดความเข้าใจภายใต้เป้าหมายเพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น (Rizan, Balfas, & Purwohedi, 2019) อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ที่ฝ่ายบริหารเลือกใช้ไม่สามารถนำมาใช้กับทุกสถานการณ์ได้ ดังนั้นความสามารถเชิงพลวัตจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ฝ่ายบริหารต้องแสวงหากลยุทธ์หลากหลายรูปแบบมาปรับใช้ให้เหมาะสมตามสถานการณ์ เพื่อเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานและเป้าหมายด้านประสิทธิภาพที่ดีที่สุด (Misankova & Kocisova, 2014; Kamilah, 2017) จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

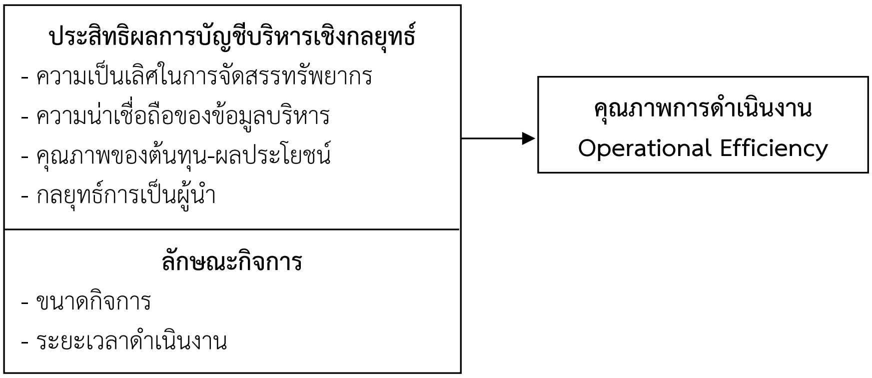
สมมติฐานที่ 4 กลยุทธ์การเป็นผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน

ลักษณะกิจการ (Firm Characteristics)

ลักษณะกิจการเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพการดำเนินงาน ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินงาน ซึ่งแสดงถึงการดำเนินงานเป็นระยะเวลานานมีประสบการณ์ที่สูง อีกทั้งมีการเรียนรู้ในการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานได้ดีกว่ากิจการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจ (Coad, Holm, Krafft, & Quatraro, 2018) ระยะเวลาดำเนินงานที่มั่นคงและยาวนานแสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานและความอยู่รอดในด้านต่าง ๆ เช่น การลงทุนใหม่ การเรียนรู้ และการพัฒนา (Pervan, Pervan, & Curak, 2017) เนื่องจากกิจการที่สามารถดำรงอยู่ได้นานแสดงถึงความอยู่รอดและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดี กิจการที่ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานมักมีระยะเวลาการดำเนินงานสั้นกว่ากิจการที่ดำเนินงานมาอย่างยาวนาน และขนาดกิจการที่วัดจากสินทรัพย์รวม (Kisavi & Suleiman, 2015) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารต้นทุนให้ต่ำซึ่งได้รับประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาดนั้นเอง (Rahman & Mohamed, 2006) เนื่องจากมีอำนาจในการต่อรองการซื้อวัตถุดิบปริมาณมากในราคาถูก อีกทั้งยังมีเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและกำลังการผลิตที่มากกว่ากิจการขนาดเล็ก สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าขนาดกิจการมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตพบว่า ระยะเวลาดำเนินงาน (Egbunike & Okerekeoti, 2018) ขนาดกิจการ (Malik, 2011) มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการดำเนินงานของกิจการ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ขนาดกิจการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาดำเนินงานมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และบริษัทขนาดใหญ่มีอิทธิพลต่อการนำบัญชีบริหารกลยุทธ์มาใช้บริหารให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าบริษัทขนาดเล็ก (Drury & Tayles, 2005) ผู้วิจัยได้ตัดกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินและธุรกิจบริการ เนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินมีโครงสร้างและแนวปฏิบัติทางบัญชีแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น (Hellstrom, 2006) และกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการมีการใช้บัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างจำกัด (Nimtrakoon, 2009) ดังนั้น ประชากรมีจำนวน 538 บริษัท (The Stock Exchange of Thailand, 2019)

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจากประชากรทั้งหมด โดยแบบสอบถามถูกส่งคืนจำนวน 9 ฉบับ แบบสอบถามส่งสำเร็จ จำนวน 529 ฉบับ และได้รับการตอบกลับ จำนวน 124 ฉบับ แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ จำนวน 6 ฉบับ และแบบสอบถามที่มีค่าผิดปกติ (Outlier) จำนวน 1 ฉบับ ดังนั้นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มีจำนวน 117 ฉบับ โดยมีอัตราการตอบกลับร้อยละ 22.31 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้กล่าวว่า อัตราการตอบกลับในงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์อย่างน้อยร้อยละ 20 ถือว่าเป็นจำนวนที่ยอมรับได้ในการเป็นตัวแทนที่ดีเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ จำนวน 4 ปัจจัย คือ 1) ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร 2) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร 3) คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ และ 4) กลยุทธ์การเป็นผู้นำ จำนวน 18 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดตามวิธี Likert Scale แบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการดำเนินงาน จำนวน 5 ข้อ พัฒนาจาก Ndolo (2015); Jane et al. (2018) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า กำหนดตามวิธี Likert Scale แบ่งระดับการวัดเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาพิจารณาและตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ปรับปรุงตามคำแนะนำจากที่ปรึกษา และเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบัญชีและการวิจัย จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence: IOC) ของคำถามแต่ละข้อ หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ซึ่งถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงและครอบคลุมวัตถุประสงค์ คำนิยามการวิจัยและการวัดค่าตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร ซึ่งแสดงถึงประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ คือ ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำ และลักษณะกิจการประกอบด้วย ขนาดกิจการ และระยะเวลาดำเนินงาน การศึกษามีตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ คุณภาพการดำเนินงาน การวัดค่าตัวแปรและชื่อย่อของตัวแปรที่ใช้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปร

ตัวแปร	ชื่อย่อ	การวัดค่า
ตัวแปรตาม		
คุณภาพการดำเนินงาน	OPQ	กระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าได้ทันเวลาเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและผลการดำเนินงานต่อลูกค้า ประกอบด้วย การปรับปรุง ส่งมอบสินค้าทันเวลา การพัฒนา และความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อย่อ	การวัดค่า
ตัวแปรอิสระ		
ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร	RAE	ความสามารถของกิจการในการวิเคราะห์จัดสรรและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในแต่ละกิจกรรม และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อบรรลุเป้าหมายของกิจการ ประกอบด้วย คน เทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ สถานที่ เวลา และเงิน
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร	MIR	คุณภาพของเนื้อหาข้อมูลการบัญชี เพื่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีความถูกต้องเชื่อถือได้ ทันเวลา ความเกี่ยวข้อง และครบถ้วน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและมีประสิทธิภาพ
คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์	CBQ	วิธีการที่ช่วยให้กิจการสามารถกำหนดขอบเขตที่จะใช้ทรัพยากรเพื่อป้องกันคุณภาพที่ไม่ดี ประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการของกิจการ และวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบต้นทุนที่คาดว่าจะได้รับทั้งหมดของแต่ละทางเลือกด้วย ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับทั้งหมด
กลยุทธ์การเป็นผู้นำ	MSM	ความสามารถในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อดำเนินการตามแผนและกลยุทธ์ ประกอบด้วย การประเมินและติดตาม การปรับปรุงและพัฒนาการ ตรวจสอบภายใน Six Sigma Balanced Scorecard และทฤษฎีข้อจำกัด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และบรรลุผลสำเร็จสูงสุดตามเป้าหมายและประสิทธิภาพของกิจการ
ลักษณะกิจการ		
ขนาดกิจการ	FIS	ตัวแปรหุ่น โดย 0 = สินทรัพย์รวมของบริษัท 100 ล้าน 1 = สินทรัพย์รวมมากกว่า 100 ล้าน
ระยะเวลาดำเนินงาน	FIA	ตัวแปรหุ่น โดย 0 = ระยะเวลาดำเนินงานน้อยกว่า 15 ปี 1 = ระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 15 ปี

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) โดยตรงจากผู้บริหารบริษัท จำนวน 30 ชุด เพื่อเป็นการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ทดสอบด้วยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Cronbarch’s Alpha) ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.773 - 0.956 มากกว่า 0.70 สอดคล้องกับ Hair, Black,

Babin, and Anderson (2014) กล่าวว่า เครื่องมือมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับได้ อีกทั้งการตรวจสอบน้ำหนักองค์ประกอบได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของข้อคำถามตามรายการในแบบสอบถาม โดยนำมาใช้เพื่อลดจำนวนข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์กันให้มีจำนวนน้อยลง สำหรับงานวิจัยนี้ ค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.490 - 0.931 พบว่า มีค่าสูงกว่า 0.40 สอดคล้องกับ Hair et al. (2014) ถือว่ายอมรับได้ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของตัวแปร

ตัวแปร	Factor Loadings	Alpha Coefficient
ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร (RAE)	0.679 - 0.809	0.790
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร (MIR)	0.736 - 0.931	0.956
คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ (CBQ)	0.624 - 0.808	0.773
กลยุทธ์การเป็นผู้นำ (MSM)	0.490 - 0.784	0.857
คุณภาพการดำเนินงาน (OPQ)	0.520 - 0.871	0.896

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) ค่า Factor Loading ค่า Tolerance และ VIF สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter โดยเขียนตัวแบบสมการถดถอยเชิงพหุได้ ดังนี้

$$OPQ = \beta_0 + \beta_1 RAE + \beta_2 MIR + \beta_3 CBQ + \beta_4 MSM \ \beta_5 FIS + \beta_6 FIA + \varepsilon$$

โดยที่ RAE = Resource Allocation Excellence (ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร)
MIR = Managerial Information Reliability (ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร)
CBQ = Cost-Benefit Quality (คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์)
MSM = Mastering Strategic Management (กลยุทธ์การเป็นผู้นำ)
OPQ = Operational Quality (คุณภาพการดำเนินงาน)
FIS = Firm Size (ขนาดกิจการ)
FIA = Firm Age (ระยะเวลาดำเนินงาน)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 117 คน สามารถจำแนกได้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 94 คน (ร้อยละ 80.30) มีอายุมากกว่า

45 ปี จำนวน 40 คน (ร้อยละ 34.20) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 62 คน (ร้อยละ 53.00) ประสบการณ์ในการทำงานทางด้านบัญชีมากกว่า 15 ปี จำนวน 71 คน (ร้อยละ 60.70) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 100,000 บาท จำนวน 54 คน (ร้อยละ 46.20) ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายบัญชี 67 คน (ร้อยละ 57.30)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถจำแนกได้ ดังนี้ ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 51 บริษัท (ร้อยละ 43.60) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปี จำนวน 101 บริษัท (ร้อยละ 86.30) สินทรัพย์รวมของบริษัท ต่ำกว่า 10,000,000,000 บาท จำนวน 64 บริษัท (ร้อยละ 54.70) และจำนวนพนักงานของกิจการน้อยกว่า 500 คน จำนวน 52 บริษัท (ร้อยละ 44.40)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ตัวแปรอิสระส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม มีค่าระหว่าง 0.190 - 0.599 โดยประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ และกลยุทธ์การเป็นผู้นำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และลักษณะกิจการ ประกอบด้วย ระยะเวลาดำเนินงานและขนาดกิจการมีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับตัวแปรตาม อย่างไรก็ตาม ตัวแปรทุกตัวมีค่าความสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.80 สอดคล้องกับ Hair et al. (2014) กล่าวว่าตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.80 ไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) สามารถนำไปทดสอบการถดถอยแบบพหุคูณได้ ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

Variables	RAE	MIR	CBQ	MSM	FIS	FIA	OPQ
RAE	1.000						
MIR	0.354**	1.000					
CBQ	0.414**	0.599**	1.000				
MSM	0.354**	0.395**	0.524**	1.000			
FIS	-0.008	0.082	-0.054	0.062	1.000		
FIA	0.233*	0.089	0.190*	0.087	0.314**	1.000	
OPQ	0.438**	0.473**	0.474**	0.452**	0.078	0.010	1.000

*p<0.05, **p<0.01

การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งส่งผลต่อการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ทำให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง โดยใช้ค่าสถิติ 2 ตัว คือ Tolerance ควรมีค่าน้อยกว่า 1 และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ควรมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งจะไม่เกิดปัญหาว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน (Hair et al., 2014) ผลการทดสอบ พบว่า ค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.847 - 0.998 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 ส่วนค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.002 - 1.181 ไม่เกิน 10 จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรในการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ดังปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF)

ตัวแปร	Tolerance	VIF
ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร (RAE)	0.946	1.057
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร (MIR)	0.993	1.007
คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ (CBQ)	0.998	1.002
กลยุทธ์การเป็นผู้นำ (MSM)	0.989	1.011
ขนาดกิจการ (FIS)	0.847	1.181
ระยะเวลาดำเนินงาน (FIA)	0.893	1.120

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณในการศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R^2) มีค่าเท่ากับ 0.408 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 40.80 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ด้านความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ 0.196 ด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร มีค่าเท่ากับ 0.376 ด้านคุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ มีค่าเท่ากับ 0.152 และด้านกลยุทธ์การเป็นผู้นำ มีค่าเท่ากับ 0.492 มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 - 4 นอกจากนี้ ลักษณะกิจการ ด้านขนาดกิจการ มีค่าเท่ากับ 0.024 และด้านระยะเวลาดำเนินงานมีค่าเท่ากับ -0.080 ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงาน ดังนั้นผลการวิจัยข้างต้นสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$OPQ = 0.076 + 0.196RAE + 0.376MIR + 0.152CBQ + 0.492MSM$$

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์	คุณภาพการดำเนินงาน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	0.076	0.194	0.395	0.694
ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากร (RAE)	0.196	0.073	2.677	0.009**
ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหาร (MIR)	0.376	0.071	5.264	0.000**
คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ (CBQ)	0.152	0.071	2.128	0.036*
กลยุทธ์การเป็นผู้นำ (MSM)	0.492	0.073	6.777	0.000**
ขนาดกิจการ (FIS)	0.024	0.155	0.155	0.877
ระยะเวลาดำเนินงาน (FIA)	-0.080	0.219	-0.366	0.715
R^2 = 0.439, Adjusted R^2 = 0.408, F-statistics = 14.326, p-value = 0.000				

*p<.05, **p<.01

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อธิบายผลตามสมมติฐาน ดังนี้

1. ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรมีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน ทั้งนี้เพราะกิจการขนาดใหญ่ที่มีทรัพยากรมากกว่ากิจการขนาดเล็ก มักให้ความสำคัญกับการจัดสรรการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุดด้วยการวิเคราะห์อัตราส่วนประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (Efficiency Ratio) และเปรียบเทียบกับการดำเนินงานในอดีตที่ผ่านมาและเปรียบเทียบกับในอุตสาหกรรมเดียวกันถึงการใช้ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุดเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการจัดสรรการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่านำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานที่สูงขึ้น สอดคล้องกับ Chen and Hsu (2010) กล่าวว่า ความเป็นเลิศในการจัดสรรทรัพยากรด้วยการวิเคราะห์เปรียบเทียบอัตราส่วนประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน ซึ่งแสดงถึงการเพิ่มขึ้นของคุณภาพการดำเนินงาน บริษัทจำเป็นต้องวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลในอดีตและปัจจุบัน เพื่อวางแผนในอนาคต อย่างไรก็ตาม การปรับปรุงการจัดสรรทรัพยากรอาจเห็นผลช้า เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดสรรทรัพยากรจะส่งผลต่อคุณภาพการดำเนินงานของกิจการในปีถัดไป นอกจากนี้ความสามารถในการจัดการทรัพยากรเป็นกุญแจสำคัญสำหรับกิจการในการวางแผนการใช้งาน

ทรัพยากรที่เพียงพอและเหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อคุณภาพการดำเนินงานและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Canovas, Taha, Lloret, & Tomas, 2018)

2. ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารมีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารระดับสูงจำเป็นต้องใช้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือในการบริหารงานต่อการตัดสินใจ การวางแผน ควบคุมการดำเนินงาน หากข้อมูลมีความน่าเชื่อถือส่งผลให้เกิดคุณภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ Kim and Narasimhan (2002) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกบริษัท เพื่อนำไปใช้ในการบริหารเชิงกลยุทธ์ให้เกิดคุณภาพการดำเนินงาน นอกจากนี้ Hwang, Chang, Chen, and Wu (2008) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารมีผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจากความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในเวลาที่จำกัด แตกต่างจากความน่าเชื่อถือของข้อมูลบัญชีการเงินซึ่งมีความล่าช้าต่อการใช้งานเนื่องจากต้องจัดทำตามมาตรฐานรายงานทางการเงินและยากต่อการตีความนำไปใช้ประโยชน์ของฝ่ายบริหาร นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือของข้อมูลบริหารจะนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่จำเป็นและไม่มีรูปแบบที่แน่นอน มุ่งเน้นให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่ายและกระชับ สามารถนำไปใช้พัฒนาคุณภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

3. ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านคุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์มีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน เนื่องจากกิจการขนาดใหญ่มีการลงทุนอย่างมหาศาลจำเป็นต้องใช้เครื่องมือบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนรวมถึงการควบคุมติดตามให้ต้นทุนเป็นไปตามเป้าหมายและได้รับผลประโยชน์ตามแผนที่วางด้วยการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบัน เป็นต้น นำไปสู่คุณภาพการดำเนินงานให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับการศึกษาเชิงประจักษ์ของ York and Miree (2004) กล่าวว่า คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์จะช่วยเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานด้วยการประเมินและวิเคราะห์คุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ให้เป็นไปตามความต้องการ นอกจากนี้ Gimzauskiene and Valanciene (2009) ระบุถึงคุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์ว่าเป็นหนึ่งในประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อให้บริษัทบรรลุความสำเร็จด้านคุณภาพการดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าคุณภาพของต้นทุน-ผลประโยชน์เป็นสิ่งจำเป็นที่บริษัทควรวางแผน ควบคุม และติดตามอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของคุณภาพการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

4. ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ ด้านกลยุทธ์การเป็นผู้นำมีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง กิจการขนาดใหญ่จำเป็นต้องรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและแสวงหาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของ

ลูกค้าและคู่แข่งขันได้ บริษัทจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้สูงหรือดีกว่ามาตรฐานที่วางไว้ รวมถึงขั้นตอนการทำงานให้เกิดความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น นำไปสู่การเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพและรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า สอดคล้องกับ Makanga and Paul (2017) กล่าวว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำใช้ในการปรับปรุงการวางแผน ควบคุม และติดตาม กิจกรรมเชิงกลยุทธ์ภายในบริษัทเพื่อให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ลูกค้าคาดหวังไว้ได้ภายใต้คุณภาพการดำเนินงานของบริษัท

5. ลักษณะกิจการ คือ ขนาดกิจการ และระยะเวลาดำเนินงาน ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการดำเนินงาน แสดงให้เห็นว่าขนาดกิจการที่ใหญ่ขึ้น และระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยาวนานขึ้น ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาดำเนินงานของกิจการที่ยาวนานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรักษาระดับผลกำไรได้อย่างต่อเนื่อง และการพัฒนาด้านคุณภาพการดำเนินงานที่มากขึ้น (Coad et al., 2018) นอกจากนี้ขนาดกิจการเป็นปัจจัยกำหนดความสำเร็จต่อคุณภาพการดำเนินงานของกิจการด้วยการประหยัดจากการดำเนินการผลิตในจำนวนที่มากทำให้ต้นทุนต่ำ (Kouser, Awan, Gule, & Shahzad, 2011)

การศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์และคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าฝ่ายบริหารให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นไปยังประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงโครงสร้างการทำงานให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มคุณภาพการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการศึกษา การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิผลการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่การค้นหาแนวทางในการพัฒนาการบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์ภายในบริษัทให้ดียิ่งขึ้น

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เก็บจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปอาจเก็บข้อมูลจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรืออาจทำการเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นระหว่างสองกลุ่มได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่มอบทุนวิจัย ตลอดจนกลุ่มตัวอย่างทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถาม คณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ผู้เขียน และคอยสนับสนุนผลักดันในทุกเรื่องเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์

เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Ahmed, K. (2017). The implementation of management accounting practices and its relationship with performance in small and medium enterprises. *International Review of Management and Marketing*, *7*(1), 342-353.

Al-Mamary, Y. H., Shamsuddin A., & Aziati, N. (2014). Factors affecting successful adoption of management information systems in organizations towards enhancing organizational performance. *American Journal of Systems and Software*, *2*(5), 121-126.

Banker, R., & Johnston, H. H. (2014). Strategic management accounting and control. *Strategic Management Accounting Handbook, 5*(5), 1-15.

Cadez, S., & Guilding, C. (2012). Strategy, strategic management accounting and performance: A configurational analysis. *Industrial Management and Data Systems*, *112*(3), 484-501.

Canovas, A., Taha, M., Lloret, J., & Tomas, J. (2018). Smart resource allocation for improving QoE in IP multimedia subsystems. *Journal of Network and Computer Applications, 104*(1), 107-116.

Chen, H., & Hsu, C. (2010). Internationalization, resource allocation and firm performance. *Industrial Marketing Management*, *39*(7), 1103-1110.

Coad, A., Holm, J. R., Krafft, J., & Quatraro, F. (2018). Firm age and performance. *Journal of Evolutionary Economics, 28*(1), 1-14.

Ditkaew, K. (2018). The effects of cost management quality on the effectiveness of internal control and reliable decision-making: Evidence from Thai industrial firms. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 211*(1), 60-69.

Drury, C. (2012). *Management and cost accounting* (8th ed.). Andover, Hampshirc: Cengage Learning.

Drury, C., & Tayles M. (2005). Explicating the design of overhead absorption procedures in UK organizations. *The British Accounting Review, 37*(2), 47-84.

Egbunike, C. F., & Okerekeoti, C. U. (2018). Macroeconomic factors, firm characteristics and financial performance. *Asian Journal of Accounting Research, 3*(2), 142-168.

Gimzauskiene, E., & Valanciene, L. (2009). Performance measurement system in the context of economics changes. *Economics & Management, 14*(1), 33-42.

Gnawali A. (2017). Management accounting systems & organizational performance of Nepalese commercial banks. *The Journal of Nepalese Business Studies, 10*(1), 8-19.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Hellstrom, K. (2006). The value relevance of financial accounting information in a transition economy: The case of the Czech Republic. *European Accounting Review, 15*(3), 325-349.

Hwang, H. G., Chang, I. C., Chen, F. J., & Wu, S. Y. (2008). Investigation of the application of KMS for diseases classifications: A study in a Taiwanese hospital. *Expert Systems with Applications, 34*(1), 725-733.

Jane, K. W., Aosa, E., Zachary, B. A., & Njihia, J. (2018). Intervening role of operational efficiency on the relationship between business process outsourcing and performance of oil and gas distribution firms in Kenya. *Journal of Finance and Accounting, 2*(1), 1-18.

Kamilah, A. (2017). The implementation of management accounting practices and its relationship with performance in small and medium enterprises. *International Review of Management and Marketing, 7*(1), 342-353.

Kaneko, P. (2017). Combination of strategic management accounting implementation organizational culture, and human resource accounting capabilities on sustainable competitive advantage: Literature review on Thai traditional puppetry businesses. *International Journal of Interdisciplinary Research, 6*(1), 67-78.

Kim, S. W., & Narasimhan, R. (2002). Information system utilization in supply chain integration efforts. *International Journal of Production Research, 40*(18), 4585-4609.

Kisavi, M. R., & Suleiman, M. M. (2015). Financial leverage and performance of listed firms in a frontier market: Panel evidence from Kenya. *European Scientific Journal, 11*(7), 534-550.

Kitenga, G., & Thuo, K. J. (2014). Theoretical underpinnings of dynamic capabilities. *European Journal of Business and Social Sciences, 3*(9), 181-190.

Kouser, R., Awan, A., Gule, R., & Shahzad, F. A. (2011). Firm size, leverage and profitability: Overriding impact of accounting information system. *Business & Management Review, 1*(10), 58-64.

Kumar, A., & Shafali, N. (2011). Strategic cost management – suggested framework for 21st century. *Journal of Business and Retail Management Research, 5*(2), 118-130.

Lerro, A., & Schiuma, G. (2013). Intellectual capital assessment practices: Overview and managerial implications. *Journal of Intellectual Capital, 14*(3), 352-359.

Makanga, R. O., & Paul, S. N. (2017). Influence of strategic management practices on performance of Kenya power and lighting company ltd, Nairobi county, Kenya. *The Strategic Journal of Business & Change Management, 4*(4), 289-306.

Malik, H. (2011). Determinants of insurance companies' profitability: An analysis of insurance sector of Pakistan. *Academic Research International, 1*(3), 315-321.

Misankova, M., & Kocisova, K. (2014). Strategic implementation as a part of strategic management. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 110*, 861-870.

Ndolo, P. S. (2015). *Impact of liquidity and solvency on financial performance of firms listed at the Nairobi securities exchange* (Master's thesis). University of Nairobi, Nairobi.

Nimtrakoon, S. (2009). *Organization strategy, management techniques and management accounting practices: Contingency research in Thailand* (Doctoral dissertation). University of Hull, East Riding of Yorkshire.

Ojha, S. K. (2015). Operational excellence for sustainability of Nepalese industries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 189*, 458-464.

Olusegun, M. (2016). Management perceptions of the role of strategic management accounting techniques in decision making: A survey of Nigerian petroleum marketing. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research, 2*(8), 1-10.

Otley, D. (2001). Extending the boundaries of management accounting research: Developing systems for performance management. *British Accounting Review, 33*(3), 243-261.

Pervan, M., Pervan, I., & Curak, M. (2017). The influence of age on firm performance: Evidence from the croatian food industry. *Journal of Eastern Europe Research in Business and Economics, 2017*(1), 1-9.

Rahman, R. A., & Mohamed, A. F. H. (2006). Board, audit committee, culture and earnings management: Malaysian evidence. *Managerial Auditing Journal, 21*(7), 783-804.

Rizan, M., Balfas, F., & Purwohedi, U. (2019). The influence of strategic orientation, organizational innovation capabilities and strategic planning on the performance of technology-based firms. *Academy of Strategic Management Journal, 18*(3), 1-11.

Robkob, A. (2019). Audit trust and sustainability: An empirical investigation of tax auditors in Thailand. *Hatyai Academic Journal, 17*(1), 1-16. **[in Thai]**

Sakthachak, K., & Sukwattanasinitt, K. (2019). Factors affecting working efficiency of digital accountants working in Thai government offices. *Hatyai Academic Journal, 17*(1), 17-31. **[in Thai]**

Sherman, G., Siebers, P. O., Menachof, D., & Aickelin, U. (2016). *Decision making in service industries: A practical approach*. Boca Raton: CRC Press.

Simmonds, K. (1981). Strategic management accounting. *Management Accounting, 59*(4), 26-29.

Socea, A. D. (2012). Managerial decision-making and financial accounting information. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 58*, 47-55.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal, 18*(7), 509-533.

Teru, S. P. (2017). A review of the impact of accounting information system for effective internal control on firm performance. *Indian Journal of Finance and Banking, 1*(2), 52-59.

The Stock Exchange of Thailand. (2019). *List of companies/securities*. Retrieved from https://www.set.or.th/en/company/companylist.html **[in Thai]**

Uckelmann, D. (2012). Quantifying the value of RFID and the EPC global architecture framework in logistics. Heidelberg: Springer Science & Business Media.

Wudhikarn, R. (2016). An efficient resource allocation in strategic management using a novel hybrid method. *Management Decision, 54*(7), 1702-1731.

York, K. M., & Miree, C. E. (2004). Causation or co-variation: An empirical re-examination of the link between TQM & financial performance. *Journal of Operations Management, 22*(3), 291-311.

บทความวิจัย

การศึกษาคุณค่าตราสินค้า และการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

A Study of Brand Equity and Repurchase Intention of Facial Skincare Products: A Case of Gen Y Consumers

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี[1*] และ อนุสรา กอฟัก[1]
Kedwadee Sombultawee[1*] and Anusara Korfak[1]

Abstract

This research aims to investigate brand equity dimensions and their impact on repurchase intention for facial skincare products, a major aspect of the retail cosmetic industry. This study adopts the qualitative method. Data were collected from 428 samples, all Thai consumers born between 1980 to 1999 (popularly known as Generation Y). Results reveal that there are three elements of brand equity, brand awareness, brand loyalty, and perceived quality positively impacting repurchasing intention. These findings suggest that companies should consider brand equity and develop effective marketing strategies to enhance consumer repeat purchases of products and services to maintain existing customers and increase new target consumers. In addition, brand equity should help companies increase sales and maintain market shares.

[1]คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12121

[1]Faculty of commerce and accountancy, Thammasat University, Klongnhueng Sub-district, Klonglaung District, Prathumthani Province 12121

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: kedwadee@tbs.tu.ac.th)

รับบทความวันที่ 4 มิถุนายน 2563 แก้ไขวันที่ 2 เมษายน 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 9 เมษายน 2564

Keywords: *Facial Skincare, Brand Equity, Beauty and Personal Care Industry*

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า ที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีสัดส่วนการทำรายได้สูงที่สุดในตลาดเครื่องสำอาง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 428 คน ซึ่งทั้งหมดเป็นผู้บริโภคที่เป็นประชากรไทยและเกิดในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2523 - 2542 หรือที่รู้จักกันดีในนามของกลุ่มเจเนอเรชันวาย ผลการศึกษา พบว่า มีองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า 3 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวาย คือ 1) การรับรู้ตราสินค้า 2) ความภักดีต่อตราสินค้า และ 3) คุณภาพที่รับรู้ ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิผลต่อตัวแปรตาม หรือการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลจากงานวิจัยทำให้บริษัทควรต้องคำนึงถึงเรื่องคุณค่าตราสินค้า และใช้ประโยชน์จากผลการศึกษาในการสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสม ให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำในสินค้าหรือบริการ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่า สร้างลูกค้าใหม่ ตลอดจนสร้างรายได้ และรักษาส่วนแบ่งการตลาด

คำสำคัญ: *ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คุณค่าตราสินค้า อุตสาหกรรมความงาม*

บทนำ

การพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การศึกษา และการเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนมีมาตรฐานที่ดีขึ้น ประกอบกับรายได้และอำนาจการซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น ทำให้คนหันมาใส่ใจเรื่องการดูแลตนเอง ตลอดจนการใส่ใจเรื่องการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นด้วย (Sabharwal, Maan & Kumar, 2014) คนส่วนใหญ่ในปัจจุบันจึงเริ่มให้ความสนใจ รวมถึงมีความกังวลในเรื่องของความงาม และภาพลักษณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งเรื่องของความสวยงามเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้รับชม โดยจะให้ความสนใจในเรื่องของลักษณะและบุคลิกภาพ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (Sabharwal et al., 2014; Janany & Shivany, 2017)

จากข้อมูลของหน่วยงาน US Commercial Service (2007 cited in Bumrungkitjareon & Tanasansopin, 2011) พบว่า ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศแถบเอเชียที่มีการแข่งขันสูงมากในตลาดเครื่องสำอาง และมีคู่แข่งจำนวนมากในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยสามารถแบ่งได้เป็นระดับ Mass Market และ Premium Market สอดคล้องกับรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 ตลาดเครื่องสำอางมีมูลค่าประมาณ 1.68 แสนล้านบาท (Kasikorn Research Center, 2018) มีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 7.6 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2556 - 2560 แสดงให้เห็นถึงความมีศักยภาพของตลาด ซึ่งเป็นผลจากพฤติกรรมคนไทยยุคใหม่ ที่ต่างหันมาสนใจความสวยความงามรวมถึงเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพมากขึ้น โดยตลาดขยายตัวจากกลุ่มเพศหญิงวัยทำงานไปสู่กลุ่มวัยรุ่น

และคนสูงวัย รวมถึงกลุ่มเพศชายเองก็หันมาดูแลใส่ใจ ดูแลร่างกายมากขึ้นกว่าเดิม

ตามรายงานของ Laing (2010 cited in Chen, Lee, Tu, & Chao, 2011) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยอดนิยม เช่นเดียวกับรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (Kasikorn Research Center, 2018) รายงานว่าสัดส่วนของตลาดเครื่องสำอางแบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิว มีสัดส่วนสูงสุดถึง 47% ของทั้งหมด แบ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า 84% และกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลผิวกาย 16% ถัดมา คือ ผลิตภัณฑ์ดูแลผม 18.3% เครื่องสำอางสำหรับตกแต่ง 14% ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดร่างกาย 16% และน้ำหอม 5% ตามลำดับ

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมความงามและบำรุงผิว แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) เจเนอเรชันวาย (Generation Y) และ เจเนอเรชันแซด (Generation Z) โดยพบว่า กลุ่มที่มีสัดส่วนสูงสุด คือ กลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 43% ทั้งในแง่ของมูลค่าและปริมาณการซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน (Brandinside, 2018) ทั้งนี้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อตามความหลากหลายของปัจจัยต่าง ๆ เช่น จิตวิทยาวัฒนธรรมส่วนบุคคลที่จับต้องได้ รวมถึงแง่มุมที่จับต้องไม่ได้ของผลิตภัณฑ์และบริการ สอดคล้องกับสถานประกอบการหลายแห่งประสบปัญหาในการรักษาลูกค้า เพราะไม่เข้าใจความต้องการและความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค ทั้งนี้ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้จากปัจจัยเรื่องความเชื่อมั่นในชื่อตราสินค้า และคุณค่าของตราสินค้า (Akhtar, Siddiqi, Ashraf, & Latif, 2016)

ปัจจุบันตราสินค้าเป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจของหลายประเทศ (Akhtar et al., 2016) โดยเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร (Pather, 2015) และการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการสร้างชัยชนะ (Ogbuji, Anyanwu & Onah, 2011) ประกอบกับความตั้งใจของผู้บริโภคในการซื้อซ้ำสินค้าหรือบริการเดิมอย่างต่อเนื่อง นับเป็นอีกสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมาก โดยงานวิจัยในอดีตมีการศึกษาเรื่องของคุณค่าตราสินค้ากับการตั้งใจซื้อสินค้าในหลายอุตสาหกรรม จากงานวิจัยของ Chang and Brodowsky (2007) พบว่า คุณค่าตราสินค้าเป็นตัวกลางระหว่างความสัมพันธ์ในเรื่องทัศนคติ และความตั้งใจซื้อซ้ำ และ Ekaputri, Rahayu, and Wibowo (2016) ศึกษาเกี่ยวกับผลของการสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อความพึงพอใจของลูกค้าและผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าคลินิกผิวหนังในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อ

จากบริบทที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า และการตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า แต่ยังไม่มีการศึกษาอย่างจริงจังในกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชันวาย ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการเข้าใจถึงคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากตลาดความงามเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว

และมีการแข่งขันสูง นักการตลาดจำเป็นต้องมีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมและใช้คุณค่าตราสินค้าเป็นเครื่องมือในการเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในการเพิ่มยอดขาย (Lee, Goh, & Noor, 2019) และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้เหนือคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

นิยามและแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity)

คุณค่าตราสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งจะช่วยให้แบรนด์มีความเข้มแข็ง และประสบความสำเร็จ (Chang, Hsu, & Chung, 2008) รวมถึงสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวให้กับองค์กร ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า พบว่า นักวิจัยหลายท่านได้กำหนดนิยามของคุณค่าตราสินค้าไว้หลากหลายและแตกต่างกันไป โดยแนวคิดเรื่องคุณค่าของตราสินค้านั้นเริ่มถูกใช้งานอย่างกว้างขวางในปี 1980 และได้รับความนิยมจากหนังสือขายดีของ David A. Aaker ที่มีชื่อว่า “Managing Brand Equity” ที่ตีพิมพ์ในปี 1991 (Moisescu, 2005) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าของตราสินค้าไว้ ดังนี้

Winters (1991) กล่าวว่า คุณค่าตราสินค้า คือ สิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการเชื่อมโยงของผู้บริโภค และความเชื่อมั่นโดยเฉพาะในชื่อเสียงของแบรนด์

Aaker (1992) กล่าวว่า คุณค่าตราสินค้า คือ ชุดของสินทรัพย์และหนี้สินที่มีความเชื่อมโยงกับชื่อ และสัญลักษณ์ของตราสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อส่งมอบแก่ลูกค้าเช่นเดียวกับที่สร้างให้แก่บริษัท

โดยสรุป คุณค่าตราสินค้า หมายถึง ชุดสินทรัพย์ของแบรนด์ ประกอบด้วย การรับรู้ตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า คุณภาพที่รับรู้ของตราสินค้า และความเชื่อมโยงตราสินค้า ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมถึงตัวองค์กร

องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า

Aaker (1991) ได้อธิบายมุมมองต่าง ๆ ของคุณค่าตราสินค้าโดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบที่เสริมสร้างคุณค่าตราสินค้า ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า การเชื่อมโยงตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และคุณภาพที่รับรู้ ดังนี้

1. การรับรู้ตราสินค้า (Brand Awareness)

การรับรู้ตราสินค้า คือ คุณลักษณะอันดับแรก และเป็นพื้นฐานของคุณค่าตราสินค้า (Tong & Hawley, 2009) โดยเป็นองค์ประกอบที่เกิดขึ้นก่อนที่การเชื่อมโยงตราสินค้าจะเกิดขึ้นได้ ในกรณีที่ผู้บริโภคมีเวลาในการเลือกบริโภคอย่างจำกัด ความคุ้นเคยกับชื่อของตราสินค้าจะเป็นสิ่งมีอิทธิพล

อย่างเพียงพอที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อของผู้บริโภค (Pitta & Katsanis, 1995)

Percy and Rossiter (1992) ให้นิยามการรับรู้ตราสินค้าว่า คือ ความสามารถของผู้บริโภคในการจดจำรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าได้ และเป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในขณะที่ Keller (1993) กล่าวว่า การรับรู้ตราสินค้าเป็นพื้นฐานที่ผู้บริโภคจะทำการ "ซื้อสินค้าจากตราสินค้าที่เคยได้ยินชื่อ" หรือ "เลือกจากตราสินค้าที่พวกเขารู้จัก" โดยจะทำการตัดสินใจบนพื้นฐานของตราสินค้าที่พวกเขาคุ้นเคยหรือรู้จัก

Mowen and Minor (2001) กล่าวว่า การรับรู้ตราสินค้า คือ ความสามารถของผู้บริโภคที่รับรู้ และจดจำการมีตัวตนของผลิตภัณฑ์บางอย่าง ท่ามกลางกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเป็นที่รู้จักกันดี และถูกพูดถึงมากกว่าของคู่แข่ง

Keller (2013) กล่าวว่า การรับรู้ตราสินค้า คือ การสร้างความคุ้นเคยที่เพิ่มขึ้นจากการเปิดรับการรับรู้ซ้ำ ๆ จากปัจจัยต่าง ๆ ในตราสินค้า เช่น ชื่อ สัญลักษณ์ โลโก้ ลักษณะ/บุคลิก บรรจุภัณฑ์ สโลแกน การโฆษณา การสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณากลางแจ้ง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเพิ่มการรับรู้ ความคุ้นเคยในตราสินค้าให้กับผู้บริโภค

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้ตราสินค้า เป็นรากฐานสำคัญของคุณค่าตราสินค้า โดยเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความสามารถในการรับรู้ จดจำ และระลึกถึงตราสินค้าใด ๆ ในกลุ่มสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ทั้งจากชื่อ สัญลักษณ์ สโลแกน การโฆษณา และ อื่น ๆ ซึ่งจะสร้างความคุ้นเคยให้กับผู้บริโภคและตราสินค้า อันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้ของผู้บริโภค

2. การเชื่อมโยงตราสินค้า (Brand Association)

การเชื่อมโยงตราสินค้าเป็นการเชื่อมต่อระหว่างคุณสมบัติ คุณประโยชน์ วิถีชีวิต การใช้งานทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับความทรงจำพื้นฐานของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเปลี่ยนแปลงได้จากประสบการณ์การใช้งาน อีกทั้งยังช่วยในกระบวนการจัดการ และดึงข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในความทรงจำของผู้บริโภคด้วยวิธีการที่เฉพาะเจาะจง (Moisescu, 2005)

Emari, Jafari, and Mogaddam (2012) ให้คำนิยามการเชื่อมโยงตราสินค้าว่าเปรียบเสมือนข้อมูลของตราสินค้า ทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่อยู่ในใจผู้บริโภค และ Biel (1991 cited in Lee et al., 2019) กล่าวว่า การเชื่อมโยงตราสินค้าเป็นองค์ประกอบที่ช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้า ตัวอย่างเช่น ความเชื่อมั่น หรืออารมณ์ความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า

Jamil and Wong (2010) กล่าวว่า การเชื่อมโยงตราสินค้าเปรียบเสมือนจุดแข็งในเรื่องของคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่แบรนด์นำเสนอให้แก่ผู้บริโภค โดยสรุปการเชื่อมโยงตราสินค้า หมายถึงการเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นข้อมูลของตราสินค้าที่นำเสนอแก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ และให้อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค

จากที่กล่าวมาข้างต้น การเชื่อมโยงต่อตราสินค้านั้นเปรียบเสมือนสิ่งกีดขวางที่ช่วยปกป้องตราสินค้าจากคู่แข่ง การที่แบรนด์มีการเชื่อมโยงตราสินค้าที่แข็งแรง จึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยในการ

สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ (Moisescu, 2005)

3. ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)

ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นเรื่องของพฤติกรรมและทัศนคติ ซึ่งส่งผลถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เฉพาะเจาะจงแบรนด์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการท่ามกลางกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน โดยเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงสิ่งที่แบรนด์ให้ ได้แก่ คุณสมบัติที่ดีของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ หรือระดับของคุณภาพ ณ ระดับราคาที่เหมาะสม การรับรู้ดังกล่าวถือเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมการซื้อรูปแบบใหม่ของผู้บริโภค โดยเริ่มจากการที่ผู้บริโภคจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เมื่อใช้แล้วเกิดความพึงพอใจจะทำการซื้อผลิตภัณฑ์ และซื้ออย่างต่อเนื่องในแบรนด์นั้น ๆ เนื่องจากความรู้สึกที่ปลอดภัยและความรู้สึกคุ้นเคยในตราสินค้า (Yee & Sidek, 2008)

Mao (2010) ได้ให้คำนิยามของความภักดีต่อตราสินค้าว่า คือการรักษาความชื่นชอบในสินค้าหรือบริการที่เฉพาะเจาะจงแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่ง มากกว่าแบรนด์อื่น ๆ ผู้บริโภคที่มีความภักดีต่อแบรนด์ มีแนวโน้มที่จะจ่ายเงินสำหรับซื้อสินค้าแบรนด์เดียวกันและพูดถึงคุณค่าของสินค้าในทางที่ดี ยิ่งไปกว่านั้นพวกเขาจะมีความเชื่อว่าการเลือกของพวกเขาดีกว่าคนอื่น ๆ Yoo et al. (2000 cited in Lee et al., 2019) กล่าวว่า ความภักดีต่อตราสินค้า คือ ความสามารถในการโน้มน้าวผู้บริโภคให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเดิม โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น

ความภักดีต่อตราสินค้าเป็นองค์ประกอบที่แตกต่างจากองค์ประกอบอื่น ๆ ในคุณค่าตราสินค้า เนื่องจากความภักดีต่อตราสินค้านั้นจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากประสบการณ์การซื้อ หรือการใช้งานมาก่อน ในขณะที่เรื่องของการรับรู้ตราสินค้า การเชื่อมโยงตราสินค้า และคุณภาพที่รับรู้เกิดจากคุณลักษณะของตราสินค้าที่ผู้บริโภครับรู้ได้โดยที่ยังไม่เคยซื้อ หรือเคยใช้สินค้าหรือบริการ (Tabaku & Zerellari, 2015)

4. การรับรู้คุณภาพ (Perceived Quality)

การรับรู้คุณภาพ ในที่นี้ไม่ใช่คุณภาพที่แท้จริงที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Zeithaml, 1988) แต่เป็นการรับรู้คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ (Boon-Ake, 2017) โดยคุณภาพที่รับรู้นั้นอาจส่งผลต่อความเต็มใจที่จะซื้อ และราคาที่ลูกค้าเต็มใจจะจ่าย (Cole & Flynn, 2009) เพื่อให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ และเป็นปัจจัยที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้บริโภคแต่ละราย (Aaker, 1991) ทั้งนี้ ความพึงพอใจในคุณภาพที่รับรู้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภคในอนาคต

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้คุณภาพ หมายถึง การรับรู้คุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจ และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการเปรียบเทียบกับทางเลือกอื่นในหมวดหมู่เดียวกัน ทั้งนี้ เมื่อผู้บริโภคเห็นว่าตราสินค้ามีคุณภาพที่ดี ผู้บริโภคจะเกิดความชื่นชอบในตราสินค้านั้น ๆ และทำการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้สินค้าดังกล่าวมียอดขาย และส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นด้วย (Boon-Ake, 2017)

แนวคิดเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase Intention)

การตั้งใจซื้อซ้ำ คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการเดิมซ้ำอีกครั้งกับผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการรายเดิม (Fornell, 1992) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการตั้งใจซื้อ แต่ต่างกันในเรื่องของประสบการณ์ (Bojei & Hoo, 2012) นอกจากนี้ Akhter (2010) ยังกล่าวว่า การตั้งใจซื้อมีความสัมพันธ์อย่างมากต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ โดยผู้บริโภคที่มีความรู้สึกดีในการตั้งใจซื้อครั้งแรกนั้นมีแนวโน้มจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมซ้ำอีกในอนาคต

Anderson (2006 cited in Kasempipatkul, 2014) ได้อธิบายถึงความสำเร็จในการขายโดยกล่าวว่า การขายที่ประสบความสำเร็จนั้น สามารถพิจารณาได้จากการที่ลูกค้ามีการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการซ้ำแบรนด์เดิม โดยการซื้อซ้ำนั้นเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าหรือบริการเป็นพื้นฐาน ทั้งนี้ ความเชื่อถือ และความวางใจถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก จากงานวิจัยของ Ranjbarian, Sanayei, Kaboli, and Hadadian (2012) พบว่า คุณภาพที่รับรู้มีอิทธิพลอย่างมากต่อภาพลักษณ์ของร้านค้า ความพึงพอใจ รวมถึงความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ซึ่งความตั้งใจซื้อซ้ำเป็นกระบวนการซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากแบรนด์เดิม ๆ (Hellier, Geursen, Carr, & Rickard, 2003) โดยเหตุผลหลักมาจากประสบการณ์ของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นหลังจากจากการใช้งานหรือใช้บริการ

อุตสาหกรรมความงาม (Beauty and Personal Care Industry)

ในปัจจุบันตลาดความงาม ตลาดเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สำหรับอาบน้ำและดูแลผิว เป็นตลาดที่ค่อนข้างมีความมั่นคงและเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งความสามารถในการยืดหยุ่นในสภาพเศรษฐกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ทั้งนี้ ตลาดความงามทั่วโลกมักแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม เครื่องสำอาง น้ำหอม และเครื่องใช้ในห้องน้ำ กลุ่มผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความสมบูรณ์และความแตกต่าง สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังเกี่ยวกับเครื่องสำอางของผู้บริโภค (Łopaciuk & Łoboda, 2013)

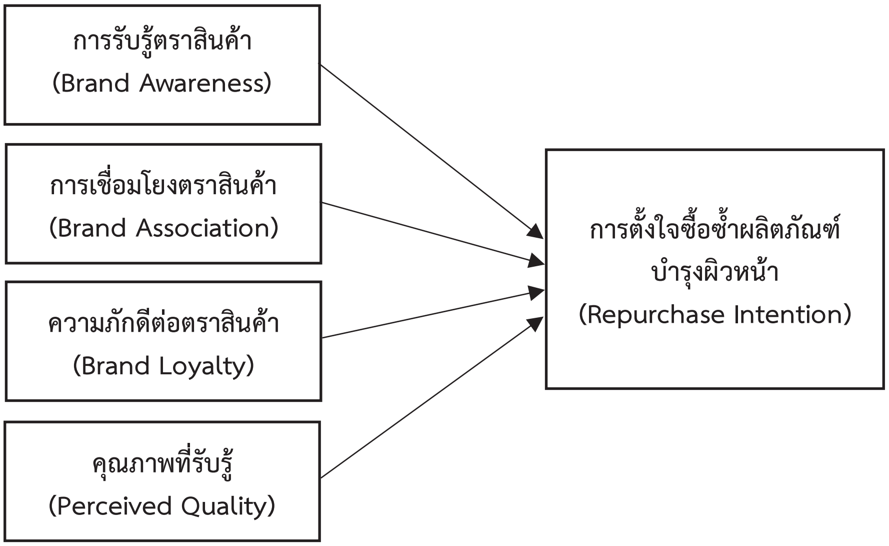
กลุ่มประชากรเจเนอเรชันวาย (Generation Y Population)

เจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือที่เรียกอีกอย่างว่า เน็กซ์เตอร์ (Nexters) หรือ มิลเลนเนียลส์ (Millennials) (Crampton & Hodge, 2009) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2523 - 2542 มีอายุประมาณ 21 - 40 ปี (TerraBKK.com, 2019) ในยุคเจเนอเรชันวายถือเป็นยุคของกลุ่มคนที่มีการศึกษาดี และมีความเจริญรุ่งเรืองของเทคโนโลยี กลุ่มคนเจเนอเรชันวาย ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในโลกของคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ (Crampton & Hodge, 2009) โดยอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลอย่างมากต่อการใช้ชีวิตของคนกลุ่มนี้ ซึ่งหมายความว่าพวกเขาต้องการ หรือชอบที่จะเข้าถึงข้อมูลบนโลกออนไลน์มากกว่าสื่อท้องถิ่น และชอบที่จะสื่อสารกันผ่านสังคมออนไลน์มากกว่าการเจอหน้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้พวกเขาแตกต่างจากคนกลุ่มอื่น

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามกรอบแนวคิดและสมมติฐานงานวิจัย เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย โดยกำหนดตัวแปรต้นจากองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า

4 ส่วน จากแบบจำลองคุณค่าตราสินค้าของ Aaker (1991) ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า การเชื่อมโยงตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และคุณภาพที่รับรู้ และกำหนดตัวแปรตาม คือ การตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ประกอบกับงานวิจัยในอดีตของ Razak, Themba, and Sjahruddin (2019) ซึ่งศึกษาเรื่องการรับรู้ตราสินค้าต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ โดยทำการศึกษากับผู้บริโภคอาหารร้าน McDonalds' และ KFC ผลวิจัยพบว่า การรับรู้ตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pather (2015) ที่ศึกษาเรื่องคุณค่าตราสินค้าทั้ง 4 องค์ประกอบ จากแบบจำลองของ Aaker โดยผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และการเชื่อมโยงตราสินค้าเป็นองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ จึงนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐาน ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) การรับรู้ตราสินค้าส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

สมมติฐานที่ 2 (H2) การเชื่อมโยงตราสินค้าส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

สมมติฐานที่ 3 (H3) ความภักดีต่อตราสินค้าส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

สมมติฐานที่ 4 (H4) คุณภาพที่รับรู้ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อและใช้สินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าซึ่งเป็นเจเนอเรชันวาย หรือกลุ่มคนที่มีอายุ 21 - 40 ปี (TerraBKK.com, 2019) อาศัยอยู่ในประเทศไทย และมีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมานับจากวันที่ทำการเก็บข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Samples) แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน งานวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบประชากร ด้วยสมมติฐานว่าข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) โดยใช้วิธีคำนวณหากลุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด (Infinite Population) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ตามสูตรของ Cochran (1977) มีจำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำรวจและรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administrated) เพื่อให้ได้คำตอบที่มีความน่าเชื่อถือ โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน เพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลการวิจัยที่ต้องการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อคำถามที่ใช้ในงานวิจัย และแหล่งที่มา

ข้อคำถาม	แหล่งที่มา
คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ตราสินค้ากับการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - การรับรู้ตราสินค้า เป็นสิ่งที่สำคัญเมื่อต้องทำการตัดสินใจซื้อซ้ำ - ตราสินค้าหรือแบรนด์ทำให้มั่นใจที่จะซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นประจำ - เมื่อนึกถึงผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า แบรนด์ที่ใช้มักจะอยู่ในใจเสมอ - มีความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าที่ซื้อ - การรับรู้ถึงความแตกต่างของแบรนด์ในผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่กับแบรนด์อื่น ๆ - ได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารของแบรนด์ เมื่อทำการตัดสินใจซื้อซ้ำ - ตราสินค้าหรือแบรนด์บ่งบอกถึงคุณประโยชน์และคุณค่า เมื่อทำการซื้อซ้ำ	Pather (2015)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อคำถาม	แหล่งที่มา
คำถามเกี่ยวกับการเชื่อมโยงตราสินค้ากับการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - ไว้วางใจในแบรนด์ที่รู้จักมากกว่า เมื่อจะทำการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - จะนึกถึงแบรนด์ที่เพื่อนหรือครอบครัวใช้ เมื่อต้องทำการตัดสินใจซื้อซ้ำ - แบรนด์ที่ใช้นั้นมีความคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป เมื่อซื้อซ้ำ - นึกถึงผลลัพธ์การใช้งานของแบรนด์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเมื่อซื้อซ้ำ - คิดว่าคนอื่นจะมองหรือตัดสินที่ตัวเราหรือจากตราสินค้าที่ใช้	Bumrungkitjareon and Tanasansopin (2011) และ Pather (2015)
คำถามเกี่ยวกับความภักดีต่อตราสินค้ากับการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - มีความภักดีต่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ใช้อยู่ และจะไม่เปลี่ยนแบรนด์ - จะขอคำแนะนำ ถ้าต้องเปลี่ยนแบรนด์ เมื่อต้องทำการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - มีความภักดีและจะซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าเฉพาะแบรนด์ที่มีความเชื่อมั่น - จะใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าหลายยี่ห้อ และเมื่อซื้อซ้ำจะสลับระหว่างแบรนด์เหล่านั้น - การตัดสินใจซื้อซ้ำ ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความภักดีที่มีต่อแบรนด์	Pather (2015)
คำถามเกี่ยวกับคุณภาพที่รับรู้กับการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - คุณภาพที่รับรู้เกี่ยวกับแบรนด์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ - เชื่อในข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคุณภาพในแบรนด์ เมื่อทำการซื้อซ้ำ - เชื่อในการบอกต่อแบบปากต่อปากเกี่ยวกับคุณภาพในแบรนด์ เมื่อทำการซื้อซ้ำ - คุณภาพที่รับรู้เกี่ยวกับแบรนด์สำคัญมากกว่าความภักดี เมื่อต้องทำการซื้อซ้ำ - ต้องเห็นภาพรวมที่ดีของแบรนด์ เพื่อที่จะทำการซื้อผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	Pather (2015)
คำถามเกี่ยวกับการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า - ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ของแบรนด์หรือตราสินค้าเดิมที่เคยใช้ต่อไป - จะซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแบรนด์เดิมต่อไป แทนที่จะเปลี่ยนไปซื้อแบรนด์อื่น - ตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแบรนด์เดิมที่เคยซื้อต่อไปอีกในอนาคต	Bumrungkitjareon and Tanasansopin (2011) และ Otero Gómez and Giraldo Pérez (2019)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัยเพื่อให้มั่นใจถึงผลลัพธ์ที่มีความถูกต้องแม่นยำและมีประสิทธิภาพ โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต รวมทั้งจัดหมวดหมู่คำถามให้สอดคล้องกับตัวแปรวิจัย และนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง รวมถึงปรับปรุงแก้ไขให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น (Drost, 2011) จากนั้นผู้วิจัยได้ทำ Pilot Test กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น จำนวน 385 คน ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.727 - 0.851 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ควรมีค่ามากกว่า 0.7 เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ (Nunnally & Bernstein, 1994)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ประเภท คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้บุคคลเฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้ากลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทใดที่ใช้ สาเหตุที่ใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า แบรนด์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ซื้อบ่อยที่สุด ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้า สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าบ่อยที่สุด และจำนวนเงินค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแต่ละครั้ง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ผลทางสถิติแบบถดถอยพหุ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ คือ คุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 460 คน ทั้งนี้ ได้ตัดแบบสอบถามที่เลือกคำตอบว่า ไม่ได้มีอายุในช่วงระหว่าง 21 - 40 ปี จำนวน 13 คน และไม่ได้มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 19 คน ออกไป ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้มีแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 428 ชุด ซึ่งมีจำนวนมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ที่ 385 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น และจากการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 428 คน สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 75.9 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 76.4 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทที่ใช้ ตราสินค้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ซื้อบ่อยที่สุด สาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า เป็นคำถามที่สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก โดยได้สรุปและแจกแจงข้อมูลตามความถี่ และร้อยละ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 428 คน เลือกใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าประเภทครีมกันแดดมากที่สุด มีจำนวนทั้งหมด 317 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 สำหรับเหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้ามากที่สุด ได้แก่ เพื่อให้ผิวมีสุขภาพดี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 73.4 แบรนด์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ซื้อบ่อยที่สุด ได้แก่ แบรนด์ Eucerin จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นการซื้อ 1 ครั้งต่อ 3 เดือน จำนวนทั้งสิ้น 217 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าบ่อยที่สุด คือ จากร้านค้าเพื่อความงาม (Beauty specialists ex. Boots, Watsons, EVE AND BOY) จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแต่ละครั้งอยู่ในช่วง 1,000 - 5,000 บาท จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปร

ก่อนทำการวิเคราะห์ปัจจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้วิธีการสกัดปัจจัยหรือไม่ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติทดสอบในการวิเคราะห์ คือ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett’s Test of Sphericity โดย KMO เป็นการทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์หรือไม่ หากค่า KMO สูง แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัย แต่หากค่า KMO ต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อมูลไม่เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัย (Malhotra, 2010) ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า KMO เท่ากับ 0.853 แสดงว่าข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยในระดับดี และผลการทดสอบ Bartlett’s Test of Sphericity พบว่ามีค่า Chi-Square เท่ากับ 3036.053 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งเป็นค่าที่น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบ

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุของคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย พิจารณาจากค่า Beta ซึ่งเป็นค่าที่บอกน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรอิสระ โดยสามารถบอกได้ว่าตัวแปรอิสระใดมีผลต่อตัวแปรตามมากหรือน้อยกว่ากัน ตัวแปรอิสระที่มีค่า Beta มาก หมายความว่าตัวแปรอิสระนั้น สามารถพยากรณ์หรือมีผลต่อตัวแปรตามได้มากขึ้น หากตัวแปรอิสระที่มีค่า Beta น้อย หมายความว่าตัวแปรอิสระนั้นสามารถนำไปใช้พยากรณ์หรือมีผลต่อตัวแปรตามลดลง และค่า Sig. เป็นค่าที่บอกถึงความสัมพันธ์ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ โดยการวิจัยในครั้งนี้กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น ค่า Sig. ที่ได้น้อยกว่า 0.05 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ โดยได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุของคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวาย

Coefficients

Model B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Std. Error	b	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.419	0.246		5.770	0.000
H1 การรับรู้ตราสินค้า	0.099	0.046	0.099	2.176	0.030
H2 การเชื่อมโยงตราสินค้า	0.050	0.039	0.057	1.294	0.196
H3 คือ ความภักดีต่อตราสินค้า	0.293	0.041	0.334	7.194	0.000
H4 คือ คุณภาพที่รับรู้	0.227	0.050	0.215	4.575	0.000

a. Dependent Variable: Repurchase

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 2 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวายในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$\hat{y}$ = 0.246 + (0.046) X1 + (0.041) X3 + (0.050) X4

เมื่อ $\hat{y}$ แทน องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า

X1 แทน การรับรู้ตราสินค้า

X3 แทน ความภักดีต่อตราสินค้า

X4 แทน คุณภาพที่รับรู้

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า คุณภาพที่รับรู้ มีค่า Beta มากที่สุดอยู่ที่ 0.050 รองลงมา คือ การรับรู้ตราสินค้า มีค่า Beta อยู่ที่ 0.046 ความภักดีต่อตราสินค้ามีค่า Beta อยู่ที่ 0.041 และการเชื่อมโยงตราสินค้ามีค่า Beta อยู่ที่ 0.039 ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Sig. ที่ค่าความเชื่อมั่น 0.05 พบว่า มีตัวแปรอิสระ 3 ตัวที่มีค่า Sig. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และคุณภาพที่รับรู้ ซึ่งถือว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว ดังกล่าวมีความสัมพันธ์ต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าสามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรตามได้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ จึงยอมรับสมมติฐาน H1, H3 และ H4 ส่วน H2 ปฏิเสธสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า มีองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า 3 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ดังนี้

1. การรับรู้ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pather (2015); Treepaseach (2016) และ Razak et al. (2019) จากผลการวิจัยเหล่านี้สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้บริโภคมีระดับการรับรู้ตราสินค้าที่สูง ย่อมส่งผลต่อความเต็มใจในการตั้งใจซื้อซ้ำ โดยผู้บริโภคมักจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักกันดี ทั้งนี้ แบรนด์ที่ผู้บริโภคมีระดับการรับรู้ถึงแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ยังแสดงถึงความมีชื่อเสียงในตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค (Lee et al., 2019)

2. ความภักดีต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mehdi, Mojganc, and Masoud (2013) และ Olotewo (2016) การค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่าความภักดีต่อตราสินค้ามีผลในเชิงบวกโดยตรงกับความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมา ยิ่งผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้ามากเท่าไหร่ ผู้บริโภคก็จะมีความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการมากขึ้นเท่านั้น (Chinomona & Maziriri, 2017)

3. คุณภาพที่รับรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Asshidin, Abidin, and Borhan (2016) และ Lee et al. (2019) ซึ่งสรุปได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพในขั้นตอนการจัดซื้อ ไม่ว่ากับผลิตภัณฑ์ใดก็ตาม อีกมุมหนึ่ง การตัดสินใจซื้อนั้นอาจขึ้นอยู่กับการรับรู้คุณภาพ ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์

ซึ่งทั้งสามด้านสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bojei and Hoo (2012) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า และการใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์โทรศัพท์มือถือ และพบว่าทุกองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า ทั้งการรับรู้ ความภักดี และคุณภาพที่รับรู้ของตราสินค้า มีอิทธิผลต่อความตั้งใจซื้อโทรศัพท์มือถือในอนาคตของผู้บริโภค และเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของนักวิชาการหลายท่านที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมไว้ก่อนหน้านี้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และคุณภาพที่รับรู้เป็นองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค (Ulfat, Muzaffar, & Shoaib, 2014)

แต่จากผลการวิจัย พบว่า มีองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าหนึ่งด้านที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คือ การเชื่อมโยงตราสินค้า ไม่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวายในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม จากการทดสอบสมมติฐานข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Treepaseach (2016) ที่ศึกษาปัจจัยคุณค่าตราสินค้า พฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเชื่อมโยงตราสินค้านั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยความแตกต่างของผลงานวิจัยที่ได้นั้น อาจมีสาเหตุเนื่องมาจาก

งานวิจัยแต่ละเรื่องศึกษากลุ่มประชากรในประเทศที่แตกต่างกัน รวมถึงศึกษาในบริบทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน จึงอาจส่งผลให้ผลลัพธ์ของความสัมพันธ์ที่ได้นั้นมีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้ ในแง่ของการตั้งใจซื้อซ้ำในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ผู้บริโภคอาจจะตัดสินใจซื้อซ้ำโดยคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ มากกว่าการเชื่อมโยงกับตราสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาคุณค่าตราสินค้าและการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชันวาย โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้ตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า และคุณภาพที่รับรู้ เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการตั้งใจซื้อซ้ำ รวมถึงข้อคำถามที่ผู้วิจัยได้ศึกษาจากงานวิจัยในอดีตและนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าด้านต่าง ๆ และการตั้งใจซื้อซ้ำ มีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้อธิบายตัวแปรได้อย่างน่าพอใจ ซึ่งผลงานวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงสำหรับงานวิจัยในอนาคตได้

2. จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าทั้ง 4 ด้าน พบว่า คุณภาพที่รับรู้เป็นตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้ตราสินค้า และความภักดีต่อตราสินค้า ตามลำดับ ในขณะที่การเชื่อมโยงตราสินค้า เป็นตัวแปรอิสระที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่ามีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม หรือการตั้งใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอชันวาย ดังนั้นองค์กรควรมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค เช่น ทำการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือ CRM (Customer Relationship Management) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตราสินค้า และไม่เปลี่ยนใจไปใช้แบรนด์อื่น และควรมุ่งเน้นการรักษาคุณภาพของสินค้าหรือบริการตลอดจนสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ และทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในสายตาผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. New York: The Free Press.

Aaker, D. A. (1992). The value of brand equity. *Journal of Business Strategy, 13*(4), 27-32.

Akhtar, N., Siddiqi, U. I., Ashraf, A., & Latif, M. (2016). Impact of a brand equity on consumer purchase decision in L'Oreal skincare products. *International Review of Management and Business Research, 5*(3), 808-816.

Akhter, S. H. (2010). Service attributes satisfaction and actual repurchase behavior: The mediating influence of overall satisfaction and intention. *Journal of Satisfaction and Dissatisfaction and Complaining Behavior, 23*, 52-64.

Asshidin, N. H. N., Abidin, N., & Borhan, H. B. (2016). Perceived quality and emotional value that influence consumer's purchase intention towards American and local products. *Procedia Economics and Finance*, *35*(3), 639-643.

Bojei, J., & Hoo, W. C. (2012). Brand equity and current use as the new horizon for repurchase intention of smartphone. *International Journal of Business and Society*, *13*(1), 33-48.

Boon-Ake, A. (2017). *Mazda brand equity, and trust on Mazda service and distribution center in Bangkok and neighboring provinces* (Master's thesis). National Institute of Development Administration, Bangkok. **[in Thai]**

Brandinside. (2018). *The insight of cosmetic and beauty market in Thailand*. Retrieved from https://brandinside.asia/mkt-gantar-research-1/ **[in Thai]**

Bumrungkitjareon, T., & Tanasansopin, S. (2011). *Purchasing intentions of young Thai male towards men's skin care products* (Master's thesis). Mälardalen University, Sweden.

Chang, H. H., Hsu, C. H., & Chung, S. H. (2008). The antecedents and consequences of brand equity in service markets. *Asia Pacific Management Review*, *13*(3), 601-624.

Chang, K. E., & Brodowsky, G. H. (2007, November 7-10). Relationships among attitude, brand equity and repurchase intention: The case of skincare products in Taiwan. In *The society for marketing advances conference*. Society for Marketing Advance, St Antonio, Texas.

Chen, H. F., Lee, Y. H., Tu, Y. C., & Chao, Y. F. (2011). Consumer purchase intention for skin-care products. *Kaohsiung Journal of Medical Science*, *27*, 10-14.

Chinomona, R., & Maziriri, E. T. (2017). The influence of brand awareness, brand association and product quality on brand loyalty and repurchase intention: A case of male consumers for cosmetic brands in South Africa. *Journal of Business and Retail Management Research*, *12*(1), 143-154.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.

Cole, R. E., & Flynn, M. S. (2009). Automotive quality reputation: Hard to achieve, hard to lose, still harder to win back. *California Management Review, 52*(1), 67-93.

Crampton, S. M., & Hodge, J. W. (2009). Generation Y: Unchartered territory. *Journal of Business & Economics Research*, *7*(4), 1-6.

Drost, E. A. (2011). Validity and reliability in social science research. *Educational Research and Perspectives, 381*(1), 105-123.

Ekaputri, A. H., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2016, August 8). The effect of brand experience on customer satisfaction and the impact toward repurchase intention. In *Advances in economics 2016 global conference on business*. Management and Entrepreneurship, Indonesia.

Emari, H., Jafari, A., & Mogaddam, M. (2012). The mediatory impact of brand loyalty and brand image on brand equity. *African Journal of Business Management*, *6*(17), 5692-5701.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing, 56*(1), 6-21.

Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard J. A. (2003). Customers repurchase intention: A general structural equation model. *Journal of Marketing*, *11*(12), 1762-1800.

Jamil, B., & Wong, C. H. (2010). Factors influencing repurchase intention of smartphones. *Journal of Marketing Research*, *4*(12), 289-294.

Janany, E., & Shivany, S. (2017). The factors influencing on purchase intention towards beauty care products in Jaffna district. *Research Journal of Social Science and Management*, *7*(4), 1-13.

Kasempipatkul, P. (2014). *Factors related and affected repurchase intention of pharmaceutical products manufactured in Thailand by hospitals and clinics* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Kasikorn Research Center. (2018). *Beauty-business trend*. Retrieved from https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Beauty-Business_Trend.pdf **[in Thai]**

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, *57*(1), 1-22.

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Global edition*. London: Pearson Higher Education.

Lee, J. E., Goh, M. L., & Noor, M. N. B. M. (2019). Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review*, *3*(3), 161-178.

Łopaciuk, A., & Łoboda, M. (2013, June 19-20). Global beauty industry trends in the 21st century. In *Management, knowledge and learning international conference*. Knowledge Management & Innovation, Croatia.

Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

Mao, J. J. (2010). Customer brand loyalty. *International Journal of Business and Management*, *5*(7), 213-217.

Mehdi, J. S., Mojganc, K., & Masoud, J. (2013). Investigation of the effective factors on brand loyalty and repurchase intention (Case study: Iranian consumers). *Research Journal of Recent Sciences*, *2*(2), 10-17.

Moisescu, O. I. (2005). The concept of brand equity - A comparative approach. In O. A. Gică (Ed.), *The impact of European integration on the national economy: Proceedings of the international conference* (pp. 212-220). Cluj-Napoca, Romania: Risoprint.

Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2001). *Consumer behavior: A framework*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Ogbuji, C. N., Anyanwu, A. V., & Onah, J. O. (2011). An empirical study of the impact of branding on consumer choice for regulated bottled water in southeast, Nigeria. *International Journal of Business & Management, 6*(6), 150-166.

Olotewo, J. A. (2016). Analysing the moderating effect of customer loyalty on long run repurchase intentions. *International Journal of Social and Business Sciences*, *10*(5), 25-34.

Otero Gómez, M. C., & Giraldo Pérez, W. (2019). Brand equity as a determinant of product purchase and repurchase intention. *Revista ESPACIOS, 40*(35), 7-14.

Pather, P. (2015). *Brand equity as a predictor of repurchase intention of male branded cosmetic products in South Africa* (Research report). University of the Witwatersra, Johannesburg.

Percy, L., & Rossiter, J. R. (1992). A model of brand awareness and brand attitude advertising strategies. *Psychology & Marketing*, *9*(4), 263-274.

Pitta, D. A., & Katsanis, L. P. (1995). Understanding brand equity for successful brand extension. *Journal of Consumer Marketing, 12*(4), 51-64.

Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., & Hadadian, A. (2012). An analysis of brand image, perceived quality, customer satisfaction and re-purchase intention in Iranian department stores. *International Journal of Business and Management*, *7*(6), 40-48.

Razak, N., Themba, O. S., & Sjahruddin, H. (2019). Brand awareness as predictors of repurchase intention: Brand attitude as a moderator. *Advances in Social Sciences Research Journal*, *6*(2), 541-554.

Sabharwal, V., Maan, S., & Kumar., S. (2014). Women buying behavior and consumption pattern of facial skin care products. *International Journal of Management and Social Sciences Research*, *3*(9), 1-13.

Tabaku, E., & Zerellari, M. (2015). Brand loyalty and loyalty programs; A literature review. *Romanian Economic and Business Review*, *10*(2), 71-86.

TerraBKK.com. (2019). *Where Y? Gen Y in Thailand.* Retrieved from https://www.terrabkk.com/news/191968 **[in Thai]**

Tong, X., & Hawley, J. M. (2009). Measuring customer-based brand equity: Empirical evidence, from the sportswear market in China. *Journal of Product & Brand Management, 18*(4), 262-271.

Treepaseach, I. (2016). *Brand equity, knowledge sharing and product innovation affecting customer's decision to purchase bicycles in Bangkok* (Master's thesis). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Ulfat, S., Muzaffar, A., & Shoaib, M. (2014). To examine the application and practicality of Akers' brand equity model in relation with recurrent purchases decision for imported beauty care products (A study of female customers of Pakistan). *European Journal of Business and Management*, *6*(11), 120-133.

Winters, L. C. (1991). Brand equity measures: Some recent advances. *Marketing Research, 3*(4), 70-73.

Yee, W. F., & Sidek, Y. (2008). Influence of brand loyalty on consumer sportswear. *International Journal of Economics and Management*, *2*(2), 221-236.

Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of the evidence. *Journal of Marketing*, *52*(3), 2-22.

บทความวิจัย

อิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Influence of Corporate Governance Scorecard Effectiveness on Financial Reporting Quality of Thai-Listed Companies

อัญชลี สุขขีวัฒน์[1*], ณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ[1], และ ณัฐวงศ์ พูนพล[1]
Anchalee Sukkhewat[1*], Nattawut Tontiset[1], and Nuttavong Poonpool[1]

Abstract

This research aimed to study the influence of corporate governance scorecard effectiveness on financial reporting quality. The research instrument was a questionnaire used to collect data from executives responsible for corporate governance of 143 listed companies. The statistics used for data analysis were Pearson's correlation coefficients. Multiple regression analysis was to test the hypothesis. The research results showed that the effectiveness of all aspects of corporate governance scorecard measurement had a statistically significant positive influence on the financial reporting quality of Thai-listed companies at the level of 0.01. The results of this research can be used as information for preparing quality financial reports by further improving the effectiveness of corporate

[1]ภาควิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

[1]Accounting Department, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University, Kamriang Sub-district, Kantharawichai District, Mahasarakham Province 44150

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: Anchalee.s@acc.msu.ac.th)

รับบทความวันที่ 18 มิถุนายน 2563 แก้ไขวันที่ 29 เมษายน 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 14 พฤษภาคม 2564

governance. It also provides information for regulators to be aware of expanding the scope of corporate governance development to all businesses.

Keywords: *Corporate Governance Scorecard, Corporate Governance Effectiveness, Financial Reporting Quality*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 143 แห่ง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการจัดทำรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพด้วยการพัฒนาประสิทธิผลของการกำกับดูแลกิจการให้ดีมากยิ่งขึ้นต่อไป อีกทั้งเป็นข้อมูลให้หน่วยงานกำกับได้ตระหนักถึงการขยายขอบเขตการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการลงไปสู่ทุกกิจการ

คำสำคัญ: *การวัดผลการกำกับดูแลกิจการ ประสิทธิผลการกำกับดูแลกิจการ คุณภาพการรายงานทางการเงิน*

บทนำ

กรณีอื้อฉาวการฉ้อฉลตกแต่งบัญชี การอำพรางฐานะการเงินที่แท้จริงของกิจการ และการทุจริตการรายงานทางการเงินที่เกิดขึ้นจนมีผลให้เกิดการล้มละลายของกิจการหลายแห่ง สร้างความสั่นสะเทือนต่อวงการธุรกิจทั่วโลก ส่งสัญญาณถึงความบกพร่องในการควบคุมภายในของกิจการ และขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่จะสามารถป้องกัน “ปัญหาตัวแทน” (Agency Problem) กล่าวคือ ผลประโยชน์ของผู้บริหารในบางกรณีอาจขัดแย้งกับผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการ (Conflict of Interests) (Thunputtadom, Kiniphan, & Sirikanerat, 2019) โดยผู้บริหารอาจฉกฉวยโอกาสหรือสร้างช่องทางในการหาผลประโยชน์เข้าตนเองแทนที่จะเป็นผลประโยชน์ของเจ้าของกิจการและผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลายในกิจการ โดยอาศัยความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล (Information Asymmetry) จากการที่ฝ่ายตัวแทนมีข้อมูลที่มากกว่าตัวการ (Jensen & Meckling, 1976) ทั้งนี้ การลดความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลระหว่างฝ่ายบริหารและเจ้าของกิจการ ย่อมทำให้สามารถลดความบิดเบือนของข้อมูลที่อาจมาจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของผู้บริหารลงได้ ส่งผลให้ข้อมูลรายงานทางการเงิน

มีคุณภาพมากขึ้น โดยรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (Atuilik & Salia, 2018) นั่นคือ ข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพช่วยผู้ลงทุนในการตัดสินใจเข้าร่วมลงทุนในตลาดทุน (Tan & Chong, 2017) ด้วยเหตุนี้ทั่วโลกต่างตระหนักถึงความสำคัญของการกำกับดูแลกิจการ ในฐานะเป็นกลไกที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในการให้ความมั่นใจในคุณภาพของรายงานทางการเงินของกิจการ (Suwansin, Kaewthong, Kaewsaithong, Koten, & Suttipun, 2016; Al-khonain, Arabia, Al-adeem, & Arabia, 2020) โดยต่างก็มีการรณรงค์ส่งเสริมให้ทุกกิจการตระหนักถึงประโยชน์ของการกำกับดูแลกิจการ พร้อมทั้งมีโครงการต่าง ๆ ในการกระตุ้นให้กิจการสามารถปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการได้อย่างมีประสิทธิผล

ในประเทศไทย การกำกับดูแลกิจการเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 เนื่องจากประเทศไทยต้องทำการกู้เงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ซึ่งมีเงื่อนไขว่าประเทศสมาชิกที่ขอกู้เงินจะต้องมีระบบการกำกับดูแลกิจการตามที่กำหนด (Zhuang, Edwards, Webb, & Capulong, 2008) จึงเกิดการประชุมจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาตลาดทุน เพื่อฟื้นฟูตลาดทุนของไทย โดยเรื่องสำคัญที่ได้รับความสนใจเป็นพิเศษ คือ การสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีในตลาดทุน ต่อมาในปี 2545 รัฐบาลได้กำหนดให้เป็นปีรณรงค์ให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อส่งเสริมให้เกิดแนวคิดการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเข้ามามีบทบาทในการรณรงค์ และส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยรายงานการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อ เป็นแนวทางปฏิบัติในขั้นเริ่มแรก ต่อมาในปี 2549 ได้มีการปรับปรุงหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน โดยเทียบเคียงกับหลักการกำกับดูแลกิจการขององค์กรเพื่อความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-Operation and Development: OECD) ซึ่งได้แก่ Principles of Corporate Governance ปี 2004 และข้อเสนอแนะของธนาคารโลก ต่อมาในปี 2555 ประเทศไทยได้เข้าร่วมการประเมิน ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้วัดระดับ “การกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียน” สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อการเตรียมความพร้อมให้แก่บริษัทจดทะเบียนในเข้าสู่การแข่งขัน (The Stock Exchange of Thailand, 2012)

ASEAN Corporate Governance Scorecard (ACGS) คือ การวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการกำกับดูแลกิจการของหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุนอาเซียน (ASEAN Capital Markets Forum: ACMF) หรือที่เรียกว่า ACMF Corporate Governance Initiatives โดยเป็นการประเมินระดับคุณภาพการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อการยกระดับการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในภูมิภาคอาเซียน เพื่อให้ตลาดทุนอาเซียนมีความเชื่อมโยงกัน การพัฒนา Scorecard ยึดหลักการของ OECD และหลักการกำกับดูแลกิจการของแต่ละประเทศเป็นหลัก รวมถึงได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ธนาคารโลก International

Corporate Governance Network (ICGN), Asian Corporate Governance Association (ACGA) และประมวลกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ (Iskander & Chamlou, 2000; Asean Capital Market Forum, 2015) ทั้งนี้ ตั้งแต่เริ่มโครงการ ACGS ในปี 2555 บริษัทจดทะเบียนไทยมีผลการประเมินที่โดดเด่นด้วยคะแนนเฉลี่ยรวมเป็นอันดับหนึ่งต่อเนื่องมาโดยตลอดห้ารอบการประเมินที่ผ่านมา ถึงแม้จะมีการปรับเกณฑ์ประเมินให้เข้มงวดขึ้นทุกปี แต่บริษัทจดทะเบียนไทยก็ยังสามารถพัฒนาตามมาตรฐานอาเซียนได้ดีอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด (Thai Institute of Directors, 2018) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังคงเกิดกรณีการรายงานทางการเงินที่ไม่มีคุณภาพของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ไทยอย่างต่อเนื่อง สร้างความไม่มั่นใจในคุณภาพรายงานทางการเงิน (Yarana & Praithong, 2019) นอกจากนั้น ลักษณะกิจการ ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินงานและขนาดกิจการ ก็เป็นที่น่าสนใจทำการศึกษาหาความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานทางการเงิน ขณะที่ในประเทศกำลังพัฒนายังมีงานวิจัยเช่นนี้จำนวนน้อย (Ekwueme & Aniefor, 2019)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจทดสอบประสิทธิผลของการวัดผลการกำกับดูแลกิจการและลักษณะกิจการว่ามีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีคำถามงานวิจัย คือ ประสิทธิผลของการวัดผลการกำกับดูแลกิจการและลักษณะกิจการมีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการและลักษณะกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน

การทบทวนวรรณกรรม

Jensen and Meckling (1976) กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองฝ่ายที่มีอยู่ในกิจการ โดยตัวการเป็นผู้นำเงินมาลงทุนในกิจการ เรียกว่า ผู้ถือหุ้น ทั้งนี้ตัวการได้มอบหมายอำนาจในการบริหารกิจการนั้นให้ผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนเข้ามาทำหน้าที่บริหารกิจการแทน เมื่อใดที่วัตถุประสงค์หรือผลประโยชน์ของตัวการกับตัวแทนไม่สอดคล้องกันแล้วก็จะก่อให้เกิด “ปัญหาตัวแทน” (Agency Problem) ขึ้น ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) จึงเป็นทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมที่เป็นจริงของผู้บริหารภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและเจ้าของกิจการ ทฤษฎีตัวแทนตั้งข้อสมมติว่าตามธรรมชาติ ผู้บริหารอาจมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ คือ ผู้บริหารอาจเป็นผู้ที่มีลักษณะเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน โดยจะดำเนินการเพื่อสร้างผลประโยชน์ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินให้ตกแก่ตนเองและพวกพ้องให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ที่ฉวยโอกาส โดยผู้บริหารจะพยายามค้นหาและสร้างโอกาสให้ตนสามารถตักตวงผลประโยชน์ให้ตกแก่ตนเองและพวกพ้องด้วยการอาศัยอำนาจที่ตนมีอยู่ นำไปสู่ความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล นั่นคือ การที่ผู้บริหารในฐานะตัวแทนที่ทำหน้าที่ในการบริหารกิจการมีข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของกิจการมากกว่าเจ้าของกิจการซึ่งเป็นตัวการ ซึ่งได้แก่ผู้ถือหุ้น ส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารข้อมูลให้กับ

ผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อใช้สำหรับการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้ให้กู้ ฯลฯ โดยผู้บริหารซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบให้มีการจัดทำรายงานทางการเงิน อาจเข้าแทรกแซงการจัดทำรายงานทางการเงินดังกล่าว เพื่อให้ตนเองได้รับผลประโยชน์สูงสุด และเป็นไปตามสิ่งที่ตนต้องการ ทั้งนี้ การลดความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลระหว่างฝ่ายบริหารและเจ้าของกิจการ ย่อมส่งผลให้ข้อมูลรายงานทางการเงินมีคุณภาพมากขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจได้ดีขึ้น (Fuensanta, Gomariz, Pedro, & Ballesta, 2014)

ประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance Scorecard Effectiveness: CGSE)

การกำกับดูแลกิจการ หมายถึง ระบบซึ่งกิจการใช้ในการสั่งการและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ครอบคลุมถึงความรับผิดชอบในการทำงาน ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่ การตรวจสอบและถ่วงดุล จึงเป็นระบบการกำกับและควบคุมกิจการโดยการแบ่งแยกสิทธิและหน้าที่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Leipziger, 2015) การพัฒนา ACGS ยึดหลักการของ OECD และหลักการกำกับดูแลกิจการของแต่ละประเทศเป็นหลัก ดังนั้น ประสิทธิผลของการวัดผลการกำกับดูแลกิจการ คือ ผลประโยชน์ที่เกิดจากการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลที่ดี โดยหากมีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ตาม ACGS ได้มากก็จะได้คะแนนมาก ซึ่งหมายถึง ความมีประสิทธิผลของการวัดผลการกำกับดูแลกิจการ 5 ด้าน (Asean Capital Market Forum, 2015) ดังต่อไปนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง (Strength of Shareholders Rights: SSR)

สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็งเป็นผลที่เกิดจากการที่กิจการมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ ACGS หมวดที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้น สำหรับผลการประเมิน ACGS บริษัทจดทะเบียนไทยได้คะแนนเฉลี่ยสูงขึ้นทุกปี โดยบริษัทมีการเปิดเผยขั้นตอนและวิธีการการลงมติที่ใช้ในการประชุมก่อนการประชุม อีกทั้งบริษัทได้แจ้งวาระการประชุมอย่างชัดเจนแสดงให้เห็นถึงโอกาสสำหรับผู้ถือหุ้นในการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน แสดงถึงความมีประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการด้านสิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง (Asian Development Bank, 2017) ซึ่งส่งผลทำให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพสูงขึ้น งานวิจัยในอดีตพบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีมีประสิทธิผลด้านสิทธิความเป็นเจ้าของ มีผลกระทบทางบวกต่อรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ (Habib & Jiang, 2015)

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (The Equitable Treatment of Shareholders: ETS)

การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันเป็นผลที่เกิดจากการที่กิจการมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ ACGS หมวดที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน สำหรับผลการประเมิน ACGS บริษัทจดทะเบียนไทยได้คะแนนเฉลี่ยสูงขึ้นทุกปี โดยมีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงผู้ถือหุ้นที่เป็นชาวต่างชาติ และผู้ถือหุ้นประเภทสถาบันที่ไม่มีอำนาจควบคุม ให้ความสำคัญเรื่องการรักษาสิทธิพื้นฐานของผู้ถือหุ้น และส่งเสริมให้ผู้ถือหุ้นใช้สิทธิ

ตามสิทธิขั้นพื้นฐานที่กฎหมายกำหนด มีการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนเท่าเทียมกัน และแบ่งปันผลกำไรอย่างเท่าเทียมกัน เปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นทุกคนมีส่วนร่วมในการประชุม ผู้ถือหุ้นได้รับการปกป้องจากการกระทำที่อาจได้รับผลกระทบจากการใช้ข้อมูลภายในซึ่งเป็นข้อมูลที่ไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนและการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งผู้ถือหุ้นทุกรายที่ถูกละเมิดสิทธิมีโอกาสได้รับการชดเชย และมีการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ถือหุ้นว่าคณะกรรมการและฝ่ายจัดการจะดูแลให้การใช้เงินของผู้ถือหุ้นเป็นไปอย่างเหมาะสม แสดงถึงความมีประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการด้านการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน (Asian Development Bank, 2017) ซึ่งงานวิจัยในอดีตพบว่า กิจการที่ส่งเสริมให้มีการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันส่งผลให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพดีขึ้น (Yust, 2015)

3. การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Respecting Roles of Stakeholders: RRO)

การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียเป็นผลที่เกิดจากการที่กิจการมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ ACGS หมวดที่ 3 บทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย สำหรับผลการประเมิน ACGS บริษัทจดทะเบียนไทยได้คะแนนเฉลี่ยสูงขึ้นทุกปี โดยเกือบทุกบริษัทเผยแพร่รายงานความยั่งยืนแยกต่างหากจากรายงานประจำปีและบริษัทส่วนใหญ่เปิดเผยนโยบายและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับลูกค้าชุมชน อีกทั้งมีการจัดทำโครงการต่อต้านการทุจริตที่เพิ่มขึ้น แสดงถึงความมีประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการด้านการเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (Asian Development Bank, 2017) ทั้งนี้ งานวิจัยในอดีตพบว่า การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ อาทิ พนักงาน ฯลฯ ส่งผลให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพดียิ่งขึ้น (Call et al., 2017)

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น (Disclosure and Transparency Enhancement: DTE)

การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น เป็นผลที่เกิดจากการที่กิจการมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ ACGS หมวดที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส สำหรับผลการประเมิน ACGS บริษัทจดทะเบียนไทยได้คะแนนเฉลี่ยสูงขึ้นทุกปี บริษัทจดทะเบียนไทยส่วนใหญ่เปิดเผยนโยบายและรายละเอียดรายการของผู้มีส่วนได้เสียของบริษัท โครงสร้างกลุ่มบริษัท บันทึกการเข้าร่วมประชุมของกรรมการแต่ละคนและรายละเอียดค่าตอบแทนกรรมการสำหรับกรรมการแต่ละคนไว้ในรายงานประจำปีอย่างชัดเจน การที่บริษัทเปิดเผยข้อมูลอย่างมีคุณภาพ ทั้งในเชิงปริมาณ ความน่าเชื่อถือ และความทันเวลาของข้อมูลไม่ว่าอยู่ในรูปของรายงานประจำปี รายงานรายไตรมาสหรือข้อมูลเผยแพร่อื่น ๆ แสดงถึงความมีประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการด้านการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น (Asian Development Bank, 2017) อีกทั้งงานวิจัยในอดีตพบว่า การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพดียิ่งขึ้น (Mohammadi & Nezhad, 2015)

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ (Effective Responsibility of the Board: ERB)

ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ เป็นผลที่เกิดจากการที่กิจการมีการปฏิบัติตามแนวปฏิบัติการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักเกณฑ์ ACGS หมวดที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการ สำหรับผลการประเมิน ACGS บริษัทจดทะเบียนไทยคะแนนเฉลี่ยรวมสูงขึ้นทุกปี ผู้บริหารทุกระดับและพนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณควบคู่ไปกับการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีการเปิดเผยกระบวนการในการแต่งตั้งกรรมการใหม่ มีนโยบายที่สนับสนุนให้กรรมการเข้าร่วมหลักสูตรการศึกษาอย่างต่อเนื่องหรืออย่างมืออาชีพ ในเรื่องการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ การบริหารความเสี่ยง และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการมีการทบทวนวิสัยทัศน์และพันธกิจทุก ๆ ปี และดำเนินการตามกลยุทธ์ขององค์กร กำหนดนโยบายค่าตอบแทนสำหรับกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ที่เชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานของบริษัททั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี ไม่เพียงแต่คณะกรรมการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกรรมการรายบุคคล และคณะกรรมการชุดย่อย แสดงถึงความมีประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการด้านความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ (Asian Development Bankal, 2017) งานวิจัยในอดีตพบว่า คณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพในงานที่รับผิดชอบส่งผลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของกิจการ (Mark, Abd, & Elshawarby, 2018)

ลักษณะกิจการ (Firm Characteristics)

ลักษณะของกิจการ ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินงานและขนาดกิจการ มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ดังนี้

1. ระยะเวลาดำเนินงาน (Firm Age: FIA)

ระยะเวลาดำเนินงานของกิจการเป็นตัวบ่งชี้ที่แสดงให้เห็นถึงการดำรงอยู่และความสามารถของกิจการในการอยู่รอดและมีประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น (Waluyo, 2017) ระยะเวลาดำเนินงานเป็นตัวบ่งบอกถึงการควบคุมภายในที่ดีของกิจการ โดยระบบการควบคุมภายในของกิจการมักจะมีโครงสร้างที่ดีขึ้นเมื่อได้ดำเนินงานผ่านไปหลายปี ทั้งนี้ การควบคุมภายในที่มีโครงสร้างดี ส่งผลให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพดี (Huang, Green, & Lee, 2012) ยิ่งไปกว่านั้น กิจการที่ดำเนินงานผ่านมาระยะเวลาหนึ่งแล้วมักจะเป็นที่สนใจของหน่วยงานรัฐ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผลักดันให้กิจการต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ส่งผลต่อแนวทางการรายงานที่ดีของกิจการ (Chalaki, Didar, & Riahinezhad, 2012) งานวิจัยในอดีตพบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินงานของกิจการกับคุณภาพรายงานทางการเงิน โดย Amahalu (2019) พบความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Olowokure, Tanko, and Nyor (2015) ซึ่งพบว่า กิจการมีระยะเวลาดำเนินงานมากขึ้นก็จะจัดทำรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพมากขึ้น ในทางตรงข้าม Ekwueme & Aniefor (2019) พบความสัมพันธ์ในทางลบอย่างมีนัยสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม Chalaki et al. (2012) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินงานซึ่งกำหนดให้เป็นตัวแปรควบคุมกับตัวแปรคุณภาพรายงานการเงิน จึงสรุปว่าไม่มี

ความสัมพันธ์ใด ๆ ต่อกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang et al. (2012) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินงานกับคุณภาพรายงานทางการเงินแต่อย่างใด

2. ขนาดกิจการ (Firm Size: FIS)

ขนาดกิจการเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน (Dechow & Ge, 2006) ในงานวิจัยส่วนใหญ่ขนาดกิจการวัดได้จากขนาดสินทรัพย์ (Saheed, 2013) โดยกิจการขนาดใหญ่มักมีแผนกบัญชีและการควบคุมภายในที่มีโครงสร้างดี และมีความสามารถในการจ่ายค่าบริการให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อช่วยปรับปรุงกระบวนการรายงานทางการเงินได้อย่างมืออาชีพ (Chalaki et al., 2012) นอกจากนั้น กิจการขนาดใหญ่มีแนวโน้มของการมีระบบข้อมูลที่สร้างขึ้นอย่างดี เพื่อให้สามารถติดตามข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติการและการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Saheed, 2013) ทั้งนี้ กิจการขนาดใหญ่ยังสามารถใช้บริการของบริษัทตรวจสอบบัญชีขนาดใหญ่ในการตรวจสอบงบการเงินของกิจการ ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพของรายงานทางการเงินได้ (Zandi, Sadiq, & Mohamad, 2019) งานวิจัยในอดีตพบว่า ขนาดกิจการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดย Shehu (2011) พบว่า กิจการขนาดใหญ่มีแนวโน้มการรายงานที่น่าเชื่อถือและมีคุณภาพดีกว่าในกิจการขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญ ในทางตรงกันข้าม Huang et al. (2012) ศึกษาอิทธิพลของขนาดกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานการเงิน พบว่า ขนาดกิจการมีผลกระทบในทางลบอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เนื่องจากกิจการขนาดใหญ่มีแนวโน้มที่จะจัดการรายได้มากกว่า อย่างไรก็ตาม การวิจัยของ Waweru and Riro (2013) พบว่าขนาดของกิจการไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าผลลัพธ์ที่แตกต่างนี้เกิดจากระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศที่ดำเนินการศึกษาแตกต่างกัน

คุณภาพรายงานทางการเงิน (Financial Reporting Quality: FRQ)

คุณภาพรายงานทางการเงิน หมายถึง ความแม่นยำของรายงานทางการเงินบ่งบอกข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสเงินสดที่ผู้ลงทุนควรทราบ รายงานทางการเงินควรเป็นไปตามเกณฑ์เชิงคุณภาพตามกรอบแนวคิดของ IASB และ FASB ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลรายงานทางการเงิน หมายถึง คุณลักษณะที่ทำให้ข้อมูลทางการเงินมีประโยชน์และสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีคุณภาพ ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) การเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) การทันเวลา (Timeliness) และความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) (Herath & Albarqi, 2017)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็งมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

สมมติฐานที่ 2 การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

สมมติฐานที่ 3 การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

สมมติฐานที่ 4 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้นมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

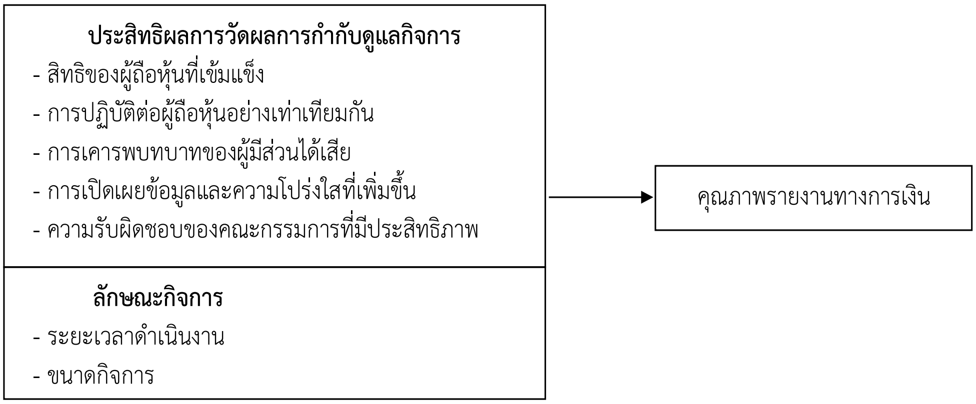
สมมติฐานที่ 5 ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

สมมติฐานที่ 6 ระยะเวลาดำเนินงานมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

สมมติฐานที่ 7 ขนาดกิจการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน

กรอบแนวคิดการวิจัย

อิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงด้วยกรอบแนวคิดการวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นกิจการที่เข้าร่วมในการประเมิน ACGS โดยไม่รวมกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน เนื่องจากมีโครงสร้างการเงินและข้อบังคับเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการแตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น (Mocanu, 2010) ดังนั้น จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 638 บริษัท (The Stock Exchange of Thailand, 2019)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยตัวแปรอิสระ คือ ประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการ และลักษณะกิจการ ในส่วนของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการ พัฒนาข้อคำถามจากแบบสอบถามการวัดผลการกำกับดูแลกิจการอาเซียนของ

Asian Development Bank (2017) โดยประยุกต์ให้เหมาะสมกับบริบทในการศึกษาครั้งนี้ รวม 25 ข้อคำถาม เพื่อใช้วัดประสิทธิผลการกำกับดูแลกิจการ 5 ด้าน ด้านละ 5 ข้อ ดังนี้

1) สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง ได้แก่ ผู้ถือหุ้นได้รับเงินปันผลอย่างเท่าเทียมกัน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของกิจการ การเข้าร่วมการประชุมสามัญประจำปีได้อย่างมีประสิทธิผล ผู้ถือหุ้นทุกกลุ่มได้รับความเป็นธรรม

2) การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน ได้แก่ ผู้ถือหุ้นทุกประเภทได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามสิทธิของตน ผู้ถือหุ้นทุกรายมีสิทธิออกเสียงในการประชุมผู้ถือหุ้นได้อย่างเท่าเทียมกัน กรรมการและผู้บริหารไม่สามารถใช้ข้อมูลภายในเพื่อหาผลประโยชน์ให้แก่ตนเองในทางที่มิชอบ และผู้บริหารต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับส่วนได้เสียของตนเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาผลประโยชน์ที่ขัดแย้ง

3) การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มได้รับการปฏิบัติตามกฎหมายหรือตามข้อตกลงที่มีต่อบริษัทอย่างต่อเนื่อง ผู้มีส่วนได้เสียที่ถูกละเมิดสิทธิได้รับการชดเชยความเสียหายอันเกิดจากการถูกละเมิดสิทธิ พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน มีมาตรการรับแจ้งเบาะแสหรือข้อร้องเรียนจากทั้งพนักงานและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เกี่ยวกับการกระทำผิดกฎหมาย ผิดจรรยาบรรณ หรือพฤติกรรมที่อาจส่อถึงการทุจริตในกิจการ และบุคคลที่แจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการกระทำความผิดในกิจการได้รับการปกป้องคุ้มครองอย่างเหมาะสม

4) การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ การเปิดเผยการถือหุ้นของกรรมการทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลงานทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินมีการเปิดเผยไว้ทั้งในรายงานประจำปีและเว็บไซต์ของกิจการอย่างมีคุณภาพตามหลักธรรมาภิบาล การเปิดเผยนโยบายการตรวจสอบและอนุมัติรายการที่เป็นสาระสำคัญของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกัน (Related Party Transactions) รายงานทางการเงินมีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป พร้อมทั้งผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีที่เป็นอิสระ รวมถึงกิจการมีช่องทางเผยแพร่ข้อมูลที่หลากหลายเพื่อให้มีการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพทันเวลา

5) ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ กิจการได้กำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการไว้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งได้เปิดเผยนโยบายการกำกับดูแลกิจการ วิสัยทัศน์และพันธกิจ รวมถึงกระบวนการทบทวนและปรับใช้กลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการยึดมั่นในหลักจรรยาบรรณทางธุรกิจ คณะกรรมการสามารถใช้ดุลยพินิจอย่างเป็นอิสระเกี่ยวกับการดำเนินงานของกิจการ ผู้บริหารสูงสุดของกิจการมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ สามารถบริหารงานอย่างเป็นอิสระจากคณะกรรมการบริษัท กิจการมีแผนการพัฒนาและประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปีของคณะกรรมการและผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

การวัดค่าตัวแปรลักษณะกิจการ ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินงาน (Firm Age) และขนาดกิจการ (Firm Size) ดังนี้ ระยะเวลาดำเนินงาน วัดจากระยะเวลาตั้งแต่เริ่มต้นกิจการจนถึงปีที่ทำการศึกษา (Olowokure et al., 2015) และขนาดกิจการวัดจากสินทรัพย์รวมของกิจการ (Adedapo & Samuel, 2019)

ตัวแปรตาม คือ คุณภาพรายงานทางการเงิน หมายถึง คุณลักษณะที่ทำให้ข้อมูลทางการเงินมีประโยชน์และสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีคุณภาพ ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ การเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้ (Herath & Albarqi, 2017)

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับผู้บริหารที่รับผิดชอบกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีแบบสอบถามถูกส่งคืน จำนวน 3 ฉบับ ดังนั้นแบบสอบถามได้ส่งสำเร็จมีจำนวน 635 ฉบับ และได้รับการตอบกลับจำนวน 145 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จำนวน 2 ฉบับ ดังนั้นแบบสอบถามที่สมบูรณ์มีจำนวน 143 ฉบับ โดยมีอัตราการตอบกลับ 22.52 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้กล่าวว่า อัตราการตอบกลับในงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์อย่างน้อยร้อยละ 20 ถือว่าเป็นจำนวนที่ยอมรับได้ในการเป็นตัวแทนที่ดีเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำจากที่ปรึกษาเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบัญชีและการวิจัย จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence: IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อหลังปรับปรุงตามคำแนะนำผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว และมีค่า IOC มากกว่า 0.8 ซึ่งถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try Out) โดยตรงจากผู้บริหารกิจการของกลุ่มตัวอย่างประชากรในการวิจัย จำนวน 30 ชุด รายละเอียดดังตารางที่ 1 ซึ่งแสดงการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือทดสอบด้วยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Cronbarch’s Alpha) ผลการทดสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.713 - 0.834 มากกว่า 0.70 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014) ชี้ให้เห็นว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ การตรวจสอบน้ำหนักองค์ประกอบได้ถูกนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของข้อคำถามตามรายการในแบบสอบถาม โดยนำมาใช้เพื่อทำให้ลดจำนวนข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์กันให้มีจำนวนลดน้อยลง สำหรับงานวิจัยนี้ ค่า Factor Loading อยู่ระหว่าง 0.536 - 0.930 พบว่า มีค่าสูงกว่า 0.40 สอดคล้องกับ Hair et al. (2014) ถือว่ายอมรับได้

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักปัจจัย และสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักปัจจัย	สัมประสิทธิ์แอลฟา
สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง (SSR)	0.558 - 0.810	0.764
การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม (ETS)	0.598 - 0.895	0.834

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักปัจจัย	สัมประสิทธิ์แอลฟา
การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (RRO)	0.536 - 0.888	0.768
การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น (DTE)	0.579 - 0.849	0.817
ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ (ERB)	0.569 - 0.905	0.713
คุณภาพของรายงานทางการเงิน (FRQ)	0.618 - 0.930	0.738

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค ค่า Factor Loading และ VIF สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยเขียนตัวแบบสมการถดถอยเชิงพหุได้ ดังนี้

$$FRQ = \beta_0 + \beta_1 SSR + \beta_2 ETS + \beta_3 RRO + \beta_4 DTE + \beta_5 ERB + \beta_6 FIS + \beta_7 FIA + \varepsilon$$

โดยที่ SSR = Strength of Shareholders Rights (สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง)

ETS = The Equitable Treatment of Shareholders (การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม)

RRO = Respecting Roles of Stakeholders (การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย)

DTE = Disclosure and Transparency Enhancement (การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น)

ERB = Effective Responsibility of the Board (ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ)

FRQ = Financial Report Quality (คุณภาพของรายงานทางการเงิน)

FIA = Firm Age (ระยะเวลาดำเนินงาน)

FIS = Firm Size (ขนาดกิจการ)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 นำเสนอการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และส่วนที่ 2 นำเสนอเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 2 และ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ตัวแปร	**SSR**	**ETS**	**RRO**	**DTE**	**ERB**	**FIS**	**FIA**	**FRQ**	**VIF**
ค่าเฉลี่ย	4.675	4.667	4.646	4.521	4.601	0.608	0.818	4.702	
S.D.	0.433	0.463	0.447	0.462	0.457	0.569	0.387	0.366	
SSR	1.000								1.091
ETS	0.166*	1.000							1.009
RRO	0.224**	0.170*	1.000						1.001
DTE	0.164*	0.673**	0.238**	1.000					1.027
ERB	0.296**	0.294**	0.316**	0.232**	1.000				1.000
FIS	-0.167*	-0.023	0.065	-0.077	-0.022	1.000			1.078
FIA	0.111	0.060	0.048	0.036	-0.054	-0.036	1.000		1.093
FRQ	0.200*	0.277**	0.297**	0.312**	0.401**	-0.039	0.122	1.000	

*p<0.05, **p<0.01

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยพิจารณาว่าตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กันเองอยู่ในระดับสูงหรือไม่ หากตัวแปรใดมีค่าความสัมพันธ์เกินกว่า 0.80 นั่นคือ จะเกิดปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเองสูง (Multicollinearity) ซึ่งส่งผลให้ตัวแบบสมการที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน จากการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีค่าน้อยกว่า 0.80 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2014) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 1.000 - 1.093 ซึ่งต่ำกว่า 10 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ในการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Hair et al., 2014)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์อิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน

ประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการ	คุณภาพรายงานทางการเงิน			
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**	**t**	**p-value**
ค่าคงที่ (Constant)	0.154	0.179	0.861	0.391
สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง (SSR)	0.202	0.074	2.711	0.008**
การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียม (ETS)	0.243	0.072	3.387	0.001**
การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย (RRO)	0.237	0.071	3.325	0.001**
การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น (DTE)	0.199	0.072	2.757	0.007**
ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ (ERB)	0.343	0.071	4.814	0.000**
ระยะเวลาดำเนินงาน (FIA)	-0.316	0.193	-1.638	0.104
ขนาดกิจการ (FIS)	0.171	0.130	1.314	0.191

R^2 = 0.313, Adj. R^2 = 0.278, F-statistics = 8.798, **p<0.01

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ในการศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการต่อคุณภาพการรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแบบโดยรวมมีค่า ซึ่งค่าดังกล่าวน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด คือ 0.01 ถือว่าตัวแบบมีความเหมาะสม นอกจากนั้น ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R^2) มีค่าเท่ากับ 0.278 แสดงว่าประสิทธิผลของการวัดผลการกำกับดูแลกิจการสามารถพยากรณ์คุณภาพการรายงานทางการเงินได้ ร้อยละ 27.80 สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการด้านสิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง เท่ากับ 0.202 ด้านการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน เท่ากับ 0.243 ด้านการเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย เท่ากับ 0.237 ด้านการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.199 และด้านความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 0.343 มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน ผลการวิจัย พบว่า สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 - 5 นอกจากนี้ตัวแปรควบคุมด้านระยะเวลาดำเนินงาน เท่ากับ -0.316 และด้านขนาดกิจการ เท่ากับ 0.171 ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน โดยเขียนสมการพยากรณ์คะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$$FRQ = 0.154 + 0.202SSR + 0.243ETS + 0.237RRO + 0.199DTE + 0.343ERB$$

อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

1. สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็งมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยผู้ถือหุ้นได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับกิจการอย่างเพียงพอ ทันเวลาและสม่ำเสมอ เนื่องมาจากสามารถลดปัญหาที่เกิดจากการได้รับข้อมูลที่ไม่เท่าเทียมกันจากปัญหาตัวแทนลงได้ (Yermack, 2010) ทั้งนี้ สิทธิขั้นพื้นฐานที่สำคัญของผู้ถือหุ้น ได้แก่ การเข้าร่วมประชุมบริษัท โดยการจัดประชุมผู้ถือหุ้นเป็นไปเพื่อให้ผู้ถือหุ้นซึ่งมีฐานะเป็นเจ้าของกิจการ ได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องที่สำคัญต่าง ๆ อาทิ การอนุมัติงบการเงินประจำปี การพิจารณาจ่ายปันผล การแต่งตั้งกรรมการ เป็นต้น รวมถึงการประชุมวิสามัญเกี่ยวกับรายการที่มีนัยสำคัญที่อาจกระทบต่อฐานะการเงินและผลดำเนินงานของบริษัท หรือเป็นการตัดสินใจทางธุรกิจที่สำคัญ ทั้งนี้ ผู้ถือหุ้นจะได้รับทราบกฎเกณฑ์และวิธีการในการเข้าร่วมประชุม และข้อมูลที่เพียงพอต่อการพิจารณาในแต่ละวาระก่อนการประชุมตามเวลาอันควร มีโอกาสซักถามกรรมการทั้งในที่ประชุมและส่งคำถามล่วงหน้า มีโอกาสเสนอวาระการประชุม และมีสิทธิมอบฉันทะให้ผู้อื่นเข้าร่วมประชุมแทนตนได้ สิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็งนี้จึงทำให้ผู้ถือหุ้นสามารถตรวจสอบ ทบทวนเสนอแนะและเข้าใจข้อมูลทางการเงินได้ชัดเจน จึงมั่นใจได้ว่าข้อมูลที่แสดงในรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นไปตามความเป็นจริง (Biddle, Hilary, & Verdi, 2009) ประสิทธิผลด้านสิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็งอันเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี จึงมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพของรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Habib and Jiang (2015) ที่พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่เน้นรักษาสิทธิความเป็นเจ้าของกิจการ มีอิทธิผลทางบวกต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน

2. การปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกันมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เนื่องจากการที่บริษัทมีนักลงทุนประเภทต่าง ๆ เช่น นักลงทุนชาวต่างชาติ (Foreign Ownership) เข้ามาถือหุ้น จะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งอันเนื่องมาจากปัญหาตัวแทนลงได้ เนื่องจากผู้ถือหุ้นชาวต่างชาติที่มาจากประเทศที่มีหลักการกำกับกิจการที่ดีจะพยายามผลักดันให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดีในกิจการที่ลงทุนอยู่ (Gürbüz, Aybars, & Kutlu, 2010) อีกทั้งนักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยย่อมเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือกิจการที่ลงทุนอยู่เป็นอย่างดี จึงสามารถลดความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลลงได้ (Lafond & Roychowdhury, 2008) สำหรับนักลงทุนสถาบันมักชอบที่จะลงทุนในบริษัทที่มีโครงสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Gürbüz et al., 2010) เมื่อได้รับการสนับสนุนให้สามารถใช้สิทธิต่าง ๆ ในฐานะผู้ถือหุ้นได้อย่างเท่าเทียมกัน นำไปสู่ความโปร่งใสและลดโอกาสของผู้บริหารในการเลือกวิธีปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง ก็จะส่งผลให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพสูง (Eyenubo, Mohamed, & Ali, 2017) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yust (2015) พบว่า ผู้ถือหุ้นแบบสถาบัน (Institutional Ownership) ในกิจการที่สามารถลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน

3. การเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยกิจการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม และมีการพัฒนากลไกการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการสร้างเสริมผลการดำเนินงานของกิจการ เพื่อสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนให้กับกิจการ และเปิดเผยข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ผู้มีส่วนได้เสียเหล่านั้นได้รับทราบอย่างเพียงพอ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ในการมีส่วนร่วมดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้มีส่วนได้เสียหลายฝ่ายกังวลเกี่ยวกับคุณภาพการรายงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เช่น เจ้าหนี้ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญที่สนใจในสถานะการเงินและคุณภาพของรายงานทางการเงินของกิจการเป็นพิเศษ (Cheng, Business, Iowa, & Campus, 2014) ผู้ถือหุ้น นักลงทุน นักวิเคราะห์ พนักงาน หน่วยงานกำกับดูแลและผู้สนใจทั่วไป (Olowokure et al., 2015) ให้ความสำคัญกับรายงานการเงินที่มีคุณภาพของกิจการเพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง ประสิทธิผลด้านการเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียในกิจการที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะทำให้เกิดกลไกลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูล (Cuadrado-Ballesteros, Martínez-Ferrero, & García-Sánchez, 2017) ผู้มีส่วนได้เสียจึงได้รับข้อมูลรายงานทางการเงินต่าง ๆ ที่ถูกต้อง เพียงพอ และทันเวลา ในขณะเดียวกันก็จะเกิดแรงผลักดันให้กิจการคำนึงถึงการจัดทำรายงานที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าว (Deloitte, 2014; Mohs, 2017) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Call et al. (2017) ที่พบว่า พนักงานที่บริษัทส่งเสริมให้มีความรู้ความสามารถมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการรายงานทางการเงิน

4. การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้นมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยความมีประสิทธิผลด้านการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น เป็นการที่กิจการให้ความสำคัญกับเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และผลประกอบการตรงต่อความเป็นจริง ครบถ้วน เพียงพอ ทันเวลา เปิดเผยข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ หลากหลายเพื่อให้ผู้ถือหุ้น และผู้ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ได้ทราบข้อมูลของกิจการอย่างทั่วถึง การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่มากขึ้นทั้งปริมาณและคุณภาพ เป็นการเปิดเผยข้อมูลแบบสมัครใจ (Voluntary Financial Disclosures) เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลระหว่างผู้บริหารและผู้ใช้ข้อมูล ส่งผลให้รายงานการเงินมีคุณภาพมากขึ้น (Fung, 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohammadi and Nezhad (2015) ที่ศึกษาถึงบทบาทของการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้นในลักษณะของการเปิดเผยข้อมูลแบบสมัครใจเพิ่มขึ้น พบว่า รายงานทางการเงินมีคุณภาพดีขึ้น

5. ความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยการทำงานของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้ถือหุ้นและบุคคลต่าง ๆ ภายในกิจการ เป็นการลดความไม่สมดุลของข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ (Lee, Lin, & Chang, 2011) ทั้งนี้ คณะกรรมการมีหน้าที่กำกับดูแลคุณภาพของการรายงานทางการเงิน พร้อมทั้งจัดการให้มีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพการรายงานทางการเงิน รวมถึงข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาทางการเงินและเอกสารประกอบการนำเสนอที่เกี่ยวข้อง

คณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย คณะกรรมการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพมีหน้าที่ตรวจสอบรายงานการตรวจสอบภายในและภายนอกเกี่ยวกับการควบคุมภายในและกระบวนการรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mark et al. (2018) ที่พบว่า คณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพมีผลต่อความน่าเชื่อถือของรายงานทางการเงินซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินที่เพิ่มขึ้น

6. ระยะเวลาดำเนินงานไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang et al. (2012) ที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินงานกับคุณภาพรายงานทางการเงินแต่อย่างใด เนื่องจากรายงานทางการเงินของกิจการเหล่านี้ถูกกำกับดูแลโดยตลาดหลักทรัพย์และคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์อย่างชัดเจน

7. ขนาดกิจการไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Waweru and Riro (2013) ที่พบว่า ขนาดของกิจการไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน อาจเป็นไปได้ว่าเกิดจากระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศที่ดำเนินการศึกษาแตกต่างกัน

ดังนั้นผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงกล่าวได้ว่าในขณะที่กิจการมีประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการยิ่งมาก ก็จะยิ่งส่งผลให้รายงานทางการเงินของกิจการมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งจะทำให้นักลงทุนมั่นใจในคุณภาพของรายงานทางเงินได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ลักษณะกิจการทางด้านระยะเวลาดำเนินงานและขนาดกิจการไม่มีอิทธิพลใด ๆ ต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สรุปผล

การศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการทุกด้านมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสามารถจัดลำดับจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ด้านความรับผิดชอบของคณะกรรมการที่มีประสิทธิภาพ ด้านการปฏิบัติต่อผู้ถือหุ้นอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการเคารพบทบาทของผู้มีส่วนได้เสีย ด้านสิทธิของผู้ถือหุ้นที่เข้มแข็ง และด้านการเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการจึงเป็นกลไกหนึ่งในการสร้างความมั่นใจในคุณภาพรายงานทางการเงินที่ผู้ลงทุนจะนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ผลการวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นประโยชน์ในการแสดงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการว่าเป็นกลไกหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างคุณภาพรายงานทางการเงินของกิจการ อีกทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพรายงานทางการเงินของกิจการที่มีการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิผลด้วยเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเห็นถึงประโยชน์ของการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรสนับสนุนและส่งเสริมให้กิจการที่ไม่ได้อยู่ในกำกับของตลาดหลักทรัพย์ทุกกิจการได้ตระหนักถึงการมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกด้าน เพื่อนำไปสู่การการรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ

2. งานวิจัยในอนาคต ควรศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยแยกแต่ละอุตสาหกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เหมาะสมกับลักษณะของแต่ละอุตสาหกรรม รวมถึงการทดสอบอิทธิพลของประสิทธิผลการวัดผลการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อปัจจัยอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Adedapo, K., & Samuel, L. (2019). Firm characteristics and financial reporting quality: Evidence from non-financial firms in Nigeria. *International Journal of Economics, Management and Accounting, 2*(2), 445-472.

Al-khonain, S., Arabia, S., Al-adeem, K., & Arabia, S. (2020). Corporate governance and financial preliminary evidence from Saudi Arabia reporting quality. *Financial Markets, Institutions and Risks, 4*(1), 109-116.

Amahalu, N. (2019). Effect of firm characteristics on environmental performance of quoted industrial goods firms in Nigeria. *International Journal of Research in Business, Economics and Management, 4*(2), 14-16.

Asean Capital Market Forum. (2015). *Background asean corporate governance scorecard*. Retrieved from http://www.theacmf.org/ACMF/upload/asean_cg_scorecard.pdf

Asian Development Bank. (2017). *ASEAN corporate governance scorecard: Country reports and assessments 2015*. Metro Manila, Philippines: ADB Publishing.

Atuilik, W. A., & Salia, H. (2018). The importance of financial reporting to capital market development in Ghana. *Journal of Economics and International Finance*, *10*(8), 89-94.

Biddle, G. C., Hilary, G., & Verdi, R. S. (2009). How does financial reporting quality relate to investment efficiency?. *Journal of Accounting and Economics, 48*(2), 112-131.

Call, A. C., Campbell, J. L., College, T., Moon, J. R., Robinson, J. M., Allee, K., Zhang, T. (2017). Employee quality and financial reporting outcomes. *Journal of Accounting and Economics, 64*(1), 123-149.

Chalaki, P., Didar, H., & Riahinezhad, M. (2012). Corporate governance attributes and financial reporting quality: Empirical evidence from Iran. *International Journal of Business and Social Science, 3*(15), 223-229.

Cheng, D. S. Y., Business, F., Iowa, U., & Campus, K. (2014). How creditors evaluate financial statements?. *The Journal of International Management Studies, 9*(1), 156-165.

Cuadrado-Ballesteros, B., Martínez-Ferrero, J., & García-Sánchez, I. M. (2017). Mitigating information asymmetry through sustainability assurance: The role of accountants and levels of assurance. *International Business Review*, *26*(6), 1141-1156.

Dechow, P.M., & Ge, W. (2006). The persistence of earnings and cash flows and the role of special items: Implications for the accrual anomaly. *Review of Accounting Studies, 22*(2-3), 253-296.

Deloitte. (2014). *Succeeding amid change and uncertainty: Action plans for audit committees*. Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ca/ Documents/audit/ca-en-audit-strengthening-investor-confidence.pdf.

Ekwueme, C. M., & Aniefor, S. J. (2019). Determinants of financial reporting quality: Evidence from listed manufacturing firms in Nigeria. *Journal of Global Accounting, 6*(2), 22-35.

Eyenubo, S. A., Mohamed, M., & Ali, M. (2017). An empirical analysis on the financial reporting quality of the quoted firms in Nigeria: Does audit committee size matter?. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 7*(9), 50-63.

Fuensanta, M., Gomariz, C., Pedro, J., & Ballesta, S. (2014). Financial reporting quality, debt maturity and investment efficiency. *Journal of Banking & Finance, 40*(1), 494-506.

Fung, B. (2014). The demand and need for transparency and disclosure in corporate governance. *Universal Journal of Management, 2*(2), 72-80.

Gürbüz, A. O., Aybars, A., & Kutlu, Ö. (2010). Corporate governance and financial performance with a perspective on institutional ownership: Empirical evidence from Turkey. *Journal of Applied Management Accounting Research, 8*(2), 21-37.

Habib, A., & Jiang, H. (2015). Corporate governance and financial reporting quality in China: A survey of recent evidence. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation, 24*, 29-45.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Herath, S. K., & Albarqi, N. (2017). Financial reporting quality: A literature review school of business administration. *International Journal of Business Management and Commerce, 2*(2), 1-14.

Huang, H., Green, R., & Lee, C. (2012). CEO age and financial reporting quality. *Accounting Horizons, 26*(4), 725-740.

Iskander, M. R., & Chamlou, N. (2000). *Corporate governance: A framework for implementation-overview*. Washington, D.C.: The World Bank Group.

Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics, 3*(4), 305-360.

Lafond, R., & Roychowdhury, S. (2008). Managerial ownership and accounting conservatism. *Journal of Accounting Research, 46*(1), 101-135.

Lee, S. C., Lin, C. T., & Chang, P. T. (2011). An ohlson valuation framework for valuing corporate governance: The case of Taiwan. *Pacific-Basin Finance Journal, 19*(1), 420-434.

Leipziger, D. (2015). *The corporate responsibility code book* (3rd ed.). London: Greenleaf Publishing.

Mark, J. A., Abd, M., & Elshawarby, E. (2018). The characteristics of the board of directors and their impact on the delay of the external auditor’s report by applying to companies listed on the Egyptian stock exchange. *Journal of Accounting & Marketing, 7*(4), 1-10.

Mocanu, M. (2010). *Corporate governance in the banking industry* (Research report). Romania: Academy of Economic Studies Bucharest.

Mohammadi, S., & Nezhad, B. M. (2015). The role of disclosure and transparency in financial reporting. *International Journal of Accounting and Economics Studies, 3*(1), 60-75.

Mohs, D. J. N. (2017). Financial reporting and the accounting expectations Gaap. *Review of Contemporary Business Research, 6*(1), 25-34.

Olowokure, O. A., Tanko, M., & Nyor, T. (2015). Firm structural characteristics and financial reporting quality of listed deposit money banks in Nigeria. *International Business Research, 9*(1), 106-124.

Saheed, Z. S. (2013). Impact of globalisation on corporate governance in developing economies: A the oretical approach. *Journal of Business & Management, 2*(1), 1-10.

Shehu, U. H. (2011). Determinants of financial reporting quality: An in-depth study of firm structure. *Journal of Modern Accounting and Auditing, 2*(4), 54-76.

Suwansin, N., Kaewthong, T., Kaewsaithong, N., Koten, S., & Suttipun, M. (2016). Risk disclosure: A comparative study of companies listed on the stock exchange of Thailand (SET) and the market for alternative investment (mai) and its relationship with cost of debt. *Hatyai Academic Journal*, *16*(2), 153-170. **[in Thai]**

Tan, S., & Chong, L. (2017). Information sources and investing decisions-a path modeling approach. *Managerial Finance*, *43*(8), 928-947.

Thai Institute of Directors. (2018). *Thai listed firms mark highest score in ASEAN CG scorecard*. Retrieved from http://www.thai-iod.com/imgUpload/Press%20 Release%20ASEAN%202018-Eng (1).pdf **[in Thai]**

The Stock Exchange of Thailand. (2012).*The principles of good corporate governance for listed companies 2012*. Retrieved from https://www.set.or.th/sustainable dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf **[in Thai]**

The Stock Exchange of Thailand. (2019). List of companies/securities. Retrieved from https://www.set.or.th/en/company/companylist.html **[in Thai]**

Thunputtadom, P., Kiniphan, P., & Sirikanerat, S. (2019). A study of the factors affecting to motivation in earnings. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, *13*(3), 145-157. **[in Thai]**

Waluyo, W. (2017). Firm size, firm age, and firm growth on corporate social responsibility in Indonesia: The case of real estate companies. *European Research Studies Journal, 20*(4), 360-369.

Waweru, N. M., & Riro, G. K. (2013). Corporate governance, firm characteristics and earnings management in an emerging economy. *Journal of Applied Management Accounting Research, 11*(1), 43-64.

Yarana, C., & Praithong, P. (2019). A study of law violations and punishments of accounting and taxation frauds: Case studies of Thai listed companies. *Naresuan University Law Journal*, *12*(2), 143-165. **[in Thai]**

Yermack, D. (2010). Shareholder voting and corporate governance. *The Annual Review of Financial Economics*, *6*(2), 1-23.

Yust, C. G. E. (2015). *Do institutional investors and financial analysts' impact bank financial reporting quality?* (Doctoral dissertation). The University of Texas at Austin, U.S.A.

Zandi, G., Sadiq, M., & Mohamad, S. (2019). Big-four auditors and financial reporting quality: Evidence from Pakistan. *Humanities and Social Sciences Reviews, 7*(2), 369-375.

Zhuang, J., Edwards, D., Webb, D., & Capulong, M. V. (2008). *Corporate governance and finance in east Asia: A study of Indonesia, Republic of Korea, Malaysia, Philippines, and Thailand*. Bingley UK: JAI Press.

บทความวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

Marketing Mix Factors Influencing Consumer Decision-Making Process on Gastronomy Tourism: Case Study of The Rawai Seafood Market of Phuket

สัญญา ฉิมพิมล[1] และ วรพงศ์ ภูมิบ่อพลับ[1*]
Sanya Chimphimol[1] and Worapong Phoomborplub[1*]

Abstract

The purpose of this research was to study the marketing mix factors that affect foreign tourists' decision-making process of buying seafood at the Rawai seafood market in Phuket. The sample was comprised of 420 European tourists over the age of 18 having at least once experience buying seafood at the Rawai market. The tool for collecting data was questionnaires. Descriptive statistics including percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics using multiple regression analysis employed in the study were to analyze the obtained data. The results of the research showed that most of the respondents were male, aged between 31 and 40 years old, single, having a monthly income of $2,501 to $3,500, with a bachelor's degree, and domiciled in Germany. The key informants agreed that the marketing mix factors, at the overall level, had a huge

[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อ.เมือง จ.ภูเก็ต 83000
[1]Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University, Muang District, Phuket Province 83000
[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: dr.worapong@hotmail.com)

รับบทความวันที่ 17 พฤศจิกายน 2563 แก้ไขวันที่ 28 พฤษภาคม 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 2 มิถุนายน 2564

impact on customers decision. Separately, the impact's value was derived from the following factors: the products' price, production process, production personnel, promotion, marketing channel, and image, with consequence. In addition, factors affecting the customers' decision-making process were as the sequence: their post-purchase behavior, information search, problem awareness, and evaluation of the alternative products, which holds the same value of influence as that of making decisions. The hypothesis testing revealed that the variables that can predict the the decision-making process for buying seafood as part of gastronomy tourism (DES) include marketing mix factor includes process (PRC), price (PRI), people (PEP), product (PRD), and promotion (PMT). The predictive power of these variables was at 43.1 percent (Adjusted R^2 = 0.431) and the predictive equation can be written as follows:

$$DES = 1.395 + 0.208\ PRC + 0.201\ PRI + 0.131\ PEP + 0.076\ PRD + 0.045\ PMT$$

Keywords: *Gastronomy Tourism, The Consumer Buying Decision Process, Marketing Mix, Rawai Market*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป อายุมากกว่า 18 ปี เคยมีประสบการณ์การซื้ออาหารทะเลอย่างน้อยหนึ่งครั้งบริเวณตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต จำนวน 420 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี สถานภาพโสด รายได้ต่อเดือน 2,501 - 3,500 ดอลลาร์สหรัฐ ระดับการศึกษาปริญญาตรี ภูมิลำเนาประเทศเยอรมนี ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ การค้นหาข้อมูล การตระหนักถึงปัญหา และการประเมิน

ทางเลือก เท่ากันกับ การตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว (DES) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (PRC) ด้านราคา (PRI) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP) ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) และด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT) โดยทั้ง 5 ตัวแปรนี้สามารถมีอำนาจในการพยากรณ์ร่วมกันในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว (DES) ได้ร้อยละ 43.1 (Adjusted R^2 = 0.431) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$DES = 1.395 + 0.208\ PRC + 0.201\ PRI + 0.131\ PEP + 0.076\ PRD + 0.045\ PMT$$

คำสำคัญ: *อาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตลาดราไวย์*

บทนำ

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ในการดำรงชีพ ในขณะเดียวกันอาหารก็เป็นสิ่งที่แสดงถึงภูมิปัญญาและเรื่องราวในอดีตของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (Junkarangkha, 2004; Chandralal & Valenzuela, 2013) การบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่ถูกละเลยและไม่ค่อยได้รับความสำคัญเมื่อเทียบกับองค์ประกอบส่วนอื่น ๆ ของการท่องเที่ยว (Kim, Eves, & Scarles, 2009; Berbel-Pineda, Palacios-Florencio, Ramírez-Hurtado, & Santos-Roldán, 2019) ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา พฤติกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารหรือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) มีแนวโน้มที่น่าสนใจและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว (Wangsai, 2017) โดยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสประสบการณ์ด้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (Telfer & Wall, 2000; Rousta & Jamshidi, 2020) ดังนั้นหลายประเทศจึงเริ่มให้ความสำคัญด้านอาหารโดยใช้อาหารมาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้มุ่งเน้นแค่การไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมุ่งเน้นการได้ไปสัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ เช่น การเยี่ยมชมตลาด สถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับอาหาร (Anekpoonsuk, 2017) นอกจากนี้การบริโภคอาหารในระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มประสบการณ์และการพักผ่อน เนื่องจากอาหารและวิธีการรับประทานจัดเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (Boyne & Hall, 2004; Chang, Kivela, & Mak, 2011; Rousta & Jamshidi, 2020) อีกทั้งยังเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับแหล่งท่องเที่ยวและเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากจะกลับมาเยือนอีกในอนาคต (Fields, 2002; Henderson, 2009; Berbel-Pineda et al., 2019)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ซึ่งมีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยจะมุ่งเน้นประสบการณ์ การสัมผัสบรรยากาศและ

วัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism (Wangsai, 2017) สอดคล้องกับจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยและมีความโดดเด่นทางด้านอาหาร โดยในปี พ.ศ. 2558 ได้รับประกาศยกย่องเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) จากยูเนสโก ซึ่งเป็นเมืองแรกของประเทศไทยและอาเซียนและยังเป็นหนึ่งใน 18 เมืองของโลกด้านอาหาร โดยมีจุดเด่นสำคัญ ได้แก่ ด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารที่เกิดจากพหุสังคม เช่น อาหารบาบ๋าท้องถิ่นและอาหารทะเลอันดามัน เป็นต้น (Phuket e magazine, 2017) อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเดินทางเพื่อไปรับประทานอาหารที่สามารถสัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารทะเลที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร จนเกิดเป็นความประทับใจและอยากจะกลับมาเยือนอีกครั้งซึ่งเกิดจากแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหารและเชื่อมโยงกับการดำเนินชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นของคนในชุมชนและสิ่งแวดล้อม

แหล่งท่องเที่ยวตลาดราไวย์ เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สำคัญของจังหวัดภูเก็ต โดยเป็นตลาดอาหารทะเลสด ที่กลุ่มชาติพันธุ์ชาวเลซึ่งเป็นกลุ่มชนพื้นเมืองดั้งเดิมของจังหวัดภูเก็ตได้นำอาหารทะเลสดมาจำหน่ายและแลกเปลี่ยนเพื่อการยังชีพ โดยมีอาหารทะเลให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อเพื่อใช้ประกอบอาหารตามเมนูที่สามารถเลือกได้ตามความชอบและยังได้สัมผัสกับบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่นวิถีชีวิตของตลาดปลาอันเรียบง่าย การบริโภคอาหารทะเลท้องถิ่นจึงเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Suampun, 2009; Tourism Authority of Thailand, 2018) ดังนั้นการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยวจึงส่งผลดีในเชิงเศรษฐกิจต่อแหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่น เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และส่งผลให้ความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมทั้งการรักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนไว้

โดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงสามารถเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในกลยุทธ์ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวและรับประทานอาหารในตลาดราไวย์ (Hjalager & Corigliano, 2000; Rousta & Jamshidi, 2020) รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนส่งเสริมและผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและทรัพยากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อน โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและได้สัมผัสถึงประสบการณ์การรับประทานอาหารในแต่ละพื้นที่จากวัฒนธรรมของประเทศหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้ง การเที่ยวชมสถานที่ การทดลองทำอาหาร งานประชุมและจัดแสดงสินค้าด้านอาหาร งานเทศกาลอาหาร ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับอาหาร (Anekpoonsuk, 2017) ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการผสมผสานของอาหารและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์ด้านอาหารจากพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านอาหารสำหรับการรับประทานอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ซึ่งสิ่งจูงใจสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและสร้างมูลค่าเพิ่มได้เป็นอย่างดี คือ อาหารไทย อาหารริมทาง และอาหารทะเล เป็นต้น ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไม่ได้หมายถึงเพียงการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาชิมอาหารและท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเข้ามามีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศ ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และยังหมายรวมถึงการสร้างอาชีพ และความอยู่ดีกินดีให้กับท้องถิ่นนั้นอีกด้วย (Henderson, 2009; Wangsai, 2017)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดใช้วางแผน ควบคุมทิศทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างความสามารถทางการแข่งขันและความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีรายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) (Kotler & Keller, 2016)

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ต้องการ การตัดสินใจซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้น

ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (Schiffman & Kanuk, 1994; Jaturongkul & Jaturongkul, 2007)

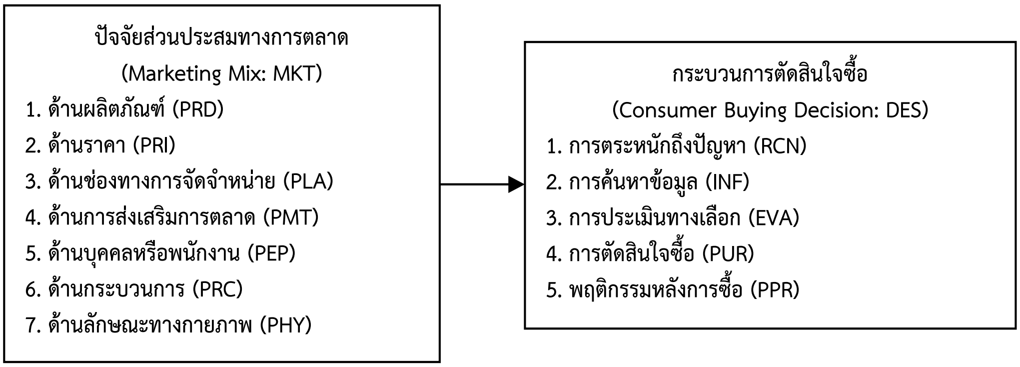
Kotler and Armstrong (2016) ได้อธิบายถึงกระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) หมายถึง การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ ซึ่งที่มาของปัญหามาจากสิ่งกระตุ้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ ปัจจัยภายในตัวของบุคคล และปัจจัยภายนอก จนเกิดความต้องการที่จะหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาช่วยแก้ปัญหานั้น ซึ่งก็คือสินค้าหรือบริการ 2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วจะพยายามค้นหาวิธีที่จะขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นโดยการต้องการข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ผู้บริโภคเสาะหาและคัดเลือกข้อมูลจากแหล่งภายในตัวบุคคลและภายนอกเพื่อใช้กำหนดทางเลือกและประกอบการตัดสินใจเลือกในการแก้ปัญหา 3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ (Evaluation of Alternatives) หมายถึง หลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริโภคจะระบุสิ่งที่ต้องการที่จะเลือกมาจำนวนหนึ่งเพื่อการพิจารณาก่อนการตัดสินใจ และจะนำเกณฑ์การประเมินมาใช้ในการพิจารณาทางเลือกแต่ละทางเลือก เพื่อเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของทางเลือกในแต่ละทางเพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีหรือพึงพอใจมากที่สุด ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นในทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง 4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หมายถึง การซื้อเป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งในกระบวนการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคลงมือกระทำการซื้อภายหลังจากการที่ได้ผ่านขั้นตอนอื่น ๆ ก่อนหน้านี้มาแล้ว และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้ประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการแล้วพบว่าให้ผลตามคาดไว้หรือต่ำ/เกินกว่าที่คาดไว้ จากการประเมินพฤติกรรมจะส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของความคาดหวังที่ผู้บริโภคตั้งใจไว้และประสบการณ์ที่ได้รับจริง หากผลลัพธ์สามารถตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจ ก็จะส่งผลต่อการซื้อหรือใช้บริการซ้ำและทำให้เกิดความภักดีต่อไป

นอกจากนี้ การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Chiwchawna (2018) เรื่อง การศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัววาสนาซีฟู้ดของผู้บริโภค ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และการศึกษาของ Apisavedtakan (2017) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งอันดับแรก คือ ด้านอาหารทะเลสด รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนการศึกษาของ Thonglup (2016) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบู

โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการและความสะอาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านบริการส่งถึงบ้าน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ นอกจากนี้การศึกษาของ Chanplang and Thianpradap (2012) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ได้แก่ รสชาติความอร่อย ความสดใหม่ของอาหาร ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ บรรยากาศและความสว่างของร้าน ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ราคาย่อมเยากว่าร้านอื่น ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและทำการสังเคราะห์ปัจจัยจากทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของ Kotler and Keller (2016) เพื่ออธิบายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน/บุคคล กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ และ ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของ Kotler and Armstrong (2016) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยแสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปอายุมากกว่า 18 ปี และเคยมีประสบการณ์การซื้ออาหารทะเลอย่างน้อยหนึ่งครั้ง บริเวณตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต

ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ดังนั้นการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณจากสูตรของ Cochran (1977 cited in Akakul, 2000) และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 420 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาและประยุกต์ขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยของ Chanplang and Thianpradap (2012) Apisavedtakan (2017) และ Chiwchawna (2018) โดยโครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็นเป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวน 57 ข้อ

ตอนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็นเป็นการวัดแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ จำนวน 32 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมีการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง ความครอบคลุมเชิงเนื้อหาและความเหมาะสมทางภาษา (Content Validity) แล้วนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยมีค่า IOC ระหว่าง 0.66 - 1.00 แสดงถึงความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยค่า IOC ควรมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไป (Pasunon, 2015) แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน โดยได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเท่ากับ 0.83 ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อเท่ากับ 0.74 และระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.87 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าครอนบาคมากกว่า 0.70 (Nunnally, 1978 cited in Pasunon, 2014) ดังนั้นจึงสามารถยอมรับแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง โดยใช้แบบสอบถามที่เตรียมไว้ แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป อายุมากกว่า 18 ปี เคยมีประสบการณ์การซื้ออาหารทะเลอย่างน้อยหนึ่งครั้ง บริเวณตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2563 ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 420 ชุด

2. ผู้วิจัยเก็บและตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และวัดระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวในตลาดราไวย์ของนักท่องเที่ยว และประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์จังหวัดภูเก็ต ด้วยค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 57.86 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 37.86 สถานภาพโสด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 48.81 รายได้ต่อเดือน 2,501 - 3,500 ดอลลาร์สหรัฐ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 44.76 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 70.48 ภูมิลำเนาประเทศเยอรมนี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10

ผลการศึกษาด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.89 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.156 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.02 (S.D. = 0.242) ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.94 (S.D. = 0.299) ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ย 3.92 (S.D. = 0.282) ด้านบุคคลหรือพนักงาน ค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.334) ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D. = 0.362) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D. = 0.229) และด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D. = 0.288) ตามลำดับ

ผลการศึกษาด้านกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 (S.D. = 0.213) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.05 (S.D. = 0.259) การค้นหาข้อมูล ค่าเฉลี่ย 4.03

(S.D. = 0.356) การตระหนักถึงปัญหา ค่าเฉลี่ย 3.99 (S.D. = 0.317) การประเมินทางเลือก ค่าเฉลี่ย 3.99 (S.D. = 0.263) การตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.90 (S.D. = 0.265) ตามลำดับ

จากการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมดจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 1.013 - 1.716 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันจนเกิดปัญหา Multicollinearity (Hair, Black, Babin & Anderson, 2014)

ตารางที่ 1 การเพิ่มค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เมื่อเพิ่มปัจจัยเข้าไปทีละตัวแปร

ตัวแปร	R	R^2	R^2_{adj}	SE_{est}	F	Sig.
PRC	0.548	0.301	0.299	0.178	179.765	0.000**
PRC PRI	0.631	0.398	0.395	0.166	137.737	0.000**
PRC PRI PEP	0.651	0.424	0.419	0.162	101.868	0.000**
PRC PRI PEP PRD	0.657	0.432	0.426	0.161	78.835	0.000**
PRC PRI PEP PRD PMT	0.661	0.437	0.431	0.161	64.385	0.000**

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ด้วยวิธีการ Stepwise พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวมี 5 รูปแบบ คือ ด้านกระบวนการ (PRC) ด้านราคา (PRI) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP) ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) และด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT) โดยปัจจัยด้านกระบวนการ (PRC) เป็นตัวแปรตัวแรกที่สามารถพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ต่อมาเป็นด้านราคา (PRI) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP) ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) และด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT) ตามลำดับ ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกิดขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.661 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 43.1 (Adjust R^2 = 0.431) โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ (PRC) สามารถทำนายกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 29.9 ทั้งนี้ หากเพิ่มปัจจัยด้านราคา (PRI) เข้าไปจะสามารถร่วมกันทำนายกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 39.5 หากเพิ่มปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP) เข้าไปจะสามารถร่วมกันทำนายกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 41.9 หากเพิ่มปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) เข้าไปจะสามารถร่วมกันทำนายกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 42.6 และหากเพิ่มปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT) เข้าไปจะสามารถร่วมกันทำนายกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวได้

ร้อยละ 43.1

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.395		7.484**	0.000
ด้านกระบวนการ (PRC)	0.208	0.276	5.953**	0.000
ด้านราคา (PRI)	0.201	0.283	6.036**	0.000
ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP)	0.131	0.205	0.268**	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD)	0.076	0.086	1.873**	0.000
ด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT)	0.045	0.077	4.024*	0.042
R = 0.661, R^2 = 0.437, Adjust R^2 = 0.431, S.E.est = 0.161				

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว (DES) ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) ด้านราคา (PRI) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP) ด้านกระบวนการ (PRC) และด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT) โดยทั้ง 5 ตัวแปรนี้มีอำนาจในการพยากรณ์ร่วมกันในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว (DES) ได้ร้อยละ 43.1 (Adjusted R^2 = 0.431) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.661 (R = 0.661) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.161 (S.E.est = 0.161) โดยด้านราคา (PRI) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานมากที่สุด (β = 0.283) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ (PRC) (β = 0.276) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PEP) (β = 0.205) ด้านผลิตภัณฑ์ (PRD) (β = 0.086) และด้านการส่งเสริมการตลาด (PMT) (β = 0.077) ตามลำดับ ส่วนค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบเท่ากับ 1.395 และสามารถนำมาเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$DES = 1.395 + 0.208\ PRC + 0.201\ PRI + 0.131\ PEP + 0.076\ PRD + 0.045\ PMT$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต พบว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน สอดคล้องกับแนวคิด

ของ Gronroos (1990) และ Kotler and Keller (2016) ได้กล่าวว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และช่วยสนับสนุนผลักดันทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Supsong (2016) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการห้องอาหารบนชั้นดาดฟ้าของโรงแรมห้าดาว ส่วนกระบวนการตัดสินใจซื้อผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมหลังการซื้อ การค้นหาข้อมูล การตระหนักถึงปัญหา การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Armstrong (2016) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการในการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อ เกิดจากการเลือกและเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจากทางเลือกมากมายแล้วนำมาพิจารณาด้วยเหตุผลและผ่านหลาย ๆ ขั้นตอนก่อนการตัดสินใจเพื่อให้ได้สิ่งที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อจะช่วยให้นักการตลาดมีความเข้าใจเข้าถึงผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นและสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

จากการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต มีจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแต่ละปัจจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา พบว่า มีอิทธิพลมากที่สุดในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากในภาพรวม ราคาอาหารทะเลถือว่ามีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับอาหารประเภทอื่น ๆ เช่น เนื้อสัตว์ อย่างไรก็ตาม ราคาอาหารทะเลที่ตลาดราไวย์โดยรวมมีราคาที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับการซื้ออาหารทะเลบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งต้นทางจำหน่ายอาหารทะเลจึงลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง อีกทั้งยังมีหลายระดับราคาให้เลือกในสินค้าแต่ละประเภท โดยมีการแสดงราคาสินค้าและบริการอย่างชัดเจน นอกจากนี้สินค้ายังมีความสดใหม่ มีหลากหลายชนิดให้เลือกและมีบริการทำอาหารจากสินค้าที่ซื้อที่มีรสชาติอร่อยเลือกได้หลายเมนู ดังนั้นปัจจัยด้านราคาจึงมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการและจะช่วยส่งเสริมให้ตลาดราไวย์เป็นแหล่งอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรู้จักในด้านการรับประทานอาหารทะเลที่มีราคาเหมาะสม คุณภาพดีและคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pornjitudom (2008) พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในระดับมาก โดยการแจ้งราคาไว้อย่างชัดเจน และการตั้งราคาที่เหมาะสมจะส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคา ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Promburom and Kimpakorn (2015) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ในเชิงบวกของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความคุ้มค่าเงิน กิจกรรมการท่องเที่ยว

และสภาพแวดล้อมของสถานที่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ พบว่า มีอิทธิพลอันดับที่สองในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากกระบวนการให้บริการของพนักงานในตลาดแห่งนี้ มีความสามารถรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาติต่าง ๆ ทั้งในด้านการแนะนำการเลือกซื้อสินค้าอาหารทะเล เช่น ปลา กุ้ง และหอย เป็นต้น รวมถึงการแนะนำเมนูในการทำอาหารที่เหมาะกับประเภทสินค้าอาหารทะเลที่เลือก จนนักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความรวดเร็วในการได้รับบริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเวลาที่จำกัดในการมาท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่าอาหารทะเล ควรมีลักษณะรับประทานปรุงสด ร้อน และผ่านกระบวนการปรุงที่ไม่นานเพื่อรักษาคุณค่าทางโภชนาการ จึงทำให้ลูกค้าต้องการความรวดเร็วในการให้บริการ อีกทั้งอาหารทะเลมีราคาค่อนข้างสูงจึงทำให้ลูกค้าคาดหวังสูงในการได้รับบริการ อย่างไรก็ตาม การเสิร์ฟอาหารและชำระเงินที่รวดเร็วจะเป็นการประหยัดเวลาในการรับประทานอาหาร การรับรายการอาหารและจัดที่นั่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเป็นการลดความไม่พึงพอใจจากการรอคอยหรือการเข้าคิวของผู้บริโภคได้ ซึ่งกระบวนการให้บริการที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้ตลาดราไวย์เป็นแหล่งอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวและเป็นที่กล่าวถึงเมื่อต้องการรับประทานอาหารทะเลในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ouamaisakul (2010) พบว่า กระบวนการให้บริการด้านพนักงานขององค์กรมีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นบุคคลที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยเฉพาะด้านการพูดจาที่สุภาพ และมีความจริงใจในการให้บริการ ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ Ladki (1994) สนับสนุนว่า คุณลักษณะของภัตตาคารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภค ได้แก่ ความรวดเร็วการให้บริการ ความสุภาพเรียบร้อยของผู้ให้บริการ คุณภาพของอาหารและราคาของอาหารที่จำหน่าย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ Chananason (2013) พบว่า ขั้นตอนการให้บริการที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และขั้นตอนการให้บริการที่สะดวกไม่ซับซ้อนจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับความสะดวกและส่งผลต่อความพึงพอใจระดับมาก และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Berbel-Pineda et al. (2019) พบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวจากการได้รับประทานอาหารและมีความพึงพอใจจะเป็นแรงจูงใจและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน พบว่า มีอิทธิพลอันดับสามในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว เพราะว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ผู้ขายมีการบริการที่สุภาพอ่อนโยน ยิ้มแย้มแจ่มใส ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่โดดเด่นในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะคนไทยที่มีลักษณะความเป็นเจ้าบ้านที่ดี นอกจากนี้ มีการให้บริการอย่างรวดเร็ว ความเข้าใจสินค้าและบริการเป็นอย่างดี สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการจนเกิดความประทับใจตามที่คาดหวังเอาไว้ในการมาใช้บริการ โดยปัจจัยเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้ตลาดราไวย์เป็นแหล่งอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้านบริการ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongkundam (2015) พบว่า คนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

ในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนในพื้นที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อีกด้วย รวมทั้งการศึกษาวิจัยของ Lamsakulrat (2015) สนับสนุนว่า ปัจจัยทางด้านพนักงาน เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการสร้างความพึงพอใจ ความประทับใจ และคุณภาพการให้บริการต่อผู้บริโภค เช่น การที่พนักงานมีความเอาใจใส่ มีความกระตือรือร้น มีความเป็นมิตรและมีความจริงใจในการให้บริการ เป็นต้น สำหรับงานวิจัยของ Thonglup (2016) พบว่า การดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน เช่น คอยแนะนำเมนูอาหารและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้า นอกจากจะสามารถสร้างความพึงพอใจแล้ว ยังส่งผลดีต่อร้านอาหารในระยะยาวในการสร้างความแตกต่างทางด้านการแข่งขันอีกด้วย รวมทั้งงานวิจัยของ Sthapit (2017) พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในการต้อนรับและการบริการสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีทางด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีอิทธิพลอันดับสี่ในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เนื่องจากมีสินค้าอาหารทะเลที่มีความหลากหลาย มีหลายขนาดให้เลือกตามความเหมาะสม สินค้ามีความสดใหม่และสามารถนำไปทำอาหารได้หลากหลายเมนูทั้งในรูปแบบอาหารไทยและยุโรป จึงทำให้ตลาดราไวย์เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและมีการบอกต่อกันปากต่อปากจนเป็นที่รู้จัก โดยผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Amorprasertchai (2011) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญมากที่สุดในการบริหารจัดการร้านอาหาร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้บริการในร้านอาหารเพิ่มมากขึ้น ควรให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่มีความสด สะอาด และนำมาปรุงให้เกิดความอร่อยหรือมีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะร้าน เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Chanplang and Thianpradap (2012) พบว่า ในการเลือกซื้ออาหารทะเล ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ได้แก่ รสชาติ ความสดใหม่ คุณค่าทางโภชนาการ ความหลากหลาย ความสะอาด และตรงความต้องการ ซึ่งการมีผลิตภัณฑ์อาหารทะเลที่โดดเด่น สด สะอาด และหลากหลายจะช่วยส่งเสริมให้ตลาดราไวย์เป็นแหล่งอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวต้องมาเยือน การศึกษาของ Chang, Kivela, and Mak (2010) ยังสนับสนุนว่า การรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการมาท่องเที่ยวในวันหยุด นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปยินดีที่จะลองรับประทานอาหารที่มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากที่ตนเองคุ้นเคยในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sthapit (2017) พบว่า ประสบการณ์ด้านอาหารที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การนำเสนออาหารประจำท้องถิ่นที่มีรสชาติอาหารที่อร่อย มีความแปลกใหม่และเป็นอัตลักษณ์ สร้างประสบการณ์ทางด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rousta and Jamshidi (2020) พบว่า คุณค่าทางรสชาติ คุณภาพ คุณค่าต่อสุขภาพ ราคา และคุณค่าทางอารมณ์ ส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่น และมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำอาหารเพื่อการท่องเที่ยวแก่บุคคลอื่นด้วย รวมทั้งผลการศึกษาของ Berbel-Pineda et al. (2019) พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารและประสบการณ์ที่ได้รับประทานอาหารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่

ท่องเที่ยวและสามารถสร้างความภักดีต่อนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีอิทธิพลน้อยที่สุดในการพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากตลาดราไวย์มีการส่งเสริมการตลาดหลายช่องทาง เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต โซเชียลเน็ตเวิร์ค และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผู้ขายที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าอาหารทะเลและแนะนำเมนูในการทำอาหารที่เหมาะสมกับประเภทสินค้าอาหารทะเลที่นักท่องเที่ยวเลือกอีกด้วย จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rompho (2012) พบว่า ผู้บริโภคมีการแสวงหาข้อมูลทางออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ต่าง ๆ โดยข้อมูลที่ค้นพบมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการศึกษาของ Rungsatianputorn (2016) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถทราบถึงข้อมูลของร้านอาหารผ่านโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์และการรีวิวการใช้บริการ เช่น Facebook Instagram และ Twitter โดยงานวิจัยของ Cohen and Avieli (2004) ยังสนับสนุนว่า การส่งเสริมการตลาดในพื้นที่ภูมิภาคควรส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการนำอาหารมาใช้เป็นกิจกรรมเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวด้านอาหารจังหวัดภูเก็ต Phuket: City of Gastronomy (2560 - 2564) (Phuket, 2017) ในด้านที่ 4 การตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการให้บริการซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ตลาดราไวย์เป็นแหล่งอาหารเพื่อการท่องเที่ยวได้ดีมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสื่อออนไลน์ต่าง ๆ มากมาย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องร่วมมือกันในการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการรู้จักในตัวแหล่งท่องเที่ยว โดยการใส่ข้อมูลรายละเอียดในเว็บไซต์ให้ทันสมัย ครบถ้วนและเป็นจริง เพราะผู้บริโภคมักพิจารณาข้อมูลในการตัดสินใจใช้บริการจากบทวิจารณ์ หรือรูปภาพเกี่ยวกับอาหาร

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยสรุปข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต ดังนี้

1. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันการใช้ชีวิตในสังคมมีความเร่งรีบและลูกค้ามีเวลาที่จำกัดในการมารับบริการ ผู้ประกอบการควรมีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก เช่น ใช้แท็บเล็ตในการรับคำสั่งซื้ออาหารหรือการทำแอปพลิเคชัน ให้สามารถจองคิวโต๊ะได้ล่วงหน้าหรือสอบถามข้อมูลสินค้าอาหารทะเลก่อนมารับบริการ เป็นต้น เพื่อให้การพัฒนาตลาดราไวย์สอดคล้องตามแนวทางการพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองแห่ง Smart City

2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรหรือพนักงานภายในร้าน โดยผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมมารยาท การเป็นเจ้าบ้านที่ดี และมาตรฐานการให้บริการที่ถูกต้องรวดเร็ว มีความรู้เข้าใจในสินค้าและสามารถให้คำแนะนำอาหารทะเล และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ทั้งนี้ ควรมีการอบรมเรื่องการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารของพนักงานเป็นประจำ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นมาตรฐานที่ดีของตลาดราไวย์ ในส่วนของภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการโดยการอบรมให้ความรู้ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเล และการให้บริการที่เป็นมาตรฐานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (Food Service Standard for Tourism) ของกรมการท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการจัดทำโครงการอาสาสมัครชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เช่น การให้ข้อมูลคำแนะนำด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์

3. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยเน้นราคาที่เหมาะสมตามมาตรฐานและคุณภาพของอาหารทะเล สำหรับหน่วยงานภาครัฐควรมีการตรวจสอบราคาและคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอพร้อมทั้งการออกใบรับรอง (ใบประกาศ) ที่เป็นสากล พร้อมทั้งแสดงในที่สาธารณะให้นักท่องเที่ยวรับรู้ในเรื่องมาตรฐานราคา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการ

4. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และรู้จักในชื่อเสียง ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของตลาดราไวย์ ในการเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเล เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ในวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) เฉพาะของตลาดราไวย์ การทำประชาสัมพันธ์ร้าน ทั้งป้ายร้านค้า แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และผ่านช่องทางออนไลน์ โดยควรทำรีวิวผ่านทางเฟซบุ๊ค เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมเกี่ยวกับอาหารและการท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจและมั่นใจในการเข้ามารับประทานอาหารมากขึ้น เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมชอบศึกษาข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์โดยตรงทั้งในอินเทอร์เน็ตและการสอบถามโดยตรงก่อนการทดลองใช้จริง

สำหรับภาครัฐ และหน่วยงานเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ควรให้การส่งเสริมโฆษณา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ผ่านการจัดกิจกรรมเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลอาหารทะเล การจัดการแข่งขันประกอบอาหาร การเป็นผู้สนับสนุนให้กับรายการอาหารระดับสากล การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทะเล เช่น การตกปลา การแข่งขันเรือใบ เป็นต้น โดยผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น วิดีโอออนไลน์ (ยูทูป) เฟซบุ๊ค (Facebook) เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า (อาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวตลาดราไวย์) ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว

5. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือของตลาดราไวย์ โดยการออกแบบตราสัญลักษณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์ที่มีการเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างการตระหนักรู้และจดจำ พร้อมทั้งยังสร้างความเชื่อมโยงกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ตได้อีกทางหนึ่งรวมถึงวัตถุดิบที่ใช้ควรเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี สามารถบอกถึงแหล่งที่มา ขั้นตอนต่าง ๆ พร้อมทั้งการประกอบการอาหาร รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ โดยการผ่านเรื่องเล่า (Story telling) จากคนในท้องถิ่น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์การรับประทานอาหารของท้องถิ่นผ่านอาหารทะเลให้ชัดเจน เพื่อเป็นการสร้างจุดยืนด้านภาพลักษณ์อาหารถิ่นและสร้างการสื่อสารรับรู้ข้อมูลให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยวในตลาดราไวย์

6. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยควรมีพัฒนาปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในตลาดราไวย์ ให้มีคุณภาพมาตรฐานและมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีความปลอดภัย ความสะอาดถูกสุขอนามัย คำนึงกับสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานระดับสากล เช่น ห้องน้ำ ลานจอดรถ แสงสว่างทางเดินภายในตลาดราไวย์ และการจัดสถานที่นั่งพักผ่อนสาธารณะ เป็นต้น เพื่อรองรับในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลที่มีคุณภาพและสอดรับกับการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร หรือ City of Gastronomy ของจังหวัดภูเก็ต

7. ภาครัฐ หน่วยงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในความสำคัญและประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลในตลาดราไวย์ โดยที่การท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลตลาดราไวย์สามารถสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น รักษาวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนชาวเลราไวย์ พร้อมทั้งประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อรองรับตลาดราไวย์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญระดับประเทศ และเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลและการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กันต่อไป

8. ภาครัฐ หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานท้องถิ่น และผู้ประกอบการ ควรมีการส่งเสริมให้ตลาดราไวย์มีความเด่นชัดในเรื่องวัฒนธรรมอาหาร เอกลักษณ์เฉพาะพื้นถิ่นในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางอาหารที่สำคัญ โดยจัดทำคู่มืออาหาร คุณค่าโภชนาการ ความสะอาดปลอดภัยด้านอาหารทะเลสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลในจังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะตลาดราไวย์ที่นำเสนอความเป็นชุมชนท่องเที่ยวและอาหารทะเล ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอข้อมูลให้ลูกค้าทราบถึงคุณค่าทางโภชนาการของวัตถุดิบในการปรุงอาหาร เมนูอาหาร ความสะอาดปลอดภัย ประโยชน์ต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลต่อไป

9. ภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการส่งเสริมการพัฒนาการสร้างแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลที่มีในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงมูลค่าและคุณค่า อีกทั้งเป็นการสร้างอาชีพ รายได้ให้กับชุมชน และเป็นสินค้าที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

10. ภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ร่วมกันสร้างกิจกรรมและประสบการณ์ทางด้านอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในตลาดราไวย์ การมีส่วนร่วม เรียนรู้ในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เรื่องราวชุมชนชาวเล ให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางทะเลและการอนุรักษ์ทะเลไทย นำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร การทดลองทำอาหาร (Cooking Class) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ ในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารทะเลและสามารถเพิ่มมูลค่า โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเล โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ให้อาหารทะเลควบคู่ไปกับเรื่องสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการบริโภคในปัจจุบัน นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาให้มีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทอาหารทะเลในจังหวัดภูเก็ต พร้อมทั้งเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่นและส่งเสริมประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้เป็นเครื่องมือทางด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม และอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเพิ่มเติม เพื่อให้การศึกษาวิจัยมีความครอบคลุม นำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

2. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดราไวย์ จังหวัดภูเก็ต ควรใช้การวิจัยในแนวทางแบบผสมผสาน โดยการผสานวิธีคิดและระเบียบวิธีเชิงปริมาณและคุณภาพเข้าด้วยกัน เพิ่มเติมจากเครื่องมืออื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นต้น การร่วมกิจกรรมในพื้นที่เพื่อสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมและเก็บข้อมูลเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อความสมบูรณ์และความเหมาะสมของข้อมูล รวมทั้งควรมีการนำสถิติรูปแบบอื่น ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์ที่นอกเหนือจากการวิเคราะห์ในครั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่มีความหลากหลาย ครอบคลุม และทำให้ผลของการวิเคราะห์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Akakul, T. (2000). *Research methodology in behavioral sciences and social science*. Ubon Ratchathani: Rajabhat Institute Ubon Ratchathani. **[in Thai]**

Amorprasertchai, S. (2011). *Service marketing mixes factors influencing consumer's service usage behaviors at grilled-meat, suki-yaki and shabushabu buffet restaurants in Thonburi area* (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok. **[in Thai]**

Anekpoonsuk, B. (2017). Food on the move. *TAT Review, 3*(1), 8-19. **[in Thai]**

Apisavedtakan, C. (2017). *The marketing-mix factors influencing the decision-making in purchasing the fresh seafood in Bangkok* (Master independent study). Krirk University, Bangkok. **[in Thai]**

Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., Ramírez-Hurtado, J. M., & Santos-Roldán, L. (2019). Gastronomic experience as a factor of motivation in the tourist movements. *International Journal of Gastronomy and Food Science, 18*(4), 1-10.

Boyne, S., & Hall, D. (2004). Place promotion through food and tourism: Rural branding and the role of websites. *Place Branding, 1*(1), 80-92.

Chanananon, S. (2013). *Factors influencing consumer satisfaction at a fast food restaurant in Bangkok* (Master independent study). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Chandralal, L., & Valenzuela, F. (2013). Exploring memorable tourism experiences: Antecedents and behavioural outcomes. *Journal of Economics, Business and Management, 1*(2), 177-181.

Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2010). Food preferences of Chinese tourists. *Annals of Tourism Research, 37*(4), 989-1011.

Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West. *Tourism Management, 32*(2), 307-316.

Chanplang, D., & Thianpradap, P. (2012). *The influent factors to decide on consuming seafood of Thai tourism in Cha-Am District Phetchaburi Province* (Bachelor research). Silpakorn University, Phetchaburi. **[in Thai]**

Chiwchawna, K. (2018). *The study of service marketing mix 7P's that influence customer buying decision for Wassana's seafood restaurant* (Master independent study). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research, 31*(4), 755-778.

Fields, K. (2002). Demand for the gastronomy tourism products: Motivational factors. In A. M. Hjalager & G. Richard (Eds.), *Tourism and gastronomy* (pp. 36-50). London: Routledge.

Gronroos, C. (1990). *Service management & marketing: Managing the moments of truth in service competition*. Lexington: Lexington Books.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis: Pearson new international edition* (7th ed.). Harow: Pearson Education.

Henderson, J. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal, 111*(4), 317-326.

Hjalager, A., & Corigliano, M. (2000). Food for tourists-determinants of an image. *International Journal of Tourism Research, 2*(4), 281-293.

Jaturongkul, A., & Jaturongkul, D. (2007). *Consumer behavior* (8th ed.). Bangkok: Thammasat University. **[in Thai]**

Junkarangkha, S. (2004). *Principles of nutrition* (4th ed.). Bangkok: Kasetsart University. **[in Thai]**

Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management, 28*(3), 423-431.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Boston: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Ladki, S. M. (1994). Consumer involvement in ethnic restaurants: A measure of satisfaction/dissatisfaction. *Hospitality & Tourism Educator, 6*(4), 73-74.

Lamsakulrat, C. (2015). *Factors influencing consumer's satisfaction of international food in Bangkok* (Master independent study). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Ouamaisakul, T. (2010). *Increasing efficiency in service quality to serve customer, A case study of a Bank AAA branch* (Master's thesis). University of the Thai Chamber of Commerce, Bangkok. **[in Thai]**

Pasunon, P. (2014). Reliability of questionnaire in quantitative research. *Parichart Journal, 27*(1), 145-163. **[in Thai]**

Pasunon, P. (2015). Validity of questionnaire for social science reserach. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University, 18*(18), 375-396. **[in Thai]**

Phuket. (2017). *Phuket's strategic plan: City of gastronomy 2560-2564*. Phuket: Phuket Provincial Hall. **[in Thai]**

Phuket e magazine. (2017). *Phuket creative city of gastronomy by UNESCO*. Retrieved from https://www.phuketemagazine.com/ภูเก็ต-เมืองสร้างสรรค์ **[in Thai]**

Pornjitudom, K. (2008). *Opinion and suggestion of consumer to factors marketing mix of customer seafood restaurant Tangka at Pattaya, Chonburi* (Master independent study). Burapha University, Chonburi. **[in Thai]**

Promburom, T., & Kimpakorn, N. (2015). Factors affecting tourist experience of eco, culture and wellness tourism in the upper Northern Provincial cluster 1 of Thailand: Chiang Mai, Lamphun, Lampang, Mae Hong Son. *Journal of Thai Hospitality & Tourism, 10*(1), 71-87. **[in Thai]**

Rompho, W. (2012). *Internet user's buying decision on food menu and restaurant through a user-generated content website* (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. **[in Thai]**

Rousta, A., & Jamshidi, D (2020). Food tourism value: Investigating the factors that influence tourists to revisit. *Journal of Vacation Marketing, 26*(1), 73-95.

Rungsatianputorn, N. (2016). *Type of restaurants, food quality, service quality, and social network affecting customers' decision to choose restaurants for dinner in Bangkok* (Master independent study). Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.

Sthapit, E. (2017). Exploring tourists'memorable food experiences: A study of visitors to Santa's official hometown. *Anatolia, 28*(3), 404-421.

Suampun, K. (2009). *Marine fish Urak Lawoi rawai village.* Bangkok: The Agricultural Co-operative Federation of Thailand Printing. **[in Thai]**

Supsong, N. (2016). Factors relating the decision making of the consumers in selecting the rooftop restaurant at 5 stars hotel in Bangkok. *Dusit Thani College Journal, 10*(2), 255-273. **[in Thai]**

Telfer, D. J., & Wall, G. (2000). Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies, 2*(4), 421–447.

Thongkundam, P. (2015). *Australian and Russian tourists' perspective of Phuket destination* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Phuket. **[in Thai]**

Thonglup, V. (2016). *Factors affecting to service satisfaction on shabu restaurants in Bangkok & Perimeter Area* (Master independent study). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Tourism Authority of Thailand. (2018). *Rawai beach*. Retrieved from https://thai. tourismthailand.org /สถานที่ท่องเที่ยว/หาดราไวย์-652 **[in Thai]**

Wangsai, C. (2017). Food will keep us alive. *TAT Review, 3*(1), 61-66. **[in Thai]**

รูปแบบการจัดการบึงบอระเพ็ดอย่างบูรณาการที่ตอบสนองต่อการพัฒนาและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

Bungboraped Management Model Integration that responds to Sustainable Development and Utilization

สุวรรณา คุณดิลกณัฐวสา[1*], เฉียงตะวัน ยอดดำเนิน[1], และ ธิติยา ทองเกิน[2]
Suwannna Khundiloknattawasa[1*], Chingtawan Yoddamnoen[1], and Thitiya Thongkern[2]

Abstract

Objectives of the research were: 1) to study the development and sustainable use of resources in Bungboraphed with the participation of people, agencies, and network partners, 2) to explore and analyze laws to prepare a manual for the correct and effective application of Bungboraphed laws, and 3) to develop the potential for community businesses and sustainability of on Bungboraphed. A total of 250 key contributors were chosen as representatives of community members, leaders, and professions to provide information. In-depth interviews and group discussions with 80 participants and content analysis were employed as tools for data collection and analysis. A Social Creative Potential Development Model (SCPDM) was designed using the information given by 60 participants.

[1]คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, [2]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ต.นครสวรรค์ตก อ.เมือง จ.นครสวรรค์ 60000

[1]Faculty of Humanities and Social Sciences, [2]Management Sciences, Nakhon Sawan Rajabhat University, Nakhonsawantok Sub-district, Mueang District, Nakhon Sawan Province 60000

*ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: suwanna6605@gmail.com)

รับบทความวันที่ 11 พฤษภาคม 2563 แก้ไขวันที่ 8 เมษายน 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 10 พฤษภาคม 2564

Hatyai Academic Journal 20(2): 343-361

The results show that:

1. The guidelines for sustainable development and utilization of Bungboraphed's resources consist of five steps: understanding of the resources, awareness of sustainability, equity of access to resources, sharing benefits, and having a sense of ownership.

2. The problems and obstacles negatively affecting the development of Bungboraphed were as follows: 1) the extent of utilization of resources is unclear; 2) management is not unified; 3) people lack awareness of sustainability; 4) public participation is minimal; and 5) there are conflicts of law between citizens and government agencies and between government agencies themselves.

3. SCPDM is there to conform entrepreneurial development with the required context of product development in each profession.

Keywords: *Development Guidelines, Bungboraped, Resource Utilization*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย 2) สำรวจและวิเคราะห์กฎหมายเพื่อจัดทำคู่มือการใช้กฎหมายเกี่ยวกับบึงบอระเพ็ดอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ และ 3) พัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างสำคัญในการให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนประชาชน ตัวแทนผู้นำชุมชน และตัวแทนกลุ่มอาชีพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 250 คน และการสนทนากลุ่มจำนวน 80 คน สำหรับการพัฒนาศักยภาพ ใช้กลุ่มตัวอย่าง 60 คน และทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า

1. แนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ สร้างความเข้าใจ มีความตระหนัก เปิดโอกาสเข้าร่วม รับผลประโยชน์ และความเป็นเจ้าของ

2. ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ด ดังนี้ 1) ความชัดเจนของขอบเขตการใช้ประโยชน์ในบึงบอระเพ็ด 2) การบริหารจัดการไม่เป็นเอกภาพ 3) ขาดจิตสำนึกในการใช้ประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมของประชาชน และ 5) มีประเด็นข้อขัดแย้งของกฎหมาย 2 ประเด็น ได้แก่ ข้อขัดแย้งระหว่างประชาชนและหน่วยงานของรัฐ และ ข้อขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน

3. รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนใช้รูปแบบ Social Creative Potential Development Model: SCPD เป็นการสร้างการพัฒนาผู้ประกอบการให้สอดรับกับบริบทความต้องการในการพัฒนาของแต่ละกลุ่มอาชีพ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: *แนวทางการพัฒนา บึงบอระเพ็ด การใช้ประโยชน์ทรัพยากร*

บทนำ

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เช่นเดียวกับสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ แต่การพึ่งพิงอาศัยประโยชน์ของมนุษย์ได้ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงจนเกิดเป็นวิกฤตการณ์ทางด้านบรรยากาศ ดิน น้ำ ป่าไม้ สัตว์ป่า และพลังงาน ฯลฯ ขึ้นทั่วโลก ปัจจุบันปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการบำรุงรักษาเพื่อความยั่งยืน โดยการบริหารจัดการของรัฐที่ผ่านมาไม่สามารถป้องกันและแก้ไขปัญหาได้ ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงอย่างต่อเนื่อง (National Research Council, 2018) ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ผ่านมาไม่ได้รับการแก้ไขให้บรรลุผลเท่าที่ควร ทั้งนี้เพราะมีสาเหตุมาจาก 1) ด้านกฎหมายและการเมือง 2) ด้านเจ้าหน้าที่ของรัฐขาดความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ 3) ด้านประชาชน ซึ่งคิดว่าปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาไกลตัว ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นไม่ปรากฏให้เห็นในทันทีทันใด (Natthawat, 2013) การต่อสู้และความขัดแย้งระหว่างรัฐกับชุมชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องนับร้อยปี ตั้งแต่ยุคการควบคุมอำนาจการจัดการและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรด้วยแนวทางการรวมศูนย์อำนาจโดยรัฐผ่านระบบการขีดเส้นเขตป่าและระบบการสัมปทานพื้นที่ป่า แร่ธาตุ ที่ดิน พลังงานและอื่น ๆ ประชาชนและชุมชนจึงมีฐานะเป็นเพียงผู้อาศัยและผู้บุกรุก รวมทั้งไม่มีสิทธิ์ในการครอบครองหรือใช้ประโยชน์จากทรัพยากรจนกว่าจะได้รับอนุญาตจากรัฐ และอยู่ในสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงอย่างมาก องค์กรและประชาคมต่าง ๆ มีความตื่นตัวในเรื่องการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาเพื่อการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนในประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนควรร่วมมือกันแก้ไขปัญหาเพื่อความยั่งยืน (Dissaman, 2015) แนวคิดในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันมุ่งให้ความสำคัญกับภาคประชาชนและชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับรัฐในการจัดการ เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติได้รับการดูแลรักษาและใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืนต่อไป ชุมชนจึงมีความชอบธรรมที่จะมีสิทธิเหนือทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ของตนมากกว่าคนภายนอกชุมชนที่ไม่ได้เป็นผู้อาศัย ทั้งยังเป็นการป้องกันปัญหาความขัดแย้งอันเนื่องมาจากการแย่งชิงทรัพยากรตลอดจนปัญหาการทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของคนในท้องถิ่นอีกด้วย (Sinthipong, 2015)

บึงบอระเพ็ด เป็นบึงทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีเนื้อที่ 132,737 ไร่ ในท้องที่ อำเภอเมืองนครสวรรค์ อำเภอท่าตะโก และอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด โดยพบว่ามีสัตว์อาศัยอยู่ประมาณ 148 ชนิด พืช 44 ชนิด มีพันธุ์สัตว์หายาก ได้แก่ นกเจ้าฟ้าหญิงสิรินธร ปลาเสือตอ พื้นที่บางส่วนได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่า มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในบึงบอระเพ็ด หลายหน่วยงาน ประกอบด้วย 1) หน่วยงานสังกัดกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 2) หน่วยงานสังกัดกรมอุทยานสัตว์ป่าและพรรณพืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมธนารักษ์ โครงการชลประทาน

นครสวรรค์ กรมทรัพยากรน้ำ องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ กรมโยธาธิการและผังเมือง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ อบต.แควใหญ่ อบต.เกรียงไกร อบต.ทับกฤช เทศบาลตำบลทับกฤช อบต.พนมเศษ อบต.วังมหากร อบต.พระนอน และ อบต.หนองปลิง และมีหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ในเขตบึงบอระเพ็ดตามประกาศพระราชกฤษฎีกาทั้ง 3 อำเภอ จำนวน 31 หมู่บ้าน ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 4,286 ครัวเรือน (Bungboraphed Research and Training Center, 2015) จากการศึกษาของศูนย์วิจัยและฝึกอบรมบึงบอระเพ็ด พบว่า มีสภาพปัญหาสำคัญ ๆ ได้แก่ 1) ปัญหาข้อกฎหมายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาและการปฏิบัติหน้าที่ 2) ขอบเขตบึงบอระเพ็ด 3) ด้านการบริหารจัดการ และ 4) การใช้ประโยชน์ที่ทับซ้อนกัน ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายที่สำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยดำเนินการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งมุ่งเน้นการยกระดับรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน รวมทั้งปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจการค้าของประเทศที่มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน เพื่อเป็นพลังสำคัญในการเร่งรัดการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจภายใต้แนวทางการขับเคลื่อนโดยประชารัฐที่มีการบูรณาการงานของภาครัฐ เอกชนและชุมชนมีส่วนร่วมคิดร่วมทำในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนหรือเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยอาศัยกลไกการพัฒนาระบบตลาดในการดูแลและส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าในท้องถิ่น รวมถึงเกิดการยกระดับความสามารถและเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาคให้มีความมั่นคงและยั่งยืน

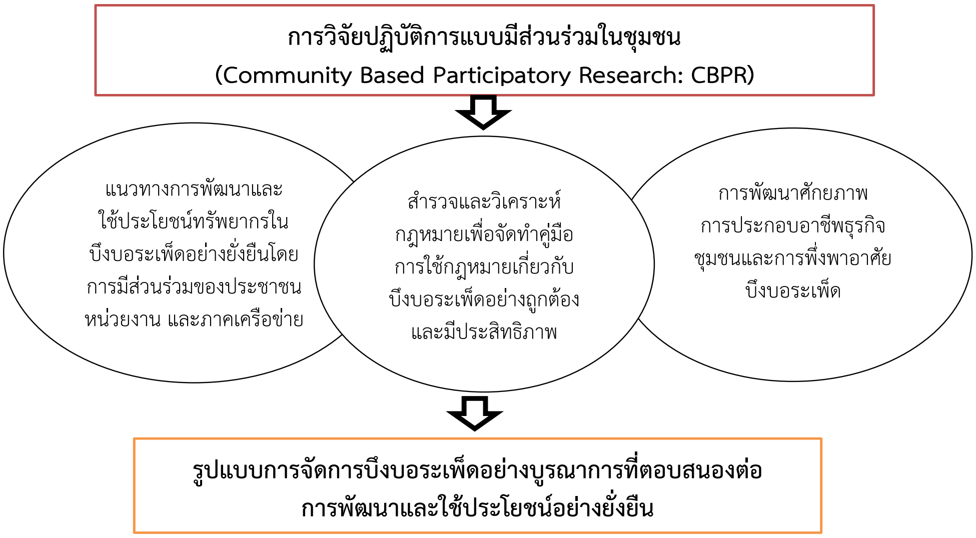
จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยเห็นว่าบึงบอระเพ็ดเป็นแหล่งน้ำจืดธรรมชาติขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและผู้อยู่อาศัย และมีการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ดอย่างกว้างขวางไม่มีขีดจำกัด ที่ผ่านมาในอดีตจนถึงปัจจุบันบึงบอระเพ็ดมีปัญหาในการจัดการด้านต่าง ๆ มากมาย และยังไม่สามารถหาทางออกที่เหมาะสมได้ ทำให้การพัฒนาบึงบอระเพ็ดไม่ได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการขาดความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่ การแย่งชิงทรัพยากรภายในบึงบอระเพ็ด ความไม่ชัดเจนและไม่เข้าใจในกฎหมายที่มีอยู่ ทั้งโดยเจ้าหน้าที่และประชาชน สำหรับการพัฒนาอาชีพของกลุ่มอาชีพหรือประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดยังไม่มีความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ขาดกลยุทธ์ด้านการตลาด และการไม่ประสบความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการจัดการบึงบอระเพ็ดอย่างบูรณาการที่ตอบสนองต่อการพัฒนาและใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน และเมื่อได้ดำเนินการศึกษาแล้วผลที่ได้รับทำให้การจัดการปัญหาภายในบึงบอระเพ็ดสามารถแก้ไขลงได้ โดยมีคู่มือการใช้กฎหมายเป็นการเฉพาะสำหรับบึงบอระเพ็ดโดยตรง ลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้น ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดประกอบอาชีพแบบพึ่งพาอาศัยทรัพยากรในบึงบอระเพ็ดได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาและใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย
2. เพื่อสำรวจและวิเคราะห์กฎหมายเพื่อจัดทำคู่มือการใช้กฎหมายเกี่ยวกับบึงบอระเพ็ดอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติเป็นวิธีดำเนินงานเพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติดำรงอยู่เพิ่มขึ้นหรือไม่ถูกทำลายจนเกินขอบเขตไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม โดยเฉพาะมนุษย์ได้มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตและเอื้ออำนวยความสะดวกสบาย บางครั้งขาดความรู้ ความเข้าใจขาดการวางแผนที่ดี โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบและการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติในอนาคต เช่น เกิดภาวะแห้งแล้ง การเกิดมลพิษ การสูญเสียพื้นที่เพาะปลูก การพังทลายของดิน เป็นต้น จึงถึงเวลาแล้วที่จะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่ครอบคลุมถึงการจัดระบบสิ่งแวดล้อมหรือการผลิตการดำรงไว้ให้คงอยู่ ความจำเป็นที่ต้องจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Mongkolpitaksuk, Chitsawatthai, & Katapunho, 2015) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการแสวงหาความรู้เพื่อความเข้าใจและพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ที่นักวิจัยและผู้ร่วมวิจัยทำไปด้วยกัน (Sutthinarakorn, 2014) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีนัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การวิจัยเพื่อให้ได้ความรู้

2) การปฏิบัติการเพื่อใช้ความรู้และสะท้อนผลการปฏิบัติ และ 3) การมีส่วนร่วม นอกจากนี้ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ยังเป็นกระบวนการวิจัยที่สะท้อนความคิดและการปฏิบัติ (Selenger, 1997; Marshall & Rossman, 2006)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการมีส่วนร่วมในชุมชน (Community Based Participation Research: CBPR) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ โดยตรง ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรตามลักษณะการเก็บข้อมูล ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรตามลักษณะการเก็บข้อมูล โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

1. การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ดด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างที่สำคัญในการให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนประชาชน จำนวน 62 คน ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 62 คน ตัวแทนกลุ่มอาชีพ จำนวน 14 คน รวมสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 138 คน

2. การสนทนากลุ่ม เป็นการรวบรวมข้อมูลและระดมความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นตัวแทนประชาชน จำนวน 15 คน ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน ตัวแทนกลุ่มอาชีพ จำนวน 15 คน และตัวแทนหน่วยงาน จำนวน 15 คน รวมจำนวนผู้สนทนากลุ่มทั้งสิ้น 60 คน การสนทนากลุ่มจัดออกเป็น 4 กลุ่มย่อยตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน

สำรวจและวิเคราะห์กฎหมายเพื่อจัดทำคู่มือการใช้กฎหมายเกี่ยวกับบึงบอระเพ็ดอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรตามลักษณะการเก็บข้อมูล โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

1. การค้นหาประเด็นข้อขัดแย้งของกฎหมาย เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในประเด็นปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ด และข้อขัดแย้งระหว่างประชาชน และหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานของรัฐด้วยกันเอง ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากแกนนำชุมชน จำนวน 31 คน ตัวแทนประชาชน จำนวน 31 คน ตัวแทนกลุ่มอาชีพ จำนวน 35 คน และตัวแทนหน่วยงาน จำนวน 15 คน รวมทั้งสิ้น 112 คน

2. การวิเคราะห์ข้อกฎหมาย ขั้นตอนนี้ได้สำรวจและรวบรวมข้อกฎหมายจากหน่วยงานต่าง ๆ มาดำเนินการสนทนากลุ่มจากตัวแทน ประชาชน ผู้นำชุมชน นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย จำนวน 5 คน และตัวแทนแต่ละหน่วยงานที่อยู่ในบึงบอระเพ็ด จำนวน 15 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน

การพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็นกลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มสมาชิก ในการศึกษาสภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการกลุ่มอาชีพ ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม คณะกรรมการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มอาชีพละ 10 คน รวม 30 คน

2. ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 3 คน

3. กลุ่มอาชีพที่ถูกคัดเลือกในการศึกษา เพื่อเข้าสู่กระบวนการอบรมให้ความรู้แก่ ประธานกลุ่ม/หัวหน้า คณะกรรมการ สมาชิกในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชน กลุ่มอาชีพละ 8 คน รวม 24 คน

4. ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 คน

สำหรับกลุ่มอาชีพที่เป็นตัวแทนในครั้งนี้ มีจำนวน 3 กลุ่ม โดยทำการคัดเลือก ได้แก่ 1) กลุ่มข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ 100% จังหวัดนครสวรรค์ 2) กลุ่มอาชีพแปรรูปปลาและทำปลาย่าง และ 3) กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง ที่มีประเด็นคำถามกำหนดขึ้นไว้ในการสนทนาอย่างกว้าง ๆ เพียงประเด็นหลัก ๆ ส่วนประเด็นอื่นมีการเพิ่มเติมระหว่างการสนทนาโดยไม่มีการเรียงลำดับคำถามไว้แน่นอนตายตัว ปิดการสัมภาษณ์เมื่อไรก็ได้ตามที่ผู้สัมภาษณ์เห็นว่าข้อมูลที่สัมภาษณ์มีความอิ่มตัวและเพียงพอแล้ว ซึ่งประเด็นข้อคำถามต้องตอบวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. การสนทนากลุ่ม เป็นการร่วมระดมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากที่สุด ในการแสดงความคิดเห็นเป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนร่วมกันแสดงความคิดเห็นมิใช่การถามตอบจากนักวิจัยฝ่ายเดียว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation Method) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทดสอบข้อมูลการวิจัยกับกลุ่มบุคคลที่หลากหลายทั้งตัวแทนประชาชน กลุ่มอาชีพ ผู้นำชุมชน นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย และตัวแทนแต่ละหน่วยงานที่อยู่ในบึงบอระเพ็ด เพื่อทวนข้อมูลสถานที่ ช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลรายบุคคล และภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบถ้วนแล้ว โดยเลือกวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย โดยบรรยายเป็นเนื้อหาตามที่ปรากฏในข้อความและทำการพิจารณาเนื้อหาโดยผู้วิจัยไม่มีอคติหรือความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปพัวพัน เทคนิคนี้ทำให้ได้เนื้อหาสาระเพื่อตอบคำถามปัญหาวิจัยได้เที่ยงตรงมากที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม สามารถนำมาเขียนผลการวิจัย ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ ประเด็นลักษณะการใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ด พบว่า ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ดมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันทั้งสำหรับการอุปโภคบริโภค ตลอดจนประกอบอาชีพ มีลักษณะ 5 ประเด็น ได้แก่ 1) น้ำในบึงบอระเพ็ด 2) ที่ดินในบึงบอระเพ็ด 3) การประมงในบึงบอระเพ็ด 4) บัวในบึงบอระเพ็ด และ 5) การท่องเที่ยวในบึงบอระเพ็ด

คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความชำนาญ และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับบึงบอระเพ็ดร่วมทำการสนทนากลุ่มเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ดให้ได้อย่างยั่งยืน พบว่า การพัฒนาการใช้ประโยชน์ทรัพยากรบึงบอระเพ็ดมี 4 ขั้นตอน หากดำเนินการแล้วจะทำให้การนำทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ดมาใช้ประโยชน์เกิดความคุ้มค่าสูงสุดและคงอยู่อย่างยั่งยืน รายละเอียดแต่ละขั้นตอนมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 สร้างความเข้าใจ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากที่สุด หากขั้นตอนนี้ไม่เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นแบบที่ประชาชนไม่ได้เต็มใจ ผลของการกระทำหรือการดำเนินการใด ๆ ที่จะเข้ามาส่งเสริมหรือพัฒนาให้กับบึงบอระเพ็ดแล้วย่อมไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากขั้นตอนนี้เป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างประชาชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่บึงบอระเพ็ดทั้งหมดว่ามีเจตนารมณ์อย่างไรในการเข้ามาร่วมกำหนดทิศทางหรือแนวทางการพัฒนาโครงการต่าง ๆ ประชาชนจะให้ความร่วมมือหรือจะต่อต้านโครงการที่เข้ามา หรือหน่วยงาน เจ้าหน้าที่ที่เข้ามาในพื้นที่ก็อยู่ที่กระบวนการสร้างความเข้าใจเป็นลำดับแรก

ขั้นตอนที่ 2 มีความตระหนัก ขั้นตอนนี้เป็นการสร้างความตระหนักในเรื่องของความสำคัญและเห็นคุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ด เช่น น้ำ ดิน การประมง บัว และการท่องเที่ยว ทั้งประชาชนและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญในเรื่องนี้และร่วมกันพัฒนาแนวทางเพื่อให้เกิดความตระหนักในเรื่องนี้ให้เกิดขึ้นให้ได้ เพื่อที่จะก้าวเดินต่อไปในการพัฒนาบึงบอระเพ็ดให้เกิดความเจริญเติบโตและคงอยู่ต่อไปในอนาคต

ขั้นตอนที่ 3 เปิดโอกาสเข้าร่วม เป็นขั้นตอนการเปิดโอกาสเข้าร่วมในกิจกรรม โครงการ หรือการร่วมแสดงความคิดเห็นของประชาชน โดยหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน เนื่องจากเสียงสะท้อนจากประชาชนที่อยู่ในพื้นที่เป็นเสียงที่มีความสำคัญและต้องรับฟัง อย่าละเลยหรือไม่ให้ความสำคัญในประเด็นนี้เด็ดขาด ทุกครั้งที่จะดำเนินการในเรื่องใดต้องเน้นการร่วมแสดงความคิดเห็นทุกครั้ง และต้องมีการแจ้งให้ประชาชนได้รับทราบอย่างเปิดเผย มิฉะนั้นแล้วจะเกิดกระแสการต่อต้านตั้งแต่ยังไม่เริ่มโครงการ

ขั้นตอนที่ 4 รับผลประโยชน์ ในการร่วมดำเนินการต่าง ๆ สิ่งที่จำเป็นต้องตอบให้ได้ คือ การที่ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือภาคีเครือข่ายแล้วประชาชนจะได้อะไร ซึ่งจำเป็นต้องทำการอธิบายให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนว่าเมื่อดำเนินกิจกรรมหรือโครงการแล้วสิ่งที่ประชาชนในพื้นที่จะได้นั้นเป็นอะไร เพื่อที่จะได้ทำความเข้าใจร่วมกันก่อนว่าสิ่งที่หน่วยงานภาครัฐเข้ามาดำเนินการในพื้นที่นั้นส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่หรือวิถีชีวิตในเรื่องใดบ้าง และได้รับประโยชน์อย่างไรบ้างเพื่อที่จะได้เตรียมตัวเตรียมใจรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การปกปิดข้อเท็จจริงย่อมก่อให้เกิดปัญหาตามมาในภายหลัง

ขั้นตอนที่ 5 ความเป็นเจ้าของ เป็นขั้นตอนสุดท้ายซึ่งต้องแสดงให้เห็นว่าประชาชนผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรเหล่านั้น มีหน้าที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาและนำไปใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าที่สุด เพราะสิ่งเหล่านั้นเป็นของประชาชนเองที่ต้องดูแลปกป้องผลประโยชน์ของตนเองเพื่อมีไว้ให้กับลูกหลานใช้ในอนาคต

แนวทางพัฒนาการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ด จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับบุคคล 3 ฝ่าย ได้แก่ ประชาชน หน่วยงาน และภาคีเครือข่าย ที่เกี่ยวข้องกับบึงบอระเพ็ด ซึ่งแต่ละฝ่ายต้องมีแนวทางในการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. ประชาชน หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ด จะต้องให้ความร่วมมือในการพัฒนาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรในบึงบอระเพ็ด มีแนวทางการพัฒนา ดังนี้ 1) มีความรู้ ความเข้าใจและเห็นคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ 2) การมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์และหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ 3) การเข้ามีส่วนร่วม 4) สร้างแกนนำในชุมชนเพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนา และ 5) มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

2. หน่วยงาน ต้องดำเนินการ ดังนี้ 1) กระบวนการสร้างความเข้าใจประชาชนในพื้นที่ 2) มีความจริงใจในการแก้ไขปัญหา 3) ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ 4) มีความยืดหยุ่นในการแก้ไขปัญหา 5) ต้องมีแนวทางเดียวกันในการพัฒนา 6) ทัศนคติของเจ้าหน้าที่ และ 7) เอกภาพในการบริหารจัดการ

3. ภาคีเครือข่าย ให้การสนับสนุน ดังนี้ 1) พัฒนาเครือข่ายบึงบอระเพ็ด 2) สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 3) แหล่งเงินทุนสำหรับเกษตรกร

2. สำรวจและวิเคราะห์กฎหมายเพื่อจัดทำคู่มือการใช้กฎหมายเกี่ยวกับบึงบอระเพ็ดอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และค้นคว้าเอกสาร ทำให้ทราบว่ามีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบและเกี่ยวข้องกับการพัฒนาบึงบอระเพ็ด ซึ่งแต่ละหน่วยงานจะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลบึงบอระเพ็ดโดยตรง เนื่องจากบึงบอระเพ็ดนอกจากจะเป็นที่ราชพัสดุแล้วยังมีพื้นที่บางส่วนที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าตามพระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2503 เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2518 และกำหนดให้ภายในเขตห้ามล่าสัตว์ป่า ห้ามมิให้ผู้ใดไม่ว่าจะเป็นผู้ได้รับอนุญาตให้ล่าสัตว์ป่าหรือไม่ก็ตาม ทำการล่าสัตว์ป่าหรือเก็บหรือทำอันตรายแก่ไข่หรือรังของสัตว์ป่าทุกชนิดตามบัญชีแนบท้ายประกาศนี้ มีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2518

เป็นต้นไป สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ประเด็นข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบึงบอระเพ็ด พบว่า มีข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดจำเป็นต้องมีความเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ได้แก่ 1) พระราชบัญญัติที่ราชพัสดุ พ.ศ. 2562 2) พระราชบัญญัติสงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2562 และ 3) พระราชกำหนดการประมง พ.ศ. 2562

2. การวิเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ด การพัฒนาบึงบอระเพ็ดตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันมีโครงการต่าง ๆ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ซึ่งมีงบประมาณในแต่ละปีหลายล้านบาท ส่งผลให้การพัฒนาบึงบอระเพ็ดได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาที่ผ่านมามีทั้งปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ดในหลากหลายด้าน สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้ 1) ความชัดเจนของขอบเขตการใช้ประโยชน์ในบึงบอระเพ็ด 2) การบริหารจัดการไม่เป็นเอกภาพ 3) ขาดจิตสำนึกในการใช้ประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมของประชาชน

3. ประเด็นข้อขัดแย้งของกฎหมาย เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีข้อกฎหมายซึ่งอาจส่งผลต่อการทำงานของอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีกฎหมายของตนเอง การขัดหรือแย้งกันของกฎหมายที่ว่านี้บางครั้งอาจส่งผลต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ดทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับประเด็นข้อขัดแย้งของกฎหมายมี 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ประเด็นระหว่างประชาชนและหน่วยงานของรัฐ เช่น การห้ามมิให้ผู้ใดใช้หรือมีไว้ในครอบครองเพื่อใช้ซึ่งเครื่องมือทำการประมงตาม มาตรา 67 พระราชกำหนดประมง พ.ศ. 2560 ที่กำหนดว่า โพงพาง รั้วไซมานหรือกั้นซู่รัวใจมาน ลี่ ลอบพับได้หรือไอ้โง่ อวนก้นถุงเล็กกว่า 2.5 ซม. อวนรุนที่ใช้ติดเครื่องยนต์ ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ถ้าชาวบ้านนำมาใช้ทำการจับสัตว์น้ำก็จะเป็นความผิดทันที หรือมีไว้ในครอบครองและมีเจตนาเพื่อใช้เครื่องมือดังกล่าวทำการประมงก็จะเป็นความผิดเช่นเดียวกัน ในบางครั้งชาวบ้านก็ไม่ทราบหรือทราบแต่ก็มีการลักลอบนำเครื่องมือดังกล่าวเข้ามาทำการประมงในบึงบอระเพ็ด เจ้าหน้าที่ก็จะออกกวดขันจับกุม หรือช่วงน้ำลดลงมาก ๆ ในบึงบอระเพ็ดจะเกิดแอ่งน้ำขนาดเล็กและตื้นเขินจำนวนมาก ชาวบ้านก็จะอาศัยช่วงที่เจ้าหน้าที่ไม่ได้ออกตรวจเข้ามาทำการลักลอบใช้อวนล้อมแอ่งน้ำแล้วจับสัตว์น้ำก็เป็นความผิดถ้าเจ้าหน้าที่มาพบก็จะต้องถูกจับกุมดำเนินคดี การลักลอบทำประมงโดยใช้เครื่องมือที่ผิดกฎหมายนี้ นอกจากจะเป็นความผิดแล้วยังส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของสัตว์น้ำเป็นวงกว้าง ซึ่งปัญหานี้ในปัจจุบันก็ยังคงพบเห็นการกระทำความผิดและถูกจับกุมดำเนินคดี ส่วนที่ไม่สามารถจับกุมตัวผู้กระทำผิดมาลงโทษได้ เนื่องจากชาวบ้านนำเครื่องมือที่ผิดกฎหมายนี้เข้ามาลักลอบวางไว้ในช่วงเวลากลางคืน เมื่อเจ้าหน้าที่หยุดการตรวจตราประจำวันเจ้าหน้าที่ก็จะทำการออกตรวจและเมื่อพบเครื่องมือทำการประมงที่ผิดกฎหมายก็จะทำการยึดทันทีเป็นต้น และ 2) ข้อขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน เช่น การดูแลพื้นที่ตามหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานในบึงบอระเพ็ดมีการทับซ้อนกัน จนเกิดความคลุมเครือในการตัดสินใจดำเนินงาน เช่น ความต้องการขอเช่าพื้นที่ทำกินของชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถทำได้ เพราะคลุมเครือเรื่องสิทธิ์ของที่ดินในบึงบอระเพ็ด กรมประมงขอใช้พื้นที่ทั้งหมดกับกรมธนารักษ์ แต่ภารกิจของกรมประมงดูแลเฉพาะเขตน้ำท่วมเท่านั้น ทำให้เกิดปัญหาในเขตที่น้ำไม่ท่วม ชาวบ้านขอเช่าที่ดินไม่ได้ ประเด็นนี้ เดิมพื้นที่

บึงบอระเพ็ดเป็นที่ราชพัสดุที่มอบให้กรมประมงใช้ประโยชน์ในการเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ ดังนั้นภารกิจของกรมประมงจึงเน้นที่พื้นน้ำเท่านั้น ทำให้พื้นที่บึงบอระเพ็ดที่เป็นพื้นดินไม่ได้เข้าไปดูแลอย่างใกล้ชิดทำให้มีการบุกรุกเข้ามาใช้ประโยชน์จากประชาชน และเมื่อประชาชนจะขอเช่าจากกรมประมงก็ไม่สามารถทำได้ เพราะเจ้าของที่แท้จริงคือสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นครสวรรค์ ความไม่ชัดเจนของกฎหมายทำให้ประชาชนสับสนทำอะไรไม่ถูก หน่วยงานเองก็ไม่พยายามหาข้อยุติในเรื่องดังกล่าว เมื่อกรมประมงไม่ได้เข้ามาควบคุมการครอบครองของประชาชน ทำให้เกิดปัญหาการบุกรุกในบึงบอระเพ็ดเป็นจำนวนมาก และจากการสนทนากลุ่มได้ทราบแนวทางการแก้ไขปัญหาความชัดเจนในเรื่องขอบเขตโดยรอบและขอบเขตภายใน โดยสำนักงานธนารักษ์พื้นที่นครสวรรค์ เสนอแนวทางดำเนินการแก้ไข 2 แนวทาง ดังนี้ 1) หากกรมประมงมีความประสงค์จะสงวนพื้นที่บึงบอระเพ็ดตามแนวเขตไว้ใช้ในราชการทั้งหมด ในส่วนของราษฎรเข้าครอบครองทำกินและอยู่อาศัยโดยมิได้รับอนุญาตอยู่แล้ว กรมประมงจะต้องเป็นผู้ดำเนินคดีฟ้องขับไล่ราษฎรดังกล่าวออกจากพื้นที่ทั้งหมด โดยกรมธนารักษ์หรือจังหวัดจะมอบอำนาจในการดำเนินคดีแทนกระทรวงการคลัง และ 2) หากกรมประมงมีความประสงค์จะส่งคืนให้ความยินยอมในพื้นที่ที่ส่วนราชการครอบครองใช้ประโยชน์ และในส่วนราษฎรทำกินและอยู่อาศัย ซึ่งกรมธนารักษ์ก็จะดำเนินการจัดให้ราษฎรเช่า ตามโครงการธนารักษ์ประชารัฐ เพื่อแก้ไขปัญหาเชิงสังคม ลดความเหลื่อมล้ำ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลังและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป็นการจัดระเบียบการใช้ประโยชน์ที่ราชพัสดุ เพื่อวางระบบสาธารณูปโภคที่เป็นพื้นฐานของความจำเป็น เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสาร เป็นต้น

4. คู่มือการใช้กฎหมายสำหรับบึงบอระเพ็ดเป็นการเฉพาะที่ได้จัดทำขึ้นนี้ เพื่อประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดและเจ้าหน้าที่จะได้ใช้ศึกษาทำความเข้าใจและใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง เป็นการรวบรวมเอาข้อกฎหมายที่จำเป็นที่ประชาชนต้องรู้และต้องปฏิบัติตาม หากฝ่าฝืนจะมีความผิด เนื่องจากปัจจุบันได้มีการปรับปรุงข้อกฎหมายที่มีอัตราโทษทั้งปรับและจำคุกค่อนข้างสูง จำเป็นอย่างยิ่งที่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดจะต้องรับรู้และทำความเข้าใจในข้อกฎหมายดังกล่าวให้ชัดเจนว่า กรณีใดบ้างที่ทำได้และทำไม่ได้ จะได้ไม่กระทำเป็นการฝ่าฝืนกฎหมาย โดยในคู่มือประกอบด้วย 1) พ.ร.บ. สงวนและคุ้มครองสัตว์ป่า พ.ศ. 2562 2) พ.ร.บ. ที่ราชพัสดุ พ.ศ. 2562 และ 3) พ.ร.ก. การประมง พ.ศ. 2558

3. เพื่อพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน

จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้องของกลุ่มอาชีพฯ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประกอบด้วย ประธานกลุ่มคณะกรรมการ สมาชิกผู้เข้าร่วมเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบริบทและสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลจริงในประเด็นที่เกี่ยวกับสภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตรเป็นหลัก และประกอบอาชีพเสริม ได้แก่ การแปรรูปข้าวสารบรรจุถุง การแปรรูปทรัพยากรที่ได้จากบึงบอระเพ็ดตามภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา คนในชุมชน

รวมตัวกันขึ้นเพื่อผลประโยชน์ในการขอรับการสนับสนุนเงินทุนกู้ยืมเพื่อการประกอบอาชีพ และมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนเพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

1. กลุ่มข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ ปลอดสารพิษ 100% จังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการ พบว่า กลุ่มข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ปลอดสารพิษ 100% จังหวัดนครสวรรค์ โดยการรวมกลุ่มกันในหมู่บ้าน มีความคิดที่จะสร้างความปลอดภัยให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกเอง สร้างงานสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับคนในชุมชนด้วยการทำเกษตรอินทรีย์โดยไม่ใช้สารเคมี ทำให้ได้ข้าวที่มีคุณภาพดี ปลอดภัยจากสารพิษสู่ผู้บริโภค ทางกลุ่มมีการพัฒนาที่รวดเร็วโดยความร่วมมือของผู้นำที่มีศักยภาพในการบริหารร่วมกับภาคเกษตรอินทรีย์ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตนครสวรรค์ เนื่องจากชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบบึงบอระเพ็ด มีการประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก ทั้งทำนาปี และนาปรัง มีต้นทุนการผลิตสูง ขณะเดียวกันสามารถขายข้าวได้ในราคาที่ต่ำ เนื่องจากเกษตรกรผู้ปลูกไม่สามารถกำหนดราคาข้าวได้เอง ข้าวมีคุณภาพไม่ได้ตามมาตรฐาน ทางกลุ่มจึงมีแนวคิดพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ข้าวที่ปลูก และมีวิธีการลดต้นทุนการปลูกให้ต่ำลง ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทางกลุ่มฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากมูลค่าการขายข้าวในราคาที่สูงขึ้น ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จนเกิดการสื่อสารบอกต่อแบบปากต่อปาก และได้รับการตอบรับจากลูกค้าทั้งภายในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด อีกทั้งมีหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเข้ามาสนับสนุนให้ความรู้ และแหล่งเงินทุน เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์เพื่อใช้ในการเพาะปลูก การศึกษาดูงาน และการเข้าร่วมอบรมตามสถานที่ต่าง ๆ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพของกลุ่ม ได้แก่ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวางกฎระเบียบ การปฏิบัติตามกฎระเบียบการทำเกษตรอินทรีย์อย่างเคร่งครัด การแบ่งปันผลประโยชน์ การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ความสามัคคี ความร่วมมือของสมาชิกในครอบครัว การควบคุมคุณภาพของข้าว มีการพัฒนาศักยภาพของผู้นำและสมาชิกในกลุ่ม และมีการติดต่อประสานงานกับภาคีต่าง ๆ

2. กลุ่มอาชีพแปรรูปปลาและทำปลาย่าง

ผลการวิเคราะห์กลุ่มอาชีพแปรรูปปลาและทำปลาย่าง สภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม พบว่า กลุ่มอาชีพแปรรูปปลาและทำปลาย่าง มีความคิดว่าจะนำวัตถุดิบที่รับซื้อจากชาวประมงในชุมชนที่เหลือจากการจำหน่ายแบบปลาสดมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า และเป็นการสร้างรายได้แก่สมาชิกกลุ่มและชุมชน ชุมชนที่อาศัยอยู่โดยรอบบึงบอระเพ็ด นอกจากจะมีอาชีพหลัก คือ การทำนา อาชีพรองลงมา คือ การประมง หาปลาจากบึงบอระเพ็ด ทางกลุ่มจึงนำเอาปลาสดที่ซื้อจากชาวประมงในชุมชนมาทำการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยการนำมาย่างรมควัน ตากแห้ง และทำปลาร้า เป็นการถนอมอาหารสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานขึ้น ซึ่งสินค้าของกลุ่มฯ จะมีความแตกต่างจากแหล่งอื่น เนื่องจากเป็นปลาที่ได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ มีรสชาติที่อร่อยกว่าปลาที่ได้จากการเลี้ยง แต่ต้องพัฒนาในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายจัดทำบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยมากขึ้น ปรับปรุงกระบวนการผลิตแปรรูปให้ได้รับมาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัย

และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดที่กว้างขึ้น สิ่งที่ต้องได้รับการสนับสนุน คือ เงินทุนในการพัฒนากระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐาน จากการรวมกลุ่มยังไม่มีหน่วยงานของรัฐเข้ามาช่วยในเรื่องผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้ เงินทุนในการผลิต จึงทำให้ทางกลุ่มฯ มีการดำเนินงานแบบค่อยเป็นค่อยไปตามวิถีชุมชน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบอาชีพของกลุ่ม ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม/ตัวแทนกลุ่มเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาวได้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มฯ อยู่รอดได้เนื่องจากมีลูกค้าประจำที่มีการติดต่อซื้อขายกันเป็นระยะเวลานาน

3. กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว

ผลการวิเคราะห์กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากรากบัว สภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม พบว่า มีการรวมกลุ่มกันในหมู่บ้าน มีความคิดที่จะสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน มีการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยความร่วมมือของผู้นำที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการ เนื่องด้วยพื้นที่ตำบลทับกฤช เป็นพื้นที่ที่อยู่โดยรอบบึงบอระเพ็ด มีบัวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีคุณประโยชน์ ทางกลุ่มจึงมีแนวคิดพัฒนาวัตถุดิบจากบัว โดยเฉพาะรากของบัว นำมาเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำมาเชื่อมและทำน้ำรากบัว จากการสำรวจตลาดพบว่า รากบัวเชื่อม (แบบน้ำ) ขายดีที่สุด สามารถนำไปเป็นส่วนประกอบของขนมหวานน้ำแข็งใส มีความเหนียวหนึบ ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค แต่มีสิ่งที่ต้องพัฒนาในเรื่องการลดระดับความหวานลง การปรับปรุงในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย จัดทำบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยมากขึ้น การยืดอายุการเก็บรักษาน้ำรากบัว การสร้างตราสินค้าให้เป็นเอกลักษณ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบกิจการของกลุ่มฯ ได้แก่ ผู้นำกลุ่มมีการติดต่อประสานงานกับกลุ่มภาคีต่าง ๆ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงาน และการควบคุมคุณภาพของสินค้า

การพัฒนาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม ความสามัคคี มีเป้าหมายในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีกฎระเบียบ มีการแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบในการทำงานอย่างชัดเจน อีกทั้งผู้นำกลุ่มที่มีวิสัยทัศน์ แสวงหาโอกาส มีความรู้ความสามารถได้รับการยอมรับและศรัทธาจากสมาชิกภายในกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มอาชีพประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model: SCPD” เป็นการพัฒนาผู้ประกอบการให้สอดรับกับบริบทความต้องการพัฒนาในแต่ละพื้นที่/แต่ละกลุ่ม ผ่านการจัดอบรม โดยสามารถสรุปแนวคิดการพัฒนา ดังนี้ 1) การสร้าง Story Telling เพื่อเน้นเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ 2) เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม น่าสนใจ และเหมาะสมที่จะเป็นของฝาก 4) การหาแนวทางการเพิ่มปริมาณผลผลิตด้วยการสร้างเครือข่ายชุมชน 5) การรวมกลุ่มที่เข้มแข็งเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่มาจากชุมชน เช่น รากบัว ข้าวปลอดสาร และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และ 6) พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสู่การขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

อภิปรายผล

1. แนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน สืบเนื่องจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในบึงบอระเพ็ดได้นำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในบึงบอระเพ็ดมาใช้ประโยชน์จำนวนมากขึ้น ประกอบกับระบบนิเวศของบึงบอระเพ็ดเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการขุดลอกตะกอนดินหลายครั้งเพื่อที่จะเพิ่มปริมาณน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ทำให้มีโครงการต่าง ๆ เข้ามาเพื่อพัฒนาบึงบอระเพ็ดอย่างต่อเนื่อง บางโครงการประชาชนในพื้นที่ไม่รับรู้รับทราบแต่อย่างใด มีเพียงหน่วยงานรัฐที่เข้ามาดำเนินการ เมื่อมีการนำงบประมาณมาพัฒนา ส่งผลให้บางโครงการประชาชนไม่ยอมรับและมองว่าตนเองไม่เกี่ยวข้อง และไม่รับรู้ว่าจะเกิดประโยชน์อย่างไรกับตนเองบ้าง จึงไม่ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานหรือชุมชน และที่สำคัญคือหน่วยงานรัฐไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น จากการสนทนากลุ่ม จึงได้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและใช้ประโยชน์ในบึงบอระเพ็ดอย่างยั่นยืน ประกอบด้วยขั้นตอนของการพัฒนาการใช้ประโยชน์ทรัพยากรบึงบอระเพ็ด 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) สร้างความเข้าใจ 2) มีความตระหนัก 3) เปิดโอกาสเข้าร่วม 4) รับผลประโยชน์ และ 5) ความเป็นเจ้าของ

จากกรณีดังกล่าวข้างต้นพบว่า ประชาชนที่อาศัยในบึงบอระเพ็ดต่างเข้ามาใช้ประโยชน์ในทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ประกอบกับในขณะนี้มีความต้องการใช้ประโยชน์มากขึ้น ส่งผลต่อทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด อีกทั้งบึงบอระเพ็ดมีความตื้นเขิน ปริมาณน้ำลดน้อยลง ไม่เพียงพอต่อการบริโภคอุปโภค ในขณะที่การเข้ามาแก้ไขปัญหาของหน่วยงานภาครัฐหรือแม้แต่องค์กรปกครอง-ส่วนท้องถิ่นยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้บรรลุได้ เนื่องจากขาดการประสานข้อมูลระดับพื้นที่ ประชาชนไม่ให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวทางแก้ไขปัญหาของประชาชนในการบริหารจัดการแหล่งน้ำในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำแวน อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ได้แก่ 1) ต้องการให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องส่งเสริมและให้ความรู้กับชาวบ้าน 2) การวางแผนจัดการน้ำชุมชนต้องการให้รัฐเกิดโอกาสการมีส่วนร่วมให้แก่ชาวบ้านในการจัดการน้ำอย่างชัดเจน (Panote, 2016) และสอดคล้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อมของเทศบาลตำบลเหมืองง่า อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ด้วยกระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยได้เสนอแนวทางในการจัดการ ดังนี้ ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบและติดตามประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อให้การบริหารและการพัฒนามีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมทั้งมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้มีโอกาสแสดงทัศนะและเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้เรื่องการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาและการจัดการสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนในอนาคต (Kanda, 2015) และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก จังหวัดศรีษะเกษ ให้จัดการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมมากขึ้น เนื่องจากประชาชนไม่ได้ปฏิบัติหรือร่วมกิจกรรมการมีส่วนร่วมฯ เพราะส่วนใหญ่เห็นว่าตนเองยังมีความยากจนอยู่ จึงไม่ได้ให้ความสนใจกิจกรรมที่นอกเหนือจากการ

ประกอบอาชีพ (Preeyaporn, 2009)

2. สำรวจและวิเคราะห์กฎหมายเพื่อจัดทำคู่มือการใช้กฎหมายเกี่ยวกับบึงบอระเพ็ดอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยกำหนดประเด็นการอภิปราย 2 ประเด็น ดังนี้

2.1 ประเด็นสภาพปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ด พบว่า สภาพปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ด เกิดจาก 1) ประเด็นความชัดเจนของขอบเขตการใช้ประโยชน์ในบึงบอระเพ็ด เนื่องจากบึงบอระเพ็ดมีพื้นที่กว้างขวาง การกำหนดขอบเขตของการใช้ประโยชน์จึงไม่มีความชัดเจนเพียงพอ 2) ประเด็นการบริหารจัดการไม่เป็นเอกภาพ เนื่องจากบึงบอระเพ็ดมีหลายหน่วยงานเข้ามาใช้ประโยชน์และเข้ามาพัฒนา ซึ่งต่างก็มีกฎหมายที่ให้อำนาจเฉพาะอยู่ในหน่วยงานของตนเอง 3) ประเด็นของการขาดจิตสำนึกในการใช้ประโยชน์ของประชาชน พบว่าประชาชนยังมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรค่อนข้างต่ำ อาจเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของชุมชนที่แตกต่างจากอดีตที่มีความหนาแน่นขึ้น มีความต้องการใช้ประโยชน์มากขึ้นจึงละเลยในประเด็นของการมีจิตสำนึก และ 4) ประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชน กล่าวคือ หน่วยงานภาครัฐไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาบึงบอระเพ็ดอย่างแท้จริง ทำให้บางโครงการได้รับการต่อต้านไม่ให้ความร่วมมือ โดยภาครัฐมองว่าประชาชนเป็นตัวถ่วง หากให้เข้ามามีส่วนร่วมก็จะมีปัญหาสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ประชาชนไม่มีโอกาสเข้ามีส่วนร่วมในโครงการ ส่งผลให้ประชาชนไม่ได้รับการคุ้มครองเรื่องสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมเท่าที่ควร (Kanchisa, 2015) และยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการบริหารจัดการน้ำโดยรัฐในประเทศไทย พบว่า การบริหารจัดการน้ำโดยรัฐในประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สาเหตุเนื่องมาจาก 1) มีกฎหมายที่ให้อำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการใช้การพัฒนา การบริหารจัดการ การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำตลอดจนการป้องกันสาธารณภัยเกี่ยวกับน้ำมีอยู่ด้วยกันหลายฉบับ 2) ขาดหน่วยงานกลางที่มีอำนาจหน้าที่ในการบริหารจัดการน้ำทั้งระบบโดยเฉพาะ 3) คณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ ซึ่งได้รับการจัดตั้งขึ้นตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการบริหารทรัพยากรน้ำแห่งชาติ พ.ศ. 2550 มีหน้าที่กำหนดนโยบายและเสนอแนะนโยบาย แผนงาน และแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรน้ำต่อคณะรัฐมนตรี แต่กลับไม่มีกฎหมายระดับพระราชบัญญัติรองรับอำนาจหน้าที่ ทำให้คณะกรรมการดังกล่าวไม่มีอำนาจแท้จริงในการกำหนดนโยบายเละการกำกับดูแลให้หน่วยงานต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามและ 4) การขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการน้ำ (Chonthicha, 2014)

2.2 ประเด็นข้อขัดแย้งของกฎหมาย พบว่า ข้อกฎหมายที่แต่ละหน่วยงานมีอยู่นั้นอาจส่งผลต่อการทำงานของอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีกฎหมายของตนเอง ซึ่งการขัดหรือแย้งกันของกฎหมายที่ว่านี้บางครั้งอาจส่งผลต่อการพัฒนาบึงบอระเพ็ดทั้งในทางตรงและทางอ้อม มี 2 ประเด็น ดังนี้ 1) ประเด็นระหว่างประชาชนกับหน่วยงานของรัฐ เป็นกรณีที่ประชาชนทำการฝ่าฝืนกฎหมายที่หน่วยงานได้ออกมาบังคับใช้ เมื่อถูกจับกุมก็จะเกิดความขัดแย้งขึ้น ทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่มีปัญหาและอุปสรรค เช่น กฎหมายห้ามใช้หรือมีไว้ในความครอบครองเพื่อใช้เครื่องมือทำการประมงบางประเภท

แต่ประชาชนไม่ทราบ เมื่อถูกจับก็เกิดความขัดแย้งได้ หรือกรณีการกำหนดพื้นที่และระยะเวลาฤดูน้ำแดง (สัตว์น้ำจืดวางไข่หรือเลี้ยงตัวอ่อน) ที่กำหนดทั้งในเขต 1 และเขต 2 และอนุญาตให้ใช้เครื่องมือบางชนิดทำการประมงได้ แต่ประชาชนเกิดความสับสนและลักลอบเข้ามาจับสัตว์น้ำในเขตหวงห้าม ก็จะถูกจับกุมดำเนินคดี และ 2) ประเด็นความขัดแย้งระหว่างหน่วยงาน เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องจากหน่วยงานต่าง ๆ ยึดกฎหมายที่ให้อำนาจหน้าที่ของตนเองเป็นหลัก และเมื่อต้องมาดำเนินงานร่วมกันในบางโครงการย่อมมีข้อขัดแย้งทางกฎหมายเกิดขึ้นและไม่กล้าตัดสินใจใช้อำนาจที่มีอยู่ เช่น กรณีประตูน้ำคลองบอระเพ็ดที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์รับผิดชอบ แต่ในปัจจุบันประตูดังกล่าวไม่สามารถเปิดให้น้ำจากแม่น้ำน่านไหลเข้ามาได้ เนื่องจากปากประตูมีระดับสูงกว่าระดับแม่น้ำน่าน การแก้ไขได้รับงบประมาณจากกรมชลประทาน แต่ต้องขออนุญาตจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดก่อนจึงจะเริ่มดำเนินการได้ ทำให้เกิดความล่าช้าในการดำเนินการ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาปัญหาทางกฎหมายในการจัดการทรัพยากรน้ำอย่างมีส่วนร่วมของผู้ใช้น้ำในภาคการเกษตร พบว่าการจัดการทรัพยากรน้ำในระบบกฎหมายไทย ที่แบ่งลักษณะของกฎหมายที่มีไว้ในการจัดการออกเป็นในกลุ่มของกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับหลักสิทธิพื้นฐานทั้งรัฐธรรมนูญหรือประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์เป็นต้น และในส่วนของพระราชบัญญัติเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรน้ำโดยทั่วไป และในภาคการเกษตร (Terdpoom, 2014) และยังสอดคล้องกับมาตรการทางกฎหมายในการบังคับใช้เกี่ยวกับการบุกรุกที่สาธารณสมบัติของแผ่นดินในประเทศไทย พบว่า ปัญหาการซ้ำซ้อนของกฎหมายในเรื่องอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจดูแลจัดการที่สาธารณสมบัติของแผ่นดิน ปัญหาข้อโต้แย้งที่เกิดจากการรัฐนำที่ดินสาธารณสมบัติของแผ่นดินไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น ซึ่งไม่ใช่เพื่อประโยชน์สาธารณะปัญหาทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ (Jareerat, 2009) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษามาตรการทางกฎหมายในการจัดการและอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำ ศึกษากรณีเวียงหนองหล่ม จังหวัดเชียงราย พบว่า ประเทศไทยนั้นได้ให้ความคุ้มครองแก่พื้นที่ชุ่มน้ำภายใต้กฎหมายหลายฉบับ ซึ่งปัจจุบันพื้นที่ชุ่มน้ำอยู่ภายใต้กฎหมายว่าด้วยการป่าไม้เป็นหลัก แต่การให้ความคุ้มครองดังกล่าวไม่อาจถือได้ว่าพื้นที่ชุ่มน้ำทุกแห่งนั้นได้รับความคุ้มครองที่เหมาะสมกับสภาพหรือลักษณะของพื้นที่ชุ่มน้ำในแต่ละแห่ง เนื่องจากวัตถุประสงค์และบทบัญญัติของกฎหมายแต่ละฉบับที่มุ่งคุ้มครองแตกต่างกันไป รวมทั้งกฎหมายฉบับอื่นที่ให้ความคุ้มครองแก่ทรัพยากรน้ำที่มีอยู่ในปัจจุบันก็ไม่อาจนำไปบังคับใช้กับพื้นที่ชุ่มน้ำได้ทุกแห่ง (Karantharat, 2017)

3. การพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจชุมชนและการพึ่งพาอาศัยบึงบอระเพ็ดอย่างยั่งยืน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ เนื่องจากมีผู้นำกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในการดำเนินงานและเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน อีกทั้งการมีส่วนร่วมของสมาชิก ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มอาชีพโดยสนับสนุนการจัดอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถให้คำแนะนำแก่สมาชิกกลุ่มอาชีพ สอดคล้องกับการศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้แก่ สินค้าของกลุ่มมีคุณภาพและความรู้ ทักษะ และความสามารถด้านการผลิตสวยงาม

ตรงความต้องการของลูกค้า (Sukonthasing, 2014) ด้านปัญหาของกลุ่มอาชีพ มีปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากกลุ่มอาชีพไม่มีความรู้ในด้านการจัดการการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และปัญหาด้านการกระจายสินค้า กลุ่มอาชีพไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย อีกทั้งมีปัญหาด้านแรงงานคนรุ่นใหม่ในชุมชนส่วนใหญ่ไปทำงานโรงงานมากขึ้น ไม่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการผลิต และกลุ่มอาชีพไม่มีความรู้ในการสร้างตราสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านการตลาด ผู้ประกอบการส่วนมากไม่มีความรู้ขั้นสูงในด้านการจัดการทางการตลาด ไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ปัญหาการทำการตลาด เป็นต้น ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ยังไม่ดีเท่าที่ควร ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต เช่น ต้นทุนค่าจ้างแรงงาน และต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูง (Tongphol & Uthit, 2013) ด้านการพัฒนาศักยภาพ พบว่า ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ควรมีเรื่องเล่าตำนานของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างเรื่องเล่า (Story Telling) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยเป็นแบบกระปุกพลาสติกใสเห็นสินค้าผ่านกระปุกได้ และแบบซองซิปล๊อค เก็บรักษาง่าย สะดวกแก่การพกพา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน OTOP ประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มุ่งเน้นการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ สอดคล้องกับศักยภาพและวิถีชีวิต เพื่อโอกาสในการขยายธุรกิจและเป็นการแก้ไขปัญหาการผลิตสินค้าที่ซ้ำกันหรือลอกเลียนแบบกัน (Boonom, 2015)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เกษตรจังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปศึกษาและกำหนดรูปแบบการใช้น้ำหรือจัดทำปฏิทินการเพาะปลูกแบบครบวงจร

2. ประมงจังหวัดนครสวรรค์ หน่วยป้องกันและปราบปรามประมงน้ำจืด (บึงบอระเพ็ด) องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่ สามารถนำแนวทางที่ได้นำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เช่น กำหนดเป็นแผนหรือยุทธศาสตร์ในการดำเนินการได้

3. ประมงจังหวัดนครสวรรค์ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ ควรนำเอาคู่มือกฎหมายที่ได้ไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมสร้างความรู้และความเข้าใจในข้อกฎหมายที่มีการเปลี่ยนแปลงให้กับประชาชน

4. พาณิชย์จังหวัดนครสวรรค์ ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครสวรรค์ และบริษัทประชารัฐจังหวัดนครสวรรค์ ควรให้การสนับสนุนแนวทางการหาตลาดรองรับหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาด

ออนไลน์ การสร้างภาคีเครือข่ายการตลาดร่วมกับร้านค้าหรือการพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีศักยภาพในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น

5. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ควรจัดการบริการวิชาการให้แก่สังคม ให้ความรู้ ข้อเสนอแนะกับคนในชุมชนให้มีการพัฒนาต่อยอดเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ รวมถึงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นทำให้คนรุ่นใหม่ตระหนักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การดำเนินงานของกลุ่มอาชีพเพื่อสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาอาชีพอย่างเป็นรูปธรรมให้กับกลุ่มอาชีพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการร่วมดำเนินการกับหน่วยงานของรัฐในการแก้ไขปัญหาการใช้น้ำเพื่อการเกษตรอย่างยั่งยืน

2. ควรศึกษาในเรื่องการปรับปรุงภูมิทัศน์บึงบอระเพ็ดที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนและหน่วยงาน

3. ควรศึกษาประเด็นการพัฒนาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ โดยเน้นผลิตภัณฑ์จากบึงบอระเพ็ดเป็นหลัก

เอกสารอ้างอิง

Boonom, W. (2015). *The development of OTOP community enterprise in the category of fabric and fabric products through the creative economy concept Chiang Mai Province* (Master's thesis). Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai. **[in Thai]**

Bungboraphed Research and Training Center (2015). *Bungboraphed management plan*. Nakhon Sawan: Mahidol University. **[in Thai]**

Chonthicha, T. (2014). *Legal problems relating to water management of the state in Thailand* (Master's thesis). Dhurakij Pundit University, Bangkok. **[in Thai]**

Dissaman, A. (2015). *Guidelines for solving conflicts on natural resources and environment through peaceful methods a case study of Suanphueng District, Ratchaburi Province*. Bangkok: Office of Peace and Governance King Prajadhipok's Institute. **[in Thai]**

Jareerat, S. (2009). *Thai legal enforcement of public land trespassl* (Master's thesis). Ratchaphruek University, Nonthaburi. **[in Thai]**

Kanchisa, P. (2015). *Legal problems in protecting the rights of citizens to obtain knowledge of environmental information* (Master's thesis). Ramkhamhaeng University, Bangkok. **[in Thai]**

Kanda, C. (2015). *Environmental management of Mueang Ngao Subdistrict Municipality, Muang Lamphun District, Lamphun Province with the participation of people* (Master's thesis). Nation University, Bangkok. **[in Thai]**

Karantharat, S. (2017). *Legal measures for management and conservation of wetland: Wieng Nhong Lom, Chiang Rai Province* (Master's thesis). Mae Fah Luang University, Phayao. **[in Thai]**

Marshall, C., & Rossman, G. (2006). *Doing participatory action research* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage.

Mongkolpitaksuk, S., Chitsawatthai, C., & Katapunho, W. (2015). *Basic environmental management*. Bangkok: Science Center. **[in Thai]**

National Research Council. (2018). *Executive summary of research strategy on environmental issues*. Bangkok: Office of the National Research Council of Thailand. **[in Thai]**

Natthawat, S. (2013). *A study of environmental problems in the district, three graduates: Factors affecting the development of natural resources and environment of the people of the third district graduates* (Master's thesis). Phra Nakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Phra Nakhon Si Ayutthaya. **[in Thai]**

Panote, S. (2016). *People's participation in water resources management in Namwaen Subdistrict Administration Organization Chiang Kham District, Phayao Province* (Master's thesis). Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai. **[in Thai]**

Preeyaporn, K. (2009). *People participation in natural resources conservation: A case study of phanom dongrak wildlife sanctuary Sisaket Province* (Master's thesis). Ubon Ratchathani Rajabhat University, Ubon Ratchathani. **[in Thai]**

Selenger, D. (1997). *Participatory action research and social change*. New York: Cornell University.

Sinthipong, U. (2015). *Local communities and participation in sustainable natural resource management*. Bangkok: Faculty of Law Bangkok University. **[in Thai]**

Sukonthasing, P. (2014). *Factors contributing to success of occupational group: A case study of a fabric products in Phetchabun Province* (Master's thesis). Phetchabun Rajabhat University, Phetchabun. **[in Thai]**

Sutthinarakorn, W. (2014). *Participatory action research and consciousness processes*. Bangkok: Siam Publishing House. **[in Thai]**

Terdpoom, D. (2014). *Legal problems in participatory management on water resources of users in agricultural sector* (Master's thesis). Chiang Mai University, Chiang Mai. **[in Thai]**

Tongphol, P., & Uthit, S. (2013). *Development guidelines for small and micro community enterprise in Songkhla Lake Basin* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Songkhla. **[in Thai]**

บทความวิจัย

ผลกระทบในการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลา

The Impact of Foreign Workers' Relocation on the Fish Processing Industry After the Opening of the ASEAN Economic Community

อรพินท์ บุญสิน[1*]
Orapin Bunsin[1*]

Abstract

The objectives of this study are to study the impact on the aquaculture processing industry entrepreneurs of the return of foreign workers after the opening of the ASEAN Economic Community. Key informants included three foreign labor professionals, twelve aquatic processing industry operators, and ten academics from government agencies.

The study finds that:

1. The impact of entrepreneurship is in a form of hidden costs. Entrepreneurs, whose employees are foreign workers, want the government to issue legislation that can protect entrepreneurs' rights. These entrepreneurs should get involved in establishing the proposed guidance or policies.

[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ต.ท่างิ้ว อ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช 80280

[1]Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Tha Ngio Sub-district, Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province 80280

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: ple_imc@hotmail.com)

รับบทความวันที่ 21 พฤษภาคม 2563 แก้ไขวันที่ 1 ธันวาคม 2563 รับลงตีพิมพ์วันที่ 18 ธันวาคม 2563

2. Since hiring Thai workers has resulted in high employment costs, the industries adopt machine systems. Due to this fact, the state must have a policy to enable entrepreneurs to develop production systems with an emphasis on mechanical adoption, automation machines, and even robots in manufacturing instead of human labors. Apart from replacing human labour (low ability) with automation (high), this emmense change will also reduce the dependency on foreign workers.

3. There should be a strict compliance to the labour rules and regulations, especially when dealing with employment.

4. The Department of Employment's policy of encouraging Thai workers to work abroad should be abrogated and replaced with the policy which attracts Thai citiznes to work within the state instead. The informants also reveal that if more workers are moved out of the country, industrial businesses will progress slower. It will affect the economy, politics, production costs, business policies, and labor legalization.

Keywords: *Labor Mobility, Foreign Workers, Fish Processing Industry*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาผลกระทบในการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแรงงานต่างชาติ จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ จำนวน 12 แห่ง และนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน ผลการศึกษา พบว่า ผลกระทบของผู้ประกอบการมาในรูปแบบต้นทุนแฝง และต้องการให้ออกกฎหมายที่คุ้มครองผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างเป็นแรงงานต่างชาติ และควรให้สถานประกอบการต่าง ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางในการออกกฎเกณฑ์หรือนโยบาย มุมมองผลกระทบของนักวิชาการ พบว่า การจ้างแรงงานไทยมีต้นทุนการจ้างงานที่สูง ทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน ทำให้ทางสถานประกอบการหันไปใช้ระบบเครื่องจักรแทนและรัฐต้องมีนโยบายที่จะทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาระบบการผลิต การทำงาน โดยเน้นการนำเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องออโตเมชั่น หรือ แม้แต่หุ่นยนต์มาใช้ในการผลิตแทนคน เพื่อเลิกใช้แรงงานระดับล่างและหันไปใช้แรงงานระดับกลางและสูงแทน เพื่อลดการใช้กำลังแรงงานและเป็นการลดการพึ่งพาแรงงานต่างชาติ โดยกรมการจัดหางานควรยกเลิกนโยบายส่งเสริมแรงงานไทยไปทำงานต่างประเทศ แต่ดึงดูดให้ทำงานในประเทศไทยแทน และมีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัดโดยเฉพาะสภาพการจ้างงาน และมุมมองผลกระทบของภาครัฐ พบว่า หากมีการเคลื่อนย้ายแรงงานออกนอกประเทศมากขึ้นอาจทำให้ธุรกิจด้านอุตสาหกรรมก้าวหน้าหรือเติบโตช้าลง กล่าวคือ จะส่งผล

ต่อด้านเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย ต้นทุนการผลิต นโยบายกิจการเรื่องของการใช้แรงงาน

คำสำคัญ: *การเคลื่อนย้ายแรงงาน แรงงานต่างชาติ อุตสาหกรรมสัตว์น้ำ*

บทนำ

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้ประเทศต่าง ๆ เกิดการพัฒนาประเทศของตนเอง การพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศเพื่อนบ้านอาจนำปัญหามาสู่ประเทศไทย เพราะแรงงานต่างชาติซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของการดำเนินงานในอุตสาหกรรมจะถูกดึงดูดให้กลับประเทศของตน เนื่องจากมีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและมีความต้องการแรงงานมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมในประเทศไทยเกิดภาวะแรงงานขาดตลาด จากข้อมูลสถิติสำนักบริหารแรงงานต่างชาติ ประจำปี พ.ศ. 2557 แรงงานต่างชาติที่ได้รับอนุญาตทำงานในประเทศไทย มีจำนวนลดลง 110,089 คน (Foreign Workers Administration Office, 2014) เนื่องจากประเทศต้นทางมีการพัฒนาจึงมีความต้องการแรงงาน ส่งผลให้แรงงานที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยลดลง ด้วยภาวะด้านแรงงานมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สืบเนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงาน ทำให้ปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีจำนวนแรงงานข้ามชาติที่ได้รับอนุญาตทำงานประมาณ 2,722,424 คน (Foreign Workers Administration Office, 2019)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเล เนื่องจากจังหวัดสงขลาอยู่ในช่วงเติบโต ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คือ ผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งออกเอง และส่งออกโดยผ่านตัวแทน และจำหน่ายภายในประเทศ ซึ่งมีจำนวนน้อย โดยส่วนใหญ่จะส่งออกโดยผ่านทางท่าเรือน้ำลึก จากขีดความสามารถของอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา มีโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมดจำนวน 1,983 โรงงาน และลูกจ้าง 68,066 คน ช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน 2560 มีการจดทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการใหม่ในจังหวัดสงขลา ประเภทอุตสาหกรรมการผลิต จำนวน 20 โรง ใช้เงินทุนจดทะเบียนจำนวน 809.06 ล้านบาท มีคนงานจำนวน 626 คน และอุตสาหกรรมที่เลิกกิจการในไตรมาสนี้มีจำนวน 16 โรง (Songkhla Provincial Labor Office, 2019) ขณะเดียวกันแรงงานในภาคอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลายังขาดแคลนแรงงานนับหมื่นอัตรา ซึ่งแก้ปัญหาโดยนำแรงงานต่างชาติเข้ามาแทน เนื่องจากแรงงานไทยไม่สนใจที่จะเข้าทำงานในโรงงาน โดยอ้างว่าเป็นงานสกปรก และเป็นงานที่หนัก ต่างจากแรงงานต่างชาติทั้งเมียนมา ลาว เขมร ที่มีความอดทนสูง จากผลการศึกษาของ Aujirapongpan, Atirattanachai, and Compan (2012) พบว่า จังหวัดสงขลามีการจ้างแรงงานต่างชาติ ร้อยละ 75 ส่วนใหญ่เป็นแรงงานเมียนมา โดยแรงงานต่างชาติมีใบอนุญาตทำงานทุกคน ขณะที่กำลังแรงงานเข้าสู่ตลาดแรงงานเป็นแรงงานระดับฝีมือ เกิดความไม่สมดุลระหว่างความต้องการแรงงานและกำลังแรงงาน จากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและค่าจ้างขั้นต่ำที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอินโดจีน เนื่องจาก

ประเทศไทยอยู่ระหว่างประเทศสังคมนิยม เช่น เมียนมา ลาว และกัมพูชา (Soranatsunan, 1997) จึงเป็นปัจจัยสำคัญทำให้นายจ้างในประเทศไทย รวมทั้งจังหวัดสงขลาให้ความสนใจต่อการจ้างแรงงานต่างชาติ 3 สัญชาติ คือ เมียนมา ลาว และกัมพูชา ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการจ้างแรงงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านปริมาณการสั่งซื้อ และปัจจัยด้านปริมาณวัตถุดิบ

จากการสัมภาษณ์ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แห่งหนึ่ง พบว่า การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างชาติที่กลับประเทศของตนมากที่สุด คือ นายจ้าง เพราะนายจ้างเปรียบเสมือนนักลงทุนที่ได้นำแรงงานต่างชาติมาจากประเทศต้นทางเพื่อจดทะเบียนขอใบอนุญาตทำงานอย่างถูกกฎหมาย และจ่ายค่าแรงให้กับแรงงานต่างชาติ จึงทำให้นายจ้างมีความกังวลว่าแรงงานจะทิ้งงานและกลับประเทศ ซึ่งบริษัทก็จะได้รับผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างชาติเช่นกัน บริษัทจึงต้องหาทางแก้ไขและมีการวางแผนในเรื่องของแรงงานที่กำลังจะขาดแคลน โดยนำเครื่องจักรมาใช้แทนคน หรืออาจมีการปรับค่าแรงเพื่อรักษาแรงงานให้อยู่กับบริษัทต่อไป ดังนั้นกรณีที่แรงงานต่างชาติจะกลับประเทศช้าหรือเร็ว ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศแรงงานเหล่านั้นด้วย อย่างไรก็ตาม หากไม่มีแรงงานต่างชาติทำงานในตำแหน่งกรรมกร อาจจะทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานได้ เพราะมีโอกาสน้อยมากที่คนไทยจะมาทำงานเป็นกรรมกร ซึ่งค่านิยมของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงเป็นไปตามสภาพเศรษฐกิจทำให้เกิดการเลือกงาน โดยแนวทางการแก้ปัญหาในกรณีขาดแคลนแรงงานก็คือ การจ้างแรงงานจากประเทศอื่นเข้ามา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงผลกระทบในการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการการเคลื่อนย้ายแรงงาน

ปัจจัยการเคลื่อนย้ายแรงงาน สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ปัจจัยหลัก (Lee, 1966; Ravenstein, 1985; 1989) ดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ในท้องถิ่นเดิมของผู้อยู่อาศัย ซึ่งเป็นสาเหตุกระตุ้นให้เกิดการย้ายถิ่นออกจากถิ่นที่อยู่เดิมเพื่อไปทำงานในท้องถิ่นใหม่ ปัจจัยผลักดันจากประเทศที่แรงงานเคลื่อนย้ายออก ได้แก่

1.1 อัตราการว่างงานสูง และการทำงานในระดับต่ำ

1.2 ระดับค่าจ้างและเงินเดือนที่ต่ำกว่า

1.3 การขาดสิ่งจูงใจสำหรับความก้าวหน้าในอาชีพที่ต้องใช้ความรู้ความชำนาญสูง

1.4 นโยบายกำลังคนที่ไม่เหมาะสมในประเทศต่าง ๆ

1.5 ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกภูมิลำเนาของผู้ย้ายถิ่น ซึ่งมีผลให้ผู้ย้ายถิ่นเกิดความสนใจและได้รับแรงดึงดูดให้ย้ายถิ่นเข้าไปทำงานในท้องถิ่นใหม่ ปัจจัยดึงดูด ได้แก่

2.1 ระดับค่าจ้างและเงินเดือนในอาชีพประเภทเดียวกันในต่างประเทศสูงกว่ามาก

2.2 การขาดแคลนกำลังคนในบางสาขา

2.3 โอกาสสำหรับความก้าวหน้าของอาชีพ ในประเทศที่พัฒนาแล้วย่อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการค้นคว้าวิจัย และยังเป็นแหล่งต้นกำเนิดของวิทยาการแผนใหม่

2.4 ปัจจัยทางสังคมและการเมืองภายในประเทศท้องถิ่นปลายทาง

2.5 ค่านิยมทางสังคม

2.6 ปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศ

แนวคิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

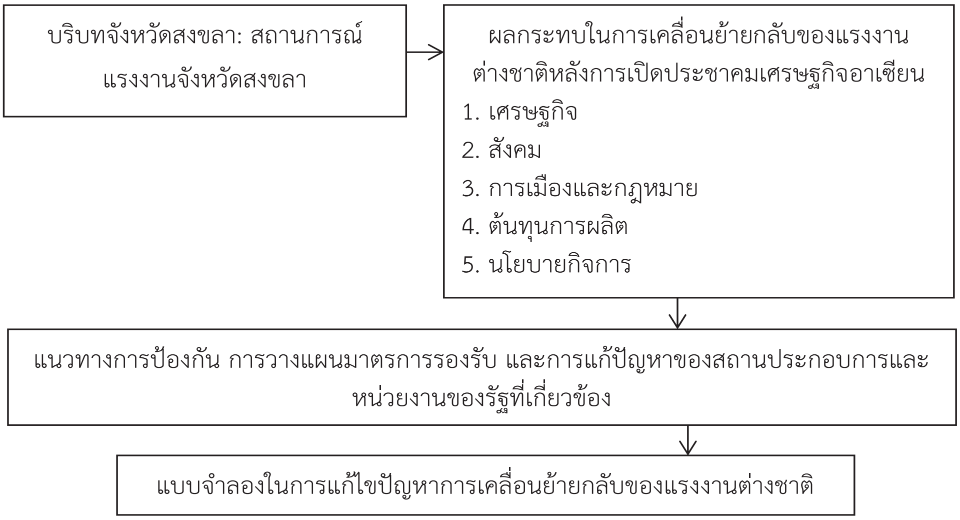
ความเป็นมาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community: AEC) ปัจจุบันอาเซียนมีสมาชิกรวม 10 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย บรูไน เวียดนาม ลาว เมียนมา และกัมพูชา ได้เล็งเห็นประโยชน์ร่วมกันในการรวมกลุ่มให้มีความเข้มแข็งเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของโลก ซึ่งจะมีผลกระทบต่อภูมิภาคอาเซียนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และก้าวสำคัญต่อมา คือ การจัดทำปฏิญญาอาเซียน หรือ “กฎบัตรอาเซียน” (ASEAN Charter) โดยประชาคมอาเซียนประกอบด้วยสามเสาหลักในการขับเคลื่อน ได้แก่ 1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political - Security Community: APSC) มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ประเทศในภูมิภาคอยู่อย่างสันติสุข แก้ไขปัญหาภายในภูมิภาคโดยสันติวิธี และยึดในหลักความมั่นคงรอบด้าน 2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) กำหนดวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์อาเซียน 2020 ที่ว่า “อาเซียน ปี ค.ศ. 2020 เป็นหุ้นส่วนร่วมกันในการพัฒนาอย่างมีพลวัต (ASEAN 2020: Partnership in Dynamic Development)” โดยจะให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่น ๆ ได้ และ 3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio - Cultural Community: ASCC) มีจุดมุ่งหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอาเซียน โดยครอบคลุมความร่วมมือในหลายสาขา เช่น ความร่วมมือด้านปราบปรามยาเสพติด การพัฒนาชนบท การขจัดความยากจน สิ่งแวดล้อม การศึกษา วัฒนธรรม สตรี สาธารณสุข และเยาวชน เป็นต้น (Academic Service Center, Chulalongkorn University, 2012)

อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลา

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำประมง เนื่องจากวัตถุดิบมาจากการจับสัตว์น้ำตามธรรมชาติและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย รวมถึงในจังหวัดสงขลา แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย 1) อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เย็น แช่แข็ง เป็นการแปรรูปสัตว์น้ำขั้นต้น โดยอาศัยความประณีตของแรงงานในการตัดแต่ง

สัตว์น้ำ ก่อนนำไปผ่านกระบวนการแช่แข็ง เพื่อคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษาสัตว์น้ำ และ 2) อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง และปรุงสุก/ปรุงรส เป็นการแปรรูปสัตว์น้ำด้วยวิธีการปรุงสุก/ปรุงรส เป็นผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเล ตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และตะวันออกกลาง ลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คือ ผู้ผลิตจะเป็นผู้ส่งออกเอง ส่งออกโดยผ่านตัวแทน และจำหน่ายภายในประเทศซึ่งมีจำนวนน้อย โดยส่วนใหญ่จะส่งออกโดยผ่านทางท่าเรือน้ำลึก จังหวัดสงขลา (Thambamrung, 2007; Phawanacharoensuk, 2008)

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัย (Methodology) ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) และใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแรงงานต่างชาติ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย รศ.ดร.อิสระ สุวรรณบล และ รศ.ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา นักวิชาการจากสถาบันการศึกษา คุณบวรนันท์ ทองกัลยา คณะกรรมาธิการการพาณิชย์ การอุตสาหกรรม และการแรงงาน สภานิติบัญญัติแห่งชาติ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ จำนวน 12 แห่ง ประกอบด้วย บริษัท โชติวัฒน์อุตสาหกรรมหาดใหญ่ จำกัด บริษัท เอสทูเค ฟู้ดส์ จำกัด สงขลา บริษัท นิสซุย (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ทีซีเอฟ จำกัด บริษัท สยามอินเตอร์เนชั่น แนลฟู้ด จำกัด บริษัท ซี เวลท์ โฟรเซ่น ฟู้ด จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมทวีวงษ์ หาดใหญ่ จำกัด บริษัท คิงฟิชเชอร์ โฮลดิ้ง จำกัด บริษัท สงขลาแคนนิ่ง จำกัด (มหาชน) บริษัท เซาท์เทอร์น ซีฟูด โปรดักส์ จำกัด บริษัท ทรอปิคอลแคนนิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) แพน้องเมย์

และนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย สำนักงานจัดหางานจังหวัดสงขลา (ระดับบริหาร) สำนักงานจัดหางาน จังหวัดสงขลา (ระดับปฏิบัติการ) แรงงานจังหวัดสงขลา (ผู้บริหาร) สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองหาดใหญ่ (ผู้บังคับบัญชา) โรงพยาบาลหาดใหญ่ ตำแหน่ง พนักงานช่วยเหลือคนไข้ รับผิดชอบงานแรงงานต่างชาติ และ ตำแหน่ง พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ ประกันสังคม (ผู้บริหาร)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์โดยใช้คำถามเหมือนกันทุกคน และการศึกษาจากข้อมูลที่มีผู้บันทึกไว้แล้วโดยผู้อื่น (Unobtrusive Research) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการ ดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangular) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล ซึ่งที่มาจะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล เป็นต้น

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร โดยเปลี่ยนตัวผู้สังเกตแทนที่จะใช้ผู้วิจัยคนเดียวสังเกตโดยตลอด

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากวิธีการตรวจสอบสามเส้า ทั้ง 4 วิธี ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลและการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูลร่วมกัน เนื่องจากประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษามีความสนใจเฉพาะเจาะจงดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น และวิธีที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำในจังหวัดสงขลา รวมถึงนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงงานต่างชาติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลและวิธีรวบรวมข้อมูลร่วมกัน มีความเหมาะสมและช่วยให้ได้ข้อมูลตรงตามข้อเท็จจริงมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการตอบประเด็นสัมภาษณ์ (Interview Research) และข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริงทั้งในเชิงเหตุและผล ซึ่งการวิเคราะห์ออกมาในลักษณะของการพรรณนานำไปสู่คำตอบในการศึกษาและสรุปตามหลักวิชาการประกอบการเขียนรายงาน เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมถึงผลกระทบในการเคลื่อนย้ายแรงงานต่างชาติหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิจัย

บริบทสถานการณ์แรงงานจังหวัดสงขลา

จากการสัมภาษณ์ พบว่า แรงงานต่างชาติส่วนใหญ่ที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย มาในรูปแบบของการใช้แรงงาน เนื่องจากกฎหมายหรือนโยบายของประเทศไทยมีข้อจำกัดให้แรงงานต่างชาติเหล่านี้เข้ามาทำงานในประเทศได้ โดยการรับจ้างเป็นกรรมกร การที่แรงงานต่างชาติเหล่านี้เข้ามาทำงานในประเทศไทย จึงมีส่วนช่วยส่งเสริมธุรกิจในด้านอุตสาหกรรม เพราะคนไทยมีค่านิยมที่ไม่ต้องการทำงานเป็นกรรมกร และด้วยสภาพเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคงทำให้คนไทยเปลี่ยนงานบ่อย หากแต่การเข้ามาทำงานของแรงงานเหล่านี้ยังก่อให้เกิดปัญหาของการก่ออาชญากรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการวิ่งราวชิงทรัพย์ หรือลักทรัพย์ นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านการสื่อสาร ทำให้เกิดความสับสนและเข้าใจ ซึ่งภาครัฐได้มีการแก้ปัญหาต่าง ๆ ดังนี้ ด้านการก่ออาชญากรรม ได้มีการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างชาติ ซึ่งเมื่อแรงงานเหล่านี้ทำผิดจะทำให้สามารถติดตามจับกุม เพื่อนำมาดำเนินคดีตามความผิดได้ ด้านการสื่อสารได้มีการใช้ล่ามและการฝึกพูดภาษาของแรงงานต่างชาติ เพื่อที่จะได้สื่อสารให้เข้าใจและลดความสับสนในกระบวนการทำงาน

ผลกระทบการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ

ผลกระทบการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ มี 3 มิติ ดังต่อไปนี้

1. มิติสถานประกอบการ ผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการอยู่ในรูปของต้นทุนแฝง กล่าวคือ สูญเสียแรงงานที่มีฝีมือหรือความชำนาญในการทำงาน การเพิ่มค่าแรงที่ต้องจ้างคนงานเพิ่มขึ้น เป็นต้น แต่บางบริษัทไม่มีผลกระทบมากนัก เพราะแรงงานต่างชาติที่ทำงานในบริษัทเป็นแรงงาน MOU หรือบางบริษัทสามารถหาแรงงานที่เป็นคนไทยมาทดแทนได้ทัน ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงหรือมีการจัดทำกฎหมายที่คุ้มครองผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างเป็นแรงงานต่างชาติ ออกกฎหมายที่เอื้อต่อความสามารถของแรงงานต่างชาติเพิ่มขึ้น และควรมีการออกนโยบายหรือกฎหมายระยะยาวโดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ให้ชัดเจน อีกทั้งการให้สถานประกอบการต่าง ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางในการออกกฎเกณฑ์หรือนโยบาย

2. มิตินักวิชาการ จากการสัมภาษณ์นักวิชาการเกี่ยวกับผลกระทบหลังการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ พบว่า มีการใช้ระบบเครื่องจักรแทนการใช้แรงงาน อันเนื่องมาจากการจ้างแรงงานไทยมีต้นทุนการจ้างงานที่สูง ทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน ทำให้ทางสถานประกอบการหันไปใช้ระบบเครื่องจักรและรัฐต้องมีนโยบายที่จะทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาระบบการผลิต การทำงาน โดยเน้นการนำเครื่องจักร เครื่องกล เครื่องออโตเมชั่น หรือแม้แต่หุ่นยนต์มาใช้ในการผลิตแทนคน เพื่อให้เลิกใช้แรงงานระดับล่าง และหันไปใช้แรงงานระดับกลางและสูง เพื่อลดการใช้กำลังแรงงานและลดการพึ่งพาแรงงานต่างชาติ ทางกรมการจัดหางานควรยกเลิกนโยบายส่งเสริมแรงงานไทยไปทำงานในต่างประเทศแต่ดึงดูดให้อยู่ทำงานในไทย และมีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะสภาพการจ้างงาน

3. มิติหน่วยงานภาครัฐ จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ พบว่า หากมีการเคลื่อนย้ายของแรงงานออกนอกประเทศมากขึ้น อาจทำให้ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมก้าวหน้าหรือเติบโตช้าลง กล่าวคือ จะส่งผลต่อด้านเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย ต้นทุนการผลิตและนโยบายกิจการเรื่องของการใช้แรงงาน โดยผลกระทบด้านเศรษฐกิจ จะเกี่ยวข้องกับเรื่องการชะลอตัวด้านการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ เนื่องมาจากโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีจำนวนแรงงานต่างชาติทำงานเป็นส่วนมาก ต่อมาผลกระทบทางด้านการเมือง จะเกี่ยวข้องในเรื่องของการที่รัฐบาลต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดการแรงงานต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนผันให้แรงงานต่างชาติสามารถมาขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายได้ อีกทั้งการเลื่อนการต่ออายุการทำงานของแรงงานต่างชาติออกไปอีกระยะหนึ่ง และสุดท้ายสิ่งที่จะกระทบต่อผู้ประกอบการเมื่อแรงงานต่างชาติเกิดการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทาง คือ ต้นทุนการผลิตและนโยบายกิจการ ในเรื่องของต้นทุนการผลิตนั้น ผู้ประกอบการอาจเสียผลประโยชน์ในเรื่องของการขาดแรงงานที่มีฝีมือไป อีกทั้งการหาแรงงานใหม่ที่ต้องเสียค่าจ้างมากกว่าเดิม ในส่วนนโยบายกิจการนั้น ทางสถานประกอบการเองควรมีการปรับนโยบายเพื่อให้เกิดความดึงดูดใจให้แรงงานต่างชาติเหล่านั้นไม่เคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทาง เช่น การมีนโยบายปรับขึ้นเงินเดือนทุกปี หรืออาจจะเป็นการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสวัสดิการที่นอกเหนือจากค่าจ้างให้แก่พนักงาน เป็นต้น ซึ่งจากที่กล่าวมาทั้งหมดล้วนเป็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเมื่อแรงงานต่างชาติเกิดการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทาง

โดยทั้ง 3 มิติ สรุปดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลกระทบของการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงานต่างชาติ

มิติ	ประเด็นผลกระทบ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น
สถานประกอบการ	ต้นทุนแฝง	สูญเสียแรงงานที่มีฝีมือหรือความชำนาญ ในการทำงาน การเพิ่มค่าแรงที่ต้องจ้างคนงานเพิ่มขึ้น เป็นต้น
	การจัดทำกฎหมายคุ้มครองผู้ประกอบการที่มีลูกจ้างเป็นแรงงานต่างชาติ	ออกกฎหมายที่เอื้อต่อความสามารถของแรงงานต่างชาติให้มากขึ้น และควรมีการออกนโยบายหรือกฎหมายระยะยาว โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ให้ชัดเจน อีกทั้ง การให้สถานประกอบการต่าง ๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางในการออกนโยบาย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

มิติ	ประเด็นผลกระทบ	ผลกระทบที่เกิดขึ้น
นักวิชาการ	การใช้ระบบเครื่องจักรแทน	การจ้างแรงงานไทยมีต้นทุนการจ้างงานที่สูงทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน ทำให้สถานประกอบการหันไปใช้ระบบเครื่องจักรแทน
	การปฏิบัติตามกฎหมาย	มีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัดในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะสภาพการจ้างงาน
ภาครัฐ	ด้านเศรษฐกิจ	การขับเคลื่อนเกิดการชะลอตัวด้านการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพราะโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มักมีจำนวนแรงงานต่างชาติทำงานเป็นส่วนมาก
	การเมืองและกฎหมาย	การที่รัฐบาลต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนนโยบายการจัดการแรงงานต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนผันให้แรงงานต่างชาติสามารถมาขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายได้ รวมถึงการเลื่อนการต่ออายุการทำงานของแรงงานต่างชาติออกไปอีกระยะหนึ่งเพื่อเกิดพลังการขับเคลื่อนในหลายด้าน
	ต้นทุนการผลิต	ผู้ประกอบการอาจเสียผลประโยชน์และเพิ่มต้นทุนในเรื่องการผลิตที่สูงขึ้นและการขาดแรงงานที่มีฝีมือไป อีกทั้ง การหาแรงงานใหม่ที่ต้องเสียค่าจ้างที่มากกว่าเดิม
	นโยบายกิจการเรื่องการใช้แรงงาน	สถานประกอบการควรมีการปรับเปลี่ยนแผนนโยบายเพื่อให้เกิดความดึงดูดใจให้แรงงานต่างชาติไม่เคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทาง เช่น การมีนโยบายปรับขึ้นเงินเดือนทุกปี หรืออาจเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสวัสดิการและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน นอกเหนือจากค่าจ้างให้แก่พนักงาน เป็นต้น

แนวทางการป้องกัน การวางแผนมาตรการรองรับ และการแก้ปัญหาของสถานประกอบการและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการป้องกัน การวางแผนมาตรการรองรับ และการแก้ปัญหาของสถานประกอบการและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง มี 3 มิติ ดังต่อไปนี้

1. มิติสถานประกอบการ แนวทางการแก้ไขปัญหาของการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงานต่างชาติ ในเรื่องของแผนรองรับเมื่อแรงงานต่างชาติเคลื่อนย้ายกลับประเทศ ในมุมมองสถานประกอบการ คือ การรับแรงงานไทยเข้ามาทดแทน หรืออาจหาแรงงานที่ทำ MOU เข้ามาทำงานในประเทศ เพื่อป้องกันการหลบหนีกลับประเทศของแรงงานต่างชาติเหล่านั้น อีกทั้งภาครัฐควรมีการส่งเสริมนโยบายในเรื่องของกระบวนการของการนำเข้าแรงงานต่างชาติให้มีความสะดวกและรวดเร็ว และมีการปรับนโยบายการกำหนดระยะเวลาของการทำงานของแรงงานต่างชาติควรมีการต่อระยะเวลาในการทำงานให้สะดวกกว่านี้ นอกจากนี้ สถานประกอบการควรมีการพูดคุยเพื่อปรับความเข้าใจหรือหาสาเหตุของการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงาน หรืออาจมีการเพิ่มสวัสดิการที่เหมือนกับคนไทยแก่แรงงานต่างชาติ เช่น ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น หรืออาจเป็นการช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายในทำเอกสารของแรงงานต่างชาติ การปรับค่าแรงขึ้นทุกปี และการให้ความเป็นธรรมแก่แรงงานต่างชาติ เป็นต้น

2. มิตินักวิชาการ แนวทางการแก้ไขปัญหาการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงานต่างชาติ ในมุมมองของนักวิชาการ คือ นายจ้างต้องมีการปรับกระบวนการผลิตที่ใช้แรงงานต่างชาติให้น้อยลง เนื่องจากมีปรากฏการณ์ที่แรงงานต่างชาติผิดกฎหมายก่อคดีต่าง ๆ ในระยะแรกของการจ้างแรงงาน ประกอบกับ นโยบายหรือกฎระเบียบของภาครัฐที่มีความยืดหยุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ทำบัตรประกันสังคม กองทุนเงินสะสม การพัฒนาฝีมือแรงงานและการพัฒนาด้านต่าง ๆ ซึ่งทางสถานประกอบการควรมีการพัฒนาและการเรียนรู้ในสถานประกอบการ หากแรงงานต่างชาติทำงานต่อเนื่อง มีความสามารถ ทักษะสูงขึ้น ก็ย่อมได้รับค่าจ้าง ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นได้ และที่สำคัญต้องเข้าใจในเป้าหมายในการออกกฎหมายว่าทุกประเทศจำเป็นต้องจัดการกับคนเข้าเมืองผิดกฎหมาย

3. มิติหน่วยงานภาครัฐ แนวทางการแก้ไขปัญหาการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงานต่างชาติ ในมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ได้มีการจ้างล่ามในการสื่อสารและบอกข้อมูลต่าง ๆ ให้แรงงานต่างชาติ อีกทั้ง มีการจัดตั้งหน่วยงาน เครือข่ายเพื่อสิทธิแรงงานข้ามชาติ (Migrant Workers Rights: MWRN) หรือศูนย์อภิบาล เพื่อช่วยเหลือแรงงานต่างด้าวที่มีปัญหา รวมถึงมีการส่งชุดสืบสวนปราบปรามเข้ามาทำงานร่วม นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านบอร์ดเกี่ยวกับการใช้งานบัตรต่าง ๆ รวมไปถึงนโยบายใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้แรงงาน รวมถึงการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎหมายใหม่ ๆ โดยมีการทำในรูปแบบของภาษาต่างด้าวด้วย เช่น ภาษาเมียนมา ลาว กัมพูชา เป็นต้น อีกทั้งการที่สถานพยาบาลแนะนำให้นายจ้างทำประกันสุขภาพให้กับแรงงานต่างชาติ โดยทางภาครัฐควรมีการปรับนโยบายในการยืดระยะเวลาการทำงานให้กับแรงงานต่างชาติสามารถทำงานในประเทศไทยได้นานขึ้น รวมถึงการต่อระยะเวลาของบัตรต่าง ๆ เพื่อให้แรงงานต่างชาติสามารถทำงานอยู่ในประเทศไทย

ได้และควรมีการกำหนดนโยบายหรือกฎหมายของแรงงานต่างชาติในระยะยาว

โดยทั้ง 3 มิติ สรุปดังตารางที่ 2

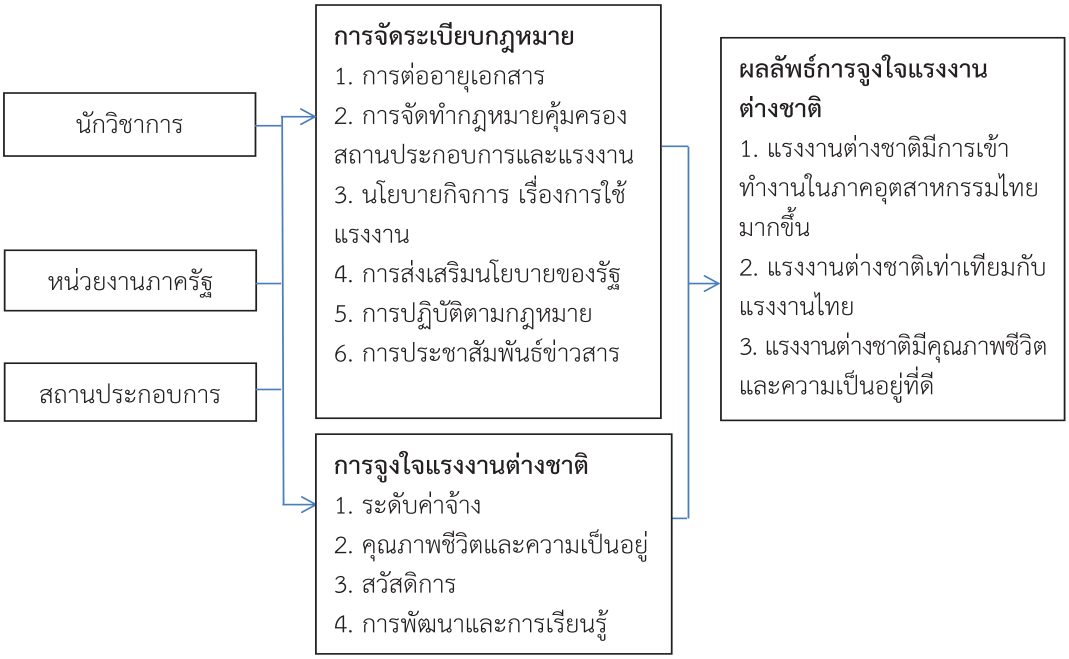
ตารางที่ 2 แนวทางการแก้ไขปัญหาของการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงานต่างชาติ

มิติ	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ไขปัญหา
สถานประกอบการ	หาแรงงานทดแทน	การรับแรงงานไทยเข้ามาทดแทน หรืออาจหาแรงงานที่ทำ MOU เข้ามาทำงานในประเทศและควรเพิ่มสิทธิต่าง ๆ เพื่อป้องกันการหลบหนีกลับประเทศของแรงงานต่างชาติ
	การส่งเสริมนโยบายของรัฐ	ภาครัฐควรมีการส่งเสริมนโยบายในเรื่องกระบวนการนำเข้าแรงงานต่างชาติให้มีความสะดวกและรวดเร็ว และมีการปรับนโยบายการกำหนดระยะเวลาของการทำงานของแรงงานต่างชาติ โดยควรมีการต่อระยะเวลาการทำงานให้นานขึ้น และควรมีการลดหย่อนภาษีประจำปี
	การจูงใจ	สถานประกอบการควรมีการพูดคุยเพื่อปรับความเข้าใจหรือหาสาเหตุของการเคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทางของแรงงาน หรือบางครั้งอาจจะมีการเพิ่มสวัสดิการที่เหมือนกับคนไทยแก่แรงงานต่างชาติ เช่น ที่พัก ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น หรืออาจช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายในทำเอกสารของแรงงานต่างชาติ มีการปรับค่าแรงและเบี้ยขยันขึ้นทุกปีในการทำงาน รวมถึงการให้ความเป็นธรรมแก่แรงงานต่างชาติเหล่านั้น
นักวิชาการ	กระบวนการผลิตที่ใช้แรงงานต่างชาติน้อยลง	ปรากฏการณ์ที่แรงงานต่างชาติผิดกฎหมายก่อคดีต่าง ๆ ในระยะแรกของการจ้างงาน และนโยบายหรือกฎระเบียบของภาครัฐที่มีความยืดหยุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ทำบัตรประกันสังคม กองทุนเงินสะสม การพัฒนาฝีมือแรงงานและการพัฒนาด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

มิติ	ประเด็นปัญหา	แนวทางการแก้ไขปัญหา
	การพัฒนาและการเรียนรู้	แรงงานต่างชาติที่มีองค์ความรู้และทักษะต้องการการทำงานต่อเนื่อง มีความสามารถทักษะสูงขึ้น ก็ย่อมได้รับค่าจ้าง และตำแหน่งงานที่สูงขึ้นได้
	การออกกฎหมาย	ทุกฝ่ายยอมรับ และปรับตัวให้สามารถทำตามกฎเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด
ภาครัฐ	การสื่อสาร	การจ้างล่ามในการสื่อสารและการเรียนรู้แบบออนไลน์ด้านภาษานั้น ๆ บอกข้อมูลต่าง ๆ ให้แรงงานต่างชาติ
	การช่วยเหลือแรงงาน	การจัดตั้งหน่วยงาน MGO หรือศูนย์อภิบาล การจ้างล่าม เพื่อช่วยเหลือแรงงานต่างด้าวที่มีปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมไปถึงมีการส่งชุดสืบสวนปราบปรามเข้ามาทำงานร่วม
	การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	การประชาสัมพันธ์ผ่านบอร์ดและช่องทางออนไลน์เกี่ยวกับการใช้งานบัตรต่าง ๆ รวมไปถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้แรงงาน และการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎหมาย โดยมีการทำในรูปแบบของภาษาต่างด้าว เช่น ภาษาเมียนมา ลาว กัมพูชา เป็นต้น
	นโยบายและกฎหมาย	ทางภาครัฐควรมีการปรับแผนและนโยบายการยืดระยะเวลาการทำงานกับแรงงานต่างชาติให้สามารถทำงานในประเทศไทยได้นานขึ้น รวมถึงการต่อระยะเวลาของบัตรต่าง ๆ และสิทธิประโยชน์ด้านต่าง ๆ เพื่อให้แรงงานต่างชาติสามารถทำงานอยู่ในประเทศไทยได้และควรมีการกำหนดนโยบายหรือกฎหมายของแรงงานต่างชาติในระยะยาว

แบบจำลองในการแก้ไขปัญหาการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ



รูปที่ 2 แบบจำลองการแก้ไขปัญหาการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ

จากรูปที่ 2 แบบจำลองการแก้ไขปัญหาการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. การจัดระเบียบกฎหมาย ควรเริ่มจากความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสถานประกอบการ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลัก โดยเป็นการระดมความคิดเห็น/ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้แรงงานต่างชาติมีการเคลื่อนย้ายกลับน้อยลงหลังการเปิดเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

2. หน่วยงานภาครัฐและสถานประกอบการ ขับเคลื่อนการจัดระเบียบกฎหมาย ประกอบด้วย 1) การต่ออายุเอกสาร การผ่อนผันให้แรงงานต่างชาติสามารถขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายได้ อีกทั้งการเลื่อนต่ออายุการทำงานของแรงงานต่างชาติออกไปอีกระยะหนึ่ง 2) การจัดทำกฎหมายคุ้มครองสถานประกอบการและแรงงาน เป็นการออกกฎหมายที่เอื้อต่อความสามารถของแรงงานต่างชาติ และมีการออกนโยบายหรือกฎหมายระยะยาว โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ให้ชัดเจน อีกทั้ง การให้สถานประกอบการต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมเสนอแนวทางในการออกนโยบาย 3) นโยบายกิจการเรื่องการใช้แรงงาน สถานประกอบการควรมีการปรับนโยบายเพื่อให้เกิดการดึงดูดใจแรงงานต่างชาติ 4) การส่งเสริมนโยบายของรัฐ มีการส่งเสริมนโยบายในเรื่องกระบวนการของการนำเข้าแรงงานต่างชาติให้มีความสะดวกและรวดเร็ว และมีการปรับนโยบายการกำหนดระยะเวลาการทำงานของแรงงานต่างชาติ โดยควรมีการต่อระยะเวลาในการทำงานให้สะดวกมากขึ้น 5) การปฏิบัติตามกฎหมาย มีการปฏิบัติตามกฎหมายแรงงานอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะสภาพการจ้างงาน และ

6) การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ผ่านบอร์ดเกี่ยวกับการใช้งานบัตรต่าง ๆ รวมไปถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้แรงงาน รวมถึงการทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกฎหมาย โดยทำในรูปแบบของภาษาต่างชาติ

3. หน่วยงานภาครัฐ สถานประกอบการ และนักวิชาการ ขับเคลื่อนการจูงใจแรงงานต่างชาติ ประกอบด้วย 1) ระดับค่าจ้าง อัตราค่าจ้างที่สูงกว่าประเทศต้นทางของแรงงาน 2) คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ คุณภาพชีวิตของแรงงานต่างชาติที่ย้ายเข้ามาอยู่ในประเทศไทยอยู่ในระดับที่ดี โดยสถานประกอบการทำการส่งเสริมให้แรงงานมีคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน 3) สวัสดิการ มีการเพิ่มสวัสดิการที่เหมือนกับคนไทยให้กับแรงงานต่างชาติ และ 4) การพัฒนาและการเรียนรู้ การพัฒนาฝีมือแรงงานและการพัฒนาด้านต่าง ๆ โดยทางสถานประกอบการส่งเสริมการพัฒนาและการเรียนรู้ของแรงงานต่างชาติอย่างต่อเนื่อง

การขับเคลื่อนการจัดระเบียบกฎหมายและการจูงใจแรงงานต่างชาตินำไปสู่ประสิทธิผลในการลดอัตราการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานต่างชาติ ซึ่งทำให้ 1) แรงงานต่างชาติมีการเข้าทำงานในภาคอุตสาหกรรมไทยมากยิ่งขึ้น 2) แรงงานต่างชาติเท่าเทียมกับแรงงานไทย และ 3) แรงงานต่างชาติมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี

สรุปและอภิปรายผล

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและการชะลอตัวด้านการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรมต่าง ๆ พบว่า ความต้องการแรงงานของโรงงานอุตสาหกรรมจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับพื้นที่และประเภทอุตสาหกรรม โดยส่วนใหญ่โรงงานอุตสาหกรรมพึ่งพาแรงงานต่างชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chongdi and Chanthavongpaisarn Honguitrakul (2018) ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจ เชื่อว่าประเทศไทยมีความจำเป็นพึ่งพาแรงงานต่างชาติในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศ ดังนั้นโรงงานอุตสาหกรรมอาจพิจารณาโครงสร้างการจ้างแรงงาน การแสวงหาแรงงาน และการดูแลแรงงาน สำหรับการผลิตสินค้าและบริการ

ผลกระทบด้านการเมืองและกฎหมาย การที่รัฐบาลต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายการจัดการแรงงานต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนผันให้แรงงานต่างชาติสามารถขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายได้ อีกทั้งการเลื่อนการต่ออายุการทำงานของแรงงานต่างชาติออกไปอีกระยะหนึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kerdmongkon (2012) และ Chewakriengkrai (2017) ซึ่งกล่าวว่าการเคลื่อนย้ายแรงงานในประเทศไทยมีความคืบหน้าในการตรากฎหมายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันหลายฉบับ เพื่อแก้ปัญหาแรงงานย้ายถิ่นที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย ในขณะเดียวกัน การออกกฎหมายดังกล่าว ทำให้เกิดผลกระทบหลายด้านต่อประเทศไทย หากเกิดสภาวะการไหลออกของแรงงานต่างชาติมากขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อการผลิต อุตสาหกรรม และการขาดแคลนแรงงานระดับล่างของประเทศ

ผลกระทบต้นทุนการผลิต จากผลการศึกษาของ Suwanno (2015) พบว่า ปัจจัยด้านต้นทุนของกิจการในเรื่องค่าจ้างแรงงานและต้นทุนวัตถุดิบมีผลต่อการจ้างงานแรงงานไร้ทักษะของ

สถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี โดยมีผลการพิจารณาจ้างงานแรงงานไร้ทักษะในส่วนของแรงงานต่างชาติของสถานประกอบการซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีผลิตภาพหน่วยสุดท้ายของแรงงาน เนื่องจากนายจ้างจะหยุดจ้างแรงงานก็ต่อเมื่อค่าจ้างสูงกว่าคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นหากค่าจ้างแรงงานสูงขึ้น จึงส่งผลให้การจ้างงานลดลง

ผลกระทบด้านนโยบายกิจการเรื่องการใช้แรงงานนั้น สถานประกอบการควรมีการปรับนโยบายเพื่อให้เกิดการดึงดูดใจให้แรงงานต่างชาติเหล่านั้นไม่เคลื่อนย้ายกลับประเทศต้นทาง เช่น การมีนโยบายปรับขึ้นเงินเดือนทุกปี การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกหรือสวัสดิการที่นอกเหนือจากค่าจ้างให้แก่พนักงาน เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Natasiri (2014) พบว่า นโยบายค่าแรงขั้นต่ำได้กลายเป็นแรงจูงใจให้แรงงานต่างชาติต้องการเข้ามาทำงานในประเทศไทย และผู้ประกอบการเองก็มีการจัดสวัสดิการอื่น ๆ เพิ่มเติมให้กับลูกจ้าง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำนักงานจัดหางาน จังหวัดสงขลา ประสานผู้ประกอบการในการขึ้นทะเบียนแบบออนไลน์ ฐานข้อมูลในการบริหารจัดการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับแรงงานต่างชาติให้ถูกต้องตามระเบียบและสร้างความตระหนักให้ผู้ประกอบการในการว่าจ้างแรงงานให้ถูกระเบียบ

2. สร้างการมีส่วนร่วมและบูรณาการในการบริหารจัดการแรงงานต่างชาติ ให้ประชาชนในท้องถิ่นทุกกลุ่มได้เข้าร่วมการรับรู้ผลกระทบ ข้อควรระวังเกี่ยวกับการใช้แรงงานต่างชาติในสถานประกอบการต่าง ๆ และในมิติด้านอื่น ๆ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องศึกษาปัจจัยรอบด้านในการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย อาจก่อให้เกิดช่องว่างขาดความชัดเจน แนวทางศึกษาปรับปรุงเพื่อให้มีความเหมาะสมต่อสถานการณ์ที่รวดเร็วและทันสมัยในปัจจุบัน คำนึงถึงผลกระทบต่อผู้ประกอบการ อาทิ การขาดแคลนแรงงานกะทันหัน การใช้อำนาจในทางที่ไม่ถูกต้องของเจ้าหน้าที่ การทำเอกสารที่ล่าช้าและซับซ้อน ต้นทุนแรงงานสูงขึ้น เป็นต้น

4. ปรับปรุงการจดทะเบียนแรงงานต่างชาติ การประกันสังคมแบบออนไลน์เพื่อความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างชาติให้เป็นระบบ One Stop Service เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับแรงงานต่างชาติและเพื่อช่วยให้การบริหารจัดการของภาครัฐง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. จังหวัดสงขลา (สำนักงานจัดหางาน สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง โรงพยาบาล และสำนักงานประกันสังคม) จัดประชุมผู้ประกอบการหรือให้ความรู้รวมทั้งรับเรื่องร้องทุกข์ของผู้ประกอบการในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน

2. เพิ่มช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อสร้างความเข้าใจตรงกับเกี่ยวกับแรงงานต่างชาติทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

เอกสารอ้างอิง

Academic Service Center, Chulalongkorn University. (2012). *Preparation project with the labor journey into practice* (Research report). Bangkok: Ministry of Labor. **[in Thai]**

Aujirapongpan, S., Atirattanachai, M., & Compan, P. (2012). A study of Labor demand on frozen seafood entrepreneurs in Songkhla Province. *WMS Journal of Management, 1*(2), 1-8 **[in Thai]**

Chewakriengkrai, A. (2017). *Economic endoscopy*. Bangkok: Bangkok Business. **[in Thai]**

Chongdi, W., & Chanthavongpaisarn Honguitrakul, L. (2018, July 5-6). Factors for migration barriers of migration and the work of Myanmar workers: Case studies of Myanmar workers in the province Bangkok. In *The 2nd Academic conferences and leading presentation of UTCC academic day*. Bangkok University, Bangkok. **[in Thai]**

Foreign Workers Administration Office. (2014). *Labor statistics for the year 2014*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Labor. **[in Thai]**

Foreign Workers Administration Office. (2019). *Labor statistics for the year 2019*. Bangkok: Office of the Permanent Secretary, Ministry of Labor. **[in Thai]**

Kerdmongkon, A. (2012). *Occupation pao people from abroad in Bangkok: Life on the upper side of power and negotiation* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography, 3*(1), 47-57.

Natasiri, W. (2014). *Thailand problems for Thai people (5) foreign workers in Thailand*. Retrieved from https://www.mgronline.com/daily/detail/9570000086862 **[in Thai]**

Ravenstein, E. G. (1985). The laws of migration. *Journal of the Statistical Society, 48*(2), 167-235.

Ravenstein, E. G. (1989). The laws of migration. *Journal of the Royal Statistical Society, 52*(2), 241-305.

Songkhla Provincial Labor Office. (2019). *Statistics of the number of foreigners permitted to work remaining throughout the kingdom*. Retrieved from https://www.doe.go.th/prd/songkhla **[in Thai]**

Soranatsunan, Y. (1997). *The concept of foreign labor administration of the inspectors of the Department of Employment* (Research report). Bangkok: Department of Employment, Ministry of Labor. **[in Thai]**

Phawanacharoensuk, S. (2008). *Strategic analysis of the frozen seafood industry*. (Master's thesis). Ramkhamhaeng University, Bangkok. **[in Thai]**

Suwanno, A. (2015). *Factors influencing decision to use foreign workers of construction business entrepreneurs in Songkhla Province* (Master's thesis). Hat Yai University, Songkhla. **[in Thai]**

Thambamrung, W. (2007). *Analysis of the demand for Thailand's frozen seafood imports in the country Japan*. (Master's thesis). Kasetsart University, Bangkok. **[in Thai]**

อิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่าน

The Effect of Social Support to Spiritual Well-Being with Attitude towards Nursing Profession as Mediating Variable

กิตติทัศน์ หวานฉ่ำ[1*], กุสุมา กังหลี[2], และ ปาริชาต อภิเดชากุล[3]
Kittitas Wancham[1*], Kusuma Kanglee[2], and Parichad Apidechakul[3]

Abstract

This research intended to: (1) develop and monitor the consistency of the causal model of social support influencing spiritual well-being and attitude regarding the nursing profession as a mediating variable; and (2) analyze direct and indirect influences of social support and the direct influence of attitudes about the nursing profession on their well-being spiritually. Research samples obtained through stratified sampling are 150 third- and fourth- year nursing students at a nursing college under the Ministry of Defense. Research tools include

[1]คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330, [2]ภาควิชาการพยาบาลเบื้องต้น กองการศึกษา วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400, [3]ภาควิชาวิสัญญีวิทยา คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล แขวงอรุณอัมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700

[1]Faculty of Education, Chulalongkorn University, Wang Mai, Pathumwan, Bangkok 10330, [2]Department of Fundamental Nursing, Education Division, Royal Thai Army Nursing College, Thung Phaya Thai, Ratchathewi, Bangkok 10400, [3]Department of Anesthesiology, Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Mahidol University, Arun Ammarin, Bangkok Noi, Bangkok 10700

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: wkittitas@outlook.com)

รับบทความวันที่ 25 พฤศจิกายน 2563 แก้ไขวันที่ 8 พฤษภาคม 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 14 พฤษภาคม 2564

spiritual well-being measurement tool, social support measurement tool, and an attitude measurement tool. The data is analyzed by LISREL's structural equation model.

The findings can be summarized as follows:

1.The causal model of social support influencing spiritual well-being and attitude regarding the nursing profession as a mediating variable is consistent with empirical data (χ^2 (df = 36) = 45.61, p = 0.13, CFI = 1.00, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.03).

2. Social support and attitudes towards the nursing profession have a direct influence on spiritual well-being measured with 0.67 and 0.26 respectively. The two variables can predict 76 percent of the variability of spiritual well-being (R^2 = 0.76).

3. Social support indirectly influences spiritual well-being, equal to 0.18.

Recommendations for the implementation of the research's findings: Nursing students should be encouraged to have good spiritual well-being. Activities should be held that promote social support and strengthen positive attitudes toward nursing. These activities are supposed for developing the potential of nursing students to become good professional nurses, ready to provide spiritual care for patients.

Keywords: *Spiritual Well-Being, Social Support, Attitudes Towards the Nursing Profession*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่าน และ (2) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมของการสนับสนุนทางสังคม และอิทธิพลทางตรงของทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ ตัวอย่างวิจัย คือ นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 3 และ 4 ในวิทยาลัยพยาบาลสังกัดกระทรวงกลาโหม จำนวน 150 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือวิจัย คือ แบบวัดสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล แบบวัดการสนับสนุนทางสังคม และแบบวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรม LISREL ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. โมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่านมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2 (*df* = 36) = 45.61, *p* = 0.13, CFI = 1.00, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.03)

2. การสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลมีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ เท่ากับ 0.67 และ 0.26 ตามลำดับ โดยทั้ง 2 ตัวแปร ร่วมกันทำนายความแปรปรวนของสุขภาวะทางจิตวิญญาณได้ร้อยละ 76 (R^2 = 0.76)

3. การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ เท่ากับ 0.18

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ มีดังนี้ การส่งเสริมให้นักศึกษาพยาบาลมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณที่ดี ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาพยาบาลให้เป็นพยาบาลวิชาชีพที่ดี และพร้อมให้การดูแลผู้ป่วยด้านจิตวิญญาณ

คำสำคัญ: *สุขภาวะทางจิตวิญญาณ การสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล*

บทนำ

มิติจิตวิญญาณในบริบทของการพยาบาลได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นตั้งแต่ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากมีการส่งเสริมให้พยาบาลดูแลผู้ป่วยแบบองค์รวม ซึ่งประกอบด้วย การดูแลทางกาย ทางจิต ทางสังคม และจิตวิญญาณ เพื่อให้สามารถดูแลผู้ป่วยได้อย่างมีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการจำเป็นด้าน จิตวิญญาณของผู้ป่วย (Musa, 2017) โดยพยาบาลที่สามารถดูแลผู้ป่วยด้านจิตวิญญาณได้อย่างมีคุณภาพนั้นจะต้องมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Spiritual Well - being) อยู่ในระดับสูง และผ่านการฝึกปฏิบัติดูแลผู้ป่วยด้านจิตวิญญาณ (Jahandideh, Zare, Kendall, & Jahandideh, 2018)

สุขภาวะทางจิตวิญญาณเป็นภาวะในจิตใจ ได้แก่ ความพึงพอใจ ความเบิกบานใจ ความรัก ความสวยงาม ความงดงามในจิตใจ ความสงบภายในจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความเข้าใจในความสัมพันธ์เชื่อมโยง สัมผัสได้ถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างตนเองกับสิ่งต่าง ๆ จึงก่อให้เกิดการเห็นคุณค่าทั้งต่อตนเองและสรรพสิ่งต่าง ๆ ซึ่งบุคคลจะแสดงออกทางความรู้สึก พฤติกรรม และการรู้คิดซึ่งเป็นไปในทิศทางบวก (Fisher, 2010)

จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับสุขภาวะทางจิตวิญญาณทางการพยาบาล พบว่า สุขภาวะทางจิตวิญญาณช่วยส่งเสริมความสามารถในการปรับตัว สุขภาพ และคุณภาพชีวิตของพยาบาลและนักศึกษาพยาบาล อีกทั้งมีบทบาทสำคัญในการจัดการกับความเครียดในการทำงานของพยาบาลซึ่งอยู่ในสถานการณ์ที่มีความเครียดสูง และยังช่วยลดความเครียดและความวิตกกังวลในการเรียนของนักศึกษาพยาบาล นั่นคือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณช่วยส่งเสริมให้นักศึกษาพยาบาลประสบความสำเร็จในการเรียน นอกจากนี้ ยังพบว่า พยาบาลที่มีสุขภาวะทางจิตวิญญาณอยู่ในระดับสูงจะสามารถตัดสินใจให้การรักษาได้เป็นอย่างดี เลือกวิธีการรักษาได้อย่างมีประสิทธิผล และประเมินประสิทธิผลของวิธีการรักษาได้อย่างแม่นยำ (Fabbris, Mesquita, Caldeira, Carvalho, & Carvalho, 2017; Mathad, Rajesh, & Pradhan, 2019; Soleimani et al., 2019) นอกจากนี้ Kim and Yeom (2018) พบว่า สุขภาวะทางจิตวิญญาณช่วยลดภาวะหมดไฟในการทำงานของพยาบาลได้ อย่างไรก็ตาม พยาบาลวิชาชีพ

ยังให้การดูแลผู้ป่วยด้านจิตวิญญาณอยู่ในระดับต่ำ (Musa, 2017) อีกทั้งหลักสูตรผลิตพยาบาลยังให้ความสำคัญกับการดูแลผู้ป่วยทางจิตวิญญาณค่อนข้างน้อย (Jahandideh et al., 2018) ดังนั้นสถาบันการศึกษาที่ผลิตพยาบาลควรส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณแก่นักศึกษาพยาบาล ซึ่งจะก้าวสู่การเป็นพยาบาลวิชาชีพในอนาคต เพราะเมื่อนักศึกษาพยาบาลมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณจะนำสู่ความมีจิตใจที่ดีงาม สามารถนำความรู้ไปใช้ในการสร้างสุขภาพด้านจิตวิญญาณของตนเอง มีทัศนคติที่ดีในการดูแลจิตวิญญาณ สามารถให้บริการด้านจิตวิญญาณแก่ผู้รับบริการ (Jantaveemuang & Thongmeekhwan, 2016)

การเรียนรู้ทางคลินิกเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการศึกษาพยาบาล เนื่องจากพยาบาลเป็นวิชาชีพที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติ ดังนั้นการศึกษาพยาบาลในบริบทของการเรียนรู้ทางคลินิกจึงเกี่ยวข้องกับบรรยากาศทางสังคมอันประกอบด้วยปฏิสัมพันธ์ระหว่างพยาบาล ผู้ป่วย ผู้สอน นักศึกษาพยาบาล และผู้ให้บริการด้านสุขภาพอื่นที่ให้การสนับสนุนทางสังคม (Far et al., 2017) โดยการสนับสนุนทางสังคม คือ การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับการได้รับการสนับสนุนจากบุคคลอื่นในสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับตน (Gottlieb & Bergen, 2010; Trepte, Dienlin, & Reinecke, 2015) ดังนั้นการสนับสนุนทางสังคมจึงมีความสำคัญมากสำหรับนักศึกษาพยาบาลที่มีการเรียนรู้ทางคลินิก

จากการทบทวนงานวิจัย พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้สูงอายุ (Chen, Lin, Chuang, & Chen, 2017) และทหารผ่านศึก (Soltani, Karaminia, & Hashemian, 2014) นอกจากนี้ Alorani and Alradaydeh (2018) ยังพบว่าการสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลางกับสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในขณะที่ Abid, Bajwa, and Ajmal (2020) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับต่ำกับสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้ป่วยโรคมะเร็ง นอกจากการสนับสนุนทางสังคมจะส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณแล้ว ยังพบว่าการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล นั่นคือ Thamlikitkul and Sinudompol (2019) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลางกับทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล ส่วน Rice, Barth, Guadagno, Smith, and McCallum (2013) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับสูงต่อทัศนคติของวัยรุ่น ในขณะที่ Farooq et al. (2018) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อทัศนคติของบัณฑิตสาขาธุรกิจ

นอกจากการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลและสุขภาวะทางจิตวิญญาณแล้วยังพบว่า ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ Chupradit (2013) พบว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ ส่วน Praptiwi (2014) พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับต่ำกับสุขภาวะทางจิตวิญญาณ จะเห็นได้ว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลอาจมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่าน ผู้วิจัยจึงสนใจวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และอิทธิพลทางอ้อมของการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนานักศึกษาพยาบาล

ให้สามารถให้การพยาบาลด้านจิตวิญญาณแก่ผู้ป่วยได้อย่างมีคุณภาพ เพราะเมื่อนักศึกษามีสุขภาวะทางจิตวิญญาณจะนำไปสู่ความมีจิตใจที่ดีงาม และส่งผลให้เข้าใจและดูแลผู้รับบริการด้านสุขภาพอย่างเห็นคุณค่าและเอื้ออาทร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่าน

2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และอิทธิพลทางอ้อมของการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ

การทบทวนวรรณกรรม

สุขภาวะทางจิตวิญญาณ การสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล มีความหมายและองค์ประกอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สุขภาวะทางจิตวิญญาณ

สุขภาวะทางจิตวิญญาณ หมายถึง ภาวะในจิตใจ ได้แก่ ความพึงพอใจ ความเบิกบานใจ ความรัก ความสวยงาม ความงดงามในจิตใจ ความสงบภายในจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความเข้าใจในความสัมพันธ์เชื่อมโยง สัมผัสได้ถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างตนเองกับสิ่งต่าง ๆ จึงก่อให้เกิดการเห็นคุณค่า ทั้งต่อตนเองและสรรพสิ่งต่าง ๆ โดยบุคคลจะแสดงออกทางความรู้สึก พฤติกรรม และการรู้คิดซึ่งเป็นไปในทิศทางบวก (Fisher, 2010) ทั้งนี้ นักวิชาการได้แบ่งองค์ประกอบของสุขภาวะทางจิตวิญญาณไว้แตกต่างกัน เช่น Paloutzian and Ellison (1982) แบ่งองค์ประกอบของสุขภาวะทางจิตวิญญาณไว้ 2 องค์ประกอบ คือ สุขภาวะของการดำรงอยู่ และสุขภาวะจากการมีความสัมพันธ์ยึดมั่นศรัทธาในศาสนา ส่วน Hungelmann, Kenkel-Rossi, Klassen, and Stollenwerk (1996) ได้แบ่งองค์ประกอบของสุขภาวะทางจิตวิญญาณไว้ 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความศรัทธาและความเชื่อ 2) ชีวิตและความรับผิดชอบของตนเอง และ 3) ความพึงพอใจในชีวิต แต่ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยยึดการแบ่งองค์ประกอบของสุขภาวะทางจิตวิญญาณตามแนวคิดของ Fisher (2010) เนื่องจากมีองค์ประกอบที่ครอบคลุมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของบุคคลในลักษณะองค์รวมทั้งมิติภายในตน สังคม สิ่งแวดล้อม และความเชื่อความศรัทธา โดยแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียด ดังนี้

1) องค์ประกอบภายในตน หมายถึง ภาวะในจิตใจที่บุคคลตระหนักถึงคุณค่าภายในตนเอง เห็นความสำคัญของการมีอยู่ของตนเอง รู้สึกว่าชีวิตของตนมีคุณค่า มีความหมาย มีเป้าหมายในการดำรงชีวิต และพึงพอใจในชีวิตของตนเอง

2) องค์ประกอบด้านสังคม หมายถึง ภาวะในจิตใจที่บุคคลตระหนักในคุณค่าและความหมายของบุคคลอื่น อันเนื่องมาจากเห็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างตนเองกับผู้อื่น เห็นความสำคัญในการอยู่ร่วมกัน มีความผูกพันลึกซึ้ง รู้สึกรัก เชื่อมั่นและศรัทธาในความเป็นมนุษย์ด้วยกัน พอใจที่จะมีความสัมพันธ์อันดีต่อบุคคลอื่น

3) องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง ภาวะในจิตใจที่ตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ เนื่องมาจากเห็นความสัมพันธ์เชื่อมโยง พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างตนเองกับสิ่งแวดล้อม มองว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เห็นความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มองว่าสรรพสิ่งต่างช่วยเกื้อหนุนชีวิตซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกชื่นชม เคารพ อ่อนน้อมและอ่อนโยนกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม หมายถึง ภาวะที่บุคคลมีสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ มีความเชื่อมั่นศรัทธา ตระหนักถึงความดีงามในบางสิ่ง และใช้สิ่งนั้นเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ปฏิบัติตนตามความเชื่อมั่นศรัทธานั้น เพื่อให้เกิดความสงบสุขในจิตใจ

การสนับสนุนทางสังคม

การสนับสนุนทางสังคม คือ การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับการได้รับการสนับสนุนจากบุคคลอื่นในสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับตนไม่ว่าจะเป็นสมาชิกในครอบครัว เพื่อน ครู และบุคคลอื่นที่มีความสำคัญ (Gottlieb & Bergen, 2010; Trepte et al., 2015) นักวิชาการแต่ละท่านระบุองค์ประกอบของการสนับสนุนทางสังคมไว้แตกต่างกัน ซึ่งระบุองค์ประกอบของการสนับสนุนทางสังคมไว้ตั้งแต่ 3 ถึง 5 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบทั้งหมดที่นักวิชาการกล่าวถึง ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านสิ่งอำนวย-ความสะดวก ด้านข้อมูล ด้านประเมินค่า ด้านสัมพันธภาพของคนในสังคม และด้านการเห็นคุณค่า จากการสังเคราะห์องค์ประกอบของการสนับสนุนทางสังคม (Cohen & Wills, 1985; Tardy, 1985; Sherbourne & Stewart, 1991; Berkman, Glass, Brissette, & Seeman, 2000; Gottlieb & Bergen, 2010; Trepte et al., 2015; Tang, Chen, Yang, Chung, & Lee, 2016) ผู้วิจัยเลือกองค์ประกอบที่มีการกล่าวถึงโดยนักวิชาการตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป ซึ่งมีทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านข้อมูล และด้านการประเมินค่า โดยแต่ละองค์ประกอบมีนิยาม ดังนี้

1) ด้านอารมณ์ หมายถึง บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นแสดงความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจ ให้ความรัก และดูแลเอาใจใส่

2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นให้ความช่วยเหลือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น เงินทุน เวลา และความสามารถ

3) ด้านข้อมูล หมายถึง บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นให้คำแนะนำและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ

4) ด้านการประเมินค่า หมายถึง บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นให้ข้อมูลย้อนกลับสำหรับการประเมินตนเอง และการตัดสินใจ

บุคคลสำคัญที่ให้การสนับสนุนนักศึกษาพยาบาลซึ่งใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเรียนรู้ทางคลินิก คือ ผู้สอนซึ่งเป็นผู้ที่ให้คำแนะนำทางคลินิกในฐานะผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้และให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้นักศึกษาพยาบาลบรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ หากขาดการสนับสนุนทางสังคมจะทำให้การเรียนรู้ทางคลินิกไม่มีประสิทธิผล (Far et al., 2017) นอกจากผู้สอนแล้ว ผู้ให้การสนับสนุนทางสังคมให้แก่

นักศึกษาพยาบาลเป็นหลัก ได้แก่ ครอบครัว คนรัก และเพื่อน (Karaca, Yildirim, Cangur, Acikgoz, & Akkus, 2019) และในปัจจุบันสื่อสังคม (Social Media) ได้มีบทบาทมากขึ้นสำหรับเป็นแหล่งให้การสนับสนุนทางสังคมแก่นักศึกษาพยาบาล (Warshawski, Itzhaki, & Barnoy, 2018)

ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล

ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล หมายถึง ความรู้สึก แนวโน้ม และความเชื่อในการมองเห็นคุณค่าทางวิชาชีพพยาบาลซึ่งเกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ในสถาบันการศึกษาพยาบาล ซึ่งมีทั้งความรู้สึกทางบวกและทางลบ (Boontong, 1990; Saiyod & Saiyod, 2000) โดยทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านปัญญา ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม (Rosenberg & Hovland, 1960 cited in Saiyod & Saiyod, 2000) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีนิยาม ดังนี้

1) ด้านปัญญา หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อที่มีต่อเป้าทัศนคติ

2) ด้านความรู้สึก หมายถึง อารมณ์ของบุคคลที่มีต่อเป้าทัศนคติว่ารู้สึกชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้น พอใจหรือไม่พอใจ

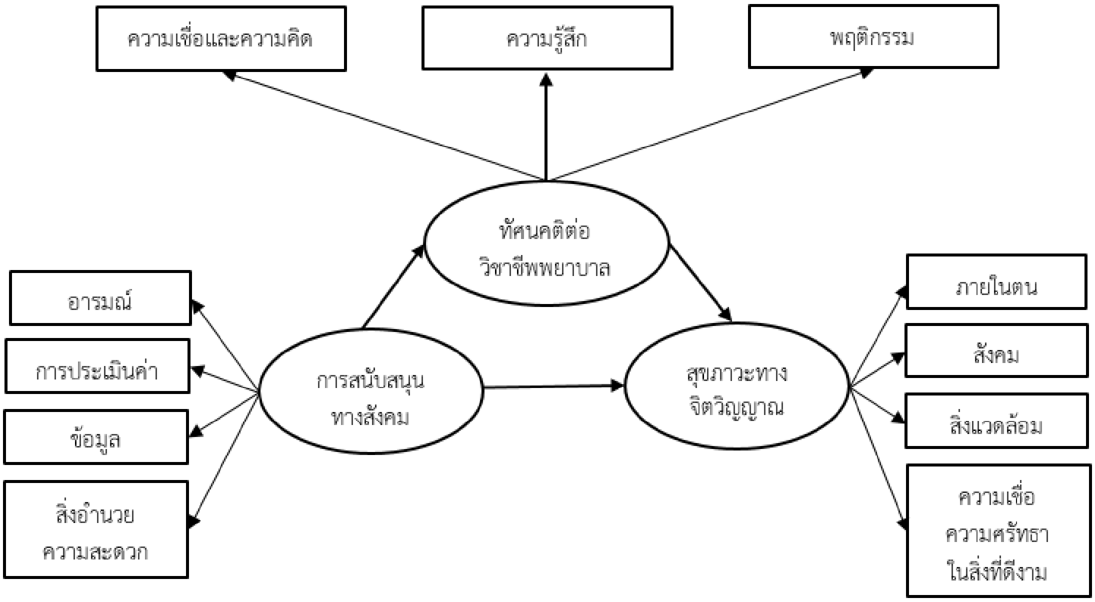
3) ด้านพฤติกรรม หมายถึง แนวโน้มของการกระทำหรือแสดงพฤติกรรมสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่อสิ่งที่มีทัศนคติ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้สูงอายุ (Chen et al., 2017) ทหารผ่านศึก (Soltani et al., 2014) นักศึกษามหาวิทยาลัย (Alorani & Alradaydeh, 2018) ในขณะที่ Abid et al. (2020) พบว่า การสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกระดับต่ำกับสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้ป่วยโรคมะเร็ง นอกจากนี้ยังพบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลางกับทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล (Thamlikitkul & Sinudompol, 2019) ในขณะที่ Rice et al. (2013) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับสูงต่อทัศนคติของวัยรุ่น อีกทั้ง Farooq et al. (2018) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อทัศนคติของบัณฑิตสาขาธุรกิจ ส่วนทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ โดยทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Chupradit, 2013) ในขณะที่ Praptiwi (2014) พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับต่ำกับสุขภาวะทางจิตวิญญาณ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ยึดทฤษฎีการสนับสนุนทางสังคมในมุมมองนักสรรค์สร้างทางสังคม (Social Constructionist Perspective) ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย กล่าวคือ ใช้ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) ซึ่งอยู่ภายใต้มุมมองนักสรรค์สร้างทางสังคมในการอธิบายการสนับสนุนทางสังคมได้ดังนี้ ข้อเสนอหลักที่ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์มีต่อการสนับสนุนทางสังคม คือ ความเป็นมาตรฐานของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อรักษาสุขภาวะ โดยการสนับสนุนทางสังคมจะช่วยส่งเสริมสุขภาวะ ผ่านทางการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity) ที่เกิดจากบทบาทของตนในสังคม (Lakey & Cohen, 2015) ทั้งนี้ อัตลักษณ์ทางวิชาชีพเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ของบุคคล

(Godfrey & Crigger, 2017) โดยอัตลักษณ์ทางวิชาชีพของบุคคลเป็นการแสดงให้เห็นถึงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่คาดหวังของบุคคล (Cruess, Cruess, & Steinert, 2016) ผู้วิจัยจึงสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล อีกทั้งการสนับสนุนทางสังคมส่งผลต่อทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรวิจัย

ประชากรวิจัย คือ นักศึกษาพยาบาลสังกัดกระทรวงกลาโหม ซึ่งมีบริบททางสังคมในด้านสิ่งแวดล้อม สภาพความเป็นอยู่ในระบบหอพัก รวมทั้งธรรมเนียมปฏิบัติระบบรุ่นพี่รุ่นน้องภายใต้ระเบียบวินัยที่เคร่งครัด แตกต่างจากนักศึกษาพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ตัวอย่างวิจัย คือ นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 3 และ 4 เนื่องจากนักศึกษามีประสบการณ์การเรียนวิชาการพยาบาลพื้นฐานทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และอยู่ระหว่างการขึ้นฝึกปฏิบัติงานบนหอผู้ป่วยที่หลากหลายและซับซ้อน ตัวอย่างวิจัยได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1) กำหนดขนาดตัวอย่างวิจัย ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างวิจัยสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรมการคำนวณของ Soper (2020) ซึ่งกำหนดค่าสถิติ ดังนี้ (1) อำนาจการทดสอบ เท่ากับ 0.80 (2) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.05 (3) ตัวแปรแฝง จำนวน 3 ตัวแปร และ (4) ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 11 ตัวแปร ผลการคำนวณ พบว่า ควรใช้ตัวอย่างวิจัยอย่างน้อย

123 คน และเพื่อชดเชยอัตราการตอบกลับจึงควรกำหนดตัวอย่างวิจัยเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 (Lemeshow, Hosmer, Klar, & Lwanga, 1990 cited in Limanun, 2007) ผู้วิจัยจึงเพิ่มตัวอย่างวิจัยจำนวน 27 คน (ร้อยละ 21.95) รวมมีตัวอย่างวิจัยทั้งสิ้น 150 คน

2) สุ่มตัวอย่างวิจัยโดยกำหนดให้ชั้นปีเป็นตัวแปรแบ่งชั้น ซึ่งมี 2 ชั้นปี ได้แก่ ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 จากนั้นสุ่มนักศึกษาพยาบาลชั้นปีละ 75 คน โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย ทั้งนี้ ตัวอย่างวิจัยตอบแบบวัดครบถ้วนทุกคน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบวัด 3 ฉบับ ได้แก่ แบบวัดสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล แบบวัดการสนับสนุนทางสังคม และแบบวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แบบวัดสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล

แบบวัดสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาลมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านภายในตน ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดมีรายละเอียด ดังนี้ แบบวัดมีความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.67 และ 1.00 จากการเก็บข้อมูลกับตัวอย่างวิจัยขนาดเล็กจำนวน 30 คน พบว่า แบบวัดมีค่าความเที่ยงโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคขององค์ประกอบด้านภายในตน ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม เท่ากับ 0.81, 0.82, 0.79 และ 0.85 ตามลำดับ และจากการเก็บข้อมูลกับตัวอย่างวิจัย จำนวน 150 คน พบว่าแบบวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง เนื่องจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันบ่งชี้ว่าโมเดลการวัดสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2 (*df* = 145) = 168.37, *p* = 0.09) นอกจากนี้พบว่า ความเที่ยงขององค์ประกอบด้านภายในตน ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม มีค่าเท่ากับ 0.89, 0.88, 0.87 และ 0.89 ตามลำดับ

2. แบบวัดการสนับสนุนทางสังคม

แบบวัดการสนับสนุนทางสังคมมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากแบบวัดการสนับสนุนทางสังคมที่พัฒนาโดย Suphamongkhon (2004) ซึ่งมีความเที่ยงโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.88 และมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ไม่ได้ระบุค่าความตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด แบบวัดแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านอารมณ์ ด้านการประเมินค่า ด้านข้อมูล และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดมีรายละเอียดดังนี้ แบบวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง เนื่องจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลการวัดการสนับสนุนทางสังคม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2 (*df* = 128) = 118.94, *p* = 0.70) และมีความเที่ยงขององค์ประกอบด้านอารมณ์ ด้านการประเมินค่า ด้านข้อมูล และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เท่ากับ 0.90, 0.91, 0.91 และ 0.86 ตามลำดับ

3. แบบวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล

แบบวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลมีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 12 ข้อ ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากแบบวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลที่พัฒนาโดย Onsri (2017) มีความเที่ยงเท่ากับ 0.81 และมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ไม่ได้ระบุค่าความตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัด แบบวัดแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความเชื่อและความคิด ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดมีรายละเอียด ดังนี้ แบบวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง เนื่องจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลการวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2 (df = 43) = 64.90, p = 0.17) และมีความเที่ยงขององค์ประกอบด้านความเชื่อและความคิด ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม เท่ากับ 0.73, 0.75 และ 0.83 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัยและขอความร่วมมือตัวอย่างวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ตัวอย่างวิจัยตอบแบบวัดสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล แบบวัดการสนับสนุนทางสังคม และแบบวัดทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล รวมทั้งสิ้น 52 ข้อ พร้อมทั้งเก็บข้อมูลภูมิหลังของตัวอย่างวิจัย ได้แก่ เพศ และชั้นปี ใช้เวลาตอบคำถามประมาณ 20 นาที

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่านกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และอิทธิพลทางอ้อมของการสนับสนุนทางสังคมต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยโปรแกรม LISREL ทั้งนี้ พิจารณาความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากดัชนี ความสอดคล้องของโมเดลซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา (Weston & Gore, 2006; Kline, 2016) ดังนี้

1) ค่าไค-สแควร์ ควรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2) CFI ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.95
3) RMSEA ควรมีค่าไม่เกิน 0.06
4) SRMR ควรมีค่าไม่เกิน 0.08

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของการสนับสนุนทางสังคม พบว่า นักศึกษาพยาบาลมีการสนับสนุนทางสังคมเฉลี่ย เท่ากับ 4.08 คะแนน (S.D. = 0.60) ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างสูง อีกทั้งมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเฉลี่ย เท่ากับ 4.32 คะแนน (S.D. = 0.50) ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างสูง นอกจากนี้

ยังพบว่า นักศึกษาพยาบาลมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณเฉลี่ย เท่ากับ 4.27 คะแนน (S.D. = 0.52) ซึ่งอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้เกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และสุขภาวะทางจิตวิญญาณ รวมทั้งหมด 11 ตัวแปร โดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.35 ถึง 0.91 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกค่า โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงที่สุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนทางสังคมด้านการประเมินค่า (SP.APP) กับการสนับสนุนทางสังคมด้านอารมณ์ (SP.EMO) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านพฤติกรรม (AN.BEH) กับสุขภาวะทางจิตวิญญานด้านสิ่งแวดล้อม (SW.ENVI) ดังตารางที่ 1

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ของการสนับสนุนทางสังคมมีค่าค่อนข้างสูง ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.83 และ 0.91 ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 11 ตัวแปร โดยพิจารณาจากค่า Tolerance ซึ่งควรมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF ควรมีค่าไม่เกิน 10 ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.11 และ 0.58 และมีค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.73 และ 8.75 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรสังเกตได้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นแบบพหุ

ตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. SW.PER	1.00										
2. SW.COM	0.68	1.00									
3. SW.ENVI	0.50	0.55	1.00								
4. SW.TRANS	0.77	0.59	0.48	1.00							
5. AN.BEL	0.50	0.49	0.47	0.40	1.00						
6. AN.EMO	0.53	0.57	0.44	0.56	0.60	1.00					
7. AN.BEH	0.53	0.61	0.35	0.53	0.58	0.77	1.00				
8. SP.EMO	0.72	0.64	0.46	0.77	0.49	0.60	0.52	1.00			
9. SP.APP	0.69	0.61	0.48	0.75	0.49	0.59	0.52	0.91	1.00		
10. SP.INF	0.67	0.61	0.48	0.71	0.47	0.62	0.51	0.85	0.89	1.00	
11. SP.INST	0.63	0.55	0.48	0.66	0.43	0.54	0.42	0.83	0.87	0.88	1.00

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
M	3.67	4.35	4.65	3.46	7.33	4.18	5.56	2.02	3.44	2.77	2.64
S.D.	0.57	0.53	0.67	0.57	0.85	0.47	0.73	0.31	0.53	0.45	0.47

หมายเหตุ: สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกค่า

(1) SW.PER คือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านภายในตน (2) SW.COM คือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านสังคม (3) SW.ENVI คือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านสิ่งแวดล้อม (4) SW.TRANS คือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม (5) AN.BEL คือ ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านความเชื่อและความคิด (6) AN.EMO คือ ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านความรู้สึก (7) AN.BEH คือ ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านพฤติกรรม (8) SP.EMO คือ การสนับสนุนทางสังคมด้านอารมณ์ (9) SP.APP คือ การสนับสนุนทางสังคมด้านการประเมินค่า (10) SP.INF คือ การสนับสนุนทางสังคมด้านข้อมูล และ (11) SP.INST คือ การสนับสนุนทางสังคมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผลการประมาณค่าอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม

โมเดลกรอบแนวคิดประกอบด้วยตัวแปรภายนอก (Exogeneous Variable) จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม (SOSUP) ตัวแปรภายในที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล (ATTITUDE) และตัวแปรภายใน (Endogeneous variable) ที่เป็นตัวแปรตาม จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (SPIRITUAL) ดังรูปที่ 2 จากผลการวิเคราะห์โมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า โมเดลตามกรอบแนวคิดยังไม่สอดคล้องกับข้อมูล เชิงประจักษ์ ($\chi^2(df = 41) = 91.03, p < 0.05$, CFI = 0.98, RMSEA = 0.09, SRMR = 0.04) ผู้วิจัยจึงทำการปรับโมเดลให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน จำนวน 5 คู่ ได้แก่ (1) การสนับสนุนทางสังคมด้านข้อมูล (SP.INF) และการสนับสนุนทางสังคมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (SP.INST) (2) สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านสังคม (SW.COM) และสุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม (SW.TRANS) (3) สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านสังคม (SW.COM) และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านพฤติกรรม (AN.BEH) (4) สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านสิ่งแวดล้อม (SW.ENVI) และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านความเชื่อและความคิด (AN.BEL) และ (5) สุขภาวะทางจิตวิญญาณด้านสิ่งแวดล้อม (SW.ENVI) และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลด้านความรู้สึก (AN.EMO) ทำให้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2(df = 36) = 45.61, p = 0.13$, CFI = 1.00, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.03) โดยมีผล

การประมาณค่าพารามิเตอร์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าประมาณพารามิเตอร์และค่าสถิติที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงโครงสร้าง

ตัวแปร	**ค่าประมาณพารามิเตอร์**			
	คะแนนดิบ	**คะแนนมาตรฐาน**	*SE*	*t*
โมเดลการวัด				
การสนับสนุนทางสังคม (SOSUP)				
อารมณ์ (SP.EMO)	0.29	0.94	0.02	15.26*
การประเมินค่า (SP.APP)	0.51	0.97	0.03	16.01*
ข้อมูล (SP.INF)	0.41	0.92	0.03	14.66*
สิ่งอำนวยความสะดวก (SP.INST)	0.42	0.89	0.03	13.90*
ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล (ATTITUDE)				
ความเชื่อและความคิด (AN.BEL)	0.58	0.68	<--->	<--->
ความรู้สึก (AN.EMO)	0.42	0.90	0.05	9.33*
พฤติกรรม (AN.BEH)	0.61	0.84	0.07	9.06*
สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (SPIRITUAL)				
ภายในตน (SW.PER)	0.48	0.85	<--->	<--->
สังคม (SW.COM)	0.43	0.81	0.04	11.50*
สิ่งแวดล้อม (SW.ENVI)	0.39	0.58	0.05	7.82*
ความเชื่อความศรัทธาในสิ่งที่ดีงาม (SW.TRANS)	0.52	0.90	0.04	13.81*
โมเดลสมการโครงสร้าง				
SOSUP → SPIRITUAL	0.67	0.67	0.09	7.72*
SOSUP → ATTITUDE	0.69	0.69	0.10	6.90*
ATTITUDE → SPIRITUAL	0.26	0.26	0.08	3.43*

หมายเหตุ: * $p < 0.05$ ส่วน <---> ไม่รายงานค่า *SE* และ *t* เนื่องจากเป็นพารามิเตอร์บังคับ (Constrained Parameter)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของโมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ของสมการโครงสร้างของตัวแปรภายในที่เป็นตัวแปรตาม คือ สุขภาวะทางจิตวิญญาณ และตัวแปรส่งผ่าน คือ ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล พบว่า การสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อ

วิชาชีพพยาบาลร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของสุขภาวะทางจิตวิญญาณได้ร้อยละ 76 (R^2 = 0.76) นอกจากนี้ยังพบว่า การสนับสนุนทางสังคมสามารถอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลได้ร้อยละ 47 (R^2 = 0.47) สำหรับการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอตามตัวแปรตามและตัวแปรส่งผ่าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สุขภาวะทางจิตวิญญาณ

เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐานของตัวแปรทำนายสุขภาวะทางจิตวิญญาณ พบว่า การสนับสนุนทางสังคม (SOSUP) มีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ (SPIRITUAL) มากกว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล (ATTITUDE) โดยมีค่าอิทธิพล เท่ากับ 0.67 และ 0.26 ตามลำดับ แสดงว่าผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมและทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลอยู่ในระดับสูงจะมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณสูง นอกจากนี้ยังพบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ เท่ากับ 0.18 โดยส่งผ่านทางทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม พบว่า การสนับสนุนทางสังคม (SOSUP; TE = 0.85) มีอิทธิพลรวม ต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณมากกว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล (ATTITUDE; TE = 0.26) ดังตารางที่ 3 และรูปที่ 2

ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล

ตัวแปรทำนายทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคม (SOSUP) ซึ่งมีอิทธิพลทางตรงในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.69 แสดงว่าผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมสูงทั้งในด้านอารมณ์ ด้านการประเมินค่า ด้านข้อมูล และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะส่งผลให้มีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลสูง ทั้งด้านความเชื่อและความคิด ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ดังตารางที่ 3 และรูปที่ 2

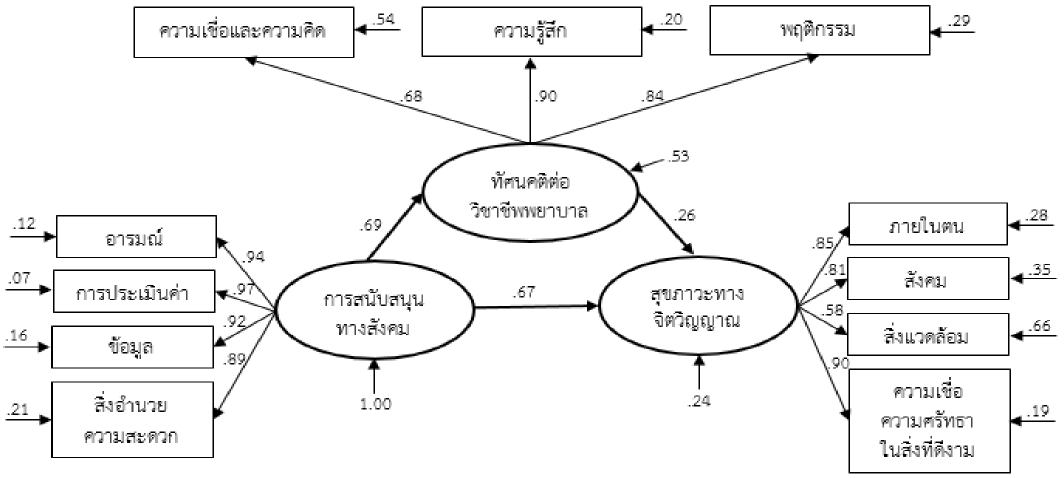
ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร

ตัวแปรผล	ตัวแปรเหตุ					
	SOSUP			ATTITUDE		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ATTITUDE	0.69	-	0.69	-	-	-
	(0.10)	-	(0.10)	-	-	-
	0.69	-	**0.69**	-	-	-
SPIRITUAL	0.85	0.18	0.67	0.26	-	0.26
	(0.08)	(0.05)	(0.09)	(0.08)	-	(0.08)
	0.85	**0.18**	**0.67**	**0.26**	-	**0.26**
ดัชนีความสอดคล้อง	χ^2 (*df* = 36) = 45.61, *p* = 0.13, CFI = 1.00, RMSEA = 0.04, SRMR = 0.03					

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ตัวแปร	SP.EMO	SP.APP	SP.INF	SP.INST	AN.BEL	AN.EMO
ความเที่ยง	0.88	0.93	0.85	0.79	0.47	0.80
ตัวแปร	AN.BEH	SW.PER	SW.COM	SW.ENVI	SW.TRANS	
ความเที่ยง	0.71	0.72	0.65	0.34	0.81	
สมการโครงสร้างของตัวแปร		ATTITUDE	SPIRITUAL			
R^2		0.47	0.76			
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร						
	SOSUP	ATTITUDE	SPIRITUAL			
SOSUP	1.00					
ATTITUDE	0.69	1.00				
SPIRITUAL	0.85	0.73	1.00			

หมายเหตุ: อิทธิพลรวม (TE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลทางตรง (DE) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกค่า โดยตัวเลขทึบ คือ ค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน ส่วนตัวเลขในวงเล็บ คือ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน



หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficients) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกเส้น

รูปที่ 2 โมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณ โดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่านที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่านกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปร พบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณสูงกว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล แสดงว่าผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมและทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลอยู่ในระดับสูงจะมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณสูง อีกทั้งการสนับสนุนทางสังคมยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณโดยส่งผ่านทางทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม พบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลรวมสูงกว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังพบว่าทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลมีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediator) เนื่องจากการสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และสุขภาวะทางจิตวิญญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลมีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

นักศึกษาพยาบาลมีแหล่งสนับสนุนทางสังคมที่หลากหลายจากบุคคลใกล้ชิด เช่น ผู้สอน ครอบครัว คนรัก และเพื่อน (Far et al., 2017; Karaca et al., 2019) โดยได้รับการสนับสนุนในหลากหลายรูปแบบ เช่น การให้ความรัก การดูแลเอาใจใส่ การให้กำลังใจ การให้คำปรึกษา การให้คำแนะนำ และการให้ข้อคิด ในการเรียนรู้ รวมถึงให้การยอมรับและการช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกที่ดี มีกำลังใจ และมีพลังใจในการปฏิบัติกิจกรรม รับรู้ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ส่งผลให้เกิดสุขภาวะทางจิตวิญญาณสูง (Jantaveemuang & Thongmeekhwan, 2016) อีกทั้งนักศึกษาพยาบาลเป็นนักศึกษาประจำที่ต้องอยู่หอพักภายในสถานศึกษาซึ่งมีระเบียบปฏิบัติในการกำหนดระยะเวลาเข้าออก ทำให้นักศึกษายิ่งมีความใกล้ชิดกับเพื่อนมากยิ่งขึ้น ดังนั้นนักศึกษาพยาบาลที่มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนจะมีความสุขมากส่งผลให้มีสุขภาวะทางจิตวิญญาณมากยิ่งขึ้น สำหรับการเรียนการสอนในภาคปฏิบัติ นักศึกษาจะมีอาจารย์ผู้สอนภาคปฏิบัติคอยดูแลอย่างใกล้ชิด มีการถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ตรง คอยกระตุ้นและให้โอกาสนักศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งให้กำลังใจ และรับฟังนักศึกษาอย่างเข้าใจ ประคับประคองให้นักศึกษาผ่านพ้นอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้ นอกจากนี้ผู้ป่วยยังนับเป็นผู้สอนทักษะชีวิตให้แก่นักศึกษา ทำให้นักศึกษาเรียนรู้ความเป็นไปของชีวิต เข้าใจและยอมรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ดีขึ้น เกิดมุมมองใหม่เพื่อเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจตนเอง สิ่งเหล่านี้เป็นแรงสนับสนุนทางสังคมส่งผลให้นักศึกษามีความสุขใจ และแสดงออกทางความรู้สึก พฤติกรรม และการรู้คิดซึ่งเป็นไปในทิศทางบวก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Alorani and Alradaydeh (2018) ที่พบว่า การสนับสนุนทางสังคมส่งผลทางบวกระดับปานกลางต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษามหาวิทยาลัย

นักศึกษาพยาบาลที่มีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลที่ดีจะมีความรู้สึกเชื่อมั่นศรัทธา ทำให้อยู่อย่างมีสติ ใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า และมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณ (Chupradit, 2013) สิ่งเหล่านี้จะเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักศึกษาสนใจการเรียนรู้ในวิชาชีพ การปรับตัว และมีความพยายามที่จะศึกษา

หาความรู้ พัฒนาตนเองให้สามารถเรียนรู้และปฏิบัติการพยาบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ อิทธิพลทางตรงของทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลที่มีต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาลมีค่าน้อยกว่าการสนับสนุนทางสังคม อาจเนื่องมาจากทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นความรู้สึกที่มี 2 ทิศทาง คือ ทัศนคติทางบวก เป็นความรู้สึกของบุคคลที่พร้อมจะเข้าหาเมื่อเกิดความรู้สึกชอบ พอใจ เห็นด้วยต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ส่วนทัศนคติทางลบเป็นความรู้สึกของบุคคลที่พร้อมจะถอยหนีหรือหลีกหนีเมื่อเกิดความรู้สึกไม่ชอบ ไม่พอใจ ไม่เห็นด้วย ทั้งนี้ ทัศนคติเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกจึงมีการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย และไม่แน่นอน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีการสนับสนุนทางสังคมสูง ทั้งในด้านอารมณ์ การประเมินค่า ข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวกจะส่งผลให้มีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลสูงทั้งในด้านความเชื่อและความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ทั้งนี้ อธิบายได้ว่า การได้รับการสนับสนุนทางสังคม ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของบุคคลที่อยู่ร่วมกัน โดยนักศึกษาพยาบาลจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย หากบุคคลได้รับการดูแลเอาใจใส่จะทำให้รู้สึกมั่นคง ปลอดภัย มีคุณค่า และรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่นเกิดความสุขในการทำงาน (Suddee & Aungsuroch, 2012) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Thamlikitkul and Sinudompol (2019) ที่พบว่าการสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกระดับปานกลางกับทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล

การดูแลผู้ป่วยในมิติจิตวิญญาณเป็นบทบาทพยาบาลที่ไม่สามารถแยกออกมาจากการดูแลในมิติอื่นได้ นักศึกษาพยาบาลซึ่งกำลังก้าวเข้าสู่วิชาชีพพยาบาลในอนาคต จึงควรมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณและทักษะ การดูแลจิตวิญญาณเพื่อให้สามารถดูแลผู้ป่วยได้แบบองค์รวม ดังการศึกษาของ Nardi and Rooda (2011) ที่พบว่า นักศึกษาพยาบาลที่ได้รับการฝึกทักษะการดูแลด้านจิตวิญญาณจะมีความตระหนักรู้ถึงความต้องการด้านจิตวิญญาณของผู้ป่วย ทำให้เป็นผู้ที่มีสุขภาวะทางจิตวิญญาณและพร้อมจะดูแลผู้ป่วยด้านจิตวิญญาณได้ดี ดังนั้นการสร้างเสริมสุขภาวะจิตวิญญาณให้แก่นักศึกษาพยาบาลจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สถาบันการศึกษาพยาบาลควรคำนึงถึง (Jahandideh et al., 2018) โดยควรมีการสนับสนุนทางสังคม รวมทั้งการส่งเสริมให้มีทัศนคติทางวิชาชีพพยาบาลที่ดี เพื่อให้นักศึกษาเกิดสุขภาวะทางจิตวิญญาณและนำสู่การให้บริการด้านจิตวิญญาณแก่ผู้ป่วยได้เป็นอย่างมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อค้นพบในการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลมีอิทธิพลทางตรงต่อสุขภาวะทางจิตวิญญาณของนักศึกษาพยาบาล โดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่าน ดังนั้นหากผู้บริหาร คณาจารย์ต้องการพัฒนาหรือส่งเสริมให้นักศึกษาพยาบาลมีสุขภาวะทางจิตวิญญาณที่ดี ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมปัจจัยด้านการสนับสนุนทางสังคม และทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาพยาบาลให้เป็น

พยาบาลวิชาชีพที่ดี และพร้อมให้การดูแลผู้ป่วยด้านจิตวิญญาณต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ พบว่า การสนับสนุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และสุขภาวะทางจิตวิญญาณ โดยมีทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาลเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาความไม่แปรเปลี่ยนของค่าอิทธิพลในนักศึกษาพยาบาล และพยาบาลวิชาชีพจบใหม่ในสังกัดกระทรวงกลาโหม เนื่องจากอิทธิพลระหว่างการสนับสนุนทางสังคม ทัศนคติต่อวิชาชีพพยาบาล และสุขภาวะทางจิตวิญญาณอาจมีความแตกต่างกัน เนื่องจากพยาบาลวิชาชีพจบใหม่อยู่ในบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป

เอกสารอ้างอิง

Abid, S., Bajwa, R. S., & Ajmal, A. (2020). Social support, spiritual well-being and life satisfaction of cancer patients. *Journal of Pakistan Psychiatric Society*, *17*(3), 24-27.

Alorani, O. I., & Alradaydeh, M. T. F. (2018). Spiritual well-being, perceived social support, and life satisfaction among university students. *International Journal of Adolescence and Youth*, *23*(3), 291-298.

Berkman, L. F., Glass, T., Brissette, I., & Seeman, T. E. (2000). From social integration to health: Durkheim in the new millennium. *Social Science & Medicine*, *51*(6), 843-857.

Boontong, T. (1990). *Nurses and personality development*. Bangkok: Pisuj-aksorn. **[in Thai]**

Chen, Y. H., Lin, L. C., Chuang, L. L., & Chen, M. L. (2017). The relationship of physiopsychosocial factors and spiritual well-being in elderly residents: Implications for evidence-based practice. *Worldviews on Evidence-Based Nursing*, *14*(6), 484-491.

Chupradit, P. (2013). *Spiritual health of nursing students in nursing colleges under the Jurisdiction of Praboromarajchanok Institute the Ministry of Public Health* (Doctoral dissertation). Maejo University, Chiang Mai. **[in Thai]**

Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, *98*(2), 310-357.

Cruess, R. L., Cruess, S. R., & Steinert, Y. (2016). Amending Miller’s pyramid to include professional identity formation. *Academic Medicine*, *91*(2), 180-185.

Fabbris, J. L., Mesquita, A. C., Caldeira, S., Carvalho, A. M. P., & Carvalho, E. C. D. (2017). Anxiety and spiritual well-being in nursing students: A cross-sectional study. *Journal of Holistic Nursing*, *35*(3), 261-270.

Far, M. S., Khah, H. Z. H., Moradbeigi, K., Hatefi-Moadab, N., Ghassemi, M., Cheraghian, B., & Elhami, S. (2017). Clinical instructor social support and nursing student stress in clinical environments. *International Journal of Advanced Biotechnology and Research*, *8*(1), 182-188.

Farooq, M. S., Salam, M., ur Rehman, S., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. *Education + Training*, *60*(4), 335-353.

Fisher, J. (2010). Development and application of a spiritual well-being questionnaire called SHALOM. *Religions*, *1*(1), 105-121.

Godfrey, N., & Crigger, N. (2017). Professional Identity. In J. Giddens (Ed.), *Concepts of nursing practice* (2nd ed., pp. 379-386). Beijing: Elsevier.

Gottlieb, B. H., & Bergen, A. E. (2010). Social support concepts and measures. *Journal of Psychosomatic Research*, *69*(5), 511-520.

Hungelmann, J., Kenkel-Rossi, E., Klassen, L., & Stollenwerk, R. (1996). Focus on spiritual well-being: Harmonious interconnectedness of mind-body-spirit-use of the JAREL spiritual well-being scale: Assessment of spiritual well-being is essential to the health of individuals. *Geriatric Nursing*, *17*(6), 262-266.

Jahandideh, S., Zare, A., Kendall, E., & Jahandideh, M. (2018). Nurses' spiritual well-being and patients' spiritual care in Iran. *COJ Nurse Healthcare*, *1*(3), 1-5.

Jantaveemuang, W., & Thongmeekhwan, T. (2016). Nursing students and spiritual health. *The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health*, *3*(3), 208-219. **[in Thai]**

Karaca, A., Yildirim, N., Cangur, S., Acikgoz, F., & Akkus, D. (2019). Relationship between mental health of nursing students and coping, self-esteem and social support. *Nurse Education Today*, *76*, 44-50.

Kim, H. S., & Yeom, H. A. (2018). The association between spiritual well-being and burnout in intensive care unit nurses: A descriptive study. *Intensive and Critical Care Nursing*, *46*, 92-97.

Kline, R. B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling* (4th ed.). New York: Guilford.

Lakey, B., & Cohen, S. (2015). Social support theory and measurement. In S. Cohen, L. G. Underwood, & B. H. Gottlieb (Eds.), *Social support measurement and intervention: A guide for health and social scientists* (pp. 29-52). Oxford: Oxford University Press.

Limanun, J. (2007). *Factors related to nurse practitioner's role performance (basic medical care) of professional nurses in primary care units, the 19th public health region* (Master's thesis). Burapha University, Chonburi. **[in Thai]**

Mathad, M. D., Rajesh, S. K., & Pradhan, B. (2019). Spiritual well-being and its relationship with mindfulness, self-compassion and satisfaction with life in baccalaureate nursing students: A correlation study. *Journal of religion and health*, *58*(2), 554-565.

Musa, A. S. (2017). Spiritual care intervention and spiritual well-being: Jordanian Muslim nurses' perspectives. *Journal of Holistic Nursing*, *35*(1), 53-61.

Nardi, D., & Rooda, L. (2011). Spiritual-based nursing practice by nursing students: An exploratory study. *Professional Nursing*, *27*(4), 255-263.

Onsri, P. (2017). The attitude toward nursing profession among the generation Z population: The secondary school case study. *Journal of The Royal Thai Army Nurses*, *18*(3), 170-179. **[in Thai]**

Paloutzian, R. F., & Ellison, C. W. (1982). Loneliness, spiritual well-being, and quality of life. In L. A. Peplau & D. Perlman (Eds.), *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy* (pp. 224-236). New York: John Wiley & Sons.

Praptiwi, A. (2014). *Nurses' spiritual well-being and attitudes towards care of dying patients* (Doctoral dissertation). Monash University, Melbourne.

Rice, L., Barth, J. M., Guadagno, R. E., Smith, G. P., & McCallum, D. M. (2013). The role of social support in students' perceived abilities and attitudes toward math and science. *Journal of Youth and Adolescence*, *42*(7), 1028-1040.

Saiyod, L., & Saiyod, A. (2000). *Research methods in education* (3rd ed.). Bangkok: Suweeriyasan. **[in Thai]**

Sherbourne, C. D., & Stewart, A. L. (1991). The MOS social support survey. *Social Science & Medicine*, *32*(6), 705-714.

Soleimani, M. A., Sharif, S. P., Yaghoobzadeh, A., Sheikhi, M. R., Panarello, B., & Win, M. T. M. (2019). Spiritual well-being and moral distress among Iranian nurses. *Nursing Ethics*, *26*(4), 1101-1113.

Soltani, M. A. T., Karaminia, R., & Hashemian, S. A. (2014). Prediction of war veteran's mental health based on spiritual well-being, social support and self-efficacy variables: The mediating role of life satisfaction. *Journal of Education and Health Promotion*, *3*, 35-40.

Soper, D. S. (2020). *A-priori sample size calculator for structural equation models*. Retrieved from http://www.danielsoper.com/statcalc

Suddee, L., & Aungsuroch, Y. (2012). Relationships between work motivation, social support, organizational commitment, and work happiness of staff nurses, general hospitals, central region. *Kuakarun Journal of Nursing*, *19*(2), 42-59. **[in Thai]**

Suphamongkhon, N. (2004). *Anxiety, social support, and coping strategies of university students* (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. **[in Thai]**

Tang, J. H., Chen, M. C., Yang, C. Y., Chung, T. Y., & Lee, Y. A. (2016). Personality traits, interpersonal relationships, online social support, and facebook addiction. *Telematics and Informatics*, *33*(1), 102-108.

Tardy, C. H. (1985). Social support measurement. *American Journal of Community Psychology*, *13*(2), 187-202.

Thamlikitkul, S., & Sinudompol, S. (2019). Factors predicting quality of life of undergraduate nursing students at Kuakarun Faculty of Nursing in Navamindradhiraj University. *Kuakarun Journal of Nursing*, *26*(1), 55-75. **[in Thai]**

Trepte, S., Dienlin, T., & Reinecke, L. (2015). Influence of social support received in online and offline contexts on satisfaction with social support and satisfaction with life: A longitudinal study. *Media Psychology*, *18*(1), 74-105.

Warshawski, S., Itzhaki, M., & Barnoy, S. (2018). The associations between peer caring behaviors and social support to nurse students' caring perceptions. *Nurse Education in Practice*, *31*, 88-94.

Weston, R., & Gore Jr, P. A. (2006). A brief guide to structural equation modeling. *The Counseling Psychologist*, *34*(5), 719-751.

บทความวิจัย

พุทธศิลป์และการจัดการของวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนไทย-มาเลเซีย: กรณีวัดพุทธาธิวาส อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

A Temple's Management of Buddhist Artworks for Promoting Thailand and Malaysia Border Tourism: A Case Study of Wat Phutthathiwas, Betong, Yala Province

ปัญญา เทพสิงห์[1*]
Punya Tepsing[1*]

Abstract

The objectives of this qualitative study were to study the physical appearance of Buddhist artworks and construction at Wat Phutthathiwas' and the temple's management of these attractions to promote tourism at the Thailand-Malaysia border. Data were collected from related documents and the field study through non-participant observation and in-depth interviews of 17 informants. The informants were selected using purposive sampling, and consisted of Buddhist monks, locals, academics, and tourists. The data were validated using triangulation and later descriptively concluded. The study found that the temple arranged the landscape where the constructions are located with pagodas, monk's dwellings, pavilions, Buddha images, roads, and a crematorium in seven descending order to mean the seven noble treasures in a sacred place. The following are the

[1]คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

[1]Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University, Hat Yai Campus, Hat Yai District, Songkhla Province 90110

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: punya.t@psu.ac.th)

รับบทความวันที่ 10 กรกฎาคม 2563 แก้ไขวันที่ 30 มีนาคม 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 5 เมษายน 2564

temple's management of Buddhist artworks: 1) Planning: The temple focuses on developing people rather than the constructions. This is because when people are developed, they will be aware of the value of Buddhist artworks and behavioral adaptation. 2) Organizational structure consists of administration, Dhamma dissemination, education, buildings and grounds, and others. The buildings and grounds department is directly responsible for Buddhist art preservation for tourism promotion. 3) Command and control: The temple exercises its power not through authorization but by request. People are requested to preserve the arts and learn about their benefits and value for tourism. 4) Coordination: Communication of both insiders and outsiders including networking is based on the temple's monks trustworthiness.

Keywords: *Buddhist Artwork, Management, Tourism, Temples*

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพ พุทธศิลป์ สิ่งปลูกสร้างที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และการจัดการของวัดพุทธาธิวาส ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนไทย-มาเลเซีย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากเอกสารและภาคสนาม โดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นพระสงฆ์ คนในชุมชน นักวิชาการ นักท่องเที่ยวรวม 17 คน โดยเลือกแบบเจาะจง นำข้อมูลมาตรวจสอบสามเส้าและสร้างข้อสรุปแบบวิเคราะห์พรรณา ผลการวิจัยลักษณะทางกายภาพพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างของวัด พบว่า มีการจัดภูมิทัศน์ โดยให้พระเจดีย์ กุฏิ ศาลา โบสถ์ พระพุทธรูป ถนน และเมรุ ลดหลั่นตามไหล่เขา แบ่งได้ 7 ชั้น ซึ่งหมายถึงอริยทรัพย์ 7 และพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ด้านการจัดการของวัด มีดังนี้ 1) การวางแผนเน้นพัฒนาคนมากกว่าสิ่งปลูกสร้าง เพราะคนเมื่อพัฒนาแล้วจะมีจิตสำนึกดูแลรักษาพุทธศิลป์และปรับพฤติกรรม 2) การจัดสรรฝ่ายต่าง ๆ แบ่งเป็นฝ่ายปกครอง ฝ่ายเผยแพร่ธรรมะ ฝ่ายการศึกษา ฝ่ายสถานที่และอื่น ๆ โดยฝ่ายสถานที่ทำหน้าที่ดูแลพุทธศิลป์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง 3) การสั่งการไม่ใช้อำนาจแต่เป็นการขอร้อง ขอกำลังคนรักษาวัด โดยพยายามชี้แจงประโยชน์และคุณค่าที่จะได้รับโดยเฉพาะการท่องเที่ยว และ 4) การประสานงานอาศัยความน่าเชื่อถือของพระสงฆ์ ทักษะการสื่อสาร การปรับความเข้าใจทั้งคนภายในและภายนอกเพื่อสร้างเครือข่าย

คำสำคัญ: *พุทธศิลป์ การจัดการ การท่องเที่ยว วัด*

บทนำ

วัดไทยนอกจากเป็นสถานที่ประกอบพิธีศาสนาของชาวพุทธ ยังจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของชุมชนที่วัดตั้งอยู่ โดยเฉพาะวัดที่มีความสวยงาม โดดเด่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากผลการวิจัยของ Kumdee (2015) พบว่า นักท่องเที่ยวคาดหวังกับการให้วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งเห็นด้วยที่วัดจะเป็นสถานท่องเที่ยว เพราะโลกสมัยใหม่มีความเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง มีหลากหลายปัญหา ทำให้ผู้คนต้องการที่พึ่งทางใจ วัดจึงควรเปิดโอกาสให้คนมาท่องเที่ยวในเชิงศาสนาและวัฒนธรรม วัดและศาสนาก็ต้องปรับบทบาทเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าการปรับตัวของวัดต้องให้เหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือวัฒนธรรมมากกว่าการท่องเที่ยวเชิงหรรษา เพราะการท่องเที่ยวเชิงหรรษาเป็นความสุขที่ผูกพันกับรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ซึ่งแปรเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว ผลการศึกษานี้ชี้ได้ว่า การส่งเสริมวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาหรือวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันไม่ทำให้เสียลักษณะของวัดไทยจนกลายเป็นแหล่งรื่นเริง

วัดไทยบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซียแตกต่างจากวัดทั่วไป กล่าวคือ เป็นวัดไทยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่คนส่วนใหญ่มิได้นับถือศาสนาพุทธ เป็นวัดที่สร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่สนใจเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมมาเยือนได้มากที่สุด เนื่องจากเดินทางสะดวก ปัจจุบันการเดินทางมาท่องเที่ยวของผู้คนจากภูมิภาคอื่นมายังสามจังหวัดชายแดนใต้มีน้อยลง เนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบ แต่ยังคงมีนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น และชาวมาเลเซียเดินทางมาเยี่ยมชมความสวยอย่างมีเอกลักษณ์ของวัด พิธีกรรมและประเพณีเกี่ยวกับพุทธศาสนาที่ได้รับการสืบทอดกันมาจนมีจิตสำนึกร่วมกันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จูงใจให้คนไทยพุทธในพื้นที่เช่นเดียวกับคนมาเลเซียเชื้อสายสยามมาเยือนวัด ขณะที่คนเชื้อสายจีน เชื้อสายมลายู เชื้อสายอินเดียที่มีวัฒนธรรมต่างกัน เห็นวัดไทยเป็นสิ่งแปลกใหม่ คนเชื้อสายจีนบางกลุ่มเห็นวัดไทยเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของตนเช่นกัน จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนไม่น้อยเข้ามาไหว้รูปเคารพตามที่วัดจัดให้ ทำให้วัดต้องมีระบบจัดการที่ดี พัฒนาคนของวัด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มีผลวิจัยของ Tepsing and Boonprakarn (2019) ที่สนับสนุนเรื่องนี้ ดังที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในวัดตามพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย จำเป็นต้องมีการจัดการที่ดี ปัจจัยหนึ่งขึ้นกับศักยภาพของพระสงฆ์ในการวางระบบบริหารจัดการภายในวัด ถ้าเจ้าอาวาสขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการก็อาจทำให้วัดได้รับผลกระทบ ขาดแรงดึงดูดใจ ขาดโอกาสที่จะให้นักท่องเที่ยวหวนกลับมาอีกครั้ง หรือชักชวนคนอื่นให้มาเที่ยววัด ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่วัดต้องมีการจัดการ ยิ่งเป็นวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่พหุวัฒนธรรม และมีสถานการณ์ความไม่สงบในชายแดนภาคใต้ด้วยแล้ว

วัดพุทธาธิวาสเป็นวัดไทยซึ่งตั้งอยู่บริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย เพียง 5 กิโลเมตร ท่ามกลางสังคมพหุวัฒนธรรมในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ มีปูชนียสถานสำคัญ เช่น พระเจดีย์องค์ใหญ่ พระพุทธรูปสัมฤทธิ์กลางแจ้งองค์ใหญ่ วิหารหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ฯลฯ (Kruthniyom, 1998) สิ่งเหล่านี้ถือเป็นพุทธศิลป์ที่เชิดหน้าชูตาให้กับวัด อีกทั้ง สภาพของวัดมีการปรับภูมิทัศน์ลดหลั่น ก่อเกิด

ทัศนียภาพสวยงาม ความโดดเด่นสร้างแรงดึงดูดใจไม่น้อย ดังที่ Prakrupaisarnwitthikid (2015) กล่าวว่า คนไทยในสามจังหวัดชายแดนใต้ และในมาเลเซียนิยมเดินทางมาชมวัดสม่ำเสมอ ชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนมักนั่งรถทัวร์เข้ามาชมเจดีย์ วัดจึงต้องบริหารจัดการให้มีระเบียบและสวยงามเสมอ

ลักษณะเด่นของวัดพุทธาธิวาสมีหลายประการ ประการแรก เป็นวัดสำคัญในฐานะพุทธานุสรณ์พื้นที่ชายแดน ความเป็นเมืองชายแดนที่รัฐไทยสนับสนุนการสร้างสัญลักษณ์เชิงพุทธศาสนา เช่น การสร้างพระพุทธรูปขนาดใหญ่กลางแจ้ง คือ พระพุทธทักษิณมิ่งมงคล ที่วัดเขากง จังหวัดนราธิวาส เช่นเดียวกับพระพุทธธรรมกายมงคลประยูรเกศานนท์สุพิธาน ที่วัดพุทธาธิวาส อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ประการที่สอง มีการสร้างเจดีย์สีทองบนยอดเขา ภายในเจดีย์บรรจุพระบรมสารีริกธาตุดึงดูดนักท่องเที่ยวมาขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การก่อสร้างเจดีย์บนที่สูงเป็นคตินิยมของวัฒนธรรมไทยมาแต่โบราณ เปรียบเสมือนเจดีย์จุฬามณีบนเขาพระสุเมรุที่บรรจุเกศาธาตุ การสร้างพระพุทธรูปกลางแจ้งและเจดีย์ สะท้อนลักษณะรูปธรรมของวัฒนธรรมชาติของรัฐไทย สะท้อนการประสานรัฐเข้าด้วยกันกับศาสนาในลักษณะรัฐคุ้มครองสถาบันศาสนา พุทธศาสนาคุ้มครองรัฐไทย อีกทั้ง ยังเป็นสัญลักษณ์ให้เห็นว่ารัฐไทยเป็นรัฐพุทธท่ามกลางพื้นที่สามจังหวัดชายแดนและประเทศมาเลเซียซึ่งเป็นรัฐชาติมุสลิม ประการที่สาม เป็นที่ตั้งวิหารหลวงพ่อทวดและพ่อท่านคล้าย วัดมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์เป็นศูนย์เรียนรู้ประวัติหลวงพ่อทวด จากตำนานระบุว่า พรรษาสุดท้ายก่อนละสังขารในวัยชรา หลวงพ่อทวดได้รับนิมนต์จากไทรบุรีไปสงขลา เพียงไม่กี่วันก็อาพาธ เมื่อดีขึ้นคณะศิษย์พาเดินทางต่อไปยังสงขลา แบกหามท่านด้วยเสลี่ยงจนถึงริมฝั่งแม่น้ำสุไหง-เกอร์นาริงค์ หยุดพักเพื่อเตรียมข้ามฝั่ง ใกล้หมู่บ้านเล็ก ๆ ในที่สุดมรณภาพ ปัจจุบันบริเวณนี้อยู่ในเขตรัฐเปรัค ประเทศมาเลเซีย ชาวมาเลย์นิยมเรียกว่า “สะมีมาดี้” อันหมายถึง ที่ละสังขารของพระภิกษุ (Piyakoon, 2018) อย่างไรก็ตามแม้เบตงไม่ใช่จุดผ่าน และวัดพุทธาธิวาสมิได้เกี่ยวข้องใด ๆ แต่หากนับพื้นที่ที่อยู่ใกล้ที่ละสังขารที่สุดของประเทศไทยก็คือ เบตง ปัจจุบันทางวัดได้สร้างวิหารหลวงพ่อทวดสนองต่อความต้องการของผู้ศรัทธาดังกล่าว ส่วนพ่อท่านคล้ายจากวัดจันดี อำเภอฉวาง ท่านเป็นพระศักดิ์สิทธิ์ มีประวัติกล่าวว่าเมื่อมีการสร้างโบสถ์ พ่อท่านคล้ายได้มาร่วมฝังลูกนิมิตด้วยราวปี พ.ศ. 2505 รูปหล่อในวิหารสองหลังดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมากราบไหว้ขอพรไม่น้อย

ความโดดเด่นของวัดและความนิยมของนักท่องเที่ยว ทำให้วัดและภาครัฐเห็นความสำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม หาแนวทางสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจภายใต้ขีดความสามารถของวัด โดยเฉพาะเมืองเบตงซึ่งรัฐได้ผลักดันให้เป็นต้นแบบเมืองท่องเที่ยวชายแดนใต้ตามนโยบายสามเหลี่ยม มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน โดยยกระดับการพัฒนาเมืองในจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจเฉพาะ กระตุ้นการลงทุน เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (National News Bureau of Thailand, 2015) วัดได้รับเกียรติประวัติ ในปี พ.ศ. 2525 ให้เป็นวัดตัวอย่าง พ.ศ. 2537 เป็นวัดพัฒนาดีเด่นของกรมศาสนา การจัดการวัดไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ท่ามกลางปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมพื้นที่ชายแดนใต้จึงน่าสนใจ แสดงถึงศักยภาพของพระสงฆ์ของวัดร่วมกับประชาชนในการจูงใจผู้คน และขับเคลื่อนให้เกิดบรรยากาศของ

การท่องเที่ยว

การศึกษาครั้งนี้ จึงตั้งอยู่บนคำถามที่ว่าวัดพุทธาธิวาสมีการจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไร ลักษณะกายภาพของวัด งานพุทธศิลป์ สิ่งปลูกสร้างที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไร สำหรับแนวคิดในการจัดการผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการของฟาโยลมาปรับใช้ โดย Fayol (1961 cited in Santhiwong, 1997) อธิบายว่า กระบวนการจัดการ ประกอบด้วย ภาระหน้าที่ 5 ประการ ดังนี้ 1) การวางแผน (Planning) หมายถึง หน้าที่ที่จะต้องคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงาน โดยกำหนดขึ้นเป็นแผนงานหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติสำหรับเป็นแนวทางการทำงาน 2) การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึง หน้าที่ที่จะจัดให้มีโครงสร้างของฝ่ายงานต่าง ๆ เพื่อให้ตัวคนอยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผล 3) การบังคับบัญชาหรือสั่งการ (Commanding) หมายถึง หน้าที่ในการสั่งงานต่าง ๆ ของผู้บังคับบัญชา เพื่อทำให้งานสำเร็จด้วยดี โดยผู้บริหารต้องทำตัวเป็นตัวอย่างที่ดี และเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา 4) การประสานงาน (Coordinating) หมายถึงหน้าที่ที่จะเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน 5) การควบคุม หมายถึงหน้าที่ในการกำกับที่สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้นเข้ากันกับแผนงานที่วางไว้แล้ว อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตแนวคิดไว้วิเคราะห์ 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดสรรฝ่าย การบังคับบัญชา และการประสานงาน เนื่องจากหลักบริหารจัดการของฟาโยลมีความยืดหยุ่น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั่วไป ไม่ว่าองค์กรหรือสถาบันใด ๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะกายภาพของวัด งานพุทธศิลป์ และสิ่งปลูกสร้างที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาการจัดการของวัดพุทธาธิวาส ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนไทย-มาเลเซีย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีดำเนินวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลทั้งจากเอกสารและภาคสนาม ในพื้นที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ภาคสนามได้จากเทคนิคการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นคนในชุมชน โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นพระสงฆ์ 5 รูป ชาวบ้านในชุมชน 6 คน นักวิชาการท้องถิ่น 1 คน โดยมีเวลาอยู่ในชุมชนไม่น้อยกว่า 3 ปี เป็นนักท่องเที่ยวนอกชุมชน 5 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 17 คน จำนวนนี้เป็นผลจากความอิ่มตัวของข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือแบบสามเส้า ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล โดยทำการสังเกตร่วมกับการสัมภาษณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์สร้างข้อสรุปแบบวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ลักษณะกายภาพ พุทธศิลป์ และสิ่งปลูกสร้างของวัดพุทธาธิวาสที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

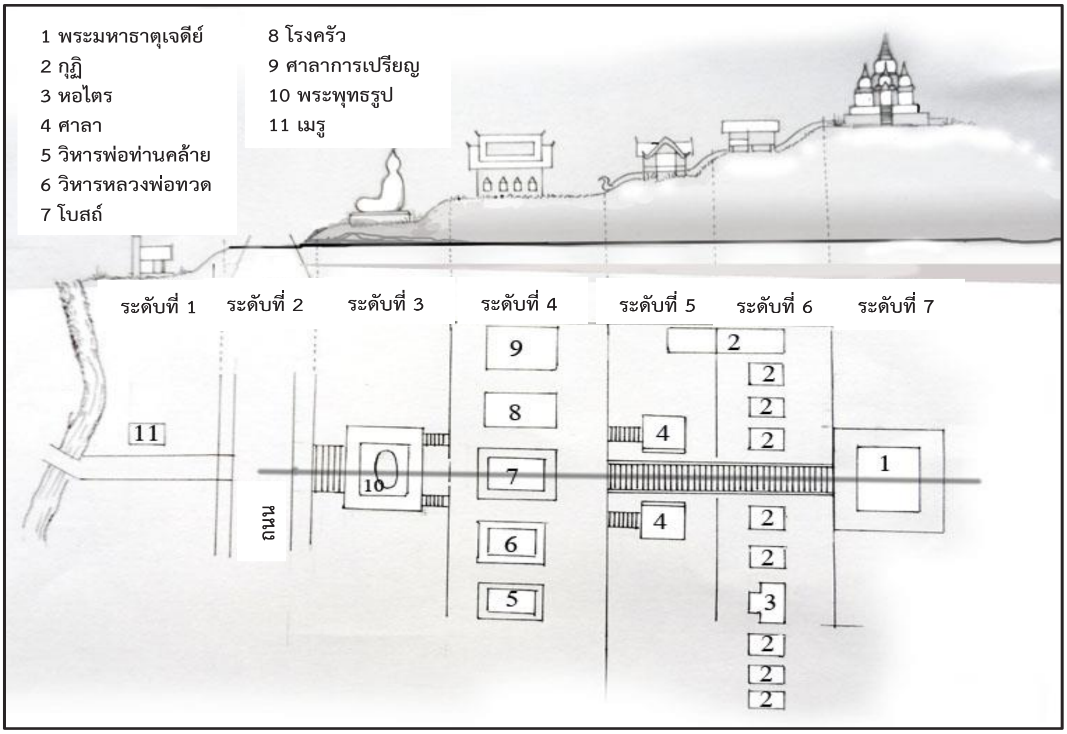
วัดพุทธาธิวาสเดิมชื่อวัดเบตง สร้างขึ้นปี พ.ศ. 2460 ในสมัยพระพิทักษ์ธานีเป็นนายอำเภอ ผู้ร่วมสร้างหลัก ได้แก่ นายพุ่ม คชฤทธิ์ นายกิมชุ้ย ฟุ้งเสถียร และ นายผล สุภาพ โดยช่วยกันตัดไม้ เลื่อยไม้ เข็นไม้ออกจากป่า กม.9 มาปลูกสร้างกุฏิ ศาลาเล็ก ๆ บนดินซึ่งมีลักษณะกายภาพเป็นเนินเขา (Nokkaew, 2016) มีพระรักษ์ดำรงตำแหน่งเจ้าอาวาสรูปแรก ปี พ.ศ. 2496 วัดได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา และทำการผูกพัทธสีมาในปี พ.ศ. 2510 จากนั้นสร้างปูชนียสถานเรื่อยมา สร้างโบสถ์ สร้างวิหารหลวงปู่ทวด เริ่มสร้างเจดีย์ในปี พ.ศ. 2512 โดยเชิญสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เสด็จวางศิลาฤกษ์ แต่ไม่ได้ดำเนินการต่อ ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 ในโอกาสฉลองพระชนมายุครบ 60 พรรษาของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ เหล่าข้าราชการ พระสงฆ์ และพุทธศาสนิกชนร่วมกันบริจาคเงินเพื่อก่อสร้างเจดีย์ให้สำเร็จ เพื่อบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ โดยมอบให้ ม.ร.ว.มิตรารุณ เกษมศรี ศิลปินแห่งชาติเป็นผู้ออกแบบ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระราชทานเงินสมทบและพระราชทานนามว่า “พระพุทธธรรมประกาศ” (Kruthniyom, 1998) ในปีเดียวกันนี้ ริเริ่มสร้างพระพุทธรูปองค์ใหญ่เพื่อประดิษฐานกลางแจ้ง โดยมีสมเด็จพระมหารัชมังคลาจารย์ วัดปากน้ำ วางศิลาฤกษ์ เป็นผลสำเร็จ ใน ปี พ.ศ. 2537 มีพระนามว่า “พระพุทธธรรมกายมงคลประยูรเกศานนท์สุพิธาน” วัดได้ปลูกสร้างปูชนียสถานอื่น ๆ มากมาย เช่น วิหารหลวงพ่อคล้าย ศาลาโถง บันไดนาค รวมถึงปูชนียวัตถุ เช่น รูปหล่อพระศรีอริยเมตไตรย พระพุทธรูปแบบต่าง ๆ รอบเจดีย์ พระพุทธบาท ป้ายจิตรกรรมกลางแจ้งเล่าเรื่องพุทธประวัติ ฯลฯ ลักษณะกายภาพ ปูชนียสถาน ปูชนียวัตถุของวัดล้วนมีศิลปะสวยงามเป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันวัดพุทธาธิวาสมีการปรับปรุงด้านภูมิทัศน์ สาธารณูปโภค รวมถึงสร้างที่พักแก่ผู้มาเยือนโดยไม่คิดค่าเช่า มีเพียงค่าน้ำค่าไฟตามความศรัทธา เนื่องจากวัดตั้งอยู่ใกล้ชายแดนมาเลเซีย จึงทำให้มีนักท่องมาเยือนทุกปี นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแต่ละปี ก่อน พ.ศ. 2562 (ก่อนปิดชายแดนเพื่อป้องกันโรคระบาดโควิด 19) จำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นชาวมาเลเซียเชื้อสายจีนหรือชาวพุทธที่มาเป็นกลุ่มหรือรถบัส และในกลุ่มนี้กำหนดโปรแกรมเที่ยวชมวัดพุทธาธิวาสเสมอ ส่วนใหญ่มาเที่ยวในช่วงเทศกาลโดยเฉพาะใกล้ปีใหม่ ดังปลายปี พ.ศ. 2562 มีราว 18,000 - 20,000 คน (Kongkham, 2019) ประกอบกับที่ตั้งวัดอยู่ภายในเขตเทศบาลใกล้ย่านการค้า โรงแรม เดินทางไปมาสะดวก สภาพแวดล้อมของวัดร่มรื่น มองแต่ไกลเห็นเจดีย์ของวัดในมุมสูง เป็นที่สะดุดตาของนักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นต่าง ๆ กัน ดังเช่นคำสัมภาษณ์นี้ *“วัดนี้เขาดูแลความสะอาดดีพอควร จัดสวนดี เป็นวัดที่มีหลายระดับแตกต่างจากวัดอื่น น่าดูมาก”* (Mani, 2015)

“เข้ามาเพราะรู้สึกดี ได้นมัสการพระพุทธเจ้าที่ประทับใจ เพราะมีกระดูกพระพุทธเจ้า มีพระธาตุอยู่ใกล้แค่เอื้อม วัดอื่น ๆ ไม่ได้มีโอกาสเห็นพระธาตุ วัดนี้สัมผัสโดยง่ายแค่ 2 เมตร ก็เห็นแล้วที่อื่นอยู่ไหนก็ไม่รู้” (Jeerawit, 2015)

พื้นที่ของพุทธศิลป์ และสิ่งปลูกสร้างของวัด

สภาพพื้นที่วัดพุทธาธิวาสมีลักษณะเด่นร่วมกันทั้งภูมิทัศน์และวัฒนธรรม มีพื้นที่สูงต่ำตามธรรมชาติ ทำเลวัดตั้งอยู่ไหล่เขา ต่อมาได้ปรับหน้าดินไต่ระดับเป็นชั้น ๆ แต่ละชั้นมีพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างโดยมีบันไดนาคเป็นแกนกลาง จากชั้นล่างสุดซึ่งเป็นพระพุทธรูปขนาดใหญ่ไปถึงชั้นบนสุดซึ่งเป็นพระมหาธาตุเจดีย์ ทั้งเนินเขาและสิ่งก่อสร้างต่างเสริมสุนทรียภาพให้กันและกัน ดังนั้น หากมองจากภายนอก พุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างดูผสมกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียวกับสภาพแวดล้อม ลักษณะเด่นร่วมกันนี้ก่อเกิดทัศนะมิติงดงาม ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงระดับสูงต่ำและสิ่งปลูกสร้างภายในวัด
ที่มา: วาดภาพโดยผู้ช่วยวิจัย 14 มีนาคม พ.ศ. 2558

หากพิจารณาตั้งแต่พื้นที่ต่ำสุด คือ ที่ตั้งเมรุของวัด และไต่ระดับจากต่ำมาสูงแบ่งได้เป็น 7 ระดับชั้น พื้นที่ต่ำสุดชั้นแรกเป็นที่ราบกว้างมีคลองไหลผ่าน แต่เดิมเป็นใจกลางวัด ปัจจุบันเป็นเมรุและป่าช้า เรียกได้ว่าเป็นที่วัดเก่า ต่อมาวัดขยายสู่ที่สูงขึ้น เปิดพื้นที่สร้างถนนตัดผ่าน ถนนตั้งอยู่บนชั้นที่สอง พระพุทธรูปองค์ใหญ่ตั้งอยู่ชั้นที่สาม ถัดขึ้นมา ชั้นที่สี่เป็นที่ตั้งของอุโบสถ ชั้นที่ห้าเป็นศาลา ถัดขึ้นไปชั้นที่หกเป็นกุฏิพระ ชั้นที่เจ็ด คือ ชั้นสูงสุดเป็นที่ประดิษฐานพระมหาธาตุเจดีย์ ชาวพุทธในชุมชนเชื่อว่าเป็นนิมิตกรรมชั้นเลิศ สื่อความหมายถึงภพภูมิและสถานศักดิ์สิทธิ์ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“คนอื่นเห็นอย่างไรไม่รู้ แต่ลุงนับแล้วได้เจ็ดชั้น นับจากที่ต่ำที่สุด ตอนนี้ก็คือที่ตั้งเมรุของเทศบาล เจ็ดชั้นนี้*

เป็นตัวแทนของอริยทรัพย์ 7 ประการ ยอดสุด คือ เจดีย์ศักดิ์สิทธิ์” (Kruthniyom, 2015)

หากพิจารณาตำแหน่งจัดวางพุทธศิลป์และสิ่งปลูกสร้างโดยรวม จะมีบันไดเป็นแกนรักษาความสมมาตร บันไดทอดข้ามจากระดับล่างสุดถึงบนสุด โดยมีพระพุทธรูปกลางแจ้งขนาดใหญ่อยู่ตรงแนวเส้นแกนไปถึงพระมหาธาตุเจดีย์ กล่าวคือ บันไดกลายเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างพระพุทธรูปไปยังเจดีย์ ด้านซ้ายและขวาของบันไดปลูกไม้ดอก ไม้ประดับ ไม้ยืนต้น มีสิ่งปลูกสร้าง เช่น วิหาร โบสถ์ ศาลา กุฏิ ฯลฯ สิ่งปลูกสร้างมีการรักษาเส้นแกน ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“มีความพยายามรักษาเส้นแกนจากระดับล่างสู่บน โดยการยิงแสงเลเซอร์จากกึ่งกลางเจดีย์บนยอดเขา ผ่านช่อฟ้าของโบสถ์ ไปจดถึงยอดพระรัศมีของพระพุทธรูปที่อยู่ด้านล่างสุด”* (Prakrupaisarnwitthikid, 2015)

ระดับชั้นเป็นการสร้างจังหวะที่ต่อเนื่องจากใหญ่ไปเล็ก เหตุนี้หากพิจารณาในแง่สุนทรียทัศน์ จะมีลักษณะคล้ายสามเหลี่ยมพีระมิดแบบขั้นบันได ที่มีลักษณะสมดุล กลมกลืน และสมส่วน รูปลักษณ์ของพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างสอดประสานแม้ระดับเดียวกัน ดังเห็นได้จากโบสถ์ วิหารหลวงพ่อทวด วิหารพ่อท่านคล้าย ตั้งเรียงลดหลั่นขนาดจากใหญ่ไปเล็ก เกิดลีลาจังหวะทั้งแนวดิ่งและแนวนอน สะท้อนเอกภาพระหว่างธรรมชาติกับสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น สุนทรียภาพที่เกิดขึ้นจากรูปลักษณ์ภายนอกกับคุณค่าทางใจ

รูปลักษณ์ของพุทธศิลป์และสิ่งปลูกสร้างของวัด

1. พระมหาธาตุเจดีย์พระพุทธธรรมประกาศ เป็นเจดีย์ขนาดใหญ่ทรงห้ายอด (ยอดใหญ่อยู่ตรงกลางห้อมล้อมด้วยยอดเล็ก 4 ยอด) ทุกยอดมีระฆังเอวคอดแบบศรีวิชัยคล้ายพระบรมธาตุไชยา องค์เจดีย์ประกอบด้วยชั้นมาลัยเถา บัวปากระฆัง องค์ระฆังกลม ปล้องไฉน ปลี และยอดฉัตรทองคำ เจดีย์บริวารทั้งสี่อยู่เหนือมุขที่ยื่นออกจากคูหาทั้งสี่ด้าน ซุ้มมุขด้านหน้าและหลังองค์เจดีย์ตั้งพระพุทธรูปปางประธานอภัย ซุ้มด้านซ้ายและขวาตั้งพระพุทธรูปปางรำพึง เหนือพระพุทธรูปแต่ละด้านติดเครื่องหมายประจำสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ทางเข้าพระมหาธาตุเจดีย์เป็นซุ้มนาคสามเศียร ปิดทองคำเปลว บริเวณฐานเจดีย์ตั้งพระพุทธรูปประทับนั่งปางต่าง ๆ จำนวน 8 องค์ ในเจดีย์แบ่งเป็นสามชั้น ชั้นแรกตั้งพระพุทธบาท ชั้นที่สองตั้งพระพุทธรูปและหลวงปู่ทวด ผนังภายในเขียนภาพเจดีย์สำคัญ 8 แห่ง หน้าต่างตกแต่งด้วยกระจกสีอย่างสวยงาม ชั้นที่สามตั้งสถูปหินอ่อนขนาดย่อมบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ที่ตกแต่งด้วยไม้แกะสลักและผ้าม่านอย่างสวยงาม (Foundation for Pramahathatchediphakdeeprakas, n.d.) จากบันทึกงานช่างระบุว่า ผิวองค์เจดีย์บุกระเบื้องโมเสกสีทองจากอิตาลี เมื่อมองโดยรวมเห็นเจดีย์ทั้งองค์ไล่จากสีเข้มไปหาสีอ่อน เป็นการใช้สีตามหลักช่างไทยโบราณที่เรียกว่า “เงาทอง” โดยการไล่สีจากสีเข้มไปหาสีอ่อน พื้นทุกชั้นภายในเจดีย์และนอกเจดีย์บุด้วยหินอ่อนที่นำมาจากเมืองอิโปร์ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งใกล้กับสถานที่ก่อสร้าง (Saksri & Thaphatthee, 1996)

2. พระพุทธธรรมกายมงคลประยูรเกศานนท์สุพิธาน เป็นพระพุทธรูปประทับนั่งกลางแจ้ง ปางสมาธิ ขัดสมาธิราบ ชายจีวรพาดลงมาถึงพระนาภี พระรัศมีเป็นรูปดอกบัวตูม พระวรกายค่อนข้างอวบอ้วน คล้ายแบบเชียงแสนรุ่นแรก ประทับนั่งบนฐานบัวประดับกลีบสอดสลับโดยรอบ พระพุทธธรรมกายได้หล่อชิ้นส่วนจากประเทศจีนแล้วบรรทุกทางเรือสินค้า สร้างด้วยการบริจาคทรัพย์ของชาวเบตง

ทั้งที่อยู่ในอำเภอเบตงและไปอาศัยอยู่อื่น (Wat Phutthathiwas, 2015)

รูปที่ 2 พระพุทธธรรมกายมงคลประยูรเกศานนท์สุพิธาน
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย 25 มกราคม 2558

รูปที่ 3 บันไดนาค และพระมหาธาตุเจดีย์หรือพระพุทธธรรมประกาศ
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย 25 มกราคม 2558

3. โบสถ์ มีลักษณะไทยประเพณี มีมุขหน้าหรือเฉลียงประกอบ หลังคาสองซ้อนสองตับ ประดับช่อฟ้าใบระกาหางหงส์ หน้าบันตกแต่งลายเทพนมผสมก้านขด ใต้หน้าบันปั้นปูนรูปโก่งคิ้วอย่างงดงาม ซุ้มประตูหน้าต่างทรงมณฑป บานประตูหน้าต่างเล่าเรื่องชาดก เสริมชายคาด้วยเท้าแขนทรงพญานาค ใต้หน้าบันระดับล่างตกแต่งลายประจำยาม มีหน้าสิงห์คาบลายอยู่กึ่งกลาง ภายในโบสถ์ประดิษฐานพระพุทธรูปประธานในซุ้มเรือนแก้ว

4. วิหารหลวงปู่ทวดมีขนาดย่อมกว่าโบสถ์เล็กน้อย หลังคาสองซ้อนสองตับ มีมุขเด็จทั้งด้านหน้าด้านหลัง ประดับช่อฟ้าใบระกาหางหงส์ ประกอบนาคสะดุ้ง หน้าบันตกแต่งลายเทพนมก้านขด ใต้หน้าบันปั้นปูนสาหร่ายรวงผึ้งประกอบ มีคันทวย หลังคากระเบื้องเป็นลอนอุดหน้าลายกระจัง บานประตูหน้าต่างวาดภาพเทวดาคู่พนมมือ ซุ้มหน้าต่างทรงบันแถลง ฐานสิงห์ ล้อมด้วยกำแพงแก้วหัวเสากลีบบัว สร้างประตูเข้าโบสถ์รูปนาคปัก ภายในมีรูปหล่อหลวงพ่อทวด

5. วิหารพ่อท่านคล้ายมีขนาดย่อมกว่าวิหารหลวงปู่ทวด หลังคาสามซ้อนสองตับ ประดับช่อฟ้าใบระกาหางหงส์ ทอดรวยระกาแทนนาคสะดุ้ง หลังคาตับล่างแอ่นโค้งลาดลงมา หางหงส์ทำอย่างหัวพญานาค หัวเสาบัวจงกล ตั้งคันทวยรองรับชายคา แผ่นหลังคาแบบหางเหยี่ยว บานประตูหน้าต่างตกแต่งรูปธิดาเงือก ฐานหน้าต่างเป็นฐานสิงห์ ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้ว หัวเสากำแพงออกแบบทรงกลีบบัว ภายในมีรูปหล่อพ่อท่านคล้าย

6. บันไดนาค เฉพาะราวบุกระเบื้องดินเผายึดด้วยทรายล้าง ขั้นบันไดปูหินอ่อน จากบันไดนาคถึงเจดีย์ขนาบข้างด้วยศาลาหลังคาจัตุรมุข 2 หลัง ซึ่งปูพื้นด้วยหินอ่อนเช่นกัน ประดับช่อฟ้าใบระกาหางหงส์ หน้าบันติดสัญลักษณ์ สก. ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์

รูปที่ 4 วิหารหลวงพ่อทวด และพ่อท่านคล้าย
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย 14 มีนาคม พ.ศ. 2558

รูปที่ 5 ศาลาหลังคาจัตุรมุข 2 หลัง ไกลออกไปคือโบสถ์
ที่มา: ถ่ายภาพโดยผู้วิจัย 14 มีนาคม พ.ศ. 2558

การจัดการวัดพุทธาธิวาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนไทย-มาเลเซีย

การวางแผน

การวางแผนจัดการดูแลรักษา (Maintenance) พุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างของวัด เน้นไปที่การวางแผนด้านบุคคลมากกว่าสิ่งปลูกสร้าง กล่าวคือ การพัฒนาวัตถุไม่สำคัญเท่ากับคน ต้องสร้างคนให้มีคุณธรรมเสียก่อน จึงจะทำให้การดูแลรักษาเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว คนในที่นี้ครอบคลุมถึงพระภิกษุ สามเณร โยมวัด คนงาน ประชาชนทั่วไป ดังนั้นแนวนโยบายของวัดจึงมุ่งแผนการพัฒนาคน การอบรม

ขัดเกลาจิตใจจะทำให้คนรู้จักรักษาทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ วัดที่มีพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างมากจำต้องพัฒนาคนให้รู้จักนำมาใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ วัดพุทธาธิวาสมีพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างมากมาย การสร้างคนจึงจำเป็นยิ่งกว่า โดยเฉพาะกลุ่มพระภิกษุสามเณรซึ่งถือเป็นกำลังหลักของวัด คนเหล่านี้แม้มีบทบาทต่อการชี้นำหลักธรรม บำรุงพระพุทธศาสนา แต่อาจขาดจิตสำนึกต่อการดูแลรักษาสิ่งปลูกสร้าง ศิลปวัตถุที่จะโน้มนำให้เที่ยวชม โดยเฉพาะพระรุ่นหลัง ๆ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“เวลานี้ยังไม่คิดทำอะไร จึงไม่มีปัญหา แต่ถ้าอาตมาไม่อยู่แล้วก็ไม่รู้ว่าจะมีเหตุการณ์อะไรบ้าง เลยคิดว่าต้องสร้างคนให้มีความรู้ ให้คิดรักษา คนจะได้มาเที่ยว ส่วนอารามงานปลูกสร้างไม่มีการสร้างแล้ว”* (Prasarn, 2015)

แผนพัฒนาคนประการหนึ่งอยู่ที่การทำตัวให้เหมาะสมกับสถานที่ ซึ่งแวดล้อมด้วยพุทธศิลป์ทรงคุณค่า ที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนงานที่กำหนด คือ การอบรมบ่มเพาะพระภิกษุสามเณรให้เห็นคุณค่าทั้งศาสนาและศิลปะเป็นหนึ่งเดียว ภายใต้การจัดการของวัดเห็นว่าจิตสำนึกย่อมเกิดจากการขัดเกลา วัดพุทธาธิวาสเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและอบรมจิตใจ ฉะนั้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวต้องขัดเกลาคนภายในเสียก่อน อย่างน้อยรู้จักอดกลั้นต่อการแสดงกิริยาไม่เหมาะสม พระภิกษุสามเณรในวัดมีหลายบุคคลิก บางครั้งต้องปิดบังลักษณะนิสัยส่วนตัว เพื่อคนส่วนรวม ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“พระเณรที่คีบบุหรี่ ถ้าคีบอย่าให้นักท่องเที่ยวเห็น คนที่มาหามีหลากหลาย ถ้าพระคีบบุหรี่ คนจะหมดศรัทธาจะไม่มีคนร่วมมือ ใครมาให้ต้อนรับในฐานะเจ้าของบ้าน ถ้ามาอยากนอนก็ให้นอน ถ้าดูคนไม่น่าวางใจก็ให้นอนไกล ๆ”* (Prasarn, 2015) การวางแผนยึดหลักการมีส่วนร่วมและเสียงที่มีเหตุผล ให้สามารถทำงานร่วมกันได้ทั้งบรรพชิตและฆราวาส ถ้าเกี่ยวกับวัตถุสิ่งปลูกสร้าง การตกแต่งเพื่อเสริมความงามแก่วัด การวางแผนมักหารือกับฆราวาสเสมอ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“เป็นที่ปรึกษาเป็นฆราวาสก็เลยเข้าใกล้ได้ เจ้าอาวาสมักปรึกษาทำลูกกรงเหล็ก อย่างไรให้สวยงาม เอาความคิดของพระรวมกับช่างพร้อมกันไป”* (Prom, 2015) การอบรมบ่มเพาะยังให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ให้ทุกฝ่ายเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวแล้วแปลงสู่การปฏิบัติ ดังเช่น การรักษาความสะอาดของโบสถ์วิหาร การขจัดคราบสกปรกบนเจดีย์อย่างสม่ำเสมอ การเอาใจใส่ต่อความเสียหาย ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของวัด

การจัดสรรฝ่ายต่าง ๆ ของวัด

การจัดสรรฝ่ายต่าง ๆ ของวัดไม่มีโครงสร้างแน่นอน และมีลักษณะร่วมด้วยช่วยกันมากกว่าแยกเป็นภาระหน้าที่ชัดเจนเหมือนองค์กรอื่น ๆ การจัดสรรแบ่งออก ดังนี้ 1) ฝ่ายปกครอง เป็นการดูแลธรรมวินัยของพระภิกษุสามเณรในวัด โดยเจ้าอาวาสเป็นหลัก 2) ฝ่ายเผยแพร่ธรรมะ เป็นการไปเทศนาสั่งสอน โดยมีพระครูเป็นวิทยากรอบรมตามวัดหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่ร้องขอ 3) ฝ่ายการศึกษาเป็นการศึกษาภาษาบาลี ซึ่งมีการเรียนการสอนในวัด และ 4) ฝ่ายสถานที่และอื่น ๆ เป็นฝ่ายดูแลภูมิทัศน์ อาหาร และผลประโยชน์ของวัด

ฝ่ายสถานที่และอื่น ๆ มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง โดยปฏิบัติร่วมกันทั้งพระภิกษุสามเณรและฆราวาส การจัดการสถานที่มีคนทำหน้าที่เฉพาะกิจ คนหนึ่งขายดอกไม้ธูปเทียนแก่นักท่องเที่ยว คนหนึ่งคอยเปิดปิดประตู ปิดไฟที่พระมหาธาตุเจดีย์ กวาดขยะ รวมถึงตัดหญ้ารอบเจดีย์

คนหนึ่งดูแลสวนไม้ดอกไม้ประดับ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย อย่างไรก็ดี การดูแลความสะอาดยังให้ถือเป็นภาระหน้าที่ของพระภิกษุสามเณรทุกรูป พระจำวัดกุฏิใดให้ดูแลบริเวณนั้น ส่วนพื้นที่อื่น ๆ ให้ช่วยกัน เช่น กวาดบริเวณโบสถ์ กวาดเจดีย์ กวาดศาลาแฝด ฯลฯ ฆราวาสส่วนมากช่วยกวาดลานพระพุทธรูปใหญ่กลางแจ้งและเจดีย์ ในวันหยุดบางครั้งมีนักเรียนหรือชาวบ้านอาสากวาดขยะ สำหรับการดูแลผลประโยชน์ วัดได้แต่งตั้งกรรมการ โดยเงินที่นำมาบำรุงรักษามาจาก 3 แหล่งใหญ่ ๆ คือ จากหน่วยงานราชการ จากเงินบริจาคหรือเงินอนุโมทนาบุญของผู้ศรัทธา และจากเอกชนที่เช่าพื้นที่ของวัด เงินเหล่านี้ส่วนใหญ่นำไปบำรุงรักษาพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างของวัด โดยเฉพาะการจัดการเรื่องความสะอาดบริเวณวัด ซึ่งถือเป็นนโยบายหลักของเจ้าอาวาส ดังคำสัมภาษณ์ว่า *"จำเป็นต้องมีคนมาดูแลความสะอาด ถ้าวัดสะอาดใคร ๆ ก็อยากมาเที่ยว จ่ายเงินก็ยอม ตอนนี้วัดจ้างคนมาดูแล 3 คน แต่ก็ยังไม่พอ พระเณรอยู่แถวไหน ตรงไหน ถ้ารกก็กวาดแถวนั้น"* (Prasarn, 2015) *"วัดนี้เขาดูแลความสะอาดพอสมควร จัดสวนดี เป็นวัดที่มีหลายระดับแตกต่างจากวัดอื่น เจ้าอาวาสท่านเอาใจใส่ความเป็นระเบียบเรียบร้อย"* (Marnit, 2015)

วัดยังให้ความสำคัญกับการซ่อมสงวนรักษาอย่างต่อเนื่อง รายได้ของวัดส่วนหนึ่งสำหรับซ่อมแซมอาคาร โบสถ์วิหารที่เสียหาย หรือจำเป็นต้องทาสีใหม่ ทางวัดไม่ละเลยให้สีหมองคล้ำ ทั้งนี้เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริเวณพระมหาธาตุเจดีย์เป็นจุดที่มีนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมมากที่สุด จำเป็นต้องมีคนงานประจำ มีคนขายดอกไม้ธูปเทียนที่พูดภาษาจีนได้ ความสามารถพูดภาษาจีนถือเป็นต้นทุนที่สามารถจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวมาเลย์ สิงคโปร์เชื้อสายจีน การจัดสรรหน้าที่แม้มอบหมายอย่างลงตัว แต่ทุกคนยังช่วยเหลือกัน โดยเฉพาะการกำจัดเศษขยะใบไม้ร่วงกระทำทุกเย็น แม้เจ้าอาวาสก็ร่วมกันทำงานเสมือนเป็นพันธะสัญญาให้ไว้กับนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวชื่นชมกับความเป็นระเบียบเรียบร้อยของวัด นั่นคือ กำลังใจของพระสงฆ์ที่จะรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การบังคับบัญชาหรือสั่งการ

การสั่งการเพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ เป็นผลสำเร็จ ผู้บริหารหรือเจ้าอาวาสไม่ใช้อำนาจแต่เป็นการขอร้อง มีการชี้แจงถึงประโยชน์และคุณค่าที่จะได้รับตามมา โดยเฉพาะการดึงดูดนักท่องเที่ยว การขอร้องเป็นเรื่องการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่ การสร้างพฤติกรรมที่ดีงามต่อนักท่องเที่ยว โดยให้ถือเป็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง รายได้เป็นเรื่องรอง การอำนวยใด ๆ ในวัดพยายามเลี่ยงคำสั่งแบบราชการ พระสงฆ์เห็นว่าการใช้อำนาจแบบเจ้านายไม่สามารถนำมาใช้ในวงการศาสนา ข้าราชการที่เข้ามาช่วยขจัดคราบรอยด่างของผิวเจดีย์ ซึ่งผู้บังคับบัญชาชอบด่าทอขู่เข็ญ ทำให้การทำงานไม่เต็มที่ ความร่วมมือทำงานมีน้อยลง ข้อสังเกตนี้นำมาซึ่งการเปรียบเทียบกับการจัดการภายในวัด ผู้บริหารนำมาเป็นบทเรียนในการควบคุมคนของตน การบัญชาเพื่อผลสำเร็จของวัดมาจากการดำรงชีวิตแบบแนวราบ ให้ความเสมอภาค ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เอางานเป็นตัวตั้ง รู้จักให้อภัย กล่าวคือ ถ้านายดีลูกน้องก็รัก การทำงานทุกครั้งพยายามอธิบายเป้าประสงค์และประโยชน์ที่จะได้รับ เจ้าอาวาสคำนึงต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว คนมาเที่ยวชมวัดย่อมต้องการเห็นพุทธศิลป์ที่มีสีสันงดงาม บรรยากาศที่ดี ดังนั้น

หากมีการขอร้องให้ทำกิจกรรมจะมีผู้ร่วมมือร่วมใจ

การจัดการด้านภูมิทัศน์ของวัดอยู่ในความสนใจของเจ้าอาวาสมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นคนชอบต้นไม้ ชอบงานศิลป์ ตำแหน่งจัดวางส่วนใหญ่เป็นการชี้นำจากเจ้าอาวาส ปัจจัยแห่งความสำเร็จประการหนึ่งคือการชอบช่วยเหลือผู้อื่น ผู้ที่ได้รับการช่วยเหลือบางคนมีฐานะมั่นคงขึ้น ยินดีกลับมาช่วยเหลือไม่ว่าการหาช่างรับเหมา การช่วยประสานงาน อีกปัจจัยคือ การบัญชาอย่างมีคุณธรรม พยายามลดช่องว่างโดยวางตัวเป็นกันเองกับพระใหม่ ๆ ใช้คำพูดแบบตลกขบขัน ตำหนิเพื่อก่อมากกว่าทำลายจิตใจ ที่ใดต้องการซ่อมแซมจะลงมือทำเองก่อน แล้วสอนให้รู้จักคิด เรียนรู้ด้วยตนเอง ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า*“พ่อท่านไม่ค่อยสั่ง แต่จะลงไปทำงานกับคนงานเอง ทาสีเอง ทาสีให้ดู ซ่อมให้คนงานเณรดู พระลูกวัดก็มาช่วยทำงาน”* (Prayongyuth, 2015)

การประสานงาน

วัดมีเครือข่ายพุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวแสวงบุญทั้งในและต่างประเทศ ทำการประสานงานไปยังวัด ชุมชนหรือองค์กรต่าง ๆ ความสำเร็จในงานปลูกสร้างไม่ว่าพระพุทธรูป เจดีย์ ล้วนเกิดจากการประสานงานกับความน่าเชื่อถือของวัด การประสานงานที่ดีได้มาซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น หัวใจสำคัญ คือ ทักษะการสื่อสาร ผู้บริหารวัดมักพูดให้ทุกคนรู้ว่ามาทำไม ทำอะไร ทำอย่างไร เพื่อให้ทำงานด้วยกันอย่างกลมเกลียวเหมือนพี่น้อง ดังคำสัมภาษณ์ว่า *“ติดต่อกับชุมชนอย่าเอาแต่ใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา เหมือนพี่เหมือนน้อง เอาใจโยมมาใส่ใจเรา ... ต้องรู้จักเราด้วย ประสานพึ่งพาอาศัยเขา”* (Prasarn, 2015) การประสานงานตั้งอยู่ในหลัก 2 ประการ คือ 1) การลดวาทะ หากขัดแย้งใช้วิธีหันหน้าเจรจาปรับความเข้าใจ ร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องทั้งเวลาและกิจกรรมเพื่อดำเนินงานราบรื่น การประสานที่ไม่เป็นทางการใช้กับบุคคลในวัด แบบเป็นทางการใช้กับบุคคลภายนอก และ 2) การทำความเข้าใจผู้อื่น ศึกษาบริบท ทัศนคติ พฤติกรรมกลุ่มคนต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางทำงานร่วมกัน การจัดหาทรัพยากรมาสนับสนุน การสร้างพระมหาธาตุเจดีย์และพระพุทธรูปองค์ใหญ่ใช้การประสานงานในแบบทางการ ผลสำเร็จของงานพุทธศิลป์ส่วนหนึ่งเกิดจากประสานงานที่ดีระหว่างวัดกับภาครัฐ และชาวพุทธในประเทศมาเลเซีย

การประสานงานกับชาวพุทธในมาเลยเซียอาศัยเครือข่ายชุมชนสยามในรัฐเปรัค และความสัมพันธ์ส่วนตัว ด้วยพระสงฆ์บางรูปเคยจำวัดอยู่ในมาเลเซียมาก่อน ประกอบกับความมีชื่อเสียงด้านพระบูชาเป็นที่รู้จักของคนทั้งเชื้อสายสยามและเชื้อสายจีน คนเหล่านี้มาเยือนวัดเสมอ ความสัมพันธ์เหล่านี้นำมาสู่การประสานความร่วมมืองานบุญประเพณีต่าง ๆ ด้วย เช่น คนมาเลย์ทอดกฐิน หรือแห่เทียนพรรษามาถวายที่วัด ในทางกลับกันคนไทยภายใต้การนำของวัดไปถวายเทียนพรรษาที่มาเลเซีย เช่น วัดตาแซะ วัดบาลิง วัดยังมีการประสานร่วมมือกันผู้นำศาสนาอิสลาม เบตงเป็นเมืองพหุวัฒนธรรม วัดอยู่ท่ามกลางชุมชนมุสลิม การประสานความร่วมมือของวัดยังอาศัยความคุ้นเคยกับชาวมุสลิมซึ่งร่วมกันมายาวนานจึงกล้าที่จะสื่อสารเพื่อความสงบของเมืองเบตง ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“เคยพบผู้นำศาสนาอิสลาม ในงานกิจกรรมของจังหวัด เคยบอกว่า ขออย่ามีระเบิดที่เบตง คนจะได้มาเที่ยว เราเป็นคนไทยด้วยกัน รักษาแผ่นดินให้อยู่เป็นสุข เขาบอกว่ารุ่นเขาไม่มีแน่ แต่รุ่นอื่นไม่รู้”* (Prahaung, 2015)

อภิปรายผล

การจัดวางพุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างของวัดซึ่งแบ่งระดับได้ 7 ชั้น โดยมีเจดีย์อยู่สูงสุด อาจเทียบได้กับสัญลักษณ์ของแผนภูมิจักรวาลในคติพุทธศาสนา โดยมีเขาพระสุเมรุเป็นศูนย์กลางจักรวาล พระมหาธาตุเจดีย์เปรียบได้กับเจดีย์จุฬามณีบนเขาพระสุเมรุ ดังนั้น เจดีย์จึงไม่ใช่เพียงที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุเท่านั้น แต่มีคุณค่าทางจิตใจ เป็นพื้นที่จินตนาการและสัญลักษณ์ทางจิตวิญญาณ ที่ทำให้เกิดพลังศรัทธาของคนในชุมชน การลำดับชั้นยังอาจสะท้อนคติพุทธปรัชญา สอดคล้องกับแนวคิดของ Jeeratasnakun (2002) ที่ชี้ว่าสิ่งปลูกสร้างในพุทธศาสนาเป็นสื่อแสดงถึงจักรวาลวิทยาตามคติความเชื่อของตน โดยกำหนดอาคารหลังหนึ่งให้มีความหมายแทนเขาพระสุเมรุ พร้อมกับสร้างองค์ประกอบอื่น ๆ เสริมให้เกิดเป็นภาพรวมของโครงสร้างแผนผังจักรวาลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น Kullayanamit (1982) ยังชี้ว่าสิ่งปลูกสร้างในวัดคือสัญลักษณ์ของความสงบนิ่ง เบา ลอย และขึ้นสู่เบื้องสูง อันหมายถึง การบรรลุธรรม ลักษณะภูมิทัศน์ของวัดพุทธาธิวาสจะเห็นว่า ระดับล่างจะปรากฏอารามน้อยใหญ่เรียงรายอยู่ แล้วค่อย ๆ น้อยลงเมื่อถึงตอนบน โดยมีบันไดนาคทอดยาวขึ้นสู่ที่สูง อันหมายถึง เมื่อได้ปฏิบัติธรรมภายในโบสถ์ วิหาร หรือกราบไหว้เพื่อระลึกถึงพุทธองค์แล้ว จุดหมายปลายทางก็คือนิพพาน ที่แสดงออกในรูปเจดีย์ยอดแหลมสูงบนภูเขาสูงสุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Poshyanandana (2015) ซึ่งเห็นว่าความเจริญศรัทธาทางศาสนาเกิดจากการรับรู้สภาพภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมจากวัด ที่ตั้งของพื้นที่และบริเวณโดยรอบ เมื่อแรกสร้างวัดนั้นการจัดการในเรื่องการจัดผังอาคาร และการจัดการที่ว่างทางภูมิทัศน์สะท้อนแนวคิดความเชื่อและปรัชญาทางศาสนา จึงกล่าวได้ว่าสภาพภูมิทัศน์ของวัดได้ผนวกเป็นเนื้อเดียวกับวัฒนธรรมการก่อสร้าง ให้กลายเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างโลกกับสวรรค์ จึงจำเป็นต้องมีระบบการจัดการที่ดี เพื่อส่งเสริมให้วัดมีคุณค่าทางจิตใจและแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กัน

การจัดการของวัดพุทธาธิวาสสะท้อนกระบวนการจัดการซึ่งต้องมีการวางแผน การจัดโครงสร้าง การบัญชา และการประสานงานได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับแนวคิดของ Fayol (1961 cited in Santhiwong, 1997) ซึ่งเห็นว่า ไม่ว่าองค์กรใด ๆ มักมีองค์ประกอบเหล่านี้เป็นพื้นฐาน เพื่อนำองค์กรสู่ความสำเร็จ ผลลัพธ์อาจเป็นกำไร ความรู้ใหม่ ความผูกพัน หรือความยั่งยืน แต่กระนั้นก็ดีการจัดองค์กรศาสนามีสำนึกของจารีตศาสนา เป้าหมายจึงเน้นการพัฒนาจิตใจ กรณีวัดพุทธาธิวาสสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ผู้นำ ดังการวางแผนแทนที่จะเน้นไปที่วัตถุสิ่งปลูกสร้างโดยตรง กลับเน้นที่คน สร้างคนให้มีจิตสำนึกที่ดีก่อนไปดูแลรักษาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สอนให้บุคลากรของวัดรู้จักคิด รักษามารยาทบุคคลเพื่อดำรงภาพลักษณ์ของวัด การจัดการวัดที่ดีต้องมีการวางแผน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Nagavaro, Suthiwirabandit, and Thongin (2017) ที่เห็นว่า รูปแบบการพัฒนาการบริหารจัดการวัดที่ดีในจังหวัดชัยนาท คือการจัดทำแผนพัฒนาวัด แผนพัฒนาเครื่องมือบริหารจัดการ มีแผนการสร้างและพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ในส่วนของวัดพุทธาธิวาสการวางแผนจัดการยังคำนึงถึงการพัฒนานักท่องเที่ยวผู้ศรัทธา อย่างน้อยรู้จักรักษาความสงบทางใจ เพราะวัดมิได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นแต่เป็นแหล่งเรียนรู้หลักธรรมพระพุทธศาสนา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Klinchan, Suyajai, and Thachatammo (2009) ที่พบว่า การบริหารการอนุรักษ์ศาสนสถานเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นกับผู้นำ

หรือผู้รับผิดชอบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเจ้าอาวาสหรือผู้ช่วยเจ้าอาวาส เพราะวัดเป็นองค์กรศาสนามิใช่แหล่งพักผ่อนเหมือนทั่วไป เป็นแหล่งทัศนศึกษาและแหล่งปฏิบัติธรรมในเวลาเดียวกัน การจัดการของพระสงฆ์จึงจำเป็นต้องรักษาศาสนสถานให้ดำรงอยู่คู่การพัฒนาจิตใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Bhudhisaro (2016) ที่พบว่าการจัดการท่องเที่ยวในวัดในฐานะที่วัดและศาสนสถานเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ควรมีการวางแผนพัฒนาวัดให้สอดคล้องกับหลักการ แนวคิด และวิถีปฏิบัติในทางศาสนาก่อน จากนั้นให้จัดทำผังการใช้สอยพื้นที่ของวัด ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งส่วนใหญ่เอื้อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ข้อสนับสนุนนี้สะท้อนการวางแผนควรเป็นกระบวนการแรก ๆ ของการจัดการก่อนจัดสรรหน้าที่ต่าง ๆ ตามมา

การจัดสรรฝ่ายต่าง ๆ ของวัดมีลักษณะร่วมด้วยช่วยกัน มีโครงสร้างไม่ชัดเจนแน่นอนเหมือนองค์กรอื่น ๆ โดยแบ่งออกเป็นฝ่ายปกครอง ฝ่ายเผยแพร่ธรรมะ ฝ่ายการศึกษา และฝ่ายสถานที่และอื่น ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรงคือฝ่ายสถานที่และอื่น ๆ โดยปฏิบัติร่วมกันระหว่างพระภิกษุกับฆราวาส การดูแลความสะอาดรอบกุฏิถือเป็นหน้าที่ของพระภิกษุสามเณร การกวาดลานพระพุทธรูปกลางแจ้งและเจดีย์มีฆราวาสช่วยเหลือแต่ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ Klinchan et al. (2009) ในการศึกษาเรื่องศาสนสถานที่สำคัญต่อการอนุรักษ์การท่องเที่ยวของวัดในกรุงเทพมหานคร พบว่า วัดที่มีนักท่องเที่ยวมาก มีการบริหารการจัดการสมัยใหม่ โดยใช้จำนวนผู้ดูแลที่เป็นฆราวาสจำนวนมาก โดยแบ่งหน้าที่กันทำ เช่น การรักษาความสะอาด ความปลอดภัยในทรัพย์สิน ส่วนวัดที่มีนักท่องเที่ยวค่อนข้างน้อยยังมีการบริหารจัดการโดยเจ้าอาวาสผู้ช่วยเจ้าอาวาส หรือมอบหมายให้บุคคลอื่นดูแล ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับวัดพุทธาธิวาสที่มีนักท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย การบริหารจัดการจึงมักอยู่ที่เจ้าอาวาสผู้ช่วยเจ้าอาวาสเป็นหลัก ทำให้การจัดสรรฝ่ายต่าง ๆ ยังต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

การสั่งการหรือบัญชาให้ช่วยเหลือกันทำงานอยู่ในกรอบคุณธรรม ผู้บริหารจัดการวัดใช้วิธีขอร้อง ขอกำลังจากพระสงฆ์สามเณรหรือฆราวาสมากกว่าใช้อำนาจขู่เข็ญ โดยชี้แจงให้เห็นประโยชน์ร่วมกัน โดยเฉพาะการพัฒนาวัดให้เป็นทางเลือกของการท่องเที่ยวชุมชน การบัญชาอย่างราบรื่นเกิดจากการดำรงสมณเพศแนวราบระหว่างเจ้าอาวาสกับพระสงฆ์ทั่วไป โดยให้เกียรติซึ่งกันและกันเอางานเป็นตัวตั้ง ซึ่งให้ประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่ารายได้ของวัด อย่าให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าวัดต้องการกอบโกยรายได้จากการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความเห็นของ Bhudhisaro (2016) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มองที่รายได้ แต่หลักการทางพระพุทธศาสนาอาจตีความการเที่ยววัดที่ต่างออกไปเพราะวัดมีหลักคิดที่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ การออกแบบท่องเที่ยวต้องได้ประโยชน์ในองค์รวมรู้คุณค่าในเรื่องของหลักการที่ถูกต้องในพระพุทธศาสนา การมาท่องเที่ยวในศาสนาต้องส่งเสริมให้ผู้มารู้คุณค่า และพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมทางศาสนาได้ด้วย การจัดการวัดยังเน้นด้านกายภาพวัด คือความสวยงาม ความสะอาด ความเป็นระเบียบของวัด ให้คุณค่าพุทธศิลป์เป็นที่ตั้ง อาจกล่าวได้ว่าการจัดการของวัดมีปัจจัยจากวิสัยทัศน์ผู้นำเป็นหลัก เจ้าอาวาสคำนึงถึงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวการจัดการด้านภูมิทัศน์ของวัด บางครั้ง เจ้าอาวาสปฏิบัติด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นคนชอบต้นไม้

ชอบงานศิลป์ พุทธศิลป์สิ่งปลูกสร้างภายในวัดจึงดูกลมกลืน การลงมือปฏิบัติด้วยตนเองได้สร้างแบบอย่างที่ดีให้กับพระภิกษุสามเณรรูปอื่น ๆ ความเข้าใจผู้อื่นของผู้บังคับบัญชาช่วยให้งานกิจกรรมที่ขับเคลื่อนเพื่อการท่องเที่ยวบรรลุสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของฟาโยลที่เห็นว่าหน้าที่ในการสั่งงานต่าง ๆ ของผู้บริหาร ถ้ากระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี เข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชาจะช่วยให้งานต่าง ๆ สำเร็จผลและเกิดการประสานงานที่ดี

การประสานงานของวัดมีผู้บริหารเป็นหลัก ประสานกับคน ชุมชน และองค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยยึดหลักวิธีหันหน้าเจรจาปรับความเข้าใจ หากความคิดเห็นไม่ตรงกัน ทำความเข้าใจผู้อื่นโดยศึกษาบริบทผู้ทำงานร่วมกัน เช่น การเรียนรู้ระบบราชการ อันส่งผลให้วัดประสานด้วยดีกับภาครัฐ รวมถึงการค้นหาศักยภาพของวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยสื่อสารไปยังคนภายนอก นักท่องเที่ยวชาวมาเลย์ โดยเฉพาะชาวสยาม ประเด็นการสื่อสารจะทำให้เห็นประโยชน์ร่วมกัน เข้าใจจุดหมายในการรักษาวัฒนธรรมไทยร่วมกัน การประสานที่ไร้ประสิทธิภาพในการสื่อสารย่อมส่งผลกระทบด้านการท่องเที่ยวของวัด อย่างน้อยคือเงินทอดกฐินจากคนภายนอก สอดคล้องกับแนวคิดของ Tawinwong (2016) ที่พบว่า การประสานกับภาคส่วนต่าง ๆ ถ้าไม่ชัดเจนเท่าที่ควร อาจทำให้ความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ถ้าชัดเจนจะทำให้ชุมชนมีความรักสามัคคี รู้สึกผูกพัน อีกทั้งความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรมของตน พร้อมที่จะถ่ายทอดสู่บุตรหลานและนักท่องเที่ยวต่อไป เช่นเดียวกับ Sukmitree (2018) ที่สรุปว่า หลักการประสานงานนั้น บุคลากรในองค์การต้องตระหนัก และพยายามปฏิบัติงานในหน้าที่ให้ดำเนินไปตามความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ นโยบาย และ มีความร่วมมือร่วมใจในการทำงานร่วมกัน รวมถึงการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน กะทัดรัด เข้าใจง่าย

อาจกล่าวได้ว่าวัดพุทธาธิวาสเป็นแหล่งที่ช่วยเสริมทัศนียภาพเมืองเบตง ทั้งด้วยภูมิทัศน์ธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม ซึ่งหลอมรวมให้เกิดบรรทัดฐานในการจัดการที่ถูกต้องเหมาะสมด้วยโลกทัศน์ของคนในชุมชนอย่างน้อย 3 ประการ ได้แก่ 1) ด้านสุนทรียลักษณ์ คือ การจัดวางแผนผังรูปลักษณ์พุทธศิลป์และการตกแต่ง 2) ด้านจิตใจ คือ การทำให้วัดเป็นพื้นที่จินตนาการ ที่คนในท้องถิ่นให้ความหมายแง่สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คอยรักษาเมือง ในอันที่จะช่วยร้อยรัดชาวพุทธในชุมชนที่หลากหลายรวมตัว และ 3) ด้านสังคมและเศรษฐกิจ คือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างพระสงฆ์ คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวและการเพิ่มพูนรายได้ที่มาจากทุนทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับทัศนะของ Prakruwisutthiselapiwath (2015) ที่ว่า ทุกวัดมีต้นทุนทางวัฒนธรรมสูงมาก นอกจากประวัติศาสตร์ความเป็นมา ยังมีคุณค่าทางศิลปะผ่านทางสถาปัตยกรรม จิตรกรรม จนกระทั่งข้าวของเครื่องใช้ในวัด เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นแหล่งวัฒนธรรมของวัดได้อย่างดี การพัฒนาควรนำต้นทุนเหล่านี้มาใช้และบูรณาการอย่างเหมาะสม ประเด็นที่น่าสนใจของวัดจึงอยู่ที่ความสามารถจัดการตนเอง เพื่อการดำรงอยู่ของวิถีพุทธและศิลปะไทย หากจะปรับปรุงให้ยั่งยืนก็ด้วยการเสริมกระบวนการเรียนรู้คุณค่าพุทธศิลป์แก่ชุมชนไม่เพียงแต่พระสงฆ์ในวัดเท่านั้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การจัดการวัดแม้เป็นหน้าที่ของพระสงฆ์ผู้บริหารวัด แต่ไม่ควรปฏิเสธการมีส่วนร่วมของประชาชน งานวิจัยต่อไปจึงควรมุ่งประเด็นการจัดการพุทธศิลป์เพื่อการท่องเที่ยวของวัดอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะก่อให้เกิดพัฒนาอย่างยั่งยืนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่มีบริบทสังคมแตกต่างจากภูมิภาคอื่น

2. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชายแดนไทย-มาเลเซีย การจัดการพุทธศิลป์และการจัดการวัดของพระสงฆ์ฝ่ายบริหารวัด ควรเน้นการตอบสนองความต้องการของชาวมาเลเซียเชื้อสายสยาม เพื่อเสริมสร้างความรักสามัคคีของชาวพุทธสองแผ่นดิน และความเข้มแข็งของชนกลุ่มน้อยท่ามกลางคนส่วนใหญ่ซึ่งเป็นมุสลิม

เอกสารอ้างอิง

Bhudhisaro, R. (2016) *The concept of travel resource management (temple) in Buddhism: Theory, principles and practices*. Retrieved from http://gps.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2016/09/Buddhist-Tour-Management.pdf **[in Thai]**

Foundation for Pramahathatchediphakdeeprakas. (n.d). *Pramahathatchediphraputtatham prakas*. Bangkok: Amarinprinting and Publishing. **[in Thai]**

Jeeratasnakun, S. (2002). *Temple: Buddhist and Thai architecture*. Bangkok: Kledthai. **[in Thai]**

Jeerawit, Fake name. (2015, January 25). *Tourist* (interview). **[in Thai]**

Klinchan, N., Suyajai, P., & Thachatammo, P. (2009). *The important religious sanctuary to ward ecotourism of temples in Bangkok* (Research report). Phra Nakhon Si Ayutthaya: Mahachulalongkornrajavidyalaya University. **[in Thai]**

Kongkham, T. (2019). *Betong bustle with Malaysian, Singapore tourists, until full hotel bookings during the new year*. Retrieved from https://www.thaipost.net/ **[in Thai]**

Kruthniyom, T. (1998). *History of Phutthattiwas, Betong, Yala Province*. Bangkok: Sahathammic Printing House. **[in Thai]**

Kruthniyom, T. (2015, January 25). *Acedamic* (interview). **[in Thai]**

Kullayanamit, C. (1982) *Thai aspects*. Bangkok: Thaiwattapanich. **[in Thai]**

Kumdee, K. (2015). Temples and religion place in tourism dimension. *Journal of Graduate Study in Humanities and Social Science*, *4*(2), 175-191. **[in Thai]**

Mani, Fake name. (2015, March 16). *Tourist* (interview). **[in Thai]**

Marnit, Fake name. (2015, March 16). *Tourist* (interview). **[in Thai]**

Nagavaro, P., Suthiwirabandit, P., & Thongin, T. (2017). Good management model of monastery in Chainat Province. *Journal of MCU Social Sciences Review*, *6*(4), 141-153. **[in Thai]**

National News Bureau of Thailand. (2015). *"Betong" tourism model city*. Retrieved from http://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG200226121614070 **[in Thai]**

Nokkaew, C. (2016). *Tell story "Betong" with old images*. Yala: Yala Printing. **[in Thai]**

Piyakoon, C. (2018). *Go back to dead sites of Luang phor thuat who tread fresh water*. Retrieved from https://www.komchadluek.net/news/knowledge/222286 **[in Thai]**

Poshyanandana, V. (2015). *Landscape and architecture management of Thai temples for faith fostering: Past to present* (Research report). Bangkok: Chulalongkorn University. **[in Thai]**

Prahaung, Fake name. (2015, May 27). *Monk* (interview). **[in Thai]**

Prakrupaisarnwitthikid. (2015, March 15). *Monk* (interview). **[in Thai]**

Prakruwisutthiselapiwath. (2015) The temples development model toward tourism place culture integration. *Journal of MCU Humanities. Sciences Review*, *1*(20), 65-74. **[in Thai]**

Prasarn, Fake name. (2015, March 15). *Monk* (interview). **[in Thai]**

Prayongyuth, Fake name. (2015, March 15). *Monk* (interview). **[in Thai]**

Prom, Fake name. (2015, March 14). *Villager* (interview). **[in Thai]**

Saksri, N., & Thaphatthee, W. (1996). *Royal craftsmen Thai architecture works of Mittrarun Kasemsri*. Bangkok: Bangkok Printing House. **[in Thai]**

Santhiwong, T. (1997). *Organization and administration* (11th ed.). Bangkok: Thaiwatthanapanich. **[in Thai]**

Sukmitree, J. (2018). Coordination techniques in organizations. *Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University*, *5*(2), 263-276. **[in Thai]**

Tawinwong, K. (2016). *Tourism management for cultural preservation and highlighting Buddhism through temple stay retreats in and around Wat Phuket, Northern Thailand* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. **[in Thai]**

Tepsing, P., & Boonprakarn, K. (2019). Buddhist temple management for religious tourism: A case study of Tham Khao Roop Chang temple, Songkhla Province, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *40*(2), 472-479. **[in Thai]**

Wat Phutthattiwas (2015). Record of Buddha image creation (tablet). Betong, Yala Province. **[in Thai]**

บทความวิจัย

การพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้: การวิจัยอิงการออกแบบ

The Development of a Research Competency Measurement Tool for Learning Development of Student Teachers in Multicultural Southern Border Provinces: A Design-Based Research

พล เหลืองรังษี[1*] และ กฤธยากาญจน์ โตพิทักษ์[1]
Pol Luangrangsee[1*] and Krittyakan Topithak[1]

Abstract

This research aims to develop a research competency evaluation for the learning development of student teachers in multicultural southern border provinces by using design-based research methods. The research sample group was 320 fifth-year students, studying in the Faculty of Education at higher education institutions. The research tool was a research competency evaluation for the learning development of student teachers in multicultural southern border provinces. The difficulty index, discrimination, inter-rater reliability between the responders, reliability, and second-order confirmatory factor analysis were used for data analysis.

[1]สาขาวิชาวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ต.ท่าโพธิ์ อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000

[1]Department of Education Research and Evaluation, Faculty of Education, Naresuan University, Tha Pho Sub-district, Mueang District, Phitsanulok Province 65000

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: pol_luang@hotmail.com)

รับบทความวันที่ 3 พฤศจิกายน 2563 แก้ไขวันที่ 22 มีนาคม 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 24 มีนาคม 2564

The research results found three components with thirteen indicators that are relevant in a multicultural society, which were five indicators about research knowledge competencies, five indicators about research skill competencies, and three indicators about personal characteristics competencies. For fifteen items of research knowledge competencies the difficulty index was between 0.32 - 0.72 and discrimination from 0.20 and above. A number of items regarding research skills competencies in a multicultural society were fifteen and the number of items regarding personal characteristics was nine. The examination of construct validity by second-order confirmatory factor analysis found that the model was consistent with the empirical data.

Keywords: *Research Competency Measures, Multicultural, Southern Border Provinces, Design-Based Research*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ โดยใช้วิธีการวิจัยอิงการออกแบบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 5 จำนวน 320 คน ซึ่งกำลังศึกษาคณะศึกษาศาสตร์หรือครุศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษา จังหวัดชายแดนใต้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก ค่าความเที่ยงทั้งฉบับ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ มี 3 องค์ประกอบ 13 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 5 ตัวบ่งชี้ สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 5 ตัวบ่งชี้ และสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 3 ตัวบ่งชี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ แบบวัดสมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 15 ข้อ มีค่าความยากง่ายระหว่าง 0.32 - 0.72 และมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป ด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 15 ข้อ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 9 ข้อ ทั้งนี้ จากการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: *แบบวัดสมรรถนะวิจัย สังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ วิจัยอิงการออกแบบ*

บทนำ

สถานการณ์ความรุนแรงของปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้มีมาอย่างยาวนานและเริ่มทวีความรุนแรงมากขึ้น ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขของประชาชน เกิดภาวะระบบเศรษฐกิจหดตัว ซึ่งเป็นปัญหาที่มีความละเอียดอ่อน ซับซ้อน และเชื่อมโยงหลายมิติ เช่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม การศึกษา วัฒนธรรม ประเพณีไทย ความเชื่อตามหลักศาสนาและความมั่นคง การแก้ปัญหาจึงเป็นสิ่งที่ดำเนินการได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากต้องดำเนินการให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และครอบคลุมทุกมิติที่เป็นสาเหตุของปัญหา สาเหตุความไม่สงบของจังหวัดชายแดนใต้ส่วนหนึ่งเกิดจากความหลากหลายด้านวัฒนธรรมของประชาชนในพื้นที่ โดยเป็นความหลากหลายด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากบริบทสังคมอื่น ๆ ในประเทศไทย การยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของแต่ละวัฒนธรรมที่เรียกว่าการบูรณาการวัฒนธรรม (Cultural Integration) หรือพหุวัฒนธรรม (Cultural Pluralism) หมายถึงการที่สังคมยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม ไม่พยายามครอบงำซึ่งกันและกัน (Pongsapit, 2002) สังคมพหุวัฒนธรรมในจังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วยกลุ่มวัฒนธรรมชาวไทยมุสลิมภาคใต้ ชาวไทยถิ่นใต้ และชาวไทยเชื้อสายจีนที่ต่างต้องเรียนรู้การอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ผ่านวัฒนธรรมไทยกลาง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหลักประจำชาติ Thongmak, Niamteat, Showsuwan, and Sitthichai (2018) ได้อธิบายว่า คุณภาพการศึกษาในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นในประเทศไทย โดยเฉพาะปัจจัยด้านการศึกษาที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นค่อนข้างสูง ทั้งด้านภาษา ศาสนา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และชาติพันธุ์ ดังนั้นการเข้าใจบริบทสังคมพหุวัฒนธรรมจะสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียน ผู้ปกครอง และผู้เกี่ยวข้องเกิดการเรียนรู้บนพื้นฐานความแตกต่างทางวัฒนธรรม

Phochanukul (2008 cited in Marso, 2012) ได้อธิบายว่าเป้าหมายสำคัญของการจัดการศึกษาตามแนวทางพหุวัฒนธรรม คือ การเปลี่ยนแปลงสถานศึกษาซึ่งมีผู้เรียนทั้งชาย-หญิง ผู้มีความสามารถพิเศษ ผู้เรียนจากวัฒนธรรมที่หลากหลายชนชั้นทางสังคม เชื้อชาติ และกลุ่มชน โดยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีความเท่าเทียมกันในสถานศึกษา ดังนั้นความสำคัญของเป้าหมายในการจัดการศึกษาพหุวัฒนธรรม คือ การเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนภายใต้สมมติฐานที่ว่าผู้สอนสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้ผู้เรียนที่มาจากกลุ่มที่หลากหลาย โดยการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการศึกษากับวัฒนธรรมและลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนแต่ละคน Baruth and Manning (1991) กล่าวว่า เป้าหมายของพหุวัฒนธรรมที่ควรมีในทุกคน คือ เข้าใจและยอมรับความแตกต่างและคล้ายคลึงระหว่างวัฒนธรรม การพัฒนาเจตคติที่ดีต่อเชื้อสายของบุคคลอย่างเหมาะสมเพื่อจะได้พัฒนาทักษะความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติที่จำเป็นต้องอยู่ในสังคมพหุวัฒนธรรม จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และรายงานการวิจัยสรุปได้ว่าวิธีการแก้ปัญหาความไม่สงบที่จะส่งผลให้เกิดความสันติสุขระยะยาว คือ การจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความเป็นพหุวัฒนธรรมของ

พื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ ดังที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 มาตรา 4 ได้กำหนดความหมายคำว่า การศึกษา หมายถึง กระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต นอกจากนี้ มาตรา 6 ได้ให้จุดมุ่งหมายและหลักการของการจัดการศึกษาไว้ว่า การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข สรุปได้ว่า การศึกษามีผลต่อการทำให้สังคมมีความสันติสุข

ครูมีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติ เพราะประชาชนได้รับการศึกษาที่ดีจากครูที่มีคุณภาพ การพัฒนาครูให้มีคุณภาพต้องเริ่มจากการพัฒนาผู้ที่กำลังศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตหรือหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต เพราะบุคคลที่สำเร็จการศึกษาทั้งสองหลักสูตรนี้ย่อมคาดหวังที่จะเป็นครู ดังนั้น สถาบันอุดมศึกษาที่มีคณะครุศาสตร์หรือศึกษาศาสตร์ ซึ่งมีภารกิจผลิตบัณฑิตครูโดยการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมและพัฒนานักศึกษาครูให้เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่ดีตามที่สังคมคาดหวัง เพื่อให้การดำเนินงานของสถาบันผลิตครูมีมาตรฐานวิชาชีพตามที่กำหนด จึงจำเป็นต้องมีองค์กรที่ทำหน้าที่กำหนดมาตรฐานวิชาชีพ กำกับ และดูแลการปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพ องค์กรที่ทำหน้าที่ดังกล่าว คือ สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา นอกจากการกำกับหลักสูตรครูให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพแล้ว คุรุสภายังมีบทบาทพัฒนามาตรฐานความรู้และประสบการณ์วิชาชีพครู ซึ่งคุรุสภาได้ประกาศมาตรฐานความรู้วิชาชีพครู (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 จำนวน 6 ด้าน โดยแต่ละด้านได้กำหนดสาระความรู้และสมรรถนะไว้ควบคู่กัน เช่น ด้านการวัด ประเมินผลการเรียนรู้ และการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาผู้เรียน ประกอบด้วย สาระความรู้เกี่ยวกับการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาผู้เรียน โดยมีสมรรถนะที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 สมรรถนะ คือ วัดและประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียน และนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนาผู้เรียนได้ เลือกใช้ผลการวิจัยไปใช้ในการจัดการเรียนรู้ได้ และทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและพัฒนาผู้เรียนได้ (Office of the Prime Minister, 2020)

นักวิชาการและนักการศึกษาได้แสดงความเห็นว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนและเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมในทุกวิชาชีพ คือ การพัฒนาด้วยการวิจัย เฉกเช่นเดียวกับที่คุรุสภาให้ความสำคัญการวิจัยทางการศึกษาโดยกำหนดให้ครูต้องมีความรู้ด้านการวิจัยทางการศึกษาและมีสมรรถนะด้านการวิจัยเพื่อให้ครูหรือนักวิจัยทางการศึกษามีสมรรถนะวิจัยมากยิ่งขึ้น Pitayanuwat (1996) ได้ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะของนักวิจัยทางการศึกษา พบว่า แนวทางแก้ไขเพื่อให้นักวิจัยมีสมรรถนะมากยิ่งขึ้นอาจทำได้ 2 ลักษณะ คือ การประมวลประสบการณ์จากผู้ช่วยนักวิจัยสู่นักวิจัยมืออาชีพจะเป็นเส้นทางที่สำคัญที่จะสร้างนักวิจัย และการใช้วิธีวิจัยเป็นวิธีการเรียนรู้และวิธีการสอน โดยนักวิจัยผู้สอนต้องให้ความสนใจกับวิธีสอนมากขึ้นและคำนึงเสมอว่าจะสอนอย่างไรให้ได้ผลที่ดีที่สุด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาได้อธิบายเกี่ยวกับสมรรถนะวิจัยไว้หลากหลาย เช่น สมรรถนะนักวิจัยหรือคุณสมบัตินักวิจัย หมายถึง ลักษณะที่แสดงออกถึงความรู้ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับวิจัย ซึ่งมีนักวิชาการและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิจัยได้ให้ข้อคิดเห็นว่านักวิจัยควรมีสมรรถนะ ดังนี้ Office of the Basic Education Commission (2009) ได้กำหนดสมรรถนะ ตัวบ่งชี้ และพฤติกรรมหรือทักษะในสมรรถนะที่ 4 การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้เรียน โดยกำหนดตัวบ่งชี้ไว้ว่า ครูจะต้องมีคุณลักษณะด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ดังนี้ จัดทำแผนการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ และการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในกรณีศึกษาอื่น ๆ ที่มีบริบทของปัญหาที่คล้ายคลึงกัน Chaichanalert (2009) ได้สังเคราะห์ตัวบ่งชี้สมรรถนะการวิจัยของครูมี 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านความรู้ความสามารถในการทำวิจัย องค์ประกอบด้านทักษะในการทำวิจัย และองค์ประกอบด้านเจตคติในการทำวิจัย Promthong (2014) ได้สังเคราะห์สมรรถนะนักวิจัยในต่างประเทศ โดยศึกษาข้อมูลจากบริษัทที่ปรึกษาเอเปคและเดลลอต (Apec-Deloitte consulting) และงานวิจัยที่เกี่ยวกับสมรรถนะนักวิจัย พบว่า สมรรถนะของนักวิจัยปี ค.ศ. 2020 ควรมีสมรรถนะหลัก 3 ด้าน คือ สมรรถนะด้านวิทยาการ (Scientific Competencies) ทักษะด้านโครงการและการจัดการทีม (Project and Team Management Skills) และความสามารถส่วนบุคคลและทักษะสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น (Personal Aptitude and Interpersonal Skills)

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการวิจัยอิงการออกแบบ (Design-Based Research: DBR) คือ เพื่อพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยในกระบวนการออกแบบนวัตกรรมหรือการทดลองสิ่งประดิษฐ์ที่พัฒนาขึ้น DBR เป็นวิธีวิทยาการวิจัยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของครู โดยการวิเคราะห์ออกแบบพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอน หลักสูตร สื่อ กิจกรรม และการนำผลการออกแบบสู่การปฏิบัติ โดยเป็นการวิจัยที่อาศัยการทำงานแบบร่วมมือรวมพลังระหว่างผู้วิจัยและผู้ปฏิบัติในสถานการณ์จริง (Wongvanich, 2016) จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสังเคราะห์สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม ด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อใช้ในการพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของ DBR คือ เพื่อใช้พัฒนากิจกรรมการเรียนการสอนด้านวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครู โดยนำวิธีการจัดการเรียนรู้แบบพหุวัฒนธรรมศึกษาตามแนวความคิดของ Banks (2001) ได้แก่ การบูรณาการเนื้อหา กระบวนการสร้างองค์ความรู้ การลดอคติ และหลักความเสมอภาคมาผสมผสานเพื่อให้เกิดวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทในจังหวัดชายแดนใต้

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยนำเสนอผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาในสังคมพหุวัฒนธรรม และแนวคิดการวิจัยอิงการออกแบบ

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

Office of the Basic Education Commission (2009) ได้กำหนดสมรรถนะ ตัวบ่งชี้ และพฤติกรรมหรือทักษะเกี่ยวกับการวิจัยในสมรรถนะที่ 4 การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้เรียน หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจ แยกประเด็นเป็นส่วนย่อย รวบรวม ประมวลหาข้อสรุปอย่างมีระบบ และนำไปใช้ในการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้เรียน รวมทั้งสามารถวิเคราะห์องค์กรหรืองานในภาพรวมและดำเนินการแก้ปัญหาเพื่อพัฒนางานอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดตัวบ่งชี้ที่ 3 การวิจัยเพื่อพัฒนาผู้เรียนว่าครูจะต้องมีพฤติกรรม ดังนี้

1. จัดทำแผนการวิจัยและดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบตามแผนดำเนินการการวิจัยที่กำหนดไว้
2. ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ
3. การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในกรณีศึกษาอื่น ๆ ที่มีบริบทปัญหาที่คล้ายคลึงกัน

Chaichanalert (2009) สังเคราะห์ตัวบ่งชี้สมรรถนะการวิจัยของครูมี 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความสามารถในการทำวิจัย ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดปัญหาการวิจัย การกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย การระบุตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสร้างเครื่องมือหรือนวัตกรรมมาใช้ในการวิจัย การออกแบบการวิจัยแบบต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย การใช้เทคนิคและวิธีการจัดเก็บข้อมูลวิจัยชนิดต่าง ๆ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานและแปลผล สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัยได้อย่างถูกต้องตามระเบียบวิธีการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
2. องค์ประกอบด้านทักษะในการทำวิจัย ประกอบด้วย การวางแผนการวิจัย การสร้างเครื่องมือการวิจัย การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานผลการวิจัย การใฝ่หาความรู้ในการวิจัยอยู่เสมอ ความมุ่งมั่นที่จะแก้ปัญหา มีมนุษยสัมพันธ์ให้ความร่วมมือกับผู้อื่นในการทำงานเป็นทีม มีความขยันหมั่นเพียร
3. องค์ประกอบด้านเจตคติในการทำวิจัย ประกอบด้วย การรับรู้ว่าตนมีความสามารถทำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมให้ประสบผลสำเร็จได้ การรับรู้ว่าการทำวิจัยทำให้มีโอกาสพบปะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับคนอื่น ๆ การรับรู้ว่าการทำวิจัยทำให้เกิดความภาคภูมิใจจากการปฏิบัติ

ด้วยตนเอง การรับรู้ว่าตนมีส่วนร่วมในการทำวิจัยมีความภาคภูมิใจในการเรียนรู้จากการปฏิบัติในสภาพจริง การรับรู้ว่าโรงเรียนมีการส่งเสริมให้เกิดการกระจายภารกิจให้ครูสามารถทำวิจัยได้ การรับรู้ว่าครูทุกคนมีความสามารถเท่าเทียมกันในการวิจัย การรับรู้ว่าตนเองมีโอกาสสะท้อนความคิดการเรียนรู้การวิจัยและพัฒนาของตนเอง มีความเต็มใจในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายด้วยตนเองแทนการควบคุมโดยผู้อื่น ไว้วางใจยอมรับข้อเสนอแนะของบุคคลอื่นในกระบวนการของการเปลี่ยนแปลง มีเจตคติที่ดีต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมฝึกปฏิบัติโดยใช้กระบวนการกลุ่มหรือทีมงาน มีความภาคภูมิใจในผลการวิจัยของตนเอง เห็นคุณค่า และประโยชน์ของการวิจัย มีความมุ่งมั่นต่อการวิจัย มีความพยายามแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอนด้วยการวิจัย มีความใฝ่รู้ในเรื่องการวิจัยด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า สมรรถนะแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) หมายถึง องค์ความรู้ตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ ด้านทักษะ (Skill) หมายถึง ความสามารถตามลักษณะงานที่รับผิดชอบ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Attribute) หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลที่กำหนดพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออก

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาในสังคมพหุวัฒนธรรม

นักวิชาการและนักการศึกษาได้อธิบายแนวทางการจัดการศึกษาแบบพหุวัฒนธรรมศึกษา ซึ่งบทความนี้นำเสนอเฉพาะที่สอดคล้องกับบริบทของสภาพปัญหาการจัดการศึกษาในจังหวัดชายแดนใต้ โดย Banks (2001) ได้เสนอแนวทางการจัดการศึกษาแบบพหุวัฒนธรรมศึกษา 4 มิติ ดังนี้

1. การบูรณาการเนื้อหา (Content Integration) คือ การที่ครูผู้สอนยังคงสอนวิชาต่าง ๆ เหมือนที่เคยสอนมา ขณะเดียวกันได้นำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของกลุ่มต่าง ๆ มาสอดแทรกบูรณาการเนื้อหาเดิมที่กำลังสอนอยู่ โดยครูอาจนำข้อมูลสารสนเทศจากกลุ่มวัฒนธรรมของนักเรียนที่อยู่ในห้องเรียน โรงเรียน หรือชุมชนมายกตัวอย่างหรืออภิปรายร่วมกัน ซึ่งวิธีนี้นอกจากจะเหมาะสมกับการสอนวิชาทางด้านภาษาและสังคมศึกษาแล้ว ยังสามารถสอดแทรกในวิชาด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ได้ด้วย

2. กระบวนการสร้างองค์ความรู้ (The Knowledge Construction Process) ครูมีบทบาทช่วยให้นักเรียนเกิดความเข้าใจว่าความรู้ถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร องค์ประกอบทางเชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพศ ชนชั้นทางสังคมของบุคคล หรือกลุ่มบุคคลมีอิทธิพลต่อการก่อเกิดความรู้นั้น ๆ อย่างไร ข้อสรุป กรอบการอ้างอิง ทรรศนะ และความลำเอียงของคนในวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ เกิดขึ้นจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง ดังนั้น การจัดการศึกษาแบบพหุวัฒนธรรมศึกษาในมิตินี้ สถานศึกษาและครูจะต้องเปลี่ยนจากการเรียนที่มุ่งเน้นให้นักเรียนจดจำเป็นการกระตุ้นส่งเสริมให้นักเรียนมีโอกาสค้นคว้า จากการฟัง พูด อ่าน เขียน แลกเปลี่ยนอภิปรายความคิดเห็นเพื่อให้นักเรียนพัฒนาทักษะการคิดเชิงคิดวิเคราะห์ เปรียบเทียบ ตัดสินใจ เกิดความเข้าใจผู้คนที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างจากตน เข้าใจถึงทรรศนะการมองโลกของพวกเขา

3. การลดอคติ (Prejudice Reduction) มิตินี้เชื่อว่าเด็กส่วนใหญ่ที่เข้าโรงเรียนมาพร้อมกับเจตคติต่อเชื้อชาติ ชาติพันธุ์อื่น ๆ ในทางลบ ซึ่งสะท้อนถึงเจตคติของพ่อแม่ ผู้ปกครองของพวกเขาเช่นกัน ดังนั้น แนวคิดสำคัญ คือ ทำอย่างไรที่สถานศึกษาและครูสามารถปลูกฝังเจตคติทางเชื้อชาติ

ในทิศทางบวกและปลูกฝังเจตคติค่านิยมความเป็นประชาธิปไตยให้เกิดในตัวนักเรียน โดยการจัดหลักสูตรที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้นักเรียนมีเจตคติต่อเชื้อชาติในทางบวกและมีค่านิยมแบบประชาธิปไตย ด้านกิจกรรม 4 ประการ ดังนี้ การให้การเสริมแรงนักเรียน การให้นักเรียนได้รับรู้ถึงความแตกต่างของทางเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในห้องเรียนและในสังคม การปรับเปลี่ยนหลักสูตร และการใช้กิจกรรมการเรียนที่เน้นความร่วมมือและมีการติดต่อสัมพันธ์กัน

4. หลักความเสมอภาค (Equity Pedagogy) มิตินี้มุ่งเน้นให้ครูปรับวิธีการสอนที่จะเอื้ออำนวยสนับสนุนให้นักเรียนที่มาจากต่างชาติต่างวัฒนธรรมประสบความสำเร็จในการเรียน โดยครูส่งเสริมให้นักเรียนจากกลุ่มต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในชั้นเรียนอย่างทั่วถึง ทั้งการอภิปรายแสดงความคิดเห็น การทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาในสังคมพหุวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะวิจัยเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม (Knowledge of Research in a Multicultural Society) หมายถึง องค์ความรู้ของนักศึกษาครูที่มีต่อการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม มีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนรายงานการวิจัย

องค์ประกอบที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม (Skill of Research in a Multicultural Society) หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาครูในการปฏิบัติการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม โดยการฝึกปฏิบัติจนเกิดทักษะในการปฏิบัติด้านวิจัยตั้งแต่มีความสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ความสามารถจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม ความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล ความสามารถวิเคราะห์ข้อมูล และความสามารถเขียนรายงานการวิจัย

องค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal Attribute) หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาครู ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของครูที่แสดงออกถึงการมีเจตคติที่ดีต่อการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม ประกอบด้วย จรรยาบรรณนักวิจัย คุณลักษณะนักวิจัย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์การวิจัย

แนวคิดการวิจัยอิงการออกแบบ

การวิจัยอิงการออกแบบมีเป้าหมายเพื่อพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ โดยใช้การวิจัยในกระบวนการออกแบบนวัตกรรมหรือการทดลองสิ่งประดิษฐ์ที่พัฒนาขึ้น ลักษณะสำคัญของ DBR คือการทำงานที่เป็นการทวนซ้ำระหว่างการวิจัยเพื่อปรับนวัตกรรมให้สามารถใช้ได้จริงกับผู้เรียน DBR เป็นวิธีวิทยาการวิจัยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของครู โดยการวิเคราะห์ออกแบบพัฒนากิจกรรมการเรียนการสอน หลักสูตร สื่อ กิจกรรม และการนำ

ผลการออกแบบสู่การปฏิบัติ โดยเป็นการวิจัยที่อาศัยการทำงานแบบร่วมมือรวมพลังระหว่างผู้วิจัยและผู้ปฏิบัติในสถานการณ์จริง (Wongvanich, 2016)

Wang and Hannafin (2005 cited in Wongvanich, 2016) อธิบายว่า คุณลักษณะของ DBR เป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้ เพราะเป้าหมายของการวิจัยต้องการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในการทำงาน มีการออกแบบตัวแทรกแซง (Intervention) ในขณะเดียวกันต้องการมีการขยายหรือปรับหลักการที่ใช้ในการออกแบบ (Design Principle) หรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การวิจัยทางการศึกษาแบบดั้งเดิมให้ความสำคัญกับการทดสอบทฤษฎีเดิมที่มีอยู่แล้วผ่านการทดลองในบริบทที่มีการควบคุม นักวิจัยจะนำทฤษฎีหรือผลการวิจัยก่อนหน้ามาใช้เป็นหลักในการออกแบบการเรียนการสอน แต่ DBR จะไม่มุ่งเน้นที่การทดสอบทฤษฎีหรือไม่ได้สนใจจะทดสอบว่าทฤษฎีต่าง ๆ นั้นใช้ได้มากน้องเพียงใด แต่จะให้ความสำคัญกับกระบวนการออกแบบ โดยเชื่อมโยงทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการเรียนการสอนตลอดช่วงระยะเวลาของกระบวนการวิจัย ดังนั้น การวิจัยจะใช้การออกแบบและการปรับปรุงทฤษฎีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติในชีวิตจริง อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการทำงานทางการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด DBR สรุปได้ว่า DBR มีขั้นตอนการออกแบบ ดังนี้

1. ทำความเข้าใจ (Empathize) เป็นกระบวนการระบุผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมาย สภาพปัญหา บริบท รวมถึงการเก็บข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจถึงสภาพปัญหา บุคคล สถานที่ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา

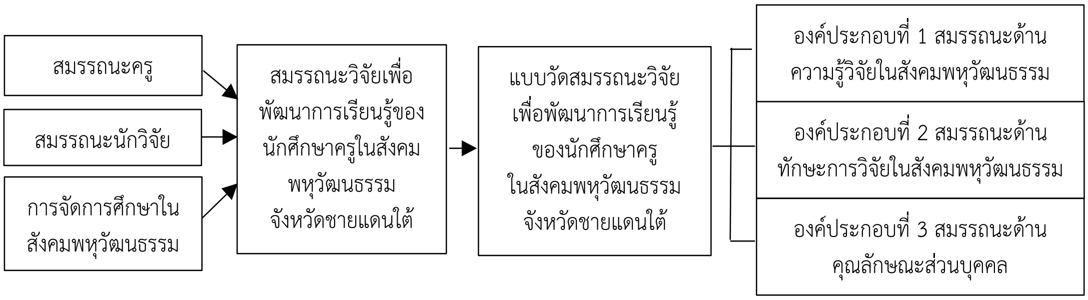
2. นิยาม (Define) เป็นการกำหนดปัญหา ระบุความต้องการ หรือเป้าหมายการดำเนินงานและวิธีการประเมินผลเพื่อนำไปใช้หาวิธีออกแบบเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

3. สร้างความคิดใหม่ (Ideate) ขั้นตอนนี้เป็นการรวมคำศัพท์ 2 คำไว้ด้วยกัน คือ ความคิด (Idea) และการสร้างสรรค์ (Create) เป็นการกำหนดแนวคิดและหลักการแก้ปัญหาโดยอิงจากทฤษฎีดั้งเดิม (Existing Principles) ร่วมกับหลักการออกแบบนวัตกรรม

4. สร้างต้นแบบ (Prototype) เป็นการตัดสินใจเลือกแนวทางที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบแนวทางการแก้ปัญหาหรือต้นแบบนวัตกรรม ถือเป็นความร่วมมือระหว่างผู้วิจัยและผู้ออกแบบ

5. ทดสอบ (Test) เป็นการประเมินหรือทดสอบต้นแบบที่ออกแบบขึ้นเพื่อทำการประเมินความเป็นไปได้ของต้นแบบก่อนการนำไปทดลองใช้จริง

ผู้วิจัยนำขั้นตอนของ DBR ทั้ง 5 ขั้นตอนมาใช้เพื่อพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการวิจัย โดยใช้ขั้นตอนการวิจัยอิงการออกแบบ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำความเข้าใจ ดำเนินการโดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะครูและนักวิจัย แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาในสังคมพหุวัฒนธรรม แนวคิดการพัฒนาเครื่องมือวัดสมรรถนะ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นสังเคราะห์สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้

ขั้นตอนที่ 2 นิยาม ดำเนินการโดยกำหนดนิยามองค์ประกอบและตัวบ่งชี้สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ และกำหนดตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ

ขั้นตอนที่ 3 สร้างความคิดใหม่ ดำเนินการโดยพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ จากนั้นตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน

ขั้นตอนที่ 4 สร้างต้นแบบ ดำเนินการโดยประชุมทีมนักออกแบบเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม ผู้วิจัยได้ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง จากนั้นวิเคราะห์ค่าความยากง่าย (Difficulty) และค่าอำนาจจำแนก (Discrimination)

2. ตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนา การเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ทั้งฉบับ โดยดำเนินการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง จากนั้นวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient)

ขั้นตอนที่ 5 ทดสอบ ดำเนินการโดยนำต้นแบบแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ จากขั้นตอนที่ 4 ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) ด้วยโปรแกรม Mplus

โดยมีวิธีการออกแบบตามระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

การออกแบบกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิตหรือหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต ที่ออกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ปีการศึกษา 2563 ดังนี้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 314 คน (Registration Office, Prince of Songkla University, Pattani Campus, 2020) มหาวิทยาลัยทักษิณ 270 คน (Registration and Educational Service Section, Thaksin University, 2020) มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 260 คน (Office of Academic Promotion and Registration, Songkhla Rajabhat University, 2020) มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 385 คน (Education Service Division, Yala Rajabhat University, 2020) มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตยะลา 96 คน (Thailand National Sports University Yala Campus, 2020) มหาวิทยาลัยฟาฏอนี 160 คน (Office of Educational Services, Fatoni University, 2020) และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ 107 คน (Office of Academic Affairs and Registration, Hatyai University, 2020) รวม 1,592 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มีวิธีการได้มา ดังนี้

2.1 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์จำนวน 20 เท่าต่อ 1 พารามิเตอร์ ซึ่งเป็นไปตามที่ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010 cited in Prajunbarn, 2018) ได้เสนอว่าขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต้องไม่ต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง และมีสัดส่วนจำนวนเท่าของขนาดตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าเป็น 10 - 20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ เมื่อพิจารณาจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าโมเดลในการวิจัยพบว่า มีจำนวน 16 พารามิเตอร์ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ควรมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดส่งทางไปรษณีย์ อาจส่งผลต่อการตอบกลับไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 (Rattanamanee & Prasanont, 2019) รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 385 คน

2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้โอกาสความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบกลุ่ม (Cluster Sampling) จำแนกตามมหาวิทยาลัยที่ประชากรกำลังศึกษาในปัจจุบัน

การออกแบบเครื่องมือวัดสมรรถนะ

แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ มีขั้นตอนการพัฒนา ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาในสังคมพหุวัฒนธรรม แนวคิดการพัฒนาเครื่องมือวัดสมรรถนะ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นสังเคราะห์สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้

2. กำหนดนิยามองค์ประกอบสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ และกำหนดตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวน 13 ตัวบ่งชี้ แบ่งเป็นองค์ประกอบที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 5 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 5 ตัวบ่งชี้ และองค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 3 ตัวบ่งชี้

3. พัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ โดยยึดหลักสร้างข้อคำถามการสร้างที่ดีต้องเขียนเพิ่มร้อยละ 25 (Karnchanavasri, 2013) เพื่อใช้ในกรณีที่ข้อความคำถามไม่เป็นไปตามเกณฑ์ซึ่งต้องตัดออก หากผู้วิจัยไม่เขียนข้อคำถามเพิ่มจะทำให้ข้อคำถามไม่ครบตามที่ต้องการ

4. ตรวจสอบคุณภาพความตรงเชิงเนื้อหา โดยคำนวณดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และข้อเสนอแนะด้านความถูกต้องชัดเจนของภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน จากนั้นพิจารณาข้อคำถามที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การตัดสินค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับเนื้อหาและจุดประสงค์ กรณีที่ค่า IOC มากกว่า 0.50 ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้สอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์ (Topithak, 2020)

5. เมื่อปรับปรุงข้อความคำถามและคัดเลือกข้อคำถามแล้ว ส่งแบบวัดสมรรถนะให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้อง จากนั้นจึงจัดพิมพ์แบบวัดสมรรถนะเพื่อทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ปีการศึกษา 2563 ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 60 คน เพื่อวิเคราะห์ค่าความยากง่าย และค่าอำนาจจำแนก จากนั้นพิจารณาข้อคำถามที่มีค่าความยากง่ายระหว่าง 0.20 - 0.80 และค่าอำนาจจำแนกระหว่าง 0.20 - 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การตัดสินค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนก (Luangrangsee, 2018) และตรวจสอบความเที่ยงทั้งฉบับซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ซึ่งใช้เกณฑ์การพิจารณา คือ มีค่าเป็นบวกและมากกว่า 0.70 (Saiyos & Saiyos, 1996)

6. เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จากนั้นตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ด้วยการใช้โปรแกรม Mplus

การออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ โดยคำนวณค่าค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก การตรวจสอบความเที่ยงทั้งฉบับ โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์

อัลฟาของครอนบาค ด้วยการใช้โปรแกรม SPSS และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ด้วยการใช้โปรแกรม Mplus โดย Hair et al. (2010 cited in Prajunbarn, 2018) ได้กำหนดเกณฑ์การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้ p-value ≥ 0.05, CFI ≥ 0.90, TLI ≥ 0.90, RMSEA < 0.05, SRMR < 0.05

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ตามลำดับการวิจัยอิงการออกแบบ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำความเข้าใจ

ผลการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ มี 3 องค์ประกอบ 13 ตัวบ่งชี้

ขั้นตอนที่ 2 นิยาม

นิยามองค์ประกอบและตัวบ่งชี้สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม หมายถึง องค์ความรู้ของนักศึกษาครูที่มีต่อการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม มีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการวิจัยและการศึกษาสภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนรายงานการวิจัย โดยมีนิยามตัวบ่งชี้ ดังนี้

ตัวบ่งชี้ที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ หมายถึง สมรรถนะในการระบุปัญหา วิเคราะห์สาเหตุของปัญหา และระบุปัญหาการวิจัยได้

ตัวบ่งชี้ที่ 2 นักศึกษาครูมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบพหุวัฒนธรรมศึกษาตามแนวความคิดของ Banks (2001) ได้แก่ การบูรณาการเนื้อหา กระบวนการสร้างองค์ความรู้ การลดอคติ และหลักความเสมอภาค

ตัวบ่งชี้ที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล หมายถึง สมรรถนะในการออกแบบตัวแปร กลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูลได้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ตัวบ่งชี้ที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล หมายถึง สมรรถนะในการเลือกใช้สถิติวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมและสามารถอธิบายผลการวิจัยได้

ตัวบ่งชี้ที่ 5 การเขียนรายงานการวิจัย หมายถึง สมรรถนะในการลำดับหัวข้อของรายงานการวิจัยและเขียนรายงานการวิจัยทางวิชาการได้อย่างถูกต้อง

องค์ประกอบที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม หมายถึง ความสามารถของนักศึกษาครูในการปฏิบัติการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม โดยการฝึกปฏิบัติ

จนเกิดทักษะในการปฏิบัติด้านวิจัยตั้งแต่มีความสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ความสามารถจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม ความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล ความสามารถวิเคราะห์ข้อมูล และความสามารถเขียนรายงานการวิจัย โดยมีนิยามตัวบ่งชี้ ดังนี้

ตัวบ่งชี้ที่ 6 ความสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ หมายถึง นักศึกษาครูมีความสามารถในการใช้องค์ความรู้วิจัยเพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาของผู้เรียน กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย และสืบค้นข้อมูลได้

ตัวบ่งชี้ที่ 7 ความสามารถจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม หมายถึง นักศึกษาครูมีความสามารถจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายแบบพหุวัฒนธรรมศึกษาตามแนวความคิดของ Banks (2001) ได้

ตัวบ่งชี้ที่ 8 ความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล หมายถึง นักศึกษาครูมีความสามารถออกแบบกลุ่มตัวอย่าง การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ และเลือกวิธีการเก็บข้อมูลได้อย่างเหมาะสม

ตัวบ่งชี้ที่ 9 ความสามารถวิเคราะห์ข้อมูล หมายถึง นักศึกษาครูสามารถเลือกใช้สถิติ ใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน และแปลผลข้อมูลได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ตัวบ่งชี้ที่ 10 ความสามารถเขียนรายงานการวิจัย หมายถึง นักศึกษาครูสามารถเขียนโครงร่างการวิจัย รายงานการวิจัย และประยุกต์ใช้ผลการวิจัยได้

องค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาครู ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของครูที่แสดงออกถึงการมีเจตคติที่ดีต่อการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม ประกอบด้วย จรรยาบรรณนักวิจัย คุณลักษณะนักวิจัย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์การวิจัย โดยมีนิยามตัวบ่งชี้ ดังนี้

ตัวบ่งชี้ที่ 11 จรรยาบรรณนักวิจัย หมายถึง นักศึกษาครูมีคุณลักษณะตามจรรยาบรรณนักวิจัยในประเด็นดังต่อไปนี้ คุณธรรมทางวิชาการ ความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษา ความรับผิดชอบต่อการดำเนินการวิจัย การใช้ประโยชน์จากการวิจัย และการยอมรับความคิดเห็นทางวิชาการจากผู้เกี่ยวข้อง

ตัวบ่งชี้ที่ 12 คุณลักษณะนักวิจัย หมายถึง นักศึกษาครูมีคุณลักษณะนักวิจัยในประเด็นดังต่อไปนี้ ความซื่อสัตย์ อุทิศเวลาทำการวิจัย ปกป้องสิทธิและไม่เปิดเผยข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิจัยด้วยความรอบคอบ และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เกี่ยวข้องในการวิจัย

ตัวบ่งชี้ที่ 13 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์การวิจัย หมายถึง นักศึกษาครูมีคุณลักษณะนักวิจัยในประเด็นดังต่อไปนี้ ใฝ่รู้เรื่องการวิจัย เห็นคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ตลอดจนมีความเชื่อว่าการจัดการเรียนรู้แบบพหุวัฒนธรรมจะแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนใต้ได้

ขั้นตอนที่ 3 สร้างความคิดใหม่

ผู้วิจัยได้สร้างความคิดใหม่ด้วยการสร้างแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 52 ข้อ (ไม่นับรวมข้อคำถามตอนที่ 1) โดยแบ่งเป็นข้อคำถาม ตอนที่ 2 สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 20 ข้อ ตอนที่ 3 สมรรถนะด้านทักษะวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 17 ข้อ และตอนที่ 4 สมรรถนะด้านคุณลักษะส่วนบุคคล

ในสังคมพหุวัฒนธรรม 15 ข้อ จากนั้นได้ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ประเมินความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าระหว่าง 0.80 - 1.00 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่าเกณฑ์จึงนำไปใช้ในขั้นตอนที่ 4 เพื่อสร้างต้นแบบได้

ขั้นตอนที่ 4 สร้างต้นแบบ

ผลการสร้างต้นแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้โดยการวิเคราะห์ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก ด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม และค่าอำนาจจำแนก ด้านทักษะวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล จากนั้น ตรวจสอบความเที่ยงทั้งฉบับ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ค่าความยากง่ายและค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดสมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม พบว่า ค่าความยากง่ายระหว่าง 0.20 - 0.85 แสดงว่าข้อคำถามเป็นไปตามเกณฑ์จำนวน 19 ข้อ ยกเว้นข้อที่ 12 มีค่าความยากง่าย 0.85 หมายถึง ข้อคำถามง่าย ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามนี้ออก และเมื่อวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกพบว่า มีค่าระหว่าง -0.13 - 0.40 แสดงว่ามีข้อคำถามไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ ผู้วิจัยจึงพิจารณาข้อคำถามและเลือกข้อคำถามที่มีค่าความยากง่ายระหว่าง 0.32 - 0.72 และมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.20 ขึ้นไป จึงได้แบบวัดสมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม จำนวน 15 ข้อ

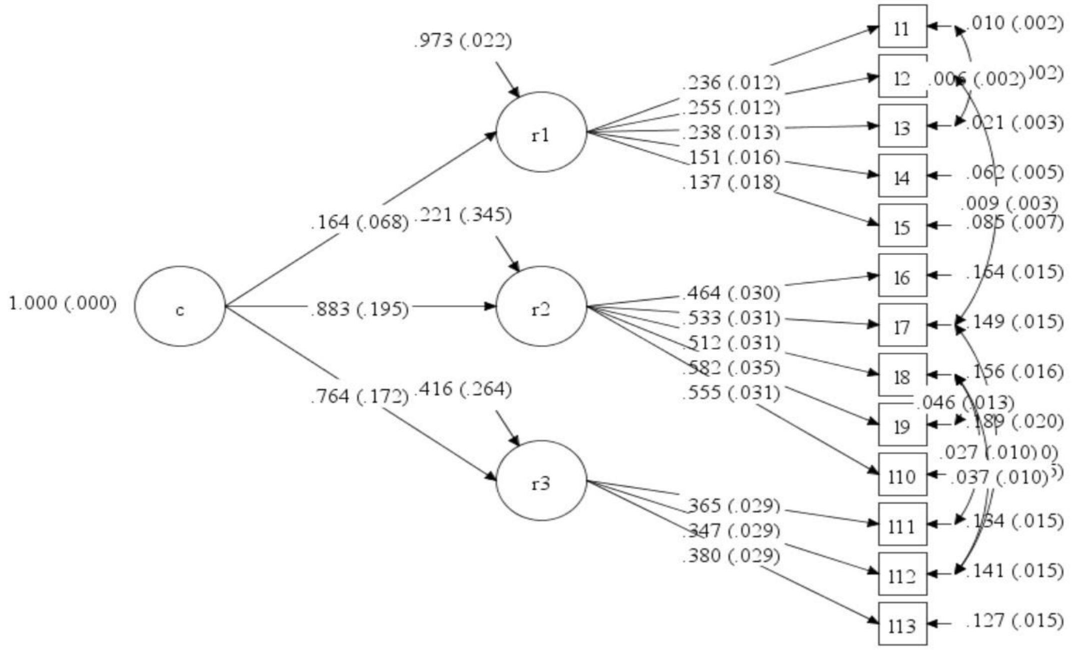
2. ผลการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดสมรรถนะด้านทักษะวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม และสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า สมรรถนะด้านทักษะวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม มีค่า Corrected Item-Total Correlation ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤต (0.221) จำนวน 15 ข้อ และสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล มีค่า Corrected Item-Total Correlation ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤต (0.221) จำนวน 9 ข้อ แสดงว่าข้อคำถามที่มีค่ามากกว่าค่าวิกฤตสามารถจำแนกกลุ่มด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม และสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลได้

3. หลังจากที่ได้วิเคราะห์ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก และค่า Corrected Item - Total Correlation จำนวน 52 ข้อ พบว่า ข้อคำถามที่ใช้ได้มีจำนวน 39 ข้อ ดังนี้ ด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 15 ข้อ (I1 - I5 ตัวแปรละ 3 ข้อ) ด้านทักษะวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 15 ข้อ (I6 - I10 ตัวแปรละ 3 ข้อ) และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 9 ข้อ (I11 - I13 ตัวแปรละ 3 ข้อ) โดยผลการตรวจสอบความเที่ยงทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.915

ขั้นตอนที่ 5 ทดสอบ

ผู้วิจัยดำเนินการโดยการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน และได้กลับคืนจำนวน 385 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาแบบวัดสมรรถนะที่ได้กลับคืนให้เหลือ 320 ชุด เพื่อให้เป็นไปตามที่ Hair et al. (2010 cited in Praiunbarn, 2018) ได้เสนอว่าขนาดตัวอย่าง

สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต้องไม่ต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง และมีสัดส่วนจำนวนเท่าของขนาดตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าเป็น 10 - 20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ โมเดลการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 16 พารามิเตอร์ ดังนั้น ควรมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ดังรูปที่ 2 และตารางที่ 1



รูปที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (N=320)

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	b	SE	R^2	e
r1		.164*	.068	.027	.973
	l1	.236**	.012	.854	.010
	l2	.255**	.012	.913	.006
	l3	.238**	.013	.728	.021
	l4	.151**	.016	.268	.062
	l5	.137**	.018	.182	.085
r2		.883**	.195	.779	.221
	l6	.464**	.030	.568	.164

ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	b	SE	R^2	e
	l7	.533**	.031	.656	.149
	l8	.512**	.031	.627	.156
	l9	.582**	.035	.642	.189
	l10	.555**	.031	.701	.132
r3		.764**	.172	.584	.416
	l11	.365**	.029	.498	.134
	l12	.347**	.029	.461	.141
	l13	.380**	.029	.533	.127
Chi-Square = 72.251		df = 56	P = .0708	CFI = .993	TLI = .991
RMSEA = .030		SRMR = .039			

หมายเหตุ: C แทน สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม r1 แทนองค์ประกอบที่ 1 สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 5 ตัว คือ การศึกษาสภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (l1) การจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม (l2) การเก็บรวบรวมข้อมูล (l3) การวิเคราะห์ข้อมูล (l4) การเขียนรายงานการวิจัย (l5) r2 แทน องค์ประกอบที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 5 ตัว คือ ความสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (l6) ความสามารถจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม (l7) ความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล (l8) ความสามารถวิเคราะห์ข้อมูล (l9) ความสามารถเขียนรายงานการวิจัย (l10) r3 แทนองค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 3 ตัว คือ จรรยาบรรณนักวิจัย (l11) คุณลักษณะนักวิจัย (l12) และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์การวิจัย (l13)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ก่อนปรับโมเดลมีค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 121.374 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่า df เท่ากับ 62 ค่า CFI เท่ากับ .976 ค่า TLI เท่ากับ .969 ค่า RMSEA เท่ากับ .055 และค่า SRMR เท่ากับ .041 และเมื่อปรับโมเดลให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังรูปที่ 2 และตาราง 1 พบว่า ค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 72.251 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า df เท่ากับ 56 ค่า CFI เท่ากับ .993 ค่า TLI เท่ากับ .991 ค่า RMSEA เท่ากับ .030 และค่า SRMR เท่ากับ .039 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบขององค์ประกอบย่อยทั้ง 3 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกองค์ประกอบ โดยมีค่าระหว่าง .164 - .883 และน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้

มีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัวบ่งชี้ มีค่าระหว่าง .137 - .582 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ มีความตรงเชิงโครงสร้าง

อภิปรายผล

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. การใช้วิธีวิจัยอิงการออกแบบในการพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของ DBR คือ เพื่อพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้โดยใช้การวิจัยในกระบวนการออกแบบที่พัฒนาขึ้น ซึ่งเป็นการวิจัยที่อาศัยการทำงานแบบร่วมมือระหว่างผู้วิจัยและผู้ปฏิบัติในสถานการณ์จริง (Wongvanich, 2016) มีขั้นตอนการออกแบบ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ทำความเข้าใจ นิยาม สร้างความคิดใหม่ สร้างต้นแบบ และทดสอบ จากการนำขั้นตอนการออกแบบของ DBR มาใช้ในการพัฒนาแบบวัดสมรรถนะ พบว่า การทำความเข้าใจเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญและควรพึงระวังมากที่สุด เนื่องจากเป็นกระบวนการระบุผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมาย สภาพปัญหาบริบท รวมถึงการเก็บข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจถึงสภาพปัญหา บุคคล สถานที่ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา หากผู้วิจัยวิเคราะห์สภาพปัญหาและกลุ่มเป้าหมายคลาดเคลื่อนกับบริบทหรือสถานการณ์จริงจะส่งผลต่อการเลือกใช้ทฤษฎีและการออกแบบในขั้นตอนอื่น ๆ ผิดพลาดได้ นอกจากนี้ยังพบว่า การนำขั้นตอน DBR ทั้ง 5 ขั้นตอน และวิธีการจัดการเรียนรู้แบบพหุวัฒนธรรมศึกษาตามแนวความคิดของ Banks (2001) ได้แก่ การบูรณาการเนื้อหา กระบวนการสร้างองค์ความรู้ การลดอคติ และหลักความเสมอภาค มาผสมผสานเพื่อให้เกิดวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับบริบทในจังหวัดชายแดนใต้ มีความสอดคล้องกับ Jen, Moon, and Samarapungavan (2015) ได้ศึกษาการใช้วิจัยอิงการออกแบบความเป็นเลิศด้านการศึกษา (Using Design-Based Research in Gifted Education) ผลการศึกษาพบว่า การวิจัยอิงการออกแบบเป็นกรอบระเบียบวิธีการใหม่ ซึ่งไม่ได้ถูกใช้บ่อยในด้านความเป็นเลิศด้านการศึกษา เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการอื่น ๆ DBR จะเน้นกระบวนการและคำนึงถึงบริบทมากขึ้น การใช้ DBR เป็นกรอบในการศึกษาเชิงประจักษ์ DBR ถูกนำมาใช้มากขึ้นเรื่อย ๆ ในด้านการศึกษาทั่วไปและตามจุดประสงค์การวิจัยที่แตกต่างกัน DBR สามารถช่วยให้นักวิจัยและนักการศึกษาเข้าใจว่ารูปแบบการปฏิบัตินั้นใช้งานได้จริงมากกว่าการทำงานแบบปกติ

การทดสอบในขั้นตอนที่ 5 ของ DBR ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ด้วยการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง สมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ องค์ประกอบที่ 2 สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .833 และน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ที่มากที่สุด คือ ตัวบ่งชี้ที่ 9 ความสามารถวิเคราะห์

ข้อมูล มีค่าน้ำหนักเท่ากับ .582 ซึ่งสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของ DBR คือ เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนของครู และนำผลการออกแบบสู่การปฏิบัติ และสอดคล้องกับ Office of the Basic Education Commission (2009) ได้กำหนดสมรรถนะ ตัวบ่งชี้ และพฤติกรรมหรือทักษะเกี่ยวกับการวิจัยในสมรรถนะที่ 4 การวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้เรียน

2. การพัฒนาแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรมจังหวัดชายแดนใต้

แบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ มี 3 องค์ประกอบ 13 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความรู้วิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 5 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ มีความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนรายงานการวิจัย สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในสังคมพหุวัฒนธรรม 5 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ มีความสามารถวิเคราะห์สภาพปัญหาเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ความสามารถจัดการเรียนรู้ในสังคมพหุวัฒนธรรม ความสามารถในการเก็บรวบรวมข้อมูล ความสามารถวิเคราะห์ข้อมูล และความสามารถเขียนรายงานการวิจัย และสมรรถนะด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล 3 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ มีจรรยาบรรณนักวิจัย คุณลักษณะนักวิจัย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์การวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chaichanalert (2009) ได้สังเคราะห์ตัวบ่งชี้สมรรถนะการวิจัยของครูมี 3 องค์ประกอบ คือ ด้านความรู้ความสามารถในการทำวิจัย ด้านทักษะในการทำวิจัย และด้านเจตคติในการทำวิจัย Sittidamon (2015) ได้ศึกษาการพัฒนาสมรรถนะด้านการวิจัยและพัฒนาด้วยการเสริมสร้างพลังและการรับรู้ความสามารถของตน สำหรับครูมัธยมศึกษา พบว่า สมรรถนะทางด้านการวิจัยและพัฒนาสำหรับครูมัธยมศึกษาที่จำเป็นประกอบด้วย 3 มิติดังนี้ 1) ด้านความรู้ได้แก่ เนื้อหาสาระทั่วไปเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา การสำรวจและวิเคราะห์ปัญหาการวิจัย การกำหนดปัญหาการวิจัย การออกแบบการวิจัย การเขียนเค้าโครงการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลการวิจัย การสรุปและอภิปรายผลการวิจัย และการเขียนรายงานการวิจัยและพัฒนา 2) ด้านทักษะ ได้แก่ การสำรวจและวิเคราะห์บัญหาการวิจัย การกำหนดปัญหาการวิจัย การใช้เครื่องมือการวิจัยประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม การสรุปความคิดให้เป็นข้อยุติและนำไปใช้อ้างอิงได้อย่างกว้างขวาง การมีระบบระเบียบในการเขียนรายงานการวิจัย การออกแบบการวิจัย และการสรุปและอภิปรายผลการวิจัย 3) ด้านเจตคติ ได้แก่ มีความใฝ่รู้ในเรื่องการวิจัยและพัฒนาด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง มีความภาคภูมิใจในการเรียนรู้จากการปฏิบัติในสภาพจริง มีความภาคภูมิใจในผลการวิจัยและพัฒนาของตนเอง การรับรู้ว่าทุกคนมีความสามารถเท่าเทียมกันในการวิจัยและพัฒนา เห็นคุณค่าและประโยชน์ของการวิจัยและพัฒนา มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้สำเร็จตามเป้าหมายด้วยตนเอง การไว้วางใจยอมรับข้อเสนอแนะของบุคคลอื่นในกระบวนการของการเปลี่ยนแปลง มีเจตคติที่ดีต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมฝึกปฏิบัติโดยใช้กระบวนการกลุ่มหรือทีมงาน มีโอกาสสะท้อนคิดการเรียนรู้การวิจัยและพัฒนาของตนเอง มีความมุ่งมั่นต่อการวิจัยและพัฒนา และการรับรู้ว่าตนมีความสามารถทำการวิจัยและพัฒนาให้ประสบผลสำเร็จได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้รับผิดชอบรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ สามารถนำแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้

2. สถาบันผลิตครูที่นำแบบวัดสมรรถนะไปใช้แล้ว พบว่า นักศึกษาครูมีสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้น้อย อาจพิจารณาใช้วิธีการพัฒนาสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครู โดยการศึกษาเพิ่มเติมจากวิทยานิพนธ์เรื่องรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้: การวิจัยอิงการออกแบบ ซึ่งเป็นการวิจัยระยะที่ 2 ของผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจจะศึกษาสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้อาจวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ก่อนดำเนินการสร้างแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครู

2. ผู้สนใจศึกษาการสร้างเกณฑ์ปกติ (Norms) สามารถนำแบบวัดสมรรถนะวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาครูในสังคมพหุวัฒนธรรม จังหวัดชายแดนใต้ ไปสร้างเกณฑ์ปกติได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Banks, J. A. (2001). *Cultural diversity and education: Foundations, curriculum and teaching*. Boston: Routledge.

Baruth, L. G., & Manning, M. L. (1991). *Multicultural counseling and psychotherapy: A lifetime perspective*. New York: Merrill.

Chaichanalert, N. (2009*). Analysis of the composition of the research in the class of the teacher sergeant, under the Office of the Education Area Chiang Rai District 4* (Master's thesis). Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai. **[in Thai]**

Education Service Division, Yala Rajabhat University. (2020). Student statistics. Retrieved from http://eduservice.yru.ac.th/newweb/page/?view=std_stat **[in Thai]**

Jen, E., Moon, S., & Samarapungavan, A. (2015). Using design-based research in gifted education. *Gifed Child Quarterly*, *59*(3), 190-200.

Karnchanavasri, S. (2013). *Traditional test theory* (7th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. **[in Thai]**

Luangrangsee, P. (2018). *Research for the development of learning* (2nd ed.). Bangkok: Sahamit Phatthanakan Pim (1992). **[in Thai]**

Marso, K. (2012). *Effects of the instruction using constructivist theory on learning achievement, critical thinking abilities and satisfaction towards the instruction of students in multicultural society* (Master's thesis). Prince of Songkla University, Songkhla. **[in Thai]**

Office of Academic Affairs and Registration, Hatyai University. (2020). Student statistics. Retrieved from http://oar.hu.ac.th/ **[in Thai]**

Office of Academic Promotion and Registration, Songkhla Rajabhat University. (2020). Student statistics bachelor degree. Retrieved from http://regis.skru.ac.th/RegisWebH5/std_12560/web/facu1_Group.php **[in Thai]**

Office of Educational Services, Fatoni University. (2020). Student statistics. Retrieved from http://www.ftu.ac.th/main0/th/organization/academic/ftu-aso.html **[in Thai]**

Office of the Basic Education Commission. (2009). *Basic education commission strategy*. Bangkok: Ladprao Council Guru. **[in Thai]**

Office of the Prime Minister. (2020). Notification of the Guru Council Committee on details of standards, knowledge and professional experience of teachers in accordance with The Guru Council Regulations (No. 4) B.E. 2562 (2019). *Gazette*, Volume 137(Special Episode 109 D) Retrieved from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/109/T_0010.PDF **[in Thai]**

Pitayanuwat, S. (1996). Development of competencies of educational researchers. *The Journal of Research Methodology*, *8*(1), 1-9. **[in Thai]**

Pongsapit, A. (2002). *Multiculturalism (methodology and role in civil society)*. Bangkok: Chulalongkorn University. **[in Thai]**

Prajunbarn, P. (2018). *Analysis techniques and application of structural equation models for research and evaluation* (2nd ed.). Phitsanulok: AT Graphic Center. **[in Thai]**

Promthong, P. (2014). *The desirable performance of researchers in Chulalongkorn University* (Master's thesis). Chulalongkorn University, Bangkok. **[in Thai]**

Rattanamanee, N., & Prasanont, P. (2019). The response rate of the questionnaire in quantitative research. *Journal of Humanities and Social Sciences, Thonburi University*, *13*(3), 181-188 **[in Thai]**

Registration and Educational Service Section, Thaksin University. (2020). Statistics of current students studying in Thaksin University. Retrieved from https://mis.reg.tsu.ac.th/stat/search_gender_all.jsp?lang=th **[in Thai]**

Registration Office, Prince of Songkla University, Pattani Campus. (2020). Student statistics. Retrieved from http://regist.pn.psu.ac.th/main/stat_student.php **[in Thai]**

Saiyos, L., & Saiyos, A. (1996). *Learning measurement techniques*. Bangkok: Children's Club. **[in Thai]**

Sittidamon, S. (2015). *Development of research and development personnel through empowerment and self-efficacy for teachers* (Doctor of dissertation). Sakon Nakhon Rajabhat University, Sakon Nakhon. **[in Thai]**

Thailand National Sports University Yala Campus. (2020). Student statistics. Retrieved from http://113.53.231.83/ipeyala/academic.php **[in Thai]**

Thongmak, S., Niamteat, W., Showsuwan, R., & Sitthichai, R. (2018). Look back looking ahead quality education in three southern borders provinces. *Journal of Naradhiwas Rajanagarindra University in Humanities and Social Sciences*, *5*(Special Edition), 186-198. **[in Thai]**

Topithak, K. (2020). *Practice assessment concepts into action*. Phitsanulok: Naresuan University. **[in Thai]**

Wongvanich, S. (2016). *The educational research method sparked new ideas*. Bangkok: Icon. **[in Thai]**

บทความวิจัย

การพัฒนากรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย

A Development of a Regulatory Framework for Monitoring External Quality Assurance of Cross-Border Higher Education Institutions in Thailand

จิราภรณ์ เรืองยิ่ง[1*] และ ธีทัต ชวิศจินดา[2]

Jiraporn Ruangying[1*] and Thitat Chavisschindha[2]

Abstract

This research examines external quality assurance (EQA) and develops a regulatory framework for monitoring the quality assurance of cross-border higher education institutions in Thailand. The method is qualitative research by applying documentary research, supplemented by in-depth interviews with six Thai key informants from six Thai universities. The content analysis employed in the study is to analyze the obtained data. The interviewees are knowledgeable people and had first-hand experience in quality assurance.

[1]สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110, [2]คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

[1]Institute for Peace Studies, Prince of Songkla University, Hatyai Campus, Hat Yai District, Songkhla Province 90110, [2]School of Law, National Institute of Development Administration, Khlong Chan, Bang Kapi, Bangkok 10240

[*]ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: jiraporn.r@psu.ac.th)

รับบทความวันที่ 27 กรกฎาคม 2563 แก้ไขวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564 รับลงตีพิมพ์วันที่ 1 เมษายน 2564

The results are revealed as follows:

1. The external quality assurance of cross-border higher education reflects two significant issues: the cooperation among universities as service providers and the connection between internal and external quality assurance.

2. The overview problem of the regulatory framework for monitoring external quality assurance is twofold: policy and practice. At the policy level, policies regarding how a department would handle monitoring of external quality assurance are not mentioned and no specific roles in the designated department are regulated. At the practical level, different practices and contexts between the service receiver and service provider at universities can produce many problems with regard to the difference of semester period, transbordering of the students between the two countries, sufficiency of learning resource, and allocation of the resources.

3. The regulatory framework for external quality assurance is comprised of two key elements. The first element deals with the procedural framework which consists of national policy, the university council, laws, and relegations. The second element handles quality assurance of the regulated procedures. In the later element, there are five issues under consideration: meaningful public participation of relevant stakeholders, the process of Plan-Do-Check-Act (PDCA), an outcome-based education philosophy, transparency, and systematic collaboration and accountability.

Keywords: *Quality Assurance of Higher Education, Cross-border Education*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย และพัฒนากรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนมหาวิทยาลัยที่มีความรู้และมีประสบการณ์ตรงด้านการประกันคุณภาพการศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 6 แห่ง รวม 6 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการดำเนินการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ภาพรวมปรากฏชัดเจนใน 2 ประเด็น คือ (1) การตกลงสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการ และ (2) การเชื่อมโยงการประกันคุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอก 2) สภาพปัญหาของการดำเนินการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ภาพรวมแบ่งเป็น 2 ประเด็น

สำคัญ คือ (1) ปัญหาในเชิงนโยบาย ได้แก่ ความไม่ชัดเจนเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพภายนอก ขอบเขตบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอก ความไม่ชัดเจนในระบบประเมินและกระบวนการทำงานของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอก และ (2) ปัญหาในทางการปฏิบัติของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ได้แก่ บริบทที่ต่างกันของมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เช่น ระยะเวลาการเคลื่อนย้าย ทรัพยากรการเรียน การจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น และ 3) กรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย แบ่งเป็น 2 ส่วนสำคัญ คือ 1) กรอบการดำเนินงาน ประกอบด้วยนโยบายชาติ สภามหาวิทยาลัย การดำเนินการตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ และระเบียบ กระบวนการประกันคุณภาพ และ 2) หลักการรองรับการดำเนินงาน ประกอบด้วย การรับฟังเสียงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนา PDCA ปรัชญาการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ ความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ และวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: *การประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา การศึกษาข้ามพรมแดน*

บทนำ

การศึกษาข้ามพรมแดน (Cross-border Education) เป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงภาพของโลกาภิวัตน์ทางการศึกษา อันเป็นผลจากวิกฤตทางการเงิน และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและนโยบายสาธารณะด้านการศึกษาในช่วงศตวรรษที่ 1980s โดยภาครัฐต้องการลดค่าใช้จ่ายการอุดหนุนในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะในภาคที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น ภาคการศึกษา ด้วยการให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้าง ระดมทุน และการเปิดเสรีทางการศึกษา เพื่อมุ่งพัฒนาและยกระดับการศึกษาภายในประเทศให้มีความเป็นสากล กล่าวได้ว่า การศึกษาข้ามพรมแดนเป็นกระบวนการหนึ่งของการทำให้เกิดความเป็นสากลของการศึกษา เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนให้บริการและรับบริการทางการศึกษาข้ามชาติ ซึ่งไนท์ (Knight, 2005; 2006) นักวิชาการที่ศึกษาเรื่องการศึกษาข้ามพรมแดนได้อธิบายว่า “การศึกษาข้ามชาติ” “การศึกษาไร้พรมแดน” ตลอดจน “การศึกษาข้ามพรมแดน” เป็นคำที่ใช้เพื่ออธิบายการเคลื่อนไหวจริง หรือเสมือนของคน (ไม่ว่าจะเป็นนักเรียนหรือครู) ความรู้ หลักสูตร เนื้อหา ทักษะ ผู้ให้บริการ และทุน ซึ่งมีลักษณะข้ามพรมแดน หรือเขตแดนของประเทศ หรือภูมิภาคจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง หรืออีกภูมิภาคหนึ่ง ซึ่งลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความคล่องตัวในการเคลื่อนย้ายของคนและทุนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการศึกษาโดยไม่ถูกขวางกั้นด้วยพรมแดนประเทศ (Knight, 2007)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการศึกษาข้ามพรมแดนในบริบทของโลกาภิวัตน์ทางการศึกษาโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษานั้น เกิดขึ้นจากผลของการแข่งขันและการขยายตัวของตลาดทางการศึกษาโดยพบเห็นได้ในหลายประเทศ เช่น จีน มาเลเซีย นิวซีแลนด์ เป็นต้น ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นประเทศ

ผู้รับบริการทางการศึกษาข้ามพรมแดน (Received Country of Cross-border Education) ในขณะที่ประเทศผู้ให้บริการ (Provided Country of Cross-border Education) มักเป็นประเทศอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย เป็นต้น นอกจากนี้ การศึกษาข้ามพรมแดนยังเกี่ยวข้องกับเงินจำนวนมหาศาล และผู้คนจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการทางการศึกษาหรือนักเรียนที่ยินยอมซื้อบริการทางการศึกษาในราคาที่แตกต่างกันไป โดยผู้ให้บริการทางการศึกษาข้ามพรมแดนเหล่านี้ มักเป็นนักลงทุนที่พยายามสร้างรายได้และผลกำไรจากการทำธุรกิจการศึกษาข้ามพรมแดนมากกว่าเป็นนักการศึกษา ผลจากการศึกษาข้ามพรมแดนและการทำธุรกิจการศึกษานี้เอง ก่อให้เกิดข้อวิตกกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน และเป็นที่มาของการจัดตั้งหน่วยงานการประเมินภายนอก ขณะเดียวกัน ผลการศึกษาสภาพปัญหาเกี่ยวกับการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัญหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องข้อมูลและการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับกรอบระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายว่าด้วยการประกันคุณภาพการศึกษา และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของประเทศผู้รับการบริการทางการศึกษาข้ามพรมแดน เช่น ความไม่เพียงพอของระบบการประกันคุณภาพภายในเพื่อควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน ความไม่เพียงพอ ไม่ชัดเจน และไม่ถูกต้องของแหล่งข้อมูลด้านการศึกษาสำหรับนักศึกษาและลูกค้า การขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการศึกษาข้ามพรมแดน การขาดกลไกการประกันคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ การขาดความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการศึกษาท้องถิ่น ความยากในการเข้าถึงข้อมูลท้องถิ่น การขาดประสบการณ์หรือความเข้าใจของหุ้นส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการศึกษาข้ามพรมแดน การขาดความตกลงหรือความร่วมมือที่เหมาะสมตลอดจนปัญหาโครงสร้างด้านธรรมาภิบาล และการบริหารและการจัดการการศึกษาข้ามพรมแดน (Davies & Wong, 2006)

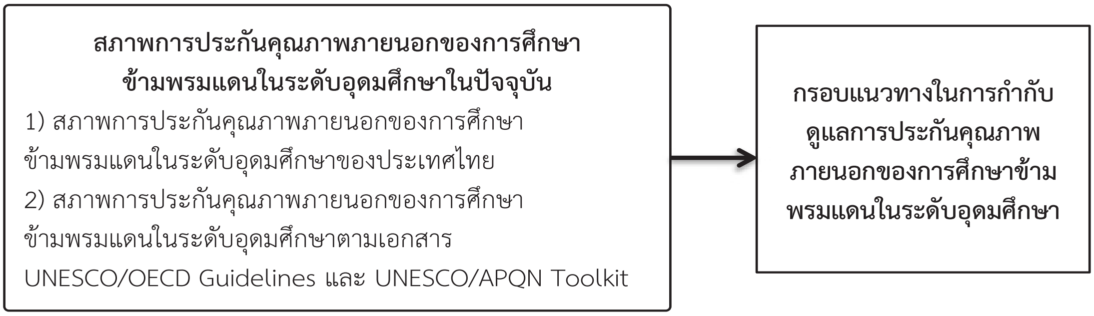
หากพิจารณาในแง่ของการประกันคุณภาพการศึกษา อาจกล่าวได้ว่าปัญหาข้างต้นเกี่ยวข้องกับประเด็นคุณภาพของหลักสูตร การเข้าถึงข้อมูลที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้ ประเด็นทางการเงิน ข้อกังวลด้านผลประโยชน์และความต้องการภายในของประเทศผู้รับบริการ เช่น ความต้องการทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม (Davies & Wong, 2006) และเมื่อพิจารณาแนวโน้มและทิศทางเกี่ยวกับการศึกษาข้ามพรมแดนในปัจจุบัน กล่าวได้ว่า ระบบการศึกษาและผู้ให้บริการการศึกษาข้ามพรมแดนเริ่มมีรูปแบบหลากหลาย และมีผู้เข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น รวมถึงรูปแบบของมหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยรัฐหรือเอกชน มีความซับซ้อนและมีนวัตกรรม ซึ่งการสร้างพันธมิตรหรือหุ้นส่วนทางการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการร่วมทุนโดยหุ้นส่วนท้องถิ่น หรือทุนต่างชาติกำลังมีบทบาทในการพัฒนาหลักสูตรและเนื้อหาการเรียนการสอน เพื่อตอบสนองต่อเงื่อนไขและวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะเดียวกันต้องสอดคล้องและรับกับแนวโน้มของโลก (Local-global, Globalization of Higher Education) ผลจากการศึกษาข้ามพรมแดนและการทำธุรกิจการศึกษาก่อให้เกิดข้อวิตกกังวลเกี่ยวกับคุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน และเป็นที่มาของการจัดตั้งหน่วยงานการประเมินภายนอก การกำหนดกรอบแนวทางในการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา อันเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

ทั้งนี้ การพัฒนาระบบการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษานั้น จำเป็นต้องพิจารณาเอกสาร “แนวทางแนะนำขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและแนวทางในการจัดเตรียมบทบัญญัติว่าด้วยคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาขององค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ” (UNESCO/OECD Guidelines for Quality Provision in Cross-border Higher Education) ประกอบกับ “ชุดเครื่องมือขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ/องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์คุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน” (UNESCO/APQN Toolkit: Regulating the Quality of Cross-border Education) ซึ่งเป็นเอกสารที่ออกมาเพื่อเสริมความเข้าใจ UNESCO/OECD Guidelines การศึกษาเอกสารสองชุดดังกล่าวประกอบกันจะทำให้เห็นภาพรวมเกี่ยวกับการศึกษาข้ามพรมแดน และแนวทางแนะนำในเรื่องต่าง ๆ อาทิ ปัจจัยที่เป็นปัญหานำไปสู่คุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน (Davies & Wong, 2006) จากความสำคัญข้างต้น การพัฒนากรอบแนวทางในการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้เอกสารทั้งสองชุดดังกล่าวเป็นฐานในการศึกษา เนื่องจากเอกสารดังกล่าวให้รายละเอียดเกี่ยวกับหลักการและแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนต่อไป ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานหรือองค์กรรับรองคุณภาพของการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือสถาบันอื่น ๆ ที่มี หรือกำลังพิจารณาข้อเสนอการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา ผู้บริหารระดับสูงและเจ้าหน้าที่ด้านการศึกษา ตลอดจนองค์กรนักศึกษาที่มีความสนใจในเรื่องการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา และองค์กรวิชาชีพต่าง ๆ รวมถึงเพื่อสร้างความเข้มแข็งในเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันตามเอกสาร UNESCO/OECD Guidelines และ UNESCO/APQN Toolkit และการปฏิบัติของประเทศไทย
2. เพื่อพัฒนากรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การพัฒนากรอบแนวทางในการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยโดยใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ในระยะเริ่มต้น และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ตรงด้านการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนจากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

ตัวอย่างในการวิจัยเอกสาร ผู้วิจัยเจาะจงศึกษาเอกสารสำคัญ 2 ชิ้น ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ-ศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษา ได้แก่ 1) เอกสารแนวทางแนะนำขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและแนวทางในการจัดเตรียมบทบัญญัติว่าด้วยคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาขององค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO/OECD Guidelines) และ 2) เอกสารชุดเครื่องมือขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ/องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์คุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน (UNESCO/APQN Toolkit)

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้แทนมหาวิทยาลัยที่มีความรู้และมีประสบการณ์ตรงด้านการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนจากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 6 แห่ง รวม 6 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบบันทึกข้อมูล ผู้วิจัยใช้บันทึกการสังเคราะห์ 1) เอกสารแนวทางแนะนำขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและแนวทางในการจัดเตรียมบทบัญญัติว่าด้วยคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาขององค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ และ 2) เอกสารชุดเครื่องมือขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ/

องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์คุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน ในประเด็นสาระสำคัญเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกรอบประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป

3.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 1 ฉบับ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด จำนวน 2 คำถามหลัก ได้แก่ 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกันคุณภาพภายนอกของการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบัน และ 2) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเกณฑ์และแนวทางในการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยในอนาคต

การหาคุณภาพของคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก ดำเนินการโดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และมีประสบการณ์เป็นผู้ประเมินคุณภาพภายนอกในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนที่ไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 5 ท่าน ประเมินความเหมาะสมของแนวคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมของการใช้ภาษา และความเข้าใจ ผลการประเมิน พบว่า ข้อคำถามมีความเหมาะสมในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40) จากนั้นผู้วิจัยพิจารณาปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเอกสาร ผู้วิจัยใช้วิธีการอ่านเอกสารแนวทางแนะนำขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจและแนวทางในการจัดเตรียมบทบัญญัติว่าด้วยคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาขององค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ และเอกสารชุดเครื่องมือขององค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ/องค์การเพื่อการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติเกี่ยวกับการกำหนดเกณฑ์คุณภาพของการศึกษาข้ามพรมแดน จากนั้นทำการบันทึกประเด็นสาระสำคัญด้วยตนเองทั้งหมด

การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face-to-face) ด้วยตนเองกับผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคน โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 1 - 1.30 ชั่วโมงต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก 1 คน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสร้างทฤษฎีจากข้อมูล โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อม ๆ กัน เพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาว่ายังขาดประเด็นใด (Charmaz, 2006) ซึ่งหากพบว่าขาดประเด็นใด ผู้วิจัยทำการขออนุญาตเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ให้ข้อมูลอีกครั้ง เพื่อนำไปสร้างข้อสรุปต่อไป ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1) จัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) โดยการนำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ถูกจดบันทึกด้วยลายมือและการบันทึกเสียง ถอดคำพูดออกมาพิมพ์ไว้ในรูปแบบเอกสาร จากนั้นอ่านทวนข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วหลาย ๆ รอบ เพื่อให้เกิดการซึมซับในข้อมูล พร้อมทั้งทำการขีดเส้นใต้คำ วลี และประโยคสำคัญที่เกี่ยวข้องกับประเด็นคำถามการวิจัย จากนั้นจึงสรุปข้อมูลไว้เพื่อง่ายต่อการเรียกใช้ข้อมูลในครั้งถัดไป โดยการจัดระเบียบข้อมูลผู้วิจัยจะทำไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล

ในทุกครั้ง

2) ให้รหัสแบบเปิด (Open Coding) หลังจากผู้วิจัยได้อ่านข้อมูลที่จัดระเบียบอย่างละเอียดแล้ว ได้ทำการแยกข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ตามกรอบคำถามการวิจัย เพื่อหาข้อความที่มีความหมายตรงกับประเด็นคำถามการวิจัย เมื่อพบข้อความที่มีความหมายตรงกับประเด็นคำถามการวิจัยตามที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยจะให้รหัสแบบเปิดแทนความหมายของกลุ่มข้อความเหล่านั้น โดยข้อความที่ให้ความหมายในลักษณะเดียวกันจะให้รหัสเหมือนกัน ส่วนข้อความที่แตกต่างออกไปจะถูกให้รหัสใหม่เพิ่ม

3) เชื่อมโยงข้อมูลที่ให้รหัสแล้ว (Axial Coding) หลังจากผู้วิจัยได้ให้รหัสแบบเปิดเรียบร้อยแล้ว ได้นำหน่วยของข้อความที่ให้รหัสแบบเปิดมาเชื่อมโยงเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของข้อความที่มีความหมายเหมือนกันให้อยู่รหัสเดียวกัน (Category) รวมเป็นกลุ่มของประเด็นในการวิเคราะห์ ซึ่งการแสดงข้อมูลจะจัดกลุ่มประเภทของข้อความที่มีความสัมพันธ์กันทางความหมาย โดยแสดงข้อมูลในรูปตาราง

4) หาข้อสรุปของข้อมูล หลังจากเชื่อมโยงข้อมูลที่ให้รหัสแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการเชื่อมโยงข้อมูลให้อยู่รหัสเดียวกันมาแปลเป็นความหมายเพื่อสรุปข้อมูลภาพรวมในขั้นตอนสุดท้าย

5. การตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล

ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน โดยนำข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 คน มาเปรียบเทียบกัน เพื่อพิจารณาว่าเมื่อผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะคงเหมือนเดิมหรือไม่ และใช้วิธียืนยันความถูกต้องข้อมูล (Member Checking) โดยผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละประเด็น

ผลการวิจัย

1. สภาพการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบัน

1.1 สภาพการดำเนินการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย มี 2 ประเด็น คือ

1.1.1 การตกลงสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการ ในการดำเนินการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดน ผู้แทนมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่สะท้อนว่า ปัจจุบันมีการทำหลักสูตรร่วม (Joint Degree/Double Degree) ที่มีลักษณะเป็นความตกลงร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการการศึกษาทั้งในประเทศต้นทางและประเทศปลายทาง โดยจะพิจารณาเรื่องการรับรองมาตรฐานสากลของหลักสูตรเป็นเรื่องหลัก เนื่องจากเป็นเครื่องมือแสดงหลักสูตรการศึกษาตามมาตรฐานสากล แต่ละมหาวิทยาลัยจะเลือกทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการที่มีมาตรฐานสูงกว่าหรือเท่าเทียมกับมหาวิทยาลัยผู้รับบริการ ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์

“อย่างที่มีเป็น joint degree หรือ double degree ปกติตอนเริ่มก็มักจะเลือกคู่ที่มันใกล้เคียงหรือแม้กระทั่งบางทีเขาถามถึงมาตรฐานที่เราได้ international accreditation เช่น ยกตัวอย่าง AACSB ของบริหารธุรกิจ พอดีเพิ่งได้ 2 คณะ ปีที่ผ่านมาก็คือ ... บางทีเขาจะถามถึง accreditation ที่เรามี พอเราบอกเรายังไม่มี เขาก็จะไม่ joint กับเรา คือปกติการที่จะเกิด double degree หรือ joint degree เขาก็จะดูศักดิ์ศรี ใช้คำนี้มากกว่า แล้วสิ่งที่เขาดูเขาจะไม่มาดู ranking อย่างเดียว เขาก็มาดู International accreditation, International standard ที่หลักสูตร ถูก as credit ด้วยนะครับ เพราะฉะนั้นเท่าที่ผมเห็น มองลักษณะนั้นมากกว่า เพราะเรื่องมาตรฐานก็น่าจะรับได้” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2)

1.1.2 การเชื่อมโยงการประกันคุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอก

ในการดำเนินการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดน มีการเชื่อมโยงการประกันคุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอก โดยที่ผ่านมาปรากฏอย่างชัดเจนในเรื่องการเชื่อมโยงข้อมูล กล่าวคือ ข้อมูลระดับหลักสูตรจะถูกนำไปใช้ในระดับคณะและระดับสถาบัน ดังนั้นเมื่อหน่วยงานภายนอกมาประเมินก็จะเห็นข้อมูลทั้งหมด ซึ่งที่ผ่านมาบางมหาวิทยาลัยประเมินคุณภาพภายนอกโดยสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์

“จะทำประกันภายใน แต่ว่าประกันภายนอกก็จะใช้ข้อมูลเดียวกันกับประกันภายในเพียงแค่อาจจะมาเจาะประเด็นที่ไม่ตรงกับประกันภายในสักทีเดียว จะเน้นที่มันเกี่ยวข้องกับเกณฑ์เป็นหลัก อย่างที่บอกไป เกณฑ์ที่เขาจะมาตรวจ เราก็ยังไม่ชัดเจนว่าจะใช้เกณฑ์แบบไหน เพราะฉะนั้นที่เราตั้งรับ เรามีข้อมูลทุกอย่างของประกันภายในที่จะพร้อมให้ตรวจ แล้วมีหลักการเชื่อมโยงคือ ถ้าเราทราบเกณฑ์เขา เราสามารถดึงเกณฑ์ของเราจากภายในไปสวมต่อกับเกณฑ์ที่เขาต้องการได้ ซึ่งเกณฑ์พวกนี้เท่าที่เข้าใจไม่ได้ต่างกันโดยสิ้นเชิง สามารถเอาประกันภายในไปต่อประเมินจากภายนอกได้” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3)

1.2 สภาพปัญหาของการดำเนินการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย แบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ

1.2.1 ปัญหาในเชิงนโยบาย

แม้พระราชบัญญัติอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 จะมีการกำหนดคุณสมบัติของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอกไว้ แต่จากการสัมภาษณ์ผู้แทนมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่สะท้อนถึงความไม่ชัดเจนเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพภายนอก โดยเห็นว่า ปัจจุบันยังไม่มีประกาศที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการ อำนาจหน้าที่การประเมินคุณภาพภายนอก อาจยังคงเป็น สมศ. หรือหน่วยงานอื่น ซึ่งผลจากความไม่ชัดเจนเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพภายนอกทำให้บางมหาวิทยาลัยไม่ได้ดำเนินการประกันคุณภาพภายนอก โดยจะเน้นเฉพาะการประกันคุณภาพภายในเป็นหลัก นอกจากนี้ ในเรื่องขอบเขตบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอกที่ดูแลครอบคลุมทุกระดับการศึกษาและวิชาชีพถือเป็นภาระงานที่ค่อนข้างหนัก มีความเห็นว่าหากเป็นวิชาชีพบางสาขาควรเป็นอำนาจหน้าที่ของวิชาชีพนั้น ๆ และแยกหน่วยงานประเมินภายนอกระดับการศึกษา

ขั้นพื้นฐานกับระดับอุดมศึกษาออกจากกัน ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์

"นโยบายส่วนกลาง กระทรวง อว. ต้องชัดว่าตกลงแล้วเรื่องการประเมินภายนอกในระดับอุดมศึกษานั้น เป็นหน้าที่ของหน่วยงานใด หน้าที่ของใคร ถ้าเป็นองค์กรภายนอกที่มาประเมินเอาเฉพาะระดับอุดมศึกษานะ ถ้าเป็น สมศ. ก็ควรจะต้องทิ้งงานที่ไม่จำเป็นออกไป เช่น พวกอนุบาลอะไรพวกนี้มันต้องแยก เขาไม่สามารถจะทำได้ตั้งแต่อนุบาลไปจนถึงระดับอุดมศึกษา มันเยอะไป เพราะงั้นจะต้องมีหน่วยงานเฉพาะที่ดู ไม่ใช่ไม่สำคัญนะแต่มันมีขอบเขตของมันอยู่เพราะการที่กรรมการชุดเดิมจับทุกอย่างผมว่ามันเยอะไป" (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1)

นอกจากนี้ ความไม่ชัดเจนในระบบประเมินและกระบวนการทำงานของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอก เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ถูกพูดถึงค่อนข้างมาก เนื่องจากที่ผ่านมาหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอกยังไม่มีความชัดเจนในระบบประเมินและกระบวนการทำงานเท่าที่ควร การสื่อสารระบบประเมินให้ผู้ปฏิบัติเข้าใจยังดำเนินการไม่ทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องช่วงเวลาการตรวจประเมิน เกณฑ์การประเมิน หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระบบของกระบวนการประเมิน ความไม่ชัดเจนดังกล่าวทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดแรงต้าน และทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบการประเมินคุณภาพการศึกษา อีกทั้ง ยังเห็นว่าการประเมินยังคงเป็น "การประเมินเพื่อการประเมิน" มิใช่ "การประเมินเพื่อการพัฒนา" หรือ "การบริหารจัดการศึกษา" ไม่สอดคล้องกับบริบทของมหาวิทยาลัยเท่าที่ควร และเห็นว่าในการประเมินคุณภาพการศึกษาควรดึงความร่วมมือในการทำงานจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยที่หน่วยประเมินทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์

"จริง ๆ คือ เท่าที่ทำงานมา เรื่องที่ลำบากในการทำงาน คือ ความไม่ชัดเจนในการดำเนินงาน เช่น เกณฑ์ในการทำงาน เกณฑ์การเข้ามาตรวจ คือบางทีเค้ามีการอบรม บางทีเราก็ไม่ได้เข้าอบรมทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนเกณฑ์ใหม่ หรือบางทีเราก็พลาดข่าวสารจาก สมศ. เพราะว่ามันจะมากระชั้น เตรียมตัวกันไม่ทัน ก็คือจะเป็นความชัดเจนเรื่องเกณฑ์เรื่องของความเข้าใจในเกณฑ์ เวลาผู้ประเมินมาเค้า require อะไรบ้างจากเกณฑ์เหล่านั้น คือเราก็มีคู่มือจาก สมศ. แต่ว่าก็ไม่ได้อ่านแล้วเข้าใจเลย มันก็ต้องมีอบรม ซึ่งตรงนี้เราแทบไม่ค่อยมีข้อมูล แต่ตรงนี้อาจจะเป็นเพราะว่ามันเพิ่งเปลี่ยนกระทรวงด้วย สมศ. ก็เลยยังไม่ได้ทำตรงนี้เหมือนกัน" (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3)

1.2.2 ปัญหาในทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย

ในการดำเนินการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนที่ผ่านมาและในปัจจุบัน ปัญหาที่ปรากฏอย่างชัดเจน คือ บริบทที่ต่างกันของมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องระยะเวลาการเคลื่อนย้าย การเปิด-ปิดภาคเรียน ทรัพยากรการเรียน การจัดสรรทรัพยากร เช่น ด้านการเงินเป็นต้น เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงมาก ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์

"ในระดับหลักสูตรที่เจอปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนที่ไม่ตรงกัน ที่นู่นเปิดเมื่อไหร่ ที่นี่เปิดตรงกันไหม เวลาเรานับเด็ก จำนวนเด็กที่แลกเปลี่ยนนับ 3 เดือน 6 เดือน แบบนี้ เวลาที่เรานับบางคนจะมาช่วงคร่อมปีการศึกษา ก่อนหน้าเราตัดตามปีการศึกษามันก็จะนับยังไง เพราะว่าเกณฑ์มันค่อนข้าง fixed ต้องนับตามเท่านั้น... มันจะมีสองสามประเด็น คือระยะ

เวลาก็ใช่ รายวิชาก็ใช่ เช่น ไปเรียนวิชานี้เทียบได้กับวิชาอะไรที่นี่ มีหลายประเด็นอยู่ เรื่องของค่าใช้จ่าย เรื่องตัว support ของเด็กที่เดินทาง ที่อยู่ หอพัก" (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3)

2. กรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนมหาวิทยาลัยที่มีความรู้และมีประสบการณ์ตรงด้านการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนจากสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 6 คน ทำให้ได้แนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 กรอบการดำเนินงาน และส่วนที่ 2 หลักการรองรับการดำเนินงาน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 กรอบการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันประกอบด้วย

2.1.1 นโยบายชาติ ว่าด้วยการประกันคุณภาพ ซึ่งรัฐบาลควรใช้อำนาจในการควบคุมและดูแลคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อระบบการศึกษาภายในประเทศ ตลอดจนการควบคุมระบบการจัดหาทรัพยากรทางการศึกษา เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนข้ามพรมแดนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอาจมีการกำหนดองค์กร/หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เฉพาะหรือกำหนดให้องค์กรประกันคุณภาพภายนอกตามลักษณะความเฉพาะของแต่ละหลักสูตรที่มีมาตรฐานการรับรองคุณภาพหลักสูตรเป็นผู้ดำเนินการ

2.1.2 สภามหาวิทยาลัย และคณะที่ประสงค์จะเปิดหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง โดยทิศทางในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการประกันคุณภาพอิสระขึ้นอยู่กับนโยบายและแนวทางของแต่ละมหาวิทยาลัย โดยสภามหาวิทยาลัยแต่ละแห่งจะมีบทบาทในการควบคุมตรวจสอบ กำกับดูแลการประกันคุณภาพของหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนของตนให้มีความชัดเจน

2.1.3 การดำเนินการตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ และระเบียบภายในของประเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพ เช่น ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558 เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาตามประกาศได้กำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้ากับลักษณะของการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นต้น

2.1.4 กระบวนการประกันคุณภาพ การประกันคุณภาพหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของหลักสูตร คุณสมบัติของอาจารย์ผู้สอน ปรัชญาการเรียนการสอน กระบวนการจัดการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผล ทรัพยากรในการจัดการเรียนรู้ บุคลากร เป็นต้น จากนั้นดำเนินการจัดทำรายงานเพื่อส่งไปยังสภามหาวิทยาลัย และ/หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามนโยบาย เพื่อเป็นการพิจารณาทบทวน กำกับดูแลการประกันคุณภาพของหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดน ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสภามหาวิทยาลัย กฎเกณฑ์ และกฎระเบียบภายใน และกระบวนการประกันคุณภาพ เป็นสิ่งที่มหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง มีการดำเนินการแตกต่างกันไปบนฐาน

ความอิสระและยืดหยุ่นขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละมหาวิทยาลัย และลักษณะพิเศษของแต่ละหลักสูตร มีหน่วยงานหรือองค์การวิชาชีพ ทำหน้าที่ประกันและประเมินคุณภาพ เช่น ACCSB ของบัญชีและบริหารธุรกิจ WFME ของแพทย์ เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์กรภายนอกที่ได้รับการรับรองในทางสากลเพื่อมารับรองหลักสูตรนั้น ๆ ให้เป็นมาตรฐานสากล

2.2 หลักการรองรับการดำเนินงาน ซึ่งต้องดำเนินการโดยคำนึงและตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานสำคัญ 5 ประการ คือ

2.2.1 การรับฟังเสียงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ กรอบแนวทาง วิธีการประเมิน หลักเกณฑ์ในการประเมินที่ชัดเจน เพื่อลดความสับสนและข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น

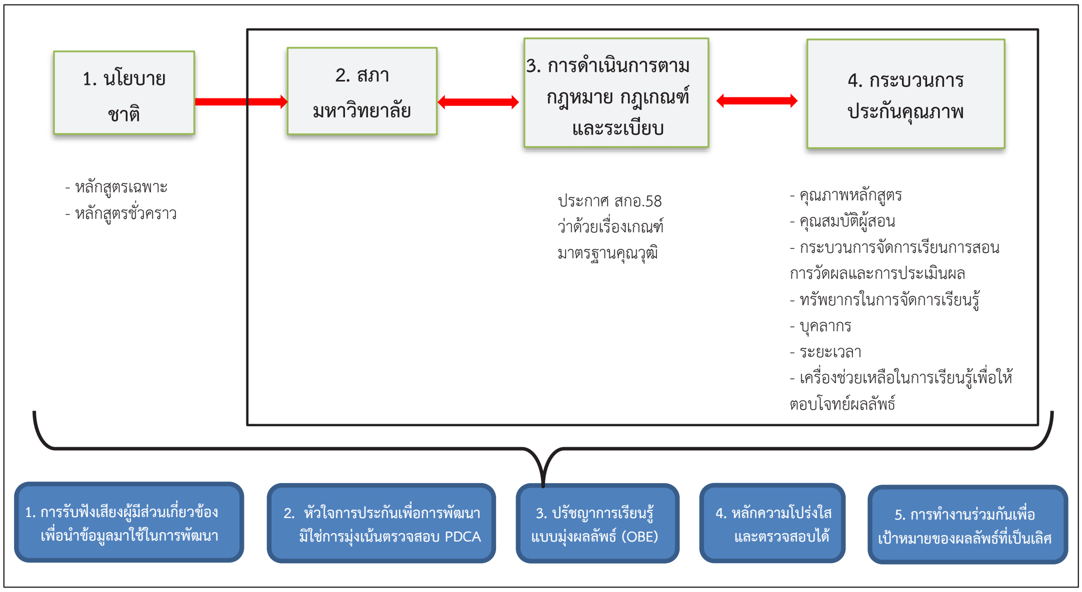
2.2.2 การคำนึงถึงหัวใจของของการประกันคุณภาพการศึกษา กล่าวคือ การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนา มิใช่การมุ่งเน้นตรวจสอบหรือการดำเนินการเพียงเพื่อให้ครบตามกฎเกณฑ์ โดยจะมุ่งเน้นที่กระบวนการ (Process) อย่างต่อเนื่องตามวงจรการบริหารงานคุณภาพแบบ PDCA ครอบคลุม 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ Plan (วางแผน) Do (ปฏิบัติ) Check (ตรวจสอบ) และ Act (ดำเนินการให้เหมาะสม)

2.2.3 การตระหนักถึงการจัดการศึกษาบนปรัชญาการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ ซึ่งเป็นแนวคิดการจัดการศึกษาที่เน้นการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงผู้เรียน โดยผลการเรียนรู้จะถูกใช้เป็นเป้าหมายเพื่อวัดความสำเร็จของผู้เรียน ทั้งนี้ ระบบการศึกษาเชิงผลลัพธ์เป็นระบบที่มีกรอบแนวคิดเชิงการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อมุ่งลดช่องว่างระหว่างผลการเรียนรู้จริงที่วัดได้กับผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง (Expected Learning Outcomes) เป็นหลักประกันคุณภาพการศึกษาเชิงผลลัพธ์ที่เน้นการออกแบบกระบวนการเพื่อเปลี่ยนแปลงผู้เรียน อันเป็นผลจากหลักสำคัญของการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-Based Education: OBE) คือ ต้องมีเป้าหมาย (Goal) ที่กำหนดเป็นรูปธรรมด้วยผลการเรียนรู้ (Learning Outcomes) และผู้เรียนทุกคนต้องประสบความสำเร็จ (Accomplishment) ความแตกต่างของการออกแบบการทำงานบนพื้นฐานของ “สัมฤทธิผลการเรียนรู้ของผู้เรียน” เป็นสำคัญ ซึ่งกำกับโดย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) วัตถุประสงค์ (Objective) 2) กิจกรรมการเรียนรู้ (Learning Activities) หรือการจัดการเรียนการสอน (Teaching/Learning Approaches) และ 3) วิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ (Assessment Method) ซึ่งปัจจัยทั้งสามจะต้องออกแบบให้สอดคล้องไปในแนวเดียวกันอย่างสร้างสรรค์ (Constructive Alignment) เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และสามารถประเมินเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ในระดับที่สูงกว่าได้ ทั้งนี้ แนวทางปรัชญาการเรียนรู้ดังกล่าวยังมุ่งส่งเสริมให้เกิดการผลิตบัณฑิตที่มีลักษณะความเป็นพลเมืองโลก (Global Citizen) อีกด้วย

2.2.4 ดำเนินการภายใต้หลักการเรื่องความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ (Transparency and Accountability) ซึ่งหลักการดังกล่าวจะส่งผลต่อวัฒนธรรมการประกันคุณภาพ

สร้างแนวทางการประกันและการพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่อยู่บนฐานของข้อมูล หลักฐาน และข้อเท็จจริงที่มีเหตุผล มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ยอมให้อิทธิพลใดเบี่ยงเบนผลการประเมินให้ผิดไปจากความเป็นจริง และพร้อมรับการตรวจสอบ โดยในการบริหารจัดการการศึกษาเรื่องนี้ควรจะต้องดำเนินการโดยรูปแบบการบริหารการศึกษาโดยข้อเท็จจริง (Educational Management by Facts)

2.2.5 การส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ (Systematic-Collaborative Working Culture) เพื่อขับเคลื่อนวัฒนธรรมการทำงานประกันและพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อเป้าหมายของการบริหารการศึกษาที่เป็นเลิศ รายละเอียดสรุปดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 กรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย

อภิปรายผล

1. สภาพการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในปัจจุบัน สรุปได้ดังนี้

1.1 สภาพการดำเนินการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย แยกพิจารณาเป็น 2 ประเด็น คือ 1) การตกลงสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการ และ 2) การเชื่อมโยงการประกันคุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอก ซึ่งที่ผ่านมามหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนในรูปแบบการทำหลักสูตรร่วมที่มีลักษณะเป็นความตกลงร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการการศึกษา ทั้งในประเทศต้นทางและประเทศปลายทางร่วมกันจัดทำหลักสูตรร่วม โดยจะพิจารณาเรื่องการรับรองมาตรฐานสากลของหลักสูตรเป็นเรื่องหลัก เนื่องจากเป็นเครื่องมือแสดงว่าหลักสูตรการศึกษาเป็นไปตามมาตรฐานสากล โดยจะเลือก

ทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการที่มีมาตรฐานสูงกว่าหรือเท่าเทียมกับมหาวิทยาลัยผู้รับบริการ ในด้านการประกันคุณภาพการศึกษาจะมีการเชื่อมโยงการประกันคุณภาพภายในและการประเมินคุณภาพภายนอก ซึ่งปรากฏชัดเจนในเรื่องการเชื่อมโยงข้อมูล กล่าวคือ ข้อมูลระดับหลักสูตรจะถูกนำไปใช้ในระดับคณะ และระดับสถาบัน ที่ผ่านมาการประเมินคุณภาพภายนอกของหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนในบางมหาวิทยาลัยดำเนินการโดย สมศ.

อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมพบว่าการดำเนินการกำกับดูแลการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนระดับอุดมศึกษาในเรื่องการตกลงสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการ ประเทศไทยให้ความสำคัญกับความเป็นมาตรฐานสากลของหลักสูตร ซึ่งคำว่ามาตรฐานสากลในที่นี้หมายความรวมถึงคุณภาพผู้สอน คุณภาพบริหารจัดการ และระบบการประกันคุณภาพภายใน นอกจากนี้ประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการจัดลำดับของคุณภาพมหาวิทยาลัยตามที่ปรากฏใน World Ranking โดยจะเลือกทำความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการที่มีมาตรฐานสูงกว่าหรือเท่าเทียมกับมหาวิทยาลัยผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ไม่ได้กำหนดไว้ในมาตรฐานของ UNESCO/OECD Guidelines สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Cremonini, Epping, Westerheijden, and Vogelsang (2012) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการประกันคุณภาพว่าด้วยการศึกษาข้ามพรมแดน โดยใช้กรณีศึกษาการศึกษาข้ามพรมแดน จำนวน 6 กรณี ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง (North-South) และอีก 4 กรณีแทนการศึกษาข้ามพรมแดนระหว่าง North-North (USA-Europe, Europe-Europe) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกทางโทรศัพท์จากสถาบันการศึกษาแตกต่างกันอีกจำนวน 10 แห่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลตอบผลกระทบของการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการประกันคุณภาพอันเกิดจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงกดดันภายนอก หรือผู้เป็นเจ้าของทุน ความสนใจส่วนตัวเพื่อดึงดูดนักศึกษาและทุนวิจัย หรือเส้นทางการพัฒนาคุณภาพเพื่อความเป็นมืออาชีพและความเป็นเลิศ โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงการตระหนักถึงความสำคัญของการประกันคุณภาพ ทัศนคติของการประกันคุณภาพว่าเป็นไปเพียงเพื่อการแสดงหลักฐานหรือการประกันเพื่อการพัฒนาคุณภาพจริง มุมมองต่อการประกันว่าเป็นภาระของการศึกษาระดับอุดมศึกษาของชาติ และการใช้กรอบการประกันภายในจนไม่เห็นคุณค่าของ UNESCO/OECD Guidelines

1.2 สภาพปัญหาของการดำเนินการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย แยกเป็น 2 ประเด็น คือ

1.2.1 ปัญหาในเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) ความไม่ชัดเจนเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพภายนอก 2) ขอบเขตบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอก 3) ความไม่ชัดเจนในระบบประเมินและกระบวนการทำงานของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอก เช่น ขาดการสื่อสารระบบประเมินให้ผู้ปฏิบัติเข้าใจ เป็นต้น ด้วย สมศ. ได้รับการจัดตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เพื่อทำหน้าที่พัฒนาเกณฑ์ วิธีการประเมินคุณภาพภายนอก และทำการประเมินคุณภาพภายนอกของสถานศึกษาทุกแห่งของประเทศไทย ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา และในปี พ.ศ. 2561 ได้เปลี่ยนแปลง

มาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งในทางปฏิบัติตามนโยบายของชาติ ในเรื่องการประเมินคุณภาพภายนอก มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องความไม่ชัดเจนในระบบประเมิน และกระบวนการทำงานของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอก โดยที่ผ่านมาหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอกยังไม่มีความชัดเจนในระบบประเมินและกระบวนการทำงานเท่าที่ควร การสื่อสารระบบประเมินให้ผู้ปฏิบัติเข้าใจยังดำเนินการไม่ทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องช่วงเวลาการตรวจประเมิน เกณฑ์การประเมิน หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระบบกระบวนการประเมินดังกล่าว ทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดแรงต้านและทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบการประเมินคุณภาพการศึกษา ทั้งนี้ ยังเห็นว่าการประเมินเป็น “การประเมินเพื่อการประเมิน” มิใช่ “การประเมินเพื่อการพัฒนา” หรือ “การบริหารจัดการศึกษา” เท่าที่ควร

ต่อมาในปี พ.ศ. 2562 มีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เกี่ยวกับการบริหารจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย โดยมีการประกาศจัดตั้งกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เป็นหนึ่งในหน่วยงานระดับกระทรวงของไทย มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุน และกำกับการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ การวิจัย และการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อการพัฒนาประเทศให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก และในช่วงเวลาเดียวกันนั้น ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ซึ่งมาตรา 49 กำหนดให้สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา มีฐานะเป็นองค์การมหาชนทำหน้าที่พัฒนาเกณฑ์ วิธีการประเมินคุณภาพภายนอก และทำการประเมินผลการจัดการศึกษาที่มิใช่การจัดการอุดมศึกษาซึ่งอยู่ในอำนาจหน้าที่ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม หรือกระทรวงอื่น เพื่อให้มีการตรวจสอบคุณภาพของสถานศึกษา โดยคำนึงถึงความมุ่งหมาย หลักการ และแนวทางการจัดการศึกษาในแต่ละระดับตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัตินี้ ให้มีการประเมินคุณภาพภายนอกของสถานศึกษาทุกแห่งอย่างน้อยหนึ่งครั้งในทุกห้าปีนับตั้งแต่การประเมินครั้งสุดท้าย และเสนอผลการประเมินต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสาธารณชน และมาตรา 64 กำหนดให้การประเมินคุณภาพภายนอกอาจประเมินโดยหน่วยงานต่างประเทศที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง หรืออาจประเมินโดยหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หรือหน่วยงานในต่างประเทศ ที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาประกาศกำหนดก็ได้ สถาบันอุดมศึกษาอาจเสนอให้คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาให้ความเห็นชอบให้หน่วยงานอื่นนอกจากที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่ง ทำหน้าที่ประเมินคุณภาพภายนอกก็ได้

แม้พระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 จะมีการกำหนดคุณสมบัติของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอกไว้ แต่ในทางปฏิบัติยังคงประสบปัญหาความไม่ชัดเจนเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพภายนอก โดยปัจจุบันยังไม่มีประกาศที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการอำนาจหน้าที่การประเมินคุณภาพภายนอก อาจยังคงเป็น สมศ. หรือหน่วยงานอื่น ซึ่งผลจากความไม่ชัดเจนเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการประเมินคุณภาพภายนอก ทำให้มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ไม่ได้ดำเนินการประกันคุณภาพภายนอก โดยจะดำเนินการเฉพาะการประกันคุณภาพภายในเป็นหลัก

นอกจากนี้ ในเรื่องขอบเขตบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานประเมินคุณภาพภายนอกที่ดูแลครอบคลุมทุกระดับการศึกษาและวิชาชีพถือเป็นภาระงานที่ค่อนข้างหนัก เห็นว่าหากเป็นสาขาวิชาชีพบางสาขาควรเป็นอำนาจหน้าที่ของวิชาชีพนั้น ๆ และแยกหน่วยงานประเมินภายนอกระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานกับระดับอุดมศึกษาออกจากกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Tariq et al. (2016) ที่ทำการศึกษาการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน (QACHE) เก็บข้อมูลจากหน่วยงานประกันคุณภาพของประเทศต่าง ๆ ทั้งประเทศนอกสหภาพยุโรป (ออสเตรเลีย) และกลุ่มประเทศผู้รับบริการการศึกษาข้ามพรมแดนจากประเทศสหภาพยุโรป (กลุ่มประเทศในอ่าวเปอร์เซีย และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิค) โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนมีความยากลำบาก และมีช่องว่างในเรื่องความเข้าใจกระบวนการดำเนินการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานประกันคุณภาพและสถาบันอุดมศึกษา ในทางกลับกันการศึกษาข้ามพรมแดนกำลังได้รับความนิยมแม้ยังมีหลายส่วนที่ต้องพัฒนา เช่น การมีผู้เชี่ยวชาญ และการเสริมสร้างขีดความสามารถ (Capacity-building) ของการประกัน เป็นต้น โดยภาพรวมผลการศึกษาพบว่า ยังไม่มีระบบสำหรับการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนที่ชัดเจน ปัญหาที่น่ากังวลคือ การขาดข้อมูลด้านการศึกษาข้ามพรมแดน และระบบ แนวทาง กฎเกณฑ์ภายในที่แตกต่างกัน การส่งเสริมและสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาจากภูมิภาคต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล นโยบาย และกฎเกณฑ์ ควรเร่งดำเนินการสร้างเครือข่ายระดับภูมิภาค เช่น ENQA ANQAHE และ APQN เป็นต้น ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกและจัดการเรื่องนี้ โดยสามารถศึกษาคู่มือระหว่างประเทศต่าง ๆ เช่น UNESCO/OECD Guidelines for quality provision in Cross-border Higher Education, the Standards and Guidelines for quality assurance in the European Higher Education Area เป็นต้น และแนวทางภายในของแต่ละประเทศควรใช้เป็นฐานในการศึกษาเพื่อการพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนต่อไป

ขณะเดียวกันผลการศึกษาของ Angela, Karen, and Robert (2014) ได้ระบุถึงความท้าทายสำหรับระบบการประกันคุณภาพประเทศในแถบเอเชีย ประกอบด้วย การมีอิสระในการกำหนดเอง ความเป็นสากล และหลักความชอบด้วยกฎหมายและตรวจสอบได้ กล่าวได้ว่า ระบบความมีอิสระของตัวองค์กรเองนั้น ถือเป็นข้อท้าทายหลักของเอเชีย เนื่องด้วยการประกันคุณภาพจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลหรือได้รับการรับรองจากภาครัฐ ซึ่งส่งผลต่อองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่ภาครัฐแต่เข้ามาทำหน้าที่กำหนดคุณภาพของหลักสูตร ตัวอย่างเช่น Asia Pacific Quality Network (APQN) ได้กำหนดขึ้นโดยเป็นองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความยากในภูมิภาคเอเชียเรื่องความเป็นอิสระ นอกจากนี้ ความสามารถในทางสากลสำหรับการจัดการมาตรฐานในระหว่างประเทศเป็นอีกหนึ่งความท้าทาย เนื่องจากประเทศในภูมิภาคเอเชียมักนำตัวชี้วัดที่ใช้ในระหว่างประเทศมาอิงการปฏิบัติภายใน ซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติได้จริงตามบริบท และความสามารถของประเทศตนก่อให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาการประกันคุณภาพหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดน และความท้าทายสุดท้าย คือ ความชอบด้วยกฎหมายและตรวจสอบได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเรื่องการประกัน

คุณภาพการศึกษาจะนำมายึดโยงกับปัจจัยด้านการเมืองในการกำหนดนโยบาย อย่างไรก็ดี ไต้หวันซึ่งถือได้ว่ามีระบบการประกันคุณภาพที่มีลักษณะของความเป็นสากล แต่ก็ได้สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายที่เผชิญอยู่ เช่น เรื่องการกำหนดการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน และข้อกังวลเรื่องการละเมิดเขตอำนาจอธิปไตย รวมถึงการรักษาคุณภาพของหลักสูตรให้เป็นไปตามหลักสากลตามที่ได้กำหนด

1.2.2 ปัญหาในทางปฏิบัติของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย พบว่า มีข้อพิจารณาเรื่องบริบทที่ต่างกันของมหาวิทยาลัยผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เช่น ระยะเวลาการเคลื่อนย้าย ทรัพยากรการเรียน การจัดสรรทรัพยากร เป็นต้น ซึ่งเอกสาร UNESCO/OECD Guidelines และ UNESCO/APQN Toolkit ได้ให้คำแนะนำเรื่องสิ่งที่จะต้องคำนึงเกี่ยวกับการเลือกรูปแบบและประเภทของการเคลื่อนย้ายการศึกษาข้ามพรมแดน คือ สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจของทั้งประเทศผู้ให้บริการและประเทศผู้รับบริการ เพราะนโยบายเรื่องการศึกษาข้ามพรมแดนนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับนโยบายของประเทศ อย่างไรก็ตาม Shin (2018) ได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาประเทศเกาหลี ที่ให้ความสำคัญต่อบริบทภายในประเทศอันเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการประเมินคุณภาพหลักสูตร โดยระบบของเกาหลีสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามเปลี่ยนแปลงหลักสูตรโดยผ่านการนำระบบการศึกษาของประเทศสหรัฐอเมริกามาปรับ ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงแรกก่อนที่เกาหลีจะนำระบบการประเมินคุณภาพการศึกษาของสหรัฐอเมริกามาบังคับใช้ ระบบการประกันคุณภาพที่พัฒนาโดยกระทรวงศึกษาธิการของเกาหลีเองมีประสิทธิภาพ โดยวัดได้จากจำนวนนักเรียนที่ลงทะเบียน แต่เนื่องจากระบบการเมืองภายในเกิดขึ้นทำให้เกาหลีต้องเปลี่ยนรูปแบบมายึดจากหลักของสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้กำหนดรูปแบบการประกันคุณภาพไว้แล้ว ในแง่ของการแลกเปลี่ยนนักวิจัยนั้น มีการกำหนดการแลกเปลี่ยนนักวิจัยจากสหรัฐอเมริกา หรือผ่านจากศูนย์ของยุโรป ได้แก่ The European Association for Institutional Research (EAIR) รวมทั้งการจัดการประชุมสัมมนาร่วมกันเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญและแลกเปลี่ยนด้านองค์ความรู้ ผลคือปัจจุบันเกาหลีพัฒนาระบบการประเมินจากบริบทการศึกษาของเกาหลีเองและเรียนรู้จากสหรัฐอเมริกา ซึ่งระบบการพัฒนานักวิจัยดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดนโยบายสำหรับการพัฒนาคุณภาพนักวิจัย

2. กรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 กรอบการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) นโยบายชาติ 2) สภามหาวิทยาลัย 3) การดำเนินการตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ และระเบียบ และ 4) กระบวนการประกันคุณภาพ ด้วยสถาบันอุดมศึกษามีภารกิจหลักที่ต้องปฏิบัติ 4 ประการ ได้แก่ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การดำเนินการตามภารกิจทั้ง 4 ประการดังกล่าว มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศทั้งระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งยังมีปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้จำเป็นต้องมีการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษา ได้แก่ 1) คุณภาพของสถาบันอุดมศึกษาและบัณฑิตภายในประเทศมีแนวโน้มที่จะมีความแตกต่างกันมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดผลเสียแก่สังคมโดยรวมของประเทศในระยะ

ยาว 2) ความท้าทายของโลกาภิวัตน์ต่อการอุดมศึกษา ทั้งในประเด็นการบริการการศึกษาข้ามพรมแดน และการเคลื่อนย้ายนักศึกษาและบัณฑิต อันเป็นผลจากการรวมตัวของประเทศในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งทั้งสองประเด็นต้องการการรับประกันคุณภาพการศึกษา 3) สถาบันอุดมศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความมั่นใจแก่สังคมว่าสามารถพัฒนาองค์ความรู้และผลิตบัณฑิตเพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล การพัฒนาภาคการผลิตจริง ทั้งอุตสาหกรรมและบริการการพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ระดับท้องถิ่นและชุมชน 4) สถาบันอุดมศึกษาจะต้องให้ข้อมูลสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนักศึกษา ผู้จ้างงาน ผู้ปกครอง รัฐบาล และประชาชนทั่วไป 5) สังคมต้องการระบบอุดมศึกษาที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วม มีความโปร่งใส และมีความรับผิดชอบซึ่งตรวจสอบได้ตามหลักธรรมาภิบาล 6) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดให้สถานศึกษาทุกแห่งจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายใน และประกันคุณภาพภายนอก 7) คณะกรรมการการอุดมศึกษาได้ประกาศใช้มาตรฐานการอุดมศึกษาเป็นกลไกกำกับมาตรฐานระดับกระทรวง ระดับคณะกรรมการการอุดมศึกษา และระดับหน่วยงาน โดยทุกหน่วยงานระดับอุดมศึกษาจะได้ใช้เป็นกรอบการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษา 8) ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้ประกาศแนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ เพื่อให้การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นไปตามมาตรฐานการอุดมศึกษาและเพื่อการประกันคุณภาพของบัณฑิตในแต่ละระดับคุณวุฒิและสาขาวิชา (Office of the Higher Education Commission, 2014)

ดังนั้น นโยบายชาติ ว่าด้วยการประกันคุณภาพซึ่งภาครัฐควรใช้อำนาจในการกำกับดูแลคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อระบบการศึกษาภายในประเทศ โดยอาจมีการกำหนดองค์กร/หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่เฉพาะหรือกำหนดให้องค์กรประกันคุณภาพภายนอกตามลักษณะความเฉพาะของแต่ละหลักสูตรที่มีมาตรฐาน รวมถึงกำหนดแนวทางนโยบาย หรือวางกรอบบทบัญญัติว่าด้วยการศึกษาข้ามพรมแดนให้สอดคล้องกับระบบการศึกษา เศรษฐกิจ และด้านอื่น ๆ ของประเทศ สอดคล้องกับเอกสาร UNESCO-APQN Toolkit ที่ได้ระบุถึงบทบาทและหน้าที่ของกรอบการกำกับดูแลการประกันคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดนตามมุมมองของประเทศผู้รับบริการ โดยแยกพิจารณาใน 5 เรื่อง ได้แก่ 1) การให้อำนาจรัฐบาลในการควบคุมและดูแลคุณภาพการศึกษาข้ามพรมแดน โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อระบบการศึกษาภายในประเทศ 2) การให้อำนาจรัฐบาลในการควบคุมระบบการจัดหาทรัพยากรทางการศึกษา 3) การให้อำนาจรัฐบาลในการควบคุมบทบัญญัติว่าด้วยการศึกษาข้ามพรมแดนให้เป็นไปตามนโยบายของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา เศรษฐกิจ และอื่น ๆ 4) การให้อำนาจรัฐบาลในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตลาดและระบบการทำงานของการศึกษาข้ามพรมแดน ซึ่งจะนำไปสู่การดำเนินนโยบายที่ต่อเนื่องและการพัฒนากรอบการกำกับดูแล และ 5) การให้การช่วยเหลือรัฐบาลในการให้ข้อมูลแก่ผู้เรียนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ (Davies & Wong, 2006)

ขณะเดียวกัน สภามหาวิทยาลัย และคณะที่ประสงค์จะเปิดหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง ควรกำหนดนโยบายและแนวทางในการควบคุม ตรวจสอบ กำกับดูแลการประกันคุณภาพของหลักสูตรที่มีลักษณะของการศึกษาข้ามพรมแดนของตนให้มีความชัดเจน โดยดำเนินการตามกฎหมาย กฎเกณฑ์ และระเบียบภายในของประเทศ เช่น ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558 ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2558 เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาตามประกาศได้กำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้ากับลักษณะของการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Smith (2010) ที่ได้ประมวลแนวทางปฏิบัติที่ดีแห่งชาติเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาของ 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (Principles of Good Practice of Overseas International Education Programs for Non-US Nationals) อังกฤษ (Code of Practice for Collaborative Provision and Flexible and Distributed Learning) และออสเตรเลีย (Provision of Education to International Students - Code of Practice and Guidelines for Australian Universities) ซึ่งผลการศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะถึงการปรับใช้แนวคิดเรื่อง Contact Zone เป็นเครื่องมือสร้างการประกันคุณภาพการศึกษาเชื่อมโยงผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ กระบวนการประกันคุณภาพหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดน จะต้องพิจารณาถึงคุณภาพหลักสูตร คุณสมบัติอาจารย์ผู้สอน ปรัชญาการเรียนการสอน กระบวนการจัดการเรียนการสอน การวัดผลและการประเมินผล ทรัพยากรในการจัดการเรียนรู้ บุคลากร เป็นต้น จากนั้นดำเนินการจัดทำรายงานเพื่อส่งไปยังสภามหาวิทยาลัย และ/หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามนโยบาย เพื่อเป็นการพิจารณาทบทวน กำกับดูแลการประกันคุณภาพของหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดน ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสภามหาวิทยาลัย กฎเกณฑ์ และกฎระเบียบภายใน และกระบวนการประกันคุณภาพ เป็นสิ่งที่ปัจจุบันมหาวิทยาลัยแต่ละแห่งมีการดำเนินการแตกต่างกันไปบนฐานความอิสระและยืดหยุ่น ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละมหาวิทยาลัย และลักษณะพิเศษของแต่ละหลักสูตร โดยมีหน่วยงานหรือองค์การวิชาชีพ ทำหน้าที่ประกันและประเมินคุณภาพ เช่น ACCSB ของบัญชีและบริหารธุรกิจ WFME ของแพทย์ เป็นต้น ซึ่งเป็นองค์กรภายนอกที่ได้รับการรับรองในทางสากลเพื่อมารับรองหลักสูตรนั้น ๆ ให้เป็นมาตรฐานสากล สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 มาตรา 64 กำหนดให้การประเมินคุณภาพภายนอกอาจประเมินโดยหน่วยงานต่างประเทศที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง หรืออาจประเมินโดยหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานภาคเอกชน หรือหน่วยงานในต่างประเทศ ที่คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษาประกาศกำหนดก็ได้ สถาบันอุดมศึกษาอาจเสนอให้คณะกรรมการมาตรฐานการอุดมศึกษา ให้ความเห็นชอบให้หน่วยงานอื่นนอกจากที่กำหนดไว้ตามวรรคหนึ่ง ทำหน้าที่ประเมินคุณภาพภายนอกก็ได้

2.2 หลักการรองรับการดำเนินงาน ต้องดำเนินการโดยตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานสำคัญ 5 ประการ คือ 1) การรับฟังเสียงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders Participation) 2) การประกันคุณภาพการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนา PDCA 3) ปรัชญาการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ 4) ความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ และ 5) วัฒนธรรมการทำงานร่วมกันและเชื่อมโยงกันอย่าง

เป็นระบบ สอดคล้องกับแนวคิดของการประกันคุณภาพภายนอกที่ระบุว่าจะต้องเป็นไปตามหลักการสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) เป็นการประเมินเพื่อมุ่งให้มีการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องการตัดสิน การจับผิด หรือการให้คุณให้โทษ 2) ยึดหลักความเที่ยงตรง เป็นธรรม โปร่งใส มีหลักฐานข้อมูลตามสภาพความเป็นจริง และมีความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ 3) มุ่งเน้นในเรื่องการส่งเสริมและประสานงานในลักษณะกัลยาณมิตรมากกว่าการกำกับควบคุม 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการประเมินคุณภาพและการพัฒนาการจัดการศึกษาจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และ 5) มุ่งสร้างความสมดุลระหว่างเสรีภาพทางการศึกษากับจุดมุ่งหมายและหลักการศึกษาของชาติตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ให้เอกภาพเชิงนโยบาย แต่ยังคงมีความหลากหลายในทางปฏิบัติ โดยสถาบันสามารถกำหนดเป้าหมายเฉพาะ และพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้เต็มตามศักยภาพของสถาบันและผู้เรียน (Office of the Higher Education Commission, 2014) ดังนั้นการรับฟังเสียงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จึงเป็นไปเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ กรอบแนวทาง วิธีการประเมิน หลักเกณฑ์ในการประเมินที่ชัดเจน เพื่อลดความสับสนและข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น ขณะเดียวกันต้องคำนึงถึงหัวใจสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนา มิใช่การมุ่งเน้นตรวจสอบหรือดำเนินการเพียงเพื่อให้ครบตามกฎเกณฑ์ โดยจะมุ่งเน้นที่กระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามวงจรการบริหารงานคุณภาพแบบ PDCA ครอบคลุม 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ Plan (วางแผน) Do (ปฏิบัติ) Check (ตรวจสอบ) และ Act (ดำเนินการให้เหมาะสม) ตระหนักถึงการจัดการศึกษาบนปรัชญาการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ ซึ่งเป็นแนวคิดการจัดการการศึกษาที่เน้นการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลงผู้เรียน โดยผลการเรียนรู้จะถูกใช้เป็นเป้าหมายเพื่อวัดความสำเร็จของผู้เรียน ทั้งนี้ ระบบการศึกษาเชิงผลลัพธ์เป็นระบบที่มีกรอบแนวคิดเชิงการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งลดช่องว่างระหว่างผลการเรียนรู้จริงที่วัดได้กับผลการเรียนรู้ที่คาดหวังเป็นหลักประกันคุณภาพการศึกษาเชิงผลลัพธ์ที่เน้นการออกแบบกระบวนการเพื่อเปลี่ยนแปลงผู้เรียนอันเป็นผลจากหลักสำคัญของปรัชญาการเรียนรู้แบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ คือ ต้องมีเป้าหมายที่กำหนดเป็นรูปธรรมด้วยผลการเรียนและผู้เรียนทุกคนต้องประสบความสำเร็จ ความแตกต่างของการออกแบบการทำงานบนพื้นฐานของสัมฤทธิผลการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งกำกับโดย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) วัตถุประสงค์ 2) กิจกรรมการเรียนรู้ หรือการจัดการเรียนการสอน และ 3) วิธีการวัดผลลัพธ์การเรียนรู้ ซึ่งปัจจัยทั้งสามจะต้องออกแบบให้สอดคล้องไปในแนวเดียวกันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และสามารถประเมินเพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ในระดับขั้นที่สูงกว่าได้ ทั้งนี้ แนวทางปรัชญาการเรียนรู้ดังกล่าวยังมุ่งส่งเสริมให้เกิดการผลิตบัณฑิตที่มีลักษณะความเป็นพลเมืองโลก อีกด้วย

นอกจากนี้ การดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาต้องอยู่ภายใต้หลักการของความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งหลักการดังกล่าวจะส่งผลต่อวัฒนธรรมการประกันคุณภาพ สร้างแนวทางการประกันและการพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่อยู่บนฐานของข้อมูล หลักฐาน และข้อเท็จจริงที่มีเหตุผล มีความซื่อสัตย์สุจริต และพร้อมรับการตรวจสอบ โดยหลักการดังกล่าวควรดำเนินการด้วยรูปแบบ

การบริหารการศึกษาโดยข้อเท็จจริง และส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เพื่อขับเคลื่อนวัฒนธรรมการทำงานประกันและพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อเป้าหมายของการบริหารการศึกษาที่เป็นเลิศ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Angela, Karen, and Robert (2014) ได้ระบุถึงความท้าทายสำหรับระบบการประกันคุณภาพประเทศในแถบเอเชีย ประกอบด้วยความเป็นสากล การมีอิสระในการกำหนดเอง และหลักความชอบด้วยกฎหมายและตรวจสอบได้ กล่าวได้ว่า ระบบความมีอิสระของตัวองค์กรเองนั้น ถือเป็นข้อท้าทายหลักของเอเชีย เนื่องด้วยการประกันคุณภาพจะอยู่ภายใต้ภาครัฐหรือได้รับการรับรองจากภาครัฐ ซึ่งส่งผลต่อองค์กรภายนอกที่ไม่ใช่ภาครัฐแต่เข้ามาทำหน้าที่กำหนดคุณภาพของหลักสูตร ตัวอย่างเช่น Asia Pacific Quality Network (APQN) ได้กำหนดขึ้นโดยเป็นองค์กรที่ได้รับการสนับสนุนผ่านทางภาครัฐ ตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความยากในภูมิภาคเอเชียเรื่องความเป็นอิสระ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยได้นำเสนอกรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ กรอบการดำเนินงาน และหลักการรองรับการดำเนินงาน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจนำผลการวิจัยไปวางแผนดำเนินการ ดังนี้

1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ควรจัดตั้งหรือส่งเสริมระบบการจดทะเบียนหรือการออกใบอนุญาตให้แก่การให้บริการการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาภายในเขตแดนของตน โดยคำนึงถึงความรอบด้านของการให้บริการ (One Stop Service Center) ที่เน้นความเป็นธรรมและความโปร่งใส ทั้งในแง่กระบวนการทำงานและโครงสร้างของศูนย์/ระบบจดทะเบียนหรือการออกใบอนุญาตให้แก่การให้บริการการศึกษาข้ามพรมแดนควรสร้างระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และมาตรฐานในการจดทะเบียน การออกใบอนุญาต การประกันคุณภาพการศึกษาและการรับรองคุณวุฒิในหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดน นอกจากนี้ ควรพิจารณาการเข้าร่วมเป็นภาคีกับ UNESCO ในเรื่องการรับรองคุณวุฒิเพื่อใช้เป็นมาตรฐานสำหรับการทำงานขององค์กรกลางที่ถูกกำหนดให้ทำหน้าที่ดังกล่าว โดยการสร้างหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติร่วมกันจะนำไปสู่ความเท่าเทียมกันในการรับรองคุณวุฒิ

2. สถาบันอุดมศึกษา ควรคำนึงถึงหลักความโปร่งใสและอิสระในการทำงานขององค์กรเนื่องจากคุณภาพการสอนและการวิจัยค้นคว้าข้อมูลขึ้นอยู่กับหลักการดังกล่าวเป็นสำคัญ ควรหมั่นพัฒนาหรือทบทวนระบบการบริหารจัดการภายในด้านคุณภาพที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก นอกจากนี้ ควรสร้างและส่งเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายพันธมิตรต่าง ๆ ที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการรับรองคุณวุฒิ โดยการยอมรับซึ่งกันและกันในมาตรฐานการรับรองคุณวุฒิของกลุ่มประเทศพันธมิตรด้วยกัน

3. หน่วยงานประกันคุณภาพการศึกษาและรับรองคุณวุฒิ ควรให้การรับรองและประกันว่ากลไกการประกันคุณภาพการศึกษาและรับรองคุณวุฒินั้น มีลักษณะครอบคลุมหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถทำได้โดยการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคู่มือหรือข้อแนะนำต่าง ๆ ให้มีมาตรฐาน เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างหลักประกันว่ามาตรฐานและกระบวนการทั้งหมดมีความโปร่งใส มั่นคง และเหมาะสม โดยการคำนึงถึงรูปแบบและขอบเขตของระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาภายในประเทศ พิจารณาการปรับใช้กลไกสากลต่าง ๆ เช่น การทบทวนโดยผู้รู้ การเปรียบเทียบกับมาตรฐาน หลักเกณฑ์หรือกระบวนการประเมินของระดับสากล และการประเมินโครงการร่วมกัน เป็นต้น

4. หน่วยงานรับรองหลักสูตรการเรียนการสอนด้านวิชาการ รวมถึงองค์กรวิชาชีพเฉพาะ ควรสร้างและรักษาการปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาข้ามพรมแดน เนื่องจากข้อมูลจากบุคคลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการเชื่อมโยงกันระหว่างการประเมินคุณภาพด้านวิชาการและวิชาชีพ ควรสร้าง พัฒนา และดำเนินการเปรียบเทียบหลักเกณฑ์และกระบวนการประเมินในหลักสูตรการศึกษาข้ามพรมแดนกับหลายหลักสูตร เพื่ออำนวยความสะดวกกระบวนการรับรองคุณวุฒิและสร้างหลักประกันว่าหลักสูตรสามารถผลิตบุคคลที่มีทักษะและความสามารถที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขของประเทศนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

การนำผลการวิจัยสู่การปฏิบัติในการจัดตั้งกรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาขึ้นอยู่กับนโยบาย บริบท และรูปแบบการเคลื่อนย้ายการศึกษาด้วย จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการนำข้อเสนอจากการวิจัยสู่การปฏิบัติ จึงเห็นสมควรให้มีการวิจัยและพัฒนา การนำข้อเสนอกรอบแนวทางการกำกับดูแลการประกันคุณภาพภายนอกของการศึกษาข้ามพรมแดนในระดับอุดมศึกษาด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้ เพราะข้อเสนอจากการวิจัยเรื่องนี้เป็นระบบและกลไกระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานจำนวนมาก กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะทำให้เห็นถึงความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อการศึกษาระดับอุดมศึกษาของชาติ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) ที่สนับสนุนทุนวิจัย ประจำปี 2562 และขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์แก่การทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

Angela, Y., Karen, H., & Robert, M. (2014). Transforming the quality assurance framework for Taiwanese higher education: A glonacal context. *Policy and Society Associates (APSS), 33*(3), 275-285. doi: 10.1016/j.polsoc.2014.09.001

Charmaz, C. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Cremonini, L., Epping, E., Westerheijden, D. F., & Vogelsang, K. (2012). *Impact of quality assurance on cross-border higher education* (Research reports). Enscede, Netherlands: Center for Higher Education Policy Studies (CHEPS).

Davies, T., & Wong, W. S. (2006). *UNESCO-APQN toolkit: Regulating the quality of cross-border education: A collaborative project of the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization and the Asia-Pacific Quality Network*. Bangkok: UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education.

Knight, J. (2005). *Cross-border education: Programs and providers on the move. CBIE research millennium series No. 10* (Research report). Canada: Canadian Bureau for International Education.

Knight, J. (2006). *Higher education crossing borders: A guide to the implications of the General Agreement on Trade in Services (GATS) for cross-border education* (Report prepared for the commonwealth of learning and UNESCO). Canada: British Columbia.

Knight, J. (2007). *Cross-border higher education: Issues and implications for quality assurance and accreditation* (Report: Higher education in the world 2007). N.P.: Palgrave MacMillan.

Office of the Higher Education Commission. (2014). *Manual for the internal quality assurance for higher education institutions*. Bangkok: Ministry of Education. **[in Thai]**

Shin, J. C. (2018). Quality assurance systems as a higher education policy tool in Korea: International convergence and local contexts. *International Journal of Educational* Development*, 63*, 1-7. doi: 10.1016/j.ijedudev.2017.10.005

Smith, K. (2010). Assuring quality in transnational higher education: A matter of collaboration or control?. *Studies in Higher Education*, *35*(7), 793-806. doi: 10.1080/03075070903340559

Tariq, A., Rafael, L., Katrin, M., Jagannath, P., Paula, R., Solange, P., Karen, T., & Fabrizio, T. (2016). *Quality assurance of cross-border higher education* (Final report of the QACHE project). Brussels: Belgium.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารหาดใหญ่วิชาการ เป็นวารสารที่จัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ นิติศาสตร์ และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ รวมทั้งสถาบันและหน่วยงานอื่น ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจัดพิมพ์เป็นราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ: ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม) รับพิมพ์ผลงานที่ไม่เคยพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร รายงาน หรือสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น ทุกบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารนี้ ได้ผ่านการตรวจสอบเชิงวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิที่กองบรรณาธิการเรียนเชิญ จำนวน 2-3 ราย บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนจะได้รับวารสารฯ จำนวน 1 เล่ม

1. ประเภทผลงานที่ตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article) เป็นผลงานที่ได้มาจากการค้นคว้าและวิจัยด้วยตนเอง ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ การทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุปและอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

2. บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นผลงานที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทางวิชาการ มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอความรู้ใหม่ในเชิงวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (เนื้อหาต้องชี้ถึงประเด็นของสิ่งที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน) บทวิจารณ์หรือสรุป และเอกสารอ้างอิง

2. การจัดรูปแบบของบทความ

2.1 ชื่อเรื่อง มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 20 ตัวหนา

2.2 ชื่อผู้เขียน มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้รูปแบบอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 16 ตัวหนา

2.3 บทคัดย่อ ระบุทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย โดยเป็นการกล่าวให้เห็นถึงความสำคัญของการศึกษา วิธีดำเนินการ เครื่องมือในการศึกษา ผลที่ได้จากการศึกษา ความยาวของบทคัดย่อในแต่ละภาษาต้องไม่เกิน 250 คำ พร้อมระบุคำสำคัญ (Keywords) อย่างน้อย 3 คำ แต่ไม่เกิน 5 คำ

2.4 เนื้อหา บทความทั้งฉบับมีจำนวนไม่เกิน 16 หน้ากระดาษ A4 (รวมเอกสารอ้างอิงท้ายเล่ม) พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun PSK ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 กำหนดระยะห่างจากขอบซ้าย ขอบขวา ขอบบน และขอบล่าง 2.54 ซม. พร้อมระบุหมายเลขหน้าที่มุมบนขวา

2.5 หัวข้อหลักในบทความ เช่น บทนำ วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด วิธีวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล และเอกสารอ้างอิง พิมพ์ด้วยตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาด 19

2.6 ตารางและภาพประกอบ ควรมีเฉพาะที่จำเป็น มีหมายเลขกำกับ เช่น ภาพที่ 1 หรือ ตารางที่ 1 โดยต้องเป็นภาพที่มีลายเส้นคมชัด

2.7 เอกสารอ้างอิง ใช้ระบบอ้างอิงของสมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (American Psychological Association: APA) โดยมีรายละเอียดทั่วไป ดังนี้ (รายละเอียดพร้อมตัวอย่างดูในเอกสารแนบท้ายหรือดูในเว็บไซต์)

1) การอ้างอิงภายในเนื้อหา ต้องตรงกับเอกสารอ้างอิงท้ายเล่ม

2) การอ้างอิงควรใช้รูปแบบที่วารสารกำหนดโดยสม่ำเสมอทั้งบทความ

3) การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิงให้เรียงตามลำดับตัวอักษรภาษาอังกฤษ

3. การส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์

ผู้เขียนสามารถส่งบทความโดยเข้าสู่เว็บไซต์ https://www.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/index ซึ่งมีคู่มือแนะนำการใช้งานอยู่ทางด้านขวามือ (For Author)

ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิง

1. หนังสือ

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ* (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

ตัวอย่างเช่น

Greenberg, J., & Baron, R. A. (2003). *Behavior in organization* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

Lewe, W. (2009). *Orthopedic massage: Theory and technique* (2nd ed.). Edinburgh: Mosby Elsevier.

Martin, R. J., Fanaroff, A. A., & Walsh, M. C. (2006). *Fanaroff and Martin's neonatal - perinatal medicine: Diseases of the fetus and infant* (Vol. 1) (8th ed.). Philadelphia: Mosby Elsevier.

Stock, G., & Campbell, J. (Eds.). (2000). *Engineering the human genome: An exploration of the science and ethics of altering the genes we pass to our children*. New York: Oxford University Press.

2. บทความหรือบทในหนังสือ

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), *ชื่อหนังสือ* (เลขหน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

ตัวอย่างเช่น

Calico, P. A., Debisette, A. T., & Turbettaub, M. (2005). Nursing workforce: Challenges and opportunities. In M. M. Gullatte (Ed.), *Nursing management: Principles and practice* (4th ed., pp. 167-185). Pittsburgh, PA: Oncology Nursing Society.

Haybron, D. M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York, NY: Guilford Press.

3. บทความในวารสาร

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่(ฉบับที่), เลขหน้า.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

ตัวอย่างเช่น

Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2008). Positive organizational behavior: Engaged employees in flourishing organizations. *Journal of Organizational Behavior, 29*(2), 147-154.

Johnson, M. E., Dose, A. M., Pipe, T. B., Petersen, W. O., Huschka, M., Gallenberg, M. M., ... Fresh, M. H. (2009). Center prayer for women receiving chemotherapy for recurrent ovarian cancer: pilot study. *Oncology Nursing Forum, 36*, 424-428.

4. รายงานการวิจัย

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง* (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

ตัวอย่างเช่น

Chitnomrath, T. (2011). *A study of factors regarding firm characteristics that affect financing decisions of public companies listed on the stock exchange of Thailand* (Research report). Bangkok: Dhurakij Pundit University. [in Thai]

5. วิทยานิพนธ์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเรื่อง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ Doctoral dissertation หรือวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ Master’s thesis). ชื่อสถาบันการศึกษา, สถานที่พิมพ์.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

ตัวอย่างเช่น

Kachornkittiya, N. (2012). *Antecedents and consequences of public service motivation of municipal employees in the three Southern Border provinces of Thailand*. (Doctoral dissertation). Prince of Songkla University, Songkhla. [in Thai]

Caprette, C. L. (2005). *Conquering the cold shudder: The origin and evolution of snake eyes* (Doctoral dissertation). Ohio State University, Columbus, OH.

Nickels, D. W. (2005). *The relationship between IT-business alignment and organizational culture: An exploratory study* (Doctoral dissertation). University of Memphis, Memphis, TN.

6. การนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการ

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปี, เดือน). ชื่อเรื่องที่นำเสนอ. ใน หรือ In ชื่อของประธานจัดงาน (ประธาน หรือ Chair), *ชื่อการประชุม*. ชื่อหน่วยงานที่จัดประชุม, สถานที่จัด.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ

ตัวอย่างเช่น

Jankingthong, K. (2019, July 12-13). Confirmatory Factor Analysis of Organizational Citizenship Behavior of Personnel in Southern Border Provinces Administrative Center (SBPAC). In *The 10th Hatyai National and International Conference*. Hatyai University, Songkhla. [in Thai]

Majid, S. (2005, July 11-13). Library and information education in Singapore. In D.P. Rachamanata (Chair), *Workshop on issues and challenges in developing professional LIS Education and Training in Indonesia within the ASEAN region*. Organized by National Library of Indonesia, Indonesia.

7. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. /หน่วยงาน. (ปีที่ปรับปรุงข้อมูล). *ชื่อเรื่อง*. จาก URL

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ
ตัวอย่างเช่น

CNN Wire Staff. (2011). *How U.S. forces killed Osama bin Laden*. Retrieved from http://www.cnn.com/ 2011/WORLD/asiapcf/05/02/bin.laden.raid/index.html

Wong, A. W. (2009). Pregnancy postpartum infections. Retrieved from http://emedicine.medscape.com/article/796892-overview

8. บทความในนิตยสาร / หนังสือพิมพ์

ชื่อสกุล, อักษรนำชื่อต้น. อักษรนำชื่อกลางผู้แต่ง. (ปี, เดือน วัน). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, หน้า.

กรณีผู้เขียนเป็นคนไทย ให้ใช้รูปแบบเดียวกับชาวต่างชาติ และเพิ่ม [in Thai] ท้ายข้อความ
ตัวอย่างเช่น

Boonnoon, J. (2011, April 28). Manufacturers flood Thai market. The Nation, p. 7A. [in Thai]

Evans, R. (2009, November 18). Nation sign “free sky” accord. Bangkok Post, p. B6.

Kluger, J. (2008, January 28). Why we love. Time, pp. 54-60.

Schwartz, J. (1993, September 30). Obesity affects economic, social status. The Washington Post, pp. A1, A4.

การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนที่ประสงค์จะส่งบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารหาดใหญ่วิชาการ สามารถส่งต้นฉบับ (ไฟล์ word) ได้ทางระบบวารสารออนไลน์ (https://www.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/index)

และบางสาขาที่มีความเฉพาะขอให้เสนอชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีคุณวุฒิระดับปริญญาเอก หรือมีตำแหน่งทางวิชาการระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป อย่างน้อย 3 ท่าน ที่อยู่ต่างสถาบันกับผู้เขียน เพื่อประเมินบทความของผู้เขียน รายละเอียดการส่งบทความสามารถอ่านเพิ่มเติมได้ที่คำแนะนำสำหรับผู้เขียนภายในเล่มวารสารหาดใหญ่วิชาการทุกฉบับ หรือที่ https://www.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/index

บทบาทและหน้าที่

บทบาทของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors)

1. ผู้นิพนธ์ต้องรับรองว่าบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์เป็นผลงานที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น และไม่ซ้ำซ้อนหรือละเมิดลิขสิทธิ์จากผลงานเขียนของผู้อื่น

2. บทความที่มีชื่อผู้นิพนธ์หลายคน ต้องได้รับการยินยอมจากผู้นิพนธ์ทุกคน

3. ผู้นิพนธ์ต้องศึกษารายละเอียดคำแนะนำสำหรับผู้เขียน และเขียนบทความตามรูปแบบที่วารสารหาดใหญ่วิชาการกำหนด

4. หากมีการนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ในบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ ผู้นิพนธ์ต้องทำการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และทำรายการอ้างอิงท้ายบทความ (Reference) ตามรูปแบบที่วารสารหาดใหญ่วิชาการกำหนด

5. กรณีผู้นิพนธ์เป็นนิสิตหรือนักศึกษา บทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ต้องแสดงชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นหนึ่งในผู้นิพนธ์ร่วม

6. เนื้อหาทั้งหมดที่ปรากฏในบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ เป็นความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้นิพนธ์ยินยอมรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

บทบาทของบรรณาธิการ (Duties of Editors)

1. บรรณาธิการต้องพิจารณาคุณภาพบทความเบื้องต้นก่อนเข้าสู่กระบวนการประเมิน โดยไม่มีอคติในทุกด้าน

2. บรรณาธิการต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนที่อาจพึงมีหรือพึงได้ จากการตอบรับบทความให้เข้าสู่กระบวนการพิจารณาของวารสาร

3. ตลอดช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความหนึ่ง ๆ บรรณาธิการต้องเก็บรักษาข้อมูลของการประเมินบทความนั้น ๆ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง อันอาจนำไปสู่ความเสียหายต่อผู้นิพนธ์และวารสาร

4. หากตรวจพบการคัดลอกผลงานของผู้อื่นในกระบวนการประเมินบทความ บรรณาธิการต้องหยุดกระบวนการประเมินโดยทันที และดำเนินการติดต่อผู้นิพนธ์หลักเพื่อให้ทำการชี้แจงเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อบรรณาธิการจะได้นำไปใช้ประกอบในการตอบรับหรือปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้นต่อไป

บทบาทของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

1. ตลอดช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความหนึ่ง ๆ ผู้ประเมินต้องเก็บรักษาข้อมูลของการประเมินบทความนั้น ๆ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลแก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้อง อันอาจนำไปสู่ความเสียหายต่อผู้นิพนธ์และวารสาร

2. หากผู้ประเมินได้รับบทความซึ่งตนเองอาจมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ผู้ประเมินควรดำเนินการแจ้งให้บรรณาธิการทราบโดยทันที

3. ผู้ประเมินควรประเมินบทความภายในระยะเวลาที่วารสารกำหนด

4. ผู้ประเมินควรประเมินบทความด้วยความรู้ ความสามารถ เพื่อให้บทความที่ได้รับการประเมินมีคุณภาพทางวิชาการ และผู้นิพนธ์สามารถนำข้อเสนอแนะที่ได้รับกลับไปแก้ไข เพื่อให้บทความมีความสมบูรณ์ทางวิชาการ และก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อไป

ใบสมัครสมาชิก วารสารหาดใหญ่วิชาการ
HATYAI ACADEMIC JOURNAL

เลขที่สมาชิก..
เลขที่ใบเสร็จรับเงิน................................
(สำหรับเจ้าหน้าที่)

วันที่..............เดือน..................................พ.ศ........................

เรียน บรรณาธิการวารสารหาดใหญ่วิชาการ

ข้าพเจ้า (นาย, นาง, นางสาว) ....นามสกุล..
มีความประสงค์

☐ สมัครเป็นสมาชิกวารสารหาดใหญ่วิชาการ...........................ปี (ปีละ 500 บาท)

☐ ต่ออายุสมาชิก........................ ปี (ปีละ 500 บาท)

ที่อยู่ (สำหรับจัดส่งวารสาร)...
....
....
โทรศัพท์..โทรสาร..
มือถือ...E-mail : ....
ออกใบเสร็จในนาม ชื่อ...
ที่อยู่..
....
....

เงื่อนไขการชำระเงิน : โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาราษฎร์อุทิศ ประเภทออมทรัพย์ เลขที่บัญชี 961-0-01258-2 พร้อมสำเนาใบโอนเงินไปยังกองบรรณาธิการจัดการ ทางโทรสาร 074-425467

ลงชื่อ...ผู้สมัคร
(...)

กรุณาส่งใบสมัครที่ : บรรณาธิการวารสารหาดใหญ่วิชาการ ฝ่ายเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110 โทรศัพท์ 074-200347 หรือ 074-200300 ต่อ 347 โทรสาร074-425467 E-mail : hu_apc@hu.ac.th