

ISSN: 1905 - 2219 (Print)
ISSN: 2730 - 2075 (Online)



วารสาร การวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 : ตุลาคม-ธันวาคม 2564

Vol. 11 No. 4 : October-December 2021



มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม 2564)

Vol.11 No.4 (October-December 2021)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาและบุคลากรทั้งภายในภายนอกสถาบัน
2. เพื่อนำเสนอและพัฒนาศักยภาพและผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าและบทความทางวิชาการของคณาจารย์ และนักวิชาการภายนอก
3. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านการวิจัย ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการจัดการอุตสาหกรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ด้านนิติศาสตร์ ด้านบริหาร การศึกษา ด้านจิตวิทยาและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางการวิจัยการบริหารการพัฒนา
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้อง ไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิใน สาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนาจะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาฏณ์ ศรีวิบูลย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุดาวรรณ สมใจ

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณิธร์ เอกนราจินดาวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรัญรักษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรรักษ์ มหาวิทยาลัยชินวัตร

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ชินบุตร มหาวิทยาลัยปทุมธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงดี มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ สถาบันรัชต์ภาคย์

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา พิมพ์เผยแพร่ 4 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มีนาคม

ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน-มิถุนายน

ฉบับที่ 3 เดือนกรกฎาคม-กันยายน

ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR>

ติดต่อกองบรรณาธิการ

โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตการบริหารการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อาคาร 31 ชั้น 3 ถนนอุททองนอก เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์: 097-9359356

โทรสาร: 02-1601240

Website: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR>

E-mail: touch_life@outlook.co.th, journal.dar@gmail.com

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ปีที่ 11 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2564 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 2 ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 14 บทความ

กองบรรณาธิการ วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
การพัฒนาต้นแบบการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ Investment Model Development for the Purpose of Preparation to the New Normal Aged	619
พีรณัฐ ยาทิพย์, ศิริภรณ์ ศิลปวานิช, ปัทมา พยุงวงศ์ และ กนกอร อรุณทวิรุ่งโรจน์ <i>Pheeranadh Yathip, Siriporn Silapavanich, Pattama Payungwong and Knokorn Aruntaweerungrote</i>	
อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อ: การสำรวจอิทธิพลคั่นกลาง ของการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์ The Influences of Personalized Online Advertisements on Purchase Intention: Exploring The Mediating Effects of Perceived Benefits, Privacy Concerns and Attitudes toward the Brand	637
วุฒิ สุขเจริญ <i>Wut Sookcharoen</i>	
พฤติกรรมของผู้บริโภคและการยอมรับเทคโนโลยีวัสดุหลังคาเมทัลชีท Consumer Behavior and Acceptance of Roof Metal Sheet Technology	657
จิราพร รัตนบุรี, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว, จินตนิย์ รู่ซื่อ และญานินี ทรงขจร <i>Jiraporn Rattanaburee, Somnuk Aujiropongpan, Supit Ritkaew, Jintanee Ru-zhe and Yaninee Songkakorn</i>	
คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้า ของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด Service Quality and Satisfaction of Delivery of Kerry Express (Thailand) Company Limited	674
รานี ศรีไพบูลย์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ วราพร ดำรงกุลสมบัติ <i>Ranee Sriphaiboon, Chandej Charoenwiryakul and Waraporn Dumrongkulsombat</i>	

แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม Guidelines for Management of the Organization with the Good Governance of the Administrators of Sub-district Administrative Organizations in Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province	682
ภารดี วรเกริกกุลชัย, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, สุตาวรรณ สมใจ และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ Paradee Varakirkulchai, Chandej Charoenwiryakul, Sudawan Somjai and Waraporn Dumrongkulsombat	
การนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี The Implementation of Good Corporate Governance Policies in the Pak Kret Municipality Pak Kret District, Nonthaburi Province	696
สุวรรณี กิรหัท, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ สุตาวรรณ สมใจ Suwannee Kirahat, Chandej Charoenwiryakul and Sudawan Somjai	
ผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี Achievement of People Participation in the Administration of Bayao Subdistrict Municipality Wang Sam Mo District Udon Thani Province	708
สุรศักดิ์ อุดมศิลป์ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล Surasak Udomsilp and Chandej Charoenwiryakul	
การศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการ และความผูกพันในองค์การของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก The Study of Satisfaction in the Welfare and Organizational Commitment of Directorate of Civil Affairs	720
วราพร ปิ่นกุล และ นัทนิชา হাসุนทรี Waraporn Pinkul and Natnicha Hasoontree	
ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี The Efficiency of Public Services of Bang Krang Subdistrict Administration Organization, Mueang Nonthaburi District, Nonthaburi Province	732
ศรินทร์พย์ อรุณสวัสดิ์ฤกษ์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ Sarintip Arunsawatroek, Chandej Charoenwiryakul and Waraporn Dumrongkulsombat	

การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนและมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	746
The Use of Debt in the Capital Structure and Firm Value of Listed Companies in the Market for Alternative Investment	
กัลยานี ภาคออต, ชยงการ ภมรมาศ และ โยธิน ทวีกิตikul Gallayanee Parkatt, Chayongkan Pamornmarst and Yothin Thavikitikul	
การบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่	761
New Entrepreneurs Creation Training Program Administration Focus on Financial Technology for Startup	
ณัฏฐ์ปพัชร์ ชัยศิริกุล Natpapat Chaisirikul	
กลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้น ประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1	773
Strategies for Improving the Quality of Life Affecting the Effectiveness of Job Performance among the Noncommissioned Officers of the 1 st Antiaircraft Artillery Regiment	
อาทิตยา แสงกฤษพีร์ และ เฉลิมพร เย็นเยือก Athitaya Sangkitetch and Chalernporn Yenyuak	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของ ประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา	785
Factors Affecting the Decision Making a room reservation on the Online Travel Agents (OTAs) of People Living in Nakhonratchasima Municipality	
อังควิภา แนวจำปา, อมรรัตน์ คลองโนนสูง และ อัจฉราพรรณ ตั้งจาทูรโสภณ Angkavipa Naewjumpa, Amornrat Klongnonsung and Ajcharapan Tangjaturasopon	
การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร	800
Strategic Management Towards Learning Organization in Agricultural Cooperative	
ชุตีบัณท์ แสงหวั่ง Chutiban Saengwang	

การพัฒนาต้นแบบการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่

Investment Model Development for the Purpose of Preparation to the New Normal Aged

พีรณัฐ ยาทิพย์¹, ศิริภรณ์ ศิลปวานิช², ปัทมา พยุงวงศ์³ และ กนกอร อรุณทวีรุ่งโรจน์⁴

Pheeranadh Yathip¹, Siriporn Silapavanich², Pattama Payungwong³ and Knokorn Aruntaweerungrote⁴

^{1,2,3,4}มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

^{1,2,3,4}Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Thailand

E-mail: pheeranadh.y@rmutp.ac.th¹

Received: 2021-04-26; Revised: 2021-12-07; Accepted: 2021-12-09

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาต้นแบบการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามซึ่งมีระดับความเชื่อมั่น 0.89 ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลจากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานวางแผนการลงทุน มีแนวคิดด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยกระจายความเสี่ยงในการลงทุน ขวนขวายหาความรู้ให้ทันต่อสถานการณ์โลก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์การเงิน ปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ คือ ไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น กระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด คือ ให้ข้อมูลในวงกว้าง และเชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย ประเภทของนวัตกรรมสำหรับการลงทุนสัมพันธ์กับปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุและกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุสัมพันธ์กับกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด และทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ตัวแปรเชิงประจักษ์คงเหลือจำนวนปัจจัยที่สอดคล้อง ได้แก่ (1) ให้ข้อมูลในวงกว้าง (2) แบ่งประเภทตามทักษะประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม (3) มีสวัสดิการที่ดี (4) ออกแบบโครงการมาสนับสนุนให้ตรงจุด (5) ใช้มาตรการรัฐสนับสนุน (6) เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย (7) เพิ่มตำแหน่งงานใหม่ (8) พิจารณาอัตราจ้างและสวัสดิการให้พร้อม และ (9) พัฒนาทักษะเพิ่มเติม

คำสำคัญ: การวางแผนการลงทุน, นวัตกรรมทางการเงิน, ฐานวิถีชีวิตใหม่, ผู้สูงอายุ, สังคมสูงวัย

Abstract

The study aims to develop the investment model for preparation for the new normal age. In-depth interviews and data collection, 400 participants, were obtained from a questionnaire which was reliable at 0.89. Descriptive statistics and inferential statistics were employed to analyze data, e.g., Exploratory Factor Analysis (EFA). According to the interview, the research findings revealed that the organization should encourage the employee in investment planning, as well as, having the notion of financial innovation. To do so, diversification and up-to-date global knowledge attempt must be concerned. The results also presented that the respondents emphasized the financial innovation and creating factors of investment opportunity to prepare for the new normal age as none of the non-essential liability caused. Regarding organization procedures to develop the great aging society, forming suitable elderly activities for the community was considered as providing widespread information, as well as, building different generations relationships. With these data, genres of investment innovation not only were related to investment opportunity factors creation to the new normal aged but also related to organization procedures to develop the great aging society. Moreover, investment opportunity factors creation to the new normal aged was associated with organization procedures to develop the great aging society. Using Empirical Variables Analysis (EVA) to prove the hypothesis, in sum, the findings showed that it was able to decrease factors related to empirical data from 20 to 9 factors. Nine (9) factors included (1) providing widespread information, (2) being classified according to experiences, status, and readiness, (3) having appropriate welfare, (4) creating the project to support an obvious point, (5) seeking for state measures (to support the project), (6) building different generations relationship, (7) implementing new vacancy, (8) considering available employment rate and welfare, and (9) developing additional skills.

Keywords: Investment Planning, Financial Innovation, New Normal, Aged, Aging Society

บทนำ

ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว โดยเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society)” ในปี พ.ศ.2564 ร้อยละ 20 และในปี พ.ศ.2578 ประเทศไทยจะเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society)” ซึ่งรายงานของกรมกิจการผู้สูงอายุ คาดการณ์ว่าจะมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นร้อยละ 28 ของจำนวนประชากรทั้งหมด นอกจากนี้ จากการคาดการณ์ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและหน่วยงานอื่น ๆ พบว่า ในปี พ.ศ.2563 ประเทศไทยมีประชากรสูงวัยจำนวน 12.6 ล้านคน จากจำนวนประชากร 66.0 ล้านคน และคิดเป็นร้อยละ 19.1 ของประชากรรวม (อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร, 2560; ชัยพัฒน์ พุ่มซ้อน และกันตพัฒน์ พรศิริวัชรสิน, 2561) จากการเปลี่ยน

โครงสร้างประชากรที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเหตุให้เกิดภาวะการพึ่งพิงทั้งด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และหากรัฐบาลต้องเข้ามาโอบอุ้มผู้สูงอายุที่มีจำนวนมากขึ้น ทั้งในส่วนของเบี้ยยังชีพ การให้บริการด้านสาธารณสุข และเงินบำนาญ ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียเสถียรภาพทางการคลังและการเงินอย่างมาก หากรัฐไม่สามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างเพียงพอ ท้ายที่สุดจะทำให้ประเทศเกิดวิกฤติการทางการเงิน จนกลายเป็นปัญหานี้สาธารณะต่อไป

ในปัจจุบันแนวคิดการลงทุนเพื่อวางแผนวัยสูงอายุเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ตลอดจนการบริหารความเสี่ยงในการวางแผนเพื่อวัยสูงอายุ เพื่อจัดการการเงินส่วนบุคคลให้มีประสิทธิภาพ นำมาซึ่งฐานะทางการเงินที่ดี สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการได้ รวมถึงการมีอายุที่ยืนยาวมากขึ้น กล่าวคือ “บุคคลจะต้องใช้เงินเพื่อให้อยู่ได้นานขึ้น ทั้ง ๆ ที่อัตราผลตอบแทนจากพันธบัตรรัฐบาลยังต่ำกว่าที่เคยเป็นมาก ทั้งนี้ ยังเกิดวิกฤตสุขภาพเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วย” (Borzykowski, 2021) ในสถานการณ์ภาวะวิกฤต หากองค์กรหรือบุคคลใดมีการเตรียมพร้อมและมีการจัดการการเงินอย่างเป็นระบบ จะทำให้แผนการเงินที่วางไว้ปลอดภัย

ในสังคมยุคดิจิทัลที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในชีวิตประจำวัน ความคิดเชิงนวัตกรรมเป็นอีกความจำเป็นหนึ่งที่ต้องมีการพัฒนาองค์กรและบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยการสร้างเสริมบ่มเพาะบุคลากรให้เข้าใจการคิดเชิงนวัตกรรม มีวิสัยทัศน์ในการสร้างองค์กรนวัตกรรมเช่นเดียวกับผู้นำในองค์กร จนสามารถพัฒนากระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสังคมสูงวัยระดับสุดยอด องค์กรที่มีการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร จะพัฒนาพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมและช่วยองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

ที่ผ่านมา สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ร่วมมือกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สมาคมบริษัทจัดการลงทุน และสมาคมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รวมถึงบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่ให้บริการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ จัดโครงการ “บริษัทเกษียณสุข” ได้เชิญชวนบริษัทนายจ้างที่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเข้าร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์ให้นายจ้างเห็นความสำคัญและนำไปสู่การปฏิบัติจริงในการเตรียมความพร้อมทางการเงินให้ลูกจ้างมีเงินพอใช้สำหรับวัยเกษียณ โดยการออมและลงทุนผ่านกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในปี พ.ศ.2562 มีนายจ้างที่มีการจัดกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ได้รับรางวัลทั้งสิ้น 77 ราย ซึ่งมีสมาชิกกองทุน รวมกันกว่า 1.6 แสนคน จากนายจ้างที่สมัครเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 181 ราย ครอบคลุมสมาชิกกว่า 3 แสนคน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2562)

ดังนั้น ในงานวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาใน 3 ประเด็นต่อไปนี้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประเภทนวัตกรรมสำหรับการลงทุน และการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ โดยเน้นการเชื่อมโยงที่เป็นบริษัทที่รับรางวัล “บริษัทเกษียณสุข” ในปี 2562 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้จะเกิดอรรถประโยชน์มากมาย เป็นแนวทางให้บุคคลและองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่ยังไม่ได้มีต้นแบบการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ได้ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด มีแนวปฏิบัติที่เหมาะสมต่อไป

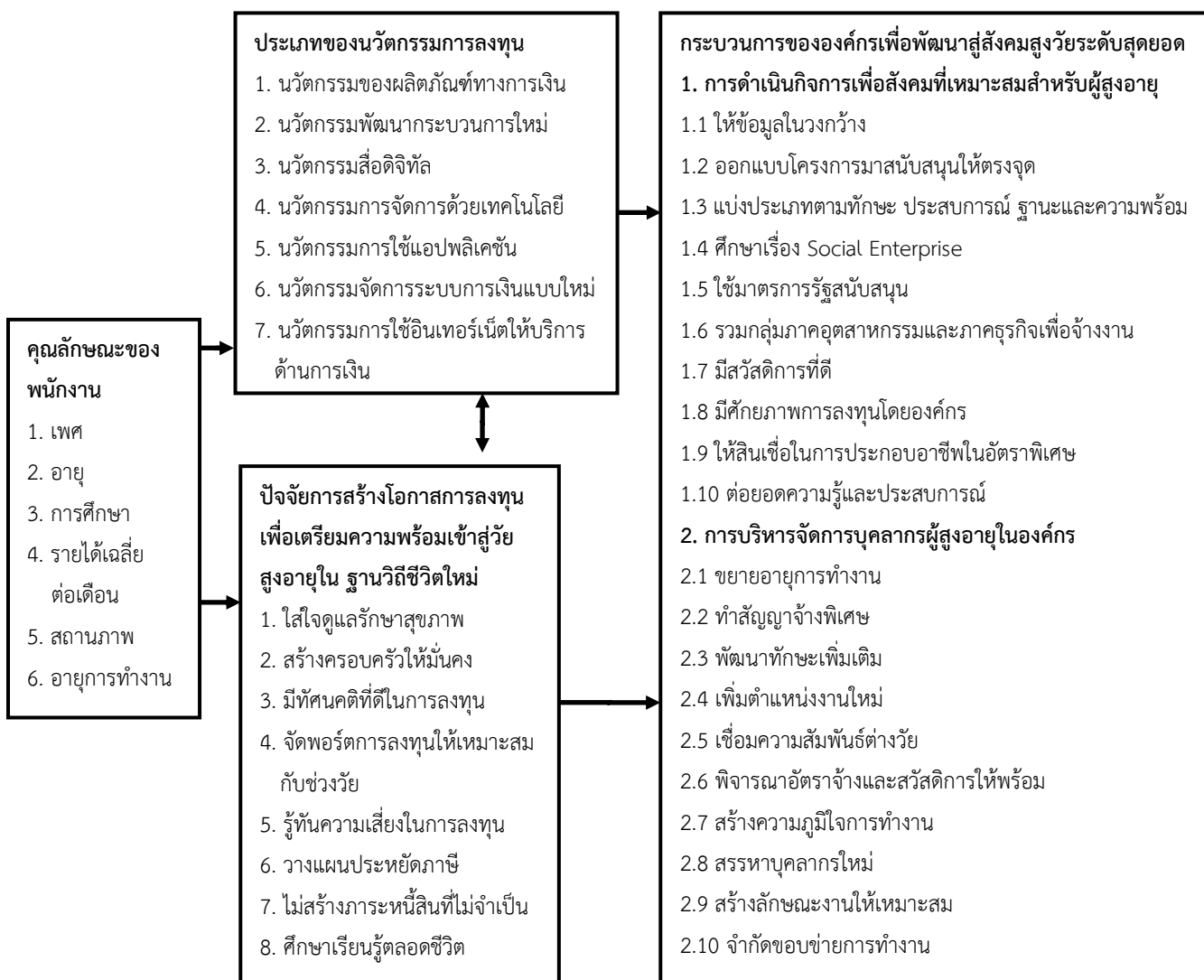
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาต้นแบบการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่

สมมติฐานการวิจัย

ต้นแบบนวัตกรรมสำหรับการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ สามารถจัดต้นแบบใหม่ได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้เพื่อพัฒนาต้นแบบการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ โดยมุ่งศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมการเงินการลงทุน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนเพื่อวางแผนวัยสูงอายุ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเงินการลงทุน

นวัตกรรมทางการเงินการลงทุนส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้มีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งนี้องค์ประกอบพื้นฐานของนวัตกรรมทางการเงินการลงทุนที่เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนระบบ (จิตรระวี ทองเถา, 2564) ประกอบด้วย (1) ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ มีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลตลอดเวลาอย่างรวดเร็ว โดยข้อมูลนั้นต้องมีความถูกต้องและสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง (2) ระบบนิเวศนวัตกรรม เป็นการเชื่อมโยงทรัพยากรมนุษย์ ต้นทุนทางการเงินและโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมทางการเงินและเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างทั่วถึง มีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัย (3) โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ได้แก่ อินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายสมาร์ตโฟนที่รองรับการใช้งานของประชาชน และ (4) ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหม่ เพื่อรองรับธุรกิจด้านเทคโนโลยีหรือธุรกิจที่มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ในธุรกิจ

แนวคิดทางด้านนวัตกรรมทางการเงินการลงทุนเป็นที่จับตามอง เมื่อเศรษฐกิจโลกและความมั่งคั่งของแต่ละประเทศมาจากภาคบริการทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทศวรรษที่ผ่านมาเป็นที่ยอมรับกันว่าเศรษฐกิจโลกได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่มีภาคบริการเป็นพื้นฐาน และไม่เพียงเท่านั้น ในทุกภาคส่วนของธุรกิจได้มุ่งเน้นการสร้างคุณภาพด้านการบริการเพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง นำแนวคิดและทฤษฎีการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นระบบและเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมาใช้เป็นแนวทางการสร้างการบริการที่แตกต่าง เพื่อมุ่งตอบสนองต่อความพอใจของผู้ใช้บริการที่มักจะอยากได้บริการที่เกินความคาดหวังเสมอ

1. การประยุกต์นวัตกรรมทางการเงินการลงทุนกับสังคมสูงวัย

เป็นการประยุกต์เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการทางการเงินแนวใหม่ จะช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรมรูปแบบเดิม การลงทุนในนวัตกรรมทางการเงินการลงทุนมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และประหยัด จะเห็นได้ชัดเงินจากการให้บริการทางการเงินออนไลน์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่าย การจัดการการเงิน การระดมทุน การกู้ยืม รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ครอบคลุมในทุกด้านของการให้บริการและเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้อย่างสูงสุด (พิมลวรรณ เดชานุเบกษา, 2561) เป็นเหตุผลที่สนับสนุนงานวิจัยของวิชณี คุปตะวาทีน, แมน วาสนาพงษ์ และพรทิพย์ ขุนดี (2561) ที่ได้ให้ข้อสรุปจากการศึกษาเรื่องสังคมสูงวัยกับโลกสมัยใหม่ ว่าประเทศไทยเป็นสังคมดิจิทัล ผู้สูงวัยมีความเครียดเพราะตามไม่ทันเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำ จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ และมีทักษะในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ถูกพัฒนามากขึ้น นำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้เพื่อประโยชน์ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการอยู่ร่วมกัน เช่น โซเชียลมีเดีย สมาร์ตโฟน แท็บเล็ตและสื่อออนไลน์ เป็นต้น ตลอดจนการทำธุรกรรมทางการเงินทำให้การปรับตัวของผู้สูงวัยเป็นประเด็นที่สังคมควรให้ความสำคัญ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ของผู้สูงวัยมีส่วนทำให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น แต่ต้องทำให้ผู้สูงวัยเกิดความศรัทธาในเทคโนโลยี มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัยจากการใช้งาน

2. ประเภทของการสร้างสรรค์นวัตกรรมการลงทุน

ในยุคดิจิทัลที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในชีวิตประจำวัน ความคิดเชิงนวัตกรรมเป็นอีกความจำเป็นหนึ่งที่ต้องมีการพัฒนาองค์กรและบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยการสร้างเสริม บ่มเพาะ

บุคลากรให้มีเข้าใจการคิดเชิงนวัตกรรม มีวิสัยทัศน์แนวคิดในการสร้างองค์กรนวัตกรรมเช่นเดียวกับผู้นำในองค์กร จนสามารถพัฒนากระบวนการทำงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง องค์กรที่มีการพัฒนาพนักงานให้มีความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมจะช่วยองค์กรให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน จากการศึกษาของสมบัติ นามบุรี (2562) และจิตรระวี ทองเถา (2564) สามารถจำแนกประเภทของการสร้างสรรค์นวัตกรรมการลงทุน ประกอบด้วย (1) นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน (2) นวัตกรรมพัฒนากระบวนการใหม่ (3) นวัตกรรมสื่อดิจิทัล (4) นวัตกรรมการจัดการด้วยเทคโนโลยี (5) นวัตกรรมการใช้แอปพลิเคชัน (6) นวัตกรรมจัดการระบบการเงินแบบใหม่ และ (7) นวัตกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการด้านการเงิน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุนเพื่อวางแผนวัยสูงอายุ

“ผู้สูงอายุ” เป็นวัยบั้นปลายของชีวิต ปัญหาของผู้สูงอายุในทุกด้านโดยเฉพาะด้านสังคมและสาธารณสุขจึงแตกต่างจากคนในวัยอื่น ปัจจุบันจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรัฐบาลไทยและทั่วโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ จึงพยายามรณรงค์อย่างต่อเนื่องให้ทุกคนตระหนัก และพร้อมดูแลผู้สูงอายุให้ทัดเทียมเช่นเดียวกับการดูแลประชากรในกลุ่มอายุอื่น (ดวงพร เพชรคง, 2560)

1. การลงทุนเพื่อวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ

ชาติชาย มีสุขโข (2561) นักวางแผนการเงิน (Certified Financial Planner: CFP) กล่าวว่า การลงทุนเป็นกระบวนการที่ผู้ลงทุนนำเงินที่ชะลอจากการใช้จ่ายในวันนี้ไปลงทุน โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดจากการลงทุนนั้น ๆ และ/หรือมุ่งหวังให้หลักทรัพย์ที่ได้ลงทุนไปมีมูลค่าสูงขึ้น เพื่อให้คุ้มกับต้นทุนค่าเสียโอกาสที่มีได้ใช้จ่ายเงินในวันนี้ ขาดเขยอานาจซื้อที่สูญเสียไปเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อ และขาดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุน ส่วนการวางแผนการลงทุน เป็นกระบวนการของการกำหนดกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการลงทุน เพื่อให้การลงทุนได้รับผลตอบแทนบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินที่กำหนดไว้ ภายใต้ระดับความเสี่ยงที่เหมาะสม

การเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ เป็นการวางแผนการดำเนินการเพื่อเป็นการเตรียมตัวในการดำเนินชีวิตภายหลังเกษียณอายุทำงาน ผู้สูงอายุจะมีความสุขสมบูรณ์ได้จะต้องมีสิ่งต่อไปนี้ 1) มีสุขภาพกายแข็งแรงไม่มีโรคภัยร้ายแรง 2) มีความพร้อมทางเศรษฐกิจการเงินไม่มีหนี้สินมาก มีเงินออมหรือทรัพย์สินเพียงพอต่อการดำเนินชีวิตในยามสูงวัย 3) มีที่พึ่งทางใจโดยมีหลักยึดด้านจิตใจอาจเป็นหลักธรรมคำสอนทางศาสนาที่จะช่วยให้มีความสุขได้ เอก ณะสิริ (2560) ให้ข้อคิดว่า สุขภาพทางการเงินเป็นสิ่งที่พิจารณาถึงสถานะทางการเงินของบุคคลเพื่อประเมินว่ามีฐานะทางการเงินเป็นอย่างไรโดยพิจารณาถึงพฤติกรรมทางการเงิน การออมเงิน การลงทุนและภาวะหนี้สินของบุคคลผู้มีความสุขภาพทางการเงินดีย่อมมีอำนาจซื้อสูงและสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองด้านต่าง ๆ ได้ในส่วนของผู้สูงอายุ หากมีสุขภาพทางการเงินไม่ดี ย่อมทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุไม่ดีตามด้วย ในทางตรงกันข้ามหากมีสุขภาพทางการเงินดี ย่อมทำให้มีคุณภาพชีวิตดีและมีความสุขสมบูรณ์ได้

2. ปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานะชีวิตใหม่

ปี พ.ศ.2563 - 2564 เป็นปีที่ทั้งเศรษฐกิจ ธุรกิจ สังคม และความเป็นอยู่ของคนทั่วโลกต่างได้รับผลกระทบจากโรคระบาดร้ายแรงที่แพร่ไปทั่วโลก หลายประเทศต้องปิดเมือง และต้องปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตและวิธีการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม อย่างไรก็ตาม ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) คงจะเปลี่ยนไปไม่เหมือนช่วงก่อนเกิดโควิด-19 เนื่องจากผู้บริโภคหันมาใช้เทคโนโลยีและบริการออนไลน์กันมากขึ้น จากการกักตัวอยู่บ้านในช่วงที่มีการแพร่ระบาด และแนวโน้มด้านบริการออนไลน์น่าจะยังคงอยู่ต่อไป ทั้งนี้ปัจจัยหลักในการสร้าง

โอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานะวิถีชีวิตใหม่ (สุภมาส อังศุโชติ และกาญจณี กังวานพรศิริ, 2558; ศิวลาภ สุขไพบูลย์วัฒน์, 2560) ได้แก่ การใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพ การสร้างครอบครัวให้มั่นคง การมีทัศนคติที่ดีในการลงทุน การจัดพอร์ตการลงทุนให้เหมาะสมกับช่วงวัย การรู้ทันความเสี่ยงในการลงทุน การวางแผนประหยัฒภาษี การไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น และการศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต

3. กระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด

สถานการณ์โลกกำลังเปลี่ยนผ่านสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) มากขึ้นเรื่อย ๆ หลายประเทศเริ่มประสบปัญหาในการมีจำนวนประชากรเด็กและผู้สูงอายุมากกว่าวัยแรงงาน ซึ่งคนที่เกิดในยุค Baby Boomer ราวช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองจำนวนมหาศาลกำลังกลายเป็นประชากรสูงวัยที่เป็นชนส่วนใหญ่ของโลกในยุคปัจจุบัน การศึกษาของชัยพัฒน์ พุดซ้อน และกันตพัฒน์ พรศิริวรสิน (2561) ได้ให้แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวของประเทศไทย ในด้านเศรษฐกิจ ควรปฏิรูประบบการทำงานแบบใหม่โดยจ้างผู้สูงอายุที่สามารถทำงานด้วยตนเองและพึ่งพาตนเองได้ ขยายอายุเกษียณงานจาก 60 ปี เป็น 65-70 ปี เพิ่มการพัฒนาทักษะและการจัดหางานให้เหมาะสมกับแรงงาน เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการหารายได้และยกระดับผลผลิตภาพของแรงงานในระยะยาว และอาจมีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาทักษะอาชีพแก่ผู้สูงอายุ ควบคู่กับการจัดหางานที่เหมาะสมให้แก่แรงงาน ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาอาชีพให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ นำทักษะและประสบการณ์ของผู้สูงอายุมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่คนรุ่นหลัง ในด้านสังคม ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยจัดอบรมการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้ความรู้ทางด้านโภชนาการ จัดชมรมผู้สูงอายุเพื่อสร้างเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรม ให้ผู้สูงอายุได้รับบริการหรือเข้าถึงสิทธิต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและเป็นธรรม เป็นแนวทางที่สอดคล้องกันกับการศึกษาของ กรมกิจการผู้สูงอายุ มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ และ ธาดา ราชกิจ (2562) สามารถสรุปเป็นกระบวนการให้องค์กรพัฒนาสู่องค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ได้ดังนี้

การดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ (1) ให้ข้อมูลในวงกว้าง (2) ออกแบบโครงการมาสนับสนุนให้ตรงจุด (3) แบ่งประเภทตามทักษะ ประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม (4) ศึกษาเรื่อง Social Enterprise (5) ใช้มาตรการรัฐสนับสนุน (6) รวมกลุ่มภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจเพื่อจ้างงาน (7) มีสวัสดิการที่ดี (8) มีศักยภาพการลงทุนโดยองค์กร (9) ให้สินเชื่อบริการประกอบอาชีพในอัตราพิเศษ และ (10) ต่อยอดความรู้และประสบการณ์ ส่วนการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร ได้แก่ (1) ขยายอายุการทำงาน (2) ทำสัญญาจ้างพิเศษ (3) พัฒนาทักษะเพิ่มเติม (4) เพิ่มตำแหน่งงานใหม่ (5) เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย (6) พิจารณาอัตราจ้างและสวัสดิการให้พร้อม (7) สร้างความภูมิใจในการทำงาน (8) สรรหาบุคลากรใหม่ (9) สร้างลักษณะงานให้เหมาะสม และ (10) จำกัดขอบข่ายการทำงาน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การศึกษาของ Teresa, Montserrat และ Gabriela (2021) ศึกษาแบบจำลองการวางแผนการเงินส่วนบุคคลสู่วัยสูงอายุ จากการศึกษา พบว่า ปัญหาความยั่งยืนของเงินบำนาญคือ บุคคลไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการเงินและการลงทุนตั้งแต่ต้น โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ แนวทางการจัดการทางการเงิน และทรัพยากรทางการเงิน โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้รับการทดสอบในกลุ่มตัวอย่างคนงานชาวสเปน

สามารถอธิบายความเข้าใจความรู้ทางการเงินของบุคคล การวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ความอดทนต่อความเสี่ยงทางการเงิน และความมุ่งมั่นในการวางแผนทางการเงิน โดยแบบจำลองสามารถตรวจสอบความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเงินส่วนบุคคลก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ซึ่งช่วยให้สามารถวางแผนการเงินส่วนบุคคลได้ดีขึ้น เป็นไปได้ที่จะรักษาเงินสวัสดิการในช่วงวัยสูงอายุได้

และแนวคิดของ Hoffmann และ Plotkina (2020) ซึ่งกล่าวถึงมูลเหตุความตั้งใจในการวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุส่งผลต่อข้อมูลทางการเงิน และแนวโน้มที่บุคคลจะดำเนินการกับข้อมูล พบว่า บุคคลไม่ทราบบทบาทหรือกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการจัดเตรียมข้อมูลพื้นฐานในการเตรียมพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ การศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาจำนวน 736 ราย ทำให้ทราบว่า การรับรู้ข้อมูลจะช่วยเพิ่มความตั้งใจในการวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ สามารถประเมินความสามารถของตนเองเพื่อการเข้าสู่วัยสูงอายุได้ว่าความมั่นคงทางการเงินอยู่ในระดับใด และในที่สุดบุคคลที่มีการควบคุมตนเองมากขึ้น จะแสดงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่างความตั้งใจรับรู้ข้อมูลและพฤติกรรมในการวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ ผู้บริหารขององค์กรที่ได้รับรางวัล “บริษัทเกียติยศ” ในปี พ.ศ.2562 สัมภาษณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมสำหรับการลงทุน การสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ และกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง พนักงานบริษัท จาก 1 องค์กรที่ได้รับรางวัล คือ บริษัท เอไอเอ ประเทศไทย จากพนักงานทั้งหมดประมาณ 50,000 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของเครจซี่และมอร์แกน ได้จำนวนไม่น้อยกว่า 381 คน ผู้วิจัยจึงขอใช้เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้หลักการจากกรอบแนวคิดของงานวิจัยเป็นแนวทางสร้างแบบสัมภาษณ์และนำไปสร้างแบบสอบถามเชิงปริมาณต่อไป ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย (1) ศึกษาข้อมูลทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม (2) สร้างแบบสัมภาษณ์ทั้งโครงสร้างและแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดของงานวิจัย (3) ให้ที่ปรึกษางานวิจัยช่วยตรวจสอบความเหมาะสม และความสอดคล้อง นำแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรง หาค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้ (4) นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อนำกลับมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) สูตรของ Cronbach เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่สมบูรณ์และมีค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ และ (5) ทำการแจกแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนการจัดกระทำข้อมูล ประกอบด้วย (1) หลังจากเก็บข้อมูลแล้ว นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก (2) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (3) บันทึกข้อมูลเพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมการประมวลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน

ค่าความเที่ยงตรง (Validity) ได้ผ่านการประมวลผลข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ค่าคะแนน คือ 0.91 ส่วนค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ผ่านการประมวลผลข้อมูลจากการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Tryout) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด คือ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเกี่ยวข้องและเป็นไปตามกรอบแนวคิดการวิจัย กับผู้อำนวยการภาคอาวุโส เอไอเอ ประเทศไทย ผู้จัดการกองทุนอาวุโส ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) และผู้อำนวยการฝ่ายจัดสรรสินทรัพย์การลงทุน บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด ทั้งนี้ เป็นผู้บริหารองค์กรที่ได้รับรางวัล “บริษัทเกียติยศ” ในปี พ.ศ.2562 ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยทำการรวบรวมเก็บแบบสอบถามกับพนักงานจาก 1 องค์กรที่ได้รับรางวัล คือ บริษัท เอไอเอ ประเทศไทย จำนวน 400 ชุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ สถิติทดสอบสมมติฐาน คือ Factor Analysis ซึ่งลักษณะคำถามแบบ Likert Scale แบ่งระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันดับภาคชั้น คณะผู้วิจัยใช้วิธีการแสดงระดับของคะแนนเฉลี่ย (Mean) พิจารณาจากคะแนนของคำตอบแล้วนำมาแบ่งเป็นอันดับภาคชั้นของคะแนน (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2564)

ผลการวิจัย

ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

เมื่อจัดลำดับความสำคัญพบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความสำคัญประเภทนวัตกรรมการลงทุนที่สำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน 2. นวัตกรรมสื่อดิจิทัล และ 3. นวัตกรรมจัดการระบบการเงินแบบใหม่ ปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ 3 ลำดับแรก ลำดับแรก ได้แก่ 1. ไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น 2. ใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพ และ 3. สร้างครอบครัวให้มั่นคง และให้ความสำคัญการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. ให้ข้อมูลในวงกว้าง 2. แบ่งประเภทตามทักษะ ประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม และ 3. มีสวัสดิการที่ดี และให้ความสำคัญการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย 2. สร้างลักษณะงานให้เหมาะสม ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลได้ทำงานในสิ่งที่ถนัด และ 3. ขยายอายุการทำงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1) ข้อมูลคุณลักษณะของพนักงาน สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ว่า พนักงานที่ตอบแบบสอบถามนี้ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.8 และมีอายุงานระหว่าง 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.8

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของนวัตกรรมการลงทุน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของนวัตกรรมการลงทุน

ประเภทของนวัตกรรมสำหรับการลงทุน	Mean	Std. Deviation	แปลผล
- นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์การเงิน	4.30	.739	มากที่สุด
- นวัตกรรมพัฒนากระบวนการใหม่	4.06	.782	มาก
- นวัตกรรมสื่อดิจิทัล	4.13	.802	มาก
- นวัตกรรมจัดการด้วยเทคโนโลยี	4.11	.775	มาก
- นวัตกรรมการใช้แอปพลิเคชัน	4.20	.775	มาก
- นวัตกรรมจัดการระบบการเงินแบบใหม่	4.23	.744	มากที่สุด
- นวัตกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการด้าน การเงิน	4.22	.751	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของนวัตกรรมการลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์การเงิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .739 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ นวัตกรรมพัฒนากระบวนการใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .782

3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่

ปัจจัย	Mean	Std. Deviation	แปลผล
- ใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพ	4.24	.763	มากที่สุด
- สร้างครอบครัวให้มั่นคง	4.31	.739	มากที่สุด
- มีทัศนคติที่ดีในการลงทุน	4.16	.730	มาก
- จัดพอร์ตการลงทุนให้เหมาะสมกับช่วง วัย	4.16	.753	มาก
- รู้ทันความเสี่ยงในการลงทุน	4.20	.757	มาก
- วางแผนประหยัดภาษี	4.25	.771	มากที่สุด
- ไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น	4.37	.719	มากที่สุด
- ศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต	3.91	.931	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .719 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .931

4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด

กระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด	Mean	Std. Deviation	แปลผล
ด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ			
- ให้ข้อมูลในวงกว้าง (bp1)	4.29	.689	มากที่สุด
- ออกแบบโครงการมาสนับสนุนให้ตรงจุด (bp2)	4.16	.702	มาก
- แบ่งประเภทตามทักษะ ประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม (bp3)	4.13	.732	มาก
- ศึกษาเรื่อง Social Enterprise (bp4)	4.10	.719	มาก
- ใช้มาตรการรัฐสนับสนุน(bp5)	4.04	.793	มาก
- รวมกลุ่มภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจเพื่อจ้างงาน (bp6)	4.19	.745	มาก
- มีสวัสดิการที่ดี (bp7)	4.28	.715	มากที่สุด
- มีศักยภาพการลงทุนโดยองค์กร (bp8)	4.10	.702	มาก
- ให้สินเชื่อบริการประกอบอาชีพในอัตราพิเศษ (bp9)	4.24	.691	มากที่สุด
- ต่อยอดความรู้และประสบการณ์ (bp10)	4.23	.698	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร			
- ขยายอายุการทำงาน (pp1)	4.10	.718	มาก
- ทำสัญญาจ้างพิเศษ (pp2)	4.14	.723	มาก
- พัฒนาทักษะเพิ่มเติม (pp3)	4.20	.741	มาก
- เพิ่มตำแหน่งงานใหม่ (pp4)	4.03	.760	มาก
- เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย (pp5)	4.26	.720	มากที่สุด
- พิจารณาอัตราจ้างและสวัสดิการให้พร้อม (pp6)	4.00	.777	มาก
- สร้างความภูมิใจการทำงาน (pp7)	4.18	.755	มาก
- สรรหาบุคลากรใหม่ (pp8)	4.01	.732	มาก
- สร้างลักษณะงานให้เหมาะสม (pp9)	4.07	.759	มาก
- จำกัดขอบข่ายการทำงาน (pp10)	3.97	.826	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ให้ข้อมูลในวงกว้าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .689 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

น้อยที่สุด คือ ใช้มาตรการรัฐสนับสนุนคิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .793 ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .720 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ จำกัดขอบข่ายการทำงาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .826

ผลการทดสอบสมมติฐาน

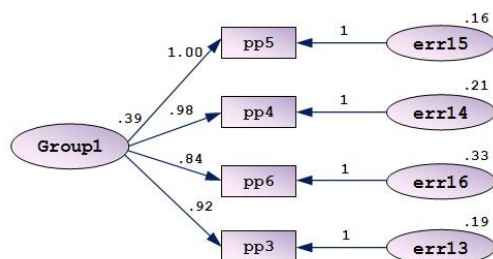
การตรวจสอบความเหมาะสมของขนาดกลุ่มตัวอย่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสถิติทดสอบ KMO และ Bartlett's Test

สถิติทดสอบ		ค่าสถิติ
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.945
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square		5498.056
Sphericity Df		191
	Sig.	.000*

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

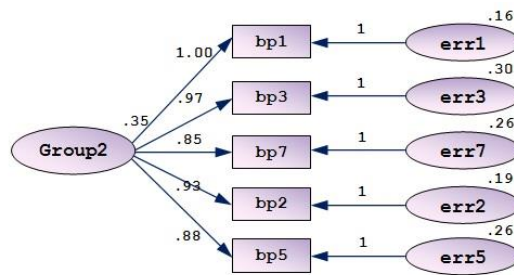
จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจพบว่า มีค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) เท่ากับ .945 ซึ่งมากกว่า 0.5 และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ Chi-square เท่ากับ 5498.056 แสดงว่า การวิจัยครั้งนี้เหมาะที่จะใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบ Exploratory Factor Analysis โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถแบ่งกลุ่มตัวแปรได้เป็น 3 องค์ประกอบ โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ Group1 ซึ่งมีตัวแปรจำนวน 9 ตัว ได้แก่ pp2 pp3 pp4 pp5 pp6 pp7 pp8 pp9 pp10 พบว่าไม่ผ่านเกณฑ์ มีค่า Chi-square = 238.373, df = 27, p = 0.00, CMIN/DF = 8.830, GFI = 0.878, RMSEA = 0.15 จึงต้องดำเนินการปรับแต่ง หลังการปรับแต่งพบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญในองค์ประกอบ Group1 ได้แก่ pp3 pp4 pp5 pp6 ส่วนตัวแปร pp2 pp7 pp8 pp9 pp10 ถูกตัดทิ้ง ซึ่งองค์ประกอบใหม่ของ Group1 มีค่า Chi-square = 1.735, df = 2, p = 0.42, CMIN/DF = 0.868, GFI = 0.998, RMSEA = 0.00 ซึ่งทำให้องค์ประกอบ Group1 ผ่านเกณฑ์



Chi-square=1.736, df=2, p=.420, CMIN/DF=.869, GFI=.999, RMSEA=.000

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ Group1 หลังการปรับแต่ง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ Group 2 ซึ่งมีตัวแปรจำนวน 8 ตัว ได้แก่ bp1 bp2 bp3 bp4 bp5 bp6 bp7 bp8 พบว่าไม่ผ่านเกณฑ์ มีค่า Chi-square = 162.786, df = 20, p = 0.0, CMIN/DF = 8.140, GFI = 0.913, RMSEA = 0.135 จึงต้องดำเนินการปรับแต่ง หลังการปรับแต่งพบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญในองค์ประกอบ Group2 ได้แก่ bp1 bp2 bp3 bp5 bp7 ตัวแปร bp4 bp6 bp8 ถูกตัดทิ้ง ซึ่งองค์ประกอบใหม่ของ Group 2 มีค่า Chi-square = 11.948, df = 6, p = 0.43, CMIN/DF = 2.390, GFI = 0.990, RMSEA = 0.06

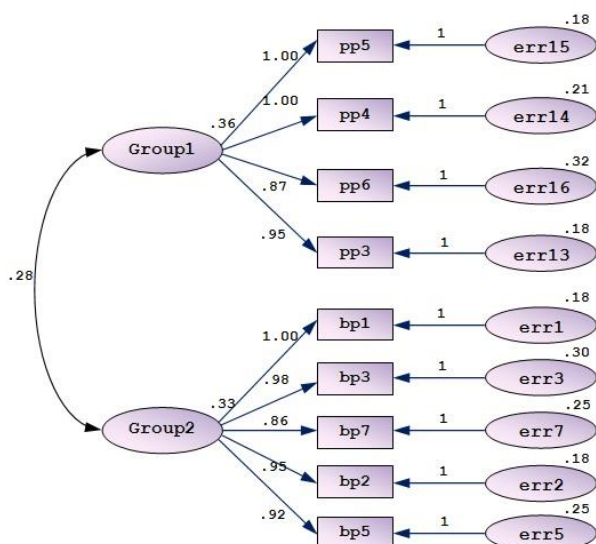


Chi-square=11.948, df=6, p=.43, CMIN/DF=2.390, GFI=.990, RMSEA=.06

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ Group2 หลังการปรับแต่ง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ Group3 ซึ่งมีตัวแปรจำนวน 3 ตัว ได้แก่ bp9 bp10 pp1 พบว่าไม่สามารถปรับแต่งให้ผ่านเกณฑ์ได้ จึงจำเป็นต้องตัดองค์ประกอบ Group3 ออก

คณะผู้วิจัยใช้หลักการจัดกลุ่มโดย Least Square Method แล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ ประเมินความสอดคล้องของโมเดล ซึ่งหากองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นมีความคลาดเคลื่อนเกิน 0.05 จำเป็นต้องดำเนินการปรับแต่งองค์ประกอบให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) ต่อไป ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้หลักเกณฑ์ตามคำแนะนำของ Arbuckle (2011) การปรับแต่งค่าองค์ประกอบจะดำเนินการหลังจากทราบว่าตัวแปรเชิงสังเกตตัวใดถูกจัดอยู่ในกลุ่มใด หากพบว่ามียังองค์ประกอบใดไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน จะต้องนำองค์ประกอบตัวนั้นมาปรับแต่งให้ผ่านเกณฑ์ก่อน จึงทำการรวบรวมทุกองค์ประกอบมาขึ้นเป็นรูปโมเดล ดังนั้นคณะผู้วิจัยใช้การปรับแต่งองค์ประกอบโดยวิธีตัดตัวแปรเชิงสังเกตที่มีค่าไม่เหมาะสมออก โดยการตัดคู่ตัวแปรที่มีค่าสถิติดัชนีการปรับโมเดล (Modification Indices) สูงสุดก่อน



Chi-square=72.767, df=26, p=.20, CMIN/DF=2.799, GFI=.958, RMSEA=.075

ภาพที่ 3 ผลลัพธ์ของโมเดลองค์ประกอบกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด

ผลการวิเคราะห์โมเดลรวมตามภาพที่ 3 ซึ่งมี 2 องค์ประกอบ คือ Group1 และ Group2 ประกอบด้วยตัวแปรจำนวน 9 ตัว ได้แก่ bp1 bp2 bp3 bp5 bp7 pp3 pp4 pp5 pp6 ซึ่งมีค่า Chi-square = 72.767, df = 26, p = 0.20, CMIN/DF = 2.799, GFI = 0.958, RMSEA = 0.075 ซึ่งทำให้โมเดลนี้ผ่านเกณฑ์ โดยมี Factor Loading ระหว่าง Group1-pp5 Group1-pp4 Group1-pp6 Group1-pp3 อยู่ที่ 1.0 0.36 0.87 0.95

ตามลำดับ Factor Loading ระหว่าง Group2-bp1 Group2-bp3 Group2-bp7 Group2-bp2 Group2-bp5 อยู่ที่ 0.33 0.98 0.86 0.95 0.92 ตามลำดับและ Factor Loading Group1-Group2 เท่ากับ 0.28

การสรุปผลการทดสอบสมมติฐานย่อย

การทดสอบสมมติฐานย่อยโดยการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson's พบว่า ค่า Significant Level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ทั้งหมด สรุปได้ว่า ประเพณีของนวัตกรรมการลงทุนสัมพันธ์กับปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ในระดับปานกลาง ($r = 0.505$) ประเพณีของนวัตกรรมการลงทุนสัมพันธ์กับกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = 0.395$) และด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กรในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = 0.375$) ปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่สัมพันธ์กับกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัยในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = 0.398$) และด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กรในระดับต่ำ ($r = 0.051$)

อภิปรายผล

ประเพณีของนวัตกรรมการลงทุน มีผลทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกันออกไป เช่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์การเงิน มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ นวัตกรรมพัฒนากระบวนการใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์การเงิน นวัตกรรมจัดการระบบการเงินแบบใหม่ และนวัตกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตให้บริการด้านการเงิน ในลำดับต้น ๆ

ปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่

จากผลการวิจัย พบว่า พนักงานบริษัท เอไอเอ ประเทศไทย มีความเห็นสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ (สุภมาส อังศุโชติ และกาญจน์ กังวานพรศิริ, 2558; ศิวลาภ สุขไพบุลย์วัฒน์, 2560) ได้แก่ การเอาใจใส่ดูแลรักษาสุขภาพ เสริมสร้างครอบครัวให้มั่นคง มีทัศนคติที่ดีในการลงทุน บุคคลจะต้องจัดพอร์ตการลงทุนให้เหมาะสมกับช่วงวัย รู้เท่าทันความเสี่ยงในการลงทุน วางแผนประหยัดภาษี ไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น และต้องศึกษาเรียนรู้ตลอดชีวิต

กระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงวัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ให้ข้อมูลในวงกว้าง ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ เพราะต้องสร้างการรับรู้ในความมั่นคงเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุก่อน หลังจากนั้นจึงนำเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

ในด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความสำคัญในประเด็นนี้เป็นลำดับต้น ๆ โดยให้แนวคิดว่าการอยู่ร่วมกันระหว่างคนอายุมากกับคนอายุน้อย ต้องให้ความสำคัญกับทุกคนทุกช่วงวัย จะได้เข้าใจซึ่งกันและกัน การทำงานจะคล่องตัวมากขึ้น และสอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ พุ่มซ้อน และ

กันตพัฒน์ พรศิริวัชรสิน (2561) กรมกิจการผู้สูงอายุ, มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ และธาดา ราชกิจ (2562) ซึ่งได้เสนอแนวทางและให้ความสำคัญในหลาย ๆ ประเด็น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ ให้ได้รับข้อมูลในวงกว้าง เขียนข้อเสนอโครงการโดยออกแบบสนับสนุนให้ตรงจุด แบ่งประเภทตามทักษะ ประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม ให้ศึกษาเรื่อง Social Enterprise โดยอาจใช้มาตรการรัฐสนับสนุน รวมกลุ่มภาคอุตสาหกรรมและภาคธุรกิจเพื่อจ้างงาน ให้บุคคลได้มีสวัสดิการที่ดี มีศักยภาพการลงทุนโดยองค์กร ได้รับสินเชื่อในการประกอบอาชีพในอัตราพิเศษ และสามารถต่อยอดความรู้และประสบการณ์

2. การบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร ได้แก่ การขยายอายุการทำงาน ทำสัญญาจ้างพิเศษ ให้ได้รับการพัฒนาทักษะเพิ่มเติม เพิ่มตำแหน่งงานใหม่ มีการเชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย ผู้บริหารพิจารณาอัตราจ้างและสวัสดิการให้พร้อม สร้างความภูมิใจในการทำงาน มีการสรรหาบุคลากรใหม่ โดยสร้างลักษณะงานให้เหมาะสม และจำกัดขอบข่ายการทำงานที่สะดวกปลอดภัย

ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำการวิจัย ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ว่า กระบวนการให้องค์กรพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ด้านการดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ คงเหลือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ (bp1) ให้ข้อมูลในวงกว้าง (bp3) แบ่งประเภทตามทักษะ ประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม (bp7) มีสวัสดิการที่ดี (bp2) ออกแบบโครงการมาสนับสนุนให้ตรงจุด (bp5) ใช้มาตรการรัฐสนับสนุน และในด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้สูงอายุในองค์กร คงเหลือปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ (pp5) เชื่อมความสัมพันธ์ต่างวัย (pp4) เพิ่มตำแหน่งงานใหม่ (pp6) พิจารณาอัตราจ้างและสวัสดิการให้พร้อม (pp3) พัฒนาทักษะเพิ่มเติม

จากผลการวิจัยด้านปัจจัยการสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น มีเกณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ เจก ธนะสิริ (2560) ที่ได้เสนอแนวคิดว่า สุขภาพทางการเงินเป็นสิ่งที่เหมาะสมว่าฐานะทางการเงินเป็นอย่างไร โดยพิจารณาถึงพฤติกรรมทางการเงิน การลงทุนและภาวะหนี้สินของบุคคล ผู้มีสุขภาพทางการเงินดีย่อมมีอำนาจซื้อสูง หากมีสุขภาพทางการเงินไม่ดี ย่อมทำให้คุณภาพชีวิตในวัยสูงอายุไม่ดีตามไปด้วย องค์กรสามารถเลือกใช้การสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุได้อย่างหลากหลายแง่มุมจากแนวคิดนี้ และจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ มีความเห็นสอดคล้องเช่นเดียวกันว่าการไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็น เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะสร้างโอกาสการลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุในฐานวิถีชีวิตใหม่ เพราะภาระหนี้และรายจ่ายที่ไม่จำเป็นคือปัญหาหลักที่ทำให้มีรายรับไม่พอกับรายจ่าย จนนำไปสู่การก่อหนี้ ซึ่งสอดคล้องกับ Teresa, Montserrat และ Gabriela (2021) ที่ได้ทำการวิจัยแบบจำลองสำหรับการวางแผนการเงินส่วนบุคคลสู่วัยสูงอายุ จากการวิจัยพบปัญหาอย่างหนึ่งสำหรับความยั่งยืนของเงินบำนาญ คือ บุคคลไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการเงินและการลงทุนแต่แรก โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้รับการทดสอบในกลุ่มตัวอย่างคนงานชาวสเปน อธิบายความเข้าใจความรู้ทางการเงินของบุคคล การวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ความอดทนต่อการสร้างหนี้และความเสี่ยงทางการเงิน รวมถึงความมุ่งมั่นในการวางแผนทางการเงิน โดยแบบจำลองสามารถตรวจสอบความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเงินส่วนบุคคลก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ซึ่งสามารถช่วยให้บุคคลสามารถวางแผนการเงินได้ดีขึ้น มีความเป็นไปได้ที่บุคคลจะรักษาเงินไว้ใช้ในช่วงวัยสูงอายุได้



สำหรับกระบวนการให้องค์กรพัฒนาสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอด ผลการวิจัยพบว่า ด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ (bp1) ให้ข้อมูลในวงกว้าง (bp3) แบ่งประเภทตามทักษะประสบการณ์ ฐานะและความพร้อม (bp7) มีสวัสดิการที่ดี (bp2) ออกแบบโครงการมาสนับสนุนให้ตรงจุด (bp5) ใช้มาตรการรัฐสนับสนุนสอดคล้องกับ Hoffmann และ Plotkina (2020) ได้ทำการวิจัยเรื่องมูลเหตุความตั้งใจในการวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุส่งผลต่อข้อมูลทางการเงิน งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับแนวโน้มที่บุคคลจะดำเนินการกับข้อมูลการลงทุนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยการรับรู้ข้อมูลจะช่วยเพิ่มความตั้งใจในการวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ ทำให้ประเมินความสามารถของตนเองเพื่อการเข้าสู่วัยสูงอายุได้ ว่าความมั่นคงทางการเงินอยู่ในระดับใด และในที่สุดบุคคลที่มีการควบคุมตนเองมากขึ้น จะแสดงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่างความตั้งใจรับรู้ข้อมูลและพฤติกรรมในการวางแผนก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในปัจจุบันรัฐบาลไทยได้มีการดูแลสวัสดิภาพและการจัดสวัสดิการแก่ผู้สูงอายุแล้วก็ตาม องค์ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า บุคคลยังต้องใช้แนวคิดด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยกระจายความเสี่ยงในการลงทุน ขวนขวายหาความรู้ให้ทันต่อสถานการณ์โลก และไม่สร้างภาระหนี้สินที่ไม่จำเป็นตั้งแต่แรก เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ และเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุจะมีความพร้อมทางการเงินเพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ ไม่เป็นภาระแก่ลูกหลานและสังคม สามารถทำประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมที่ตนเองอยู่อาศัย มีความสุขในการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุได้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 องค์กรภาคเอกชน รัฐ และรัฐวิสาหกิจ ต้องส่งเสริมความรู้ด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การวางแผนการเงินก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยแบ่งประเภทตามทักษะ ประสบการณ์ ฐานะและความพร้อมของบุคลากร จัดโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุอย่างมีความสุข

1.2 ภาครัฐควรพัฒนาระบบสวัสดิการที่ดีเกี่ยวกับช่วงวัยสูงอายุและปรับปรุงคุณภาพประกันสังคมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุทางการเงินและการดูแลสุขภาพ รวมถึงควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุให้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรศึกษากับพนักงานบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วย เพื่อที่จะได้รับความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ในมุมมองที่แตกต่าง จะทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงได้ชัดเจนมากขึ้น

2.2 ควรศึกษาจากพนักงานในบริษัทต่างประเทศด้วย โดยแบบสอบถามที่ใช้ควรจัดทำเป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบที่มีแง่มุมที่กว้างขวางและลึกซึ้ง

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่อง สังคมสูงอายุ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2564). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 31). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จิตรระวี ทองเถา. (2564). นวัตกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในยุคการระบาดของไวรัส COVID-19. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(1), 214-224.
- เจน ณะสิริ. (2560). *อายุ 120 ปี ทำไม่จะทำให้ไม่ได้* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ ฯ: บริษัท เฮลท์ รีเลชั่นส์ จำกัด
- ชาติชาย มีสุขโข. (2561). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการลงทุนและการวางแผนการลงทุน. ค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.cmsk-academy.com/article/280/investment-planning-basic>
- ชัยพัฒน์ พุ่มซ้อน และกันตพัฒน์ พรศิริวัชรสิน. (2561). แนวทางการแก้ไขปัญหาสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1), 25-35.
- ธาดา ราชกิจ. (2562). องค์การควรเตรียมรับมืออย่างไรเมื่อไทยก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยแล้ว. ค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2563, จาก th.hrnote.asia/tips/190613-aging-society-working/
- ดวงพร เพชรคง. (2560). *เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ*. ค้นเมื่อ 24 พฤศจิกายน 2563, จาก www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/download/article/article_20181012153553.pdf
- พิมลวรรณ เดชานุเบกษา. (2561). นวัตกรรม FinTech กับการบริการทางการเงิน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 12(2), 185-190.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุ. (2562). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย ปี 2562. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2563, จาก https://web.facebook.com/?_rdc=1&_rdr
- วิชณี คุปตะวาทีน, แมน วาสนาพงษ์ และพรทิพย์ ขุนดี. (2561). สังคมสูงวัยกับโลกสมัยใหม่. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(พิเศษ), 444-450.
- ศิวลาภ สุขไพบุลย์วัฒน์. (2560). บทบาทของผู้สูงอายุต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทย. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(17), 176-191.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2562). *โครงการบริษัทเกษียณสุข*. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.happypvd.com/happy-pvd-company>
- สมบัติ นามบุรี. (2562). นวัตกรรมและการบริหารจัดการ. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 2(2), 121-133.
- สุกมาส อังศุโชติ และกาญจน์ กังวานพรศิริ. (2558). แนวทางและมาตรการส่งเสริมการออมของผู้สูงอายุตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาจังหวัดนนทบุรี. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา*, 7(14), 146-158.
- อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร. (2560). ผลกระทบของสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641444>
- Arbuckle, J.L. (2011). *AMOS 20.0 users guide*. Crawfordville, FL.: Amos Development Corporation.
- Borzykowski, B. (2021). *The ultimate retirement planning guide for 2021*. Retrieved January 3, 2021, from <https://www.cnbc.com/guide/retirement-planning/>
- Hoffmann, A. O. I. & Plotkina, D. (2020). Why and when does financial information affect retirement planning intentions and which consumers are more likely to act on them?. *Journal of Business Research*, 117(September), 411-431.

Teresa, C., Montserrat, H. & Gabriela, T. (2021). A Model for Personal Financial Planning Towards Retirement. *Journal of Business Economics and Management*, 22(2), 482-502.

อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อ: การสำรวจอิทธิพล
คั่นกลางของการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์
The Influences of Personalized Online Advertisements on Purchase
Intention: Exploring The Mediating Effects of Perceived Benefits,
Privacy Concerns and Attitudes toward the Brand

วุฒิ สุขเจริญ

Wut Sookcharoen

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

The Faculty of Business Administration, Thai-Nichi Institute of Technology, Thailand

E-mail: Wut@tni.ac.th

Received: 2021-10-21; Revised: 2021-12-07; Accepted: 2021-12-09

บทคัดย่อ

โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าโฆษณาแบบดั้งเดิม เนื่องจากนำเสนอโฆษณาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 429 ชุด โดยใช้สถิติโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์ 2) โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์ 3) โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อเจตนาซื้อ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์

คำสำคัญ: โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล, การรับรู้ประโยชน์, ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว, ทัศนคติต่อแบรนด์, เจตนาซื้อ

Abstract

Personalized online advertisements are more efficient than traditional advertisements. This is because personalized online advertisements promise to deliver consumers more relevant advertisements. The objectives of this study were the following: 1) To study the influences of personalized online advertisements on purchase intention through the mediation of perceived benefits, privacy concerns, and attitudes toward the brand. 2) To study the influences of personalized online advertisements with sales promotion-focused on purchase intention through the mediation of perceived benefits, privacy concerns, and attitudes toward the brand. 3) To study the influences of personalized online advertisements with information-focused on purchase intention through the mediation of perceived benefits, privacy concerns, and attitudes toward the brand.

The data from 429 samples were analyzed using structural equation modeling. The results were as follows: 1) Personalized online advertisements have a positive indirect effect on purchase intention through the mediation of perceived benefits, privacy concerns, and attitudes toward the brand. 2) Personalized online advertisements with sales promotion-focused have a positive indirect effect on purchase intention through the mediation of perceived benefits, privacy concerns, and attitudes toward the brand. 3) Personalized online advertisements with information-focused have a negative indirect effect on purchase intention through the mediation of perceived benefits, privacy concerns, and attitudes toward the brand.

Keywords: Personalized online advertisements, Perceived benefits, Privacy concerns, Brand attitudes, Purchase intention

บทนำ

การโฆษณาในช่วงก่อนมีอินเทอร์เน็ตผู้โฆษณามุ่งให้ผู้บริโภคสามารถพบเห็นโฆษณาได้มากที่สุด ผู้พบเห็นโฆษณาจึงเป็นทั้งกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มที่ไม่ใช่เป้าหมาย (Shepherd, 2020) สื่อที่ใช้ในการโฆษณาคือสื่อแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา ซึ่งเข้าถึงผู้บริโภคในจำนวนที่จำกัด ปัจจุบันมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น โฆษณาจึงถูกพัฒนาเป็นสื่อแบบดิจิทัลและส่งผ่านสื่อแบบออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากอย่างรวดเร็ว (Dodson, 2016)

ในปี 2563 ประเทศไทยมีการใช้สื่อโฆษณาดิจิทัลคิดเป็นรวมมูลค่ารวม 21,058 ล้านบาท เติบโตขึ้นร้อยละ 8 เทียบกับปี 2562 (DAAT, 2021) เมื่อพิจารณาการเติบโตเทียบกับปี 2559 สื่อโฆษณาดิจิทัลมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 106.9 ในขณะที่สื่อโทรทัศน์มีการเติบโตลดลงร้อยละ 11 สื่อโฆษณาดิจิทัลจึงนับเป็นสื่อ

ที่นักการตลาดนิยมใช้เพิ่มขึ้น โดยสื่อโฆษณาดิจิทัลประเภทที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือโฆษณาออนไลน์ (Nielsen Advertising Information, 2021)

โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลเป็นโฆษณาที่มีระบบประมวลผลข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคแต่ละคน เช่น อายุ เพศ ร่วมกับข้อมูลเชิงพฤติกรรม เช่น พฤติกรรมการค้นหาสินค้า เพื่อนำเสนอโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะบุคคลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการนำเสนอโฆษณาที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้น ทำให้โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าโฆษณาแบบอื่น (Nesamoney, 2017)

โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลนำเสนอสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือสนใจในขณะนั้น ทำให้ผู้บริโภครับรู้ประโยชน์จากโฆษณาเนื่องจากสร้างความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อ แต่อีกด้านหนึ่งการนำข้อมูลผู้บริโภคมาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอโฆษณาก็สร้างความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวให้กับผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นอิทธิพลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์ และนำไปสู่การปฏิเสธการซื้อ (Aiolfi, Bellini, & Pellegrini, 2021)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลเป็นโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และอาจส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา “อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อ : การสำรวจอิทธิพลคั่นกลางของการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์” ผลการวิจัยจะสร้างความรู้และความเข้าใจผลเชิงบวกและเชิงลบของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้ออันจะเป็นประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อ ผ่านการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายที่มีต่อเจตนาซื้อ ผ่านการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลที่มีต่อเจตนาซื้อ ผ่านการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดสมมติฐานการวิจัยและพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล

De Keyzer, Dens and De Pelsmacker (2021) ระบุว่า โฆษณาแบบเฉพาะบุคคลคือ โฆษณาที่ผู้โฆษณาออกแบบมาสำหรับผู้บริโภคแต่ละคนที่มีลักษณะและความสนใจที่แตกต่างกัน

Rowles (2018) ระบุว่า โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล นำเสนอโฆษณาที่ตรงกับความสนใจหรือความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้นด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์คือลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค เช่น เพศ ระดับอายุ ระดับรายได้ ข้อมูลด้านจิตวิทยา เช่น ข้อมูลด้าน

ทัศนคติ บุคลิกภาพ รูปแบบการใช้ชีวิต ข้อมูลด้านพฤติกรรม เช่น พฤติกรรมการค้นหาสินค้าหรือบริการ ข้อมูลประวัติการซื้อสินค้า และข้อมูลเนื้อหา คือ ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผู้บริโภคมีความสนใจ

Morimoto (2017) ระบุว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลให้น้ำหนักกับการสื่อสารเพื่อมุ่งการขายผลิตภัณฑ์มากกว่าโฆษณาประเภทอื่น ๆ และสามารถเพิ่มอัตราการตัดสินใจของผู้บริโภค

Raji, Rashid and Ishak (2019) แบ่งโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ตามรูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอเป็น 2 ประเภท คือ โฆษณาที่นำเสนอเนื้อหาเชิงส่งเสริมการขาย และโฆษณาที่นำเสนอเนื้อหาเชิงข้อมูล

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล ผู้วิจัยนำแนวคิดของ Morimoto (2017) ที่ระบุว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีลักษณะมุ่งการขายผลิตภัณฑ์ โดยนำมากำหนดเป็นตัวแปรอิสระ และแบ่งประเภทของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่ศึกษาในครั้งนี้ออกเป็น 2 ประเภทคือ โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายและโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลตามแนวทางของ Raji et al. (2019)

การรับรู้ประโยชน์

Leung (2013) ให้ความหมายของการรับรู้ประโยชน์ คือความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าจะได้รับผลลัพธ์เชิงบวกจากการกระทำที่เฉพาะเจาะจง Strycharz, Van Noort, Smit and Helberger (2019) ระบุว่าผู้บริโภครับรู้ประโยชน์ของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล เนื่องจากเนื้อหาที่นำเสนอมีความเกี่ยวข้องหรือตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในขณะนั้น ช่วยลดการพบกับโฆษณาที่ไม่ต้องการ Campos (2021) ระบุว่าผู้บริโภคต้องการประโยชน์ด้านคำแนะนำผ่านโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล Kyguoliene, Zikiene and Grigaliunaite (2017) แบ่งการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคต่อโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ประโยชน์ด้านการใช้งาน ประโยชน์ด้านความสุข และประโยชน์ด้านสัญลักษณ์

ผู้วิจัยกำหนดองค์ประกอบการรับรู้ประโยชน์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ตามแนวทางของนักวิชาการ คือ

- 1) ประโยชน์ด้านความเกี่ยวข้อง (Campos, 2021; Strycharz et al., 2019)
- 2) ประโยชน์ด้านความสะดวก (Kyguoliene et al., 2017)
- 3) ประโยชน์ด้านความสุข (Kyguoliene et al., 2017)

ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

Tuten (2021) ระบุว่า ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวหมายถึงความกังวลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลต่อผู้อื่น Malhotra, Kim and Agarwal (2004) แบ่งความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ตเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านการควบคุม 2) ด้านการตระหนัก 3) ด้านการเก็บ

Baek and Morimoto (2012) ระบุว่า โฆษณาแบบเฉพาะบุคคลใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคเพื่อนำโฆษณาไปแสดงผลยังผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว นำไปสู่ความไม่สนใจโฆษณาแบบเฉพาะบุคคลและปฏิเสธการซื้อ

นักวิชาการใช้คำถามในการวัดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวที่แตกต่างกัน เช่น Aiolfi et al. (2021) วัดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคต่อโฆษณาออนไลน์ใช้คำถามจำนวน 5 ข้อ Fortes and Rita (2016) ศึกษาความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าออนไลน์โดยใช้คำถามจำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยนำข้อคำถามของนักวิชาการมาพัฒนาข้อคำถามสำหรับวัดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวดังนี้

- 1) ท่านรู้สึกกังวลว่าจะมีการเก็บข้อมูลหรือพฤติกรรมของท่านโดยเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดีย (Aiolfi, et al., 2021)
- 2) ท่านรู้สึกกังวลว่าจะมีการใช้ข้อมูลหรือพฤติกรรมของท่านโดยไม่ได้รับอนุญาตจากท่าน (Fortes & Rita, 2016)
- 3) ท่านรู้สึกกังวลว่าการป้องกันข้อมูลของท่านอาจมีข้อผิดพลาด (Fortes & Rita, 2016)
- 4) ท่านรู้สึกกังวลว่าอาจมีการนำข้อมูลของท่านไปใช้โดยผู้อื่น (Aiolfi, et al., 2021)
- 5) ท่านรู้สึกว่าข้อมูลของท่านไม่ได้รับการปกป้องอย่างเหมาะสม (Aiolfi, et al., 2021)

ทัศนคติต่อแบรนด์

ทัศนคติต่อแบรนด์ หมายถึงแนวโน้มทางจิตวิทยาจากการเรียนรู้และประเมินแบรนด์เป็นระดับความชอบหรือไม่ชอบ (Eagly & Chaiken, 1993)

โฆษณาสามารถสร้างให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อแบบทันทีทันใด เช่น โฆษณาที่เน้นการส่งเสริมการขาย และโฆษณาสามารถสร้างให้เกิดการตัดสินใจซื้อในอนาคต เช่น โฆษณาที่เน้นการให้ข้อมูล โดยสื่อสารให้ผู้บริโภคเกิดการตระหนักรู้ต่อแบรนด์ และการสร้างให้มีทัศนคติต่อแบรนด์ให้ดีขึ้น (Gupta, 2016)

ผู้วิจัยศึกษาการวัดทัศนคติต่อแบรนด์ดังนี้ He, Cai, Cai and Zhang (2021) วัดทัศนคติต่อแบรนด์ที่เกิดจากโฆษณาออนไลน์โดยใช้คำถามจำนวน 4 ข้อ Abzari, Ghassemi and Vosta (2014) วัดทัศนคติต่อแบรนด์ที่เกิดจากโฆษณาโดยใช้คำถามจำนวน 3 ข้อ Lee, Lee and Yang (2017) วัดทัศนคติต่อแบรนด์โทรศัพท์โดยใช้คำถามจำนวน 3 ข้อ และ Kudeshia and Kumar (2017) วัดทัศนคติต่อแบรนด์โดยใช้คำถามจำนวน 4 ข้อ ผู้วิจัยนำข้อคำถามของนักวิชาการมาพัฒนาข้อคำถามสำหรับวัดทัศนคติต่อแบรนด์ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

- 1) ฉันชอบแบรนด์ที่พบในโฆษณา (He et al., 2021; Kudeshia & Kumar, 2017)
- 2) ฉันพอใจแบรนด์ที่พบในโฆษณา (Abzari et al., 2014; Lee et al., 2017)
- 3) แบรนด์ที่พบในโฆษณามีความน่าสนใจ (He et al., 2021)
- 4) แบรนด์ที่โฆษณามีความน่าเชื่อถือ (Abzari et al., 2014)

กระบวนการตัดสินใจและเจตนาซื้อ

Lantos (2015) ระบุว่า กระบวนการตัดสินใจหมายถึงการพิจารณาทางเลือกโดยใช้เงื่อนไขเพื่อเลือกทางใดทางหนึ่งจากหลายทางเลือก การตัดสินใจของผู้บริโภคไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีแต่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการ Stokes and Lomax (2008) นำเสนอกระบวนการตัดสินใจแบบ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตระหนักถึงความต้องการ ค้นหาข้อมูล ขั้นประเมินทางเลือก ขั้นตัดสินใจเลือกซื้อ และขั้นประเมินหลังการซื้อ

เจตนาซื้อเป็นระดับของความสนใจหรือความตั้งใจที่จะซื้อ ถึงแม้ผู้บริโภคจะสามารถเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดแต่การซื้อจะยังไม่เกิดขึ้นในทันที เกิดเพียงเจตนาซื้อซึ่งนำไปสู่การซื้อในอนาคต (Stokes & Lomax, 2008)

นักวิชาการหลายท่านได้สร้างข้อคำถามสำหรับวัดเจตนาซื้อของผู้บริโภค เช่น Chetoui, Benlafqih and Lebdaoui (2020) วัดเจตนาซื้อโดยใช้คำถามจำนวน 2 ข้อ Wu and Wang (2011) วัดเจตนาซื้อสินค้าออนไลน์โดยใช้คำถามจำนวน 5 ข้อ Chakraborty (2019) วัดเจตนาซื้อสินค้าออนไลน์โดยใช้คำถามจำนวน 3 ข้อ และ Huang, Jim Wu, Wang and Boulanger (2011) วัดเจตนาซื้อสินค้าจากการประมูลออนไลน์

โดยใช้คำถามจำนวน 3 ข้อ ผู้วิจัยนำข้อคำถามของนักวิชาการมาพัฒนาข้อคำถามสำหรับวัดเจตนาซื้อจำนวน 4 ข้อ ดังนี้

1) ท่านมีแนวโน้มซื้อสินค้าหรือบริการที่พบจากโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Chetioui, et al., 2020; Chakraborty, 2019; Wu & Wang, 2011)

2) ท่านมีความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการที่พบจากโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Chetioui, et al., 2020; Huang et al., 2011)

3) มีความเป็นไปได้สูงที่ท่านจะพิจารณาซื้อสินค้าที่พบจากโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Wu & Wang, 2011)

4) ท่านมักพิจารณาซื้อสินค้าที่ได้พบจากโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต (Chakraborty, 2019)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

Raji, et al. (2019) ศึกษาารูปแบบของโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์พบว่า โฆษณาออนไลน์แบบเน้นการส่งเสริมการขายและแบบเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) Sari, Suziana and Games (2020) ศึกษาการรับรู้คุณค่าของโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์พบว่าเนื้อหาเชิงข้อมูลของโฆษณาที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของโฆษณาอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1: โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 2: โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์

จากการศึกษาของ Nyheim, Xu, Zhang and Mattila (2015) พบว่าโฆษณาแบบเฉพาะบุคคลที่แสดงผลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) ผลการศึกษาของ Papaioannou, Tsohou and Karyda (2021) พบว่าการแสดงผลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเก็บข้อมูลผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 3: โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

สมมติฐานที่ 4: โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

Van Reijmersdal, Rozendaal, Smink, Van Noort and Buijzen (2017) ศึกษาอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์มุ่งกลุ่มเป้าหมายพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ประโยชน์ของโฆษณาออนไลน์ และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อแบรนด์ ($p < 0.01$) จากการศึกษาของ Sari et al. (2020) พบว่าการรับรู้คุณค่าของโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อแบรนด์ ($p < 0.01$) การศึกษาของ Fortes and Rita (2016) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ของโฆษณาแบบเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติของผู้บริโภค ($p < 0.01$) ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 5: การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อแบรนด์

จากการศึกษาของ Raji et al. (2019) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ด้านความสุขและประโยชน์ด้านการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ($p < 0.01$) การศึกษาของ Fortes and Rita (2016) พบว่าการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและการใช้งานง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ($p < 0.01$) การศึกษาของ Aiolfi et al. (2021) พบว่าประโยชน์ของโฆษณาออนไลน์ตามพฤติกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ($p < 0.01$) ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 6: การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อ

Fortes and Rita (2016) ศึกษาความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าออนไลน์พบว่า ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติ จากการศึกษาของ Sreejesh, Anusree and Mitra (2016) พบว่าความกังวลในการให้ข้อมูลส่วนตัวมีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติต่อแบรนด์ ($p < 0.01$) ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 7: ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อแบรนด์

จากการศึกษาโฆษณาบนพื้นฐานการอ้างอิงตำแหน่งของ Schade, Piehler, Warwitz and Burmann (2018) พบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อสินค้าที่โฆษณาอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) จากการศึกษาของ Fortes and Rita (2016) พบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวในมิติของความสามารถของผู้บริโภคในการควบคุมข้อมูลมีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อสินค้าออนไลน์ จากการศึกษาของ Sreejesh et al. (2016) พบว่าความกังวลด้านความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออนไลน์ ($p < 0.01$) ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 8: ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อ

Hong and Park (2020) ศึกษาการสื่อสารบนสังคมออนไลน์พบว่า ทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) การศึกษาของ Sari et al. (2020) พบว่าการรับรู้คุณค่าของโฆษณาที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อแบรนด์ และแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อของผู้บริโภค ($p < 0.01$) Kudeshia and Kumar (2017) ศึกษาเจตนาซื้อบนสังคมออนไลน์พบว่าทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ($p < 0.01$) Lee et al. (2017) ศึกษาอิทธิพลของโฆษณาแบบเฉพาะบุคคลบนโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่าทัศนคติที่มีต่อแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) และจากการศึกษาของ Van Reijmersdal et al. (2017) พบว่าทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ผู้วิจัยนำข้อค้นพบจากการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 9: ทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อ

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศ เนื่องจากมีความสอดคล้องกับบริบทของการวิจัยในครั้งนี้ ผลการวิจัยจึงอาจมีความแตกต่างกันเมื่อศึกษาในผู้บริโภคคนไทย ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้นี้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1): โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 2 (H2): โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 3 (H3): โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

สมมติฐานที่ 4 (H4): โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

สมมติฐานที่ 5 (H5): การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อแบรนด์

สมมติฐานที่ 6 (H6): การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อ

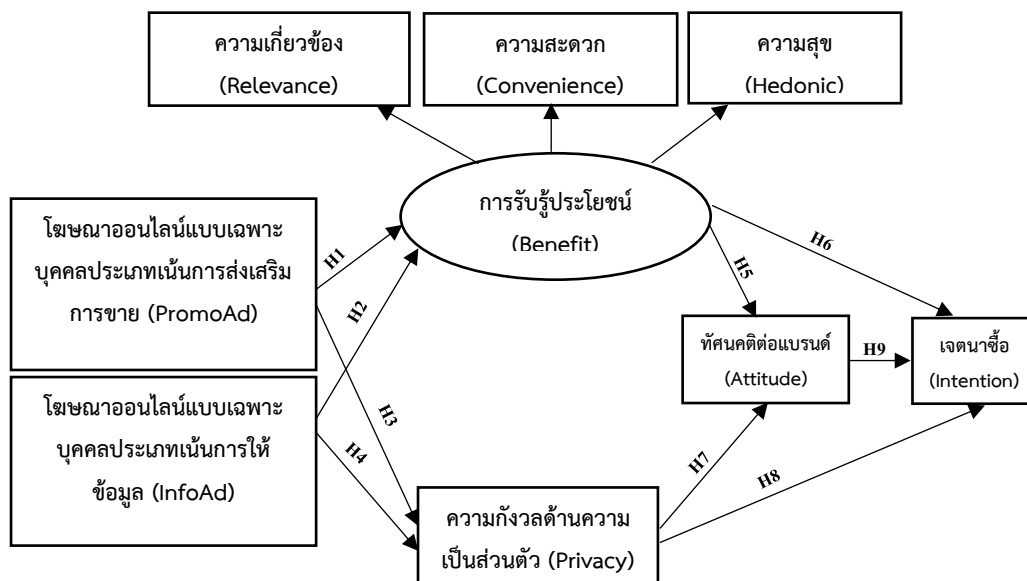
สมมติฐานที่ 7 (H7): ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อแบรนด์

สมมติฐานที่ 8 (H8): ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อ

สมมติฐานที่ 9 (H9): ทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อเจตนาซื้อ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำองค์ความรู้มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นโครงการที่ผ่านการอนุมัติโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ก่อนดำเนินการวิจัยผู้วิจัยได้ทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่าในประเทศ

ไทยมีการนำโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมาใช้ ผู้วิจัยทดลองแสดงพฤติกรรมสนใจเฟอร์นิเจอร์โดยค้นหา คำ “เฟอร์นิเจอร์” บนเว็บไซต์ Google.com จากนั้นผู้วิจัยค้นหาและชมวิดีโอออนไลน์เกี่ยวกับเฟอร์นิเจอร์ ในเว็บไซต์ Youtube.com ต่อมาผู้วิจัยพบว่าโฆษณาเฟอร์นิเจอร์แสดงในเว็บไซต์ Facebook.com ที่เป็น บัญชีของผู้วิจัยซึ่งก่อนหน้านี้ไม่มีโฆษณาเฟอร์นิเจอร์มาก่อน จากนั้นผู้วิจัยทดลองแสดงพฤติกรรมสนใจ หุ่นยนต์ดูดฝุ่น โดยแสดงพฤติกรรมสนใจด้วยการค้นหาคำและชมวิดีโอออนไลน์เกี่ยวกับหุ่นยนต์ดูดฝุ่น ต่อมา พบว่ามีโฆษณาหุ่นยนต์ดูดฝุ่นแสดงในเว็บไซต์ Facebook.com ที่เป็นบัญชีของผู้วิจัย ซึ่งก่อนหน้านี้ไม่มี โฆษณาหุ่นยนต์ดูดฝุ่นมาก่อน จึงสรุปได้ว่าในประเทศไทยมีการนำโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมาใช้

เมื่อผู้วิจัยมั่นใจว่าประเทศไทยมีการนำโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมาใช้ ผู้วิจัยจึงออกแบบ การวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ผู้บริโภคนคนไทยที่มีอายุไม่น้อยกว่า 18 ปี ที่มีประสบการณ์เคยพบกับ โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล และเคยซื้อสินค้าหรือบริการแบบออนไลน์ สุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความ น่าจะเป็น ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ มีจุดเริ่มต้นเพื่อกระจายแบบสอบถามจากผู้รู้จัก ในภาคกลางจำนวน 20 คน ภาคตะวันออกจำนวน 5 คน ภาคเหนือจำนวน 5 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 คน และภาคใต้จำนวน 5 คน โดยให้กระจายแบบสอบถามต่อเฉพาะในกลุ่มคนที่รู้จัก

Ho (2014) ระบุว่า การวิเคราะห์โดยใช้สถิติโมเดลสมการโครงสร้าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ต้องไม่น้อยกว่า 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา การวิจัยครั้งนี้ตัวแปรที่ศึกษารวม 9 ตัวแปร การเก็บตัวอย่างจึง ต้องไม่น้อยกว่า 180 ตัวอย่าง ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่ปลายเดือนสิงหาคมถึงต้นเดือนกันยายน 2564 ใช้เวลาในการกระจายแบบสอบถามจำนวน 14 วัน ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 429 ชุด ซึ่งเป็น จำนวนที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการตรวจสอบคุณภาพดังนี้

1) การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ พบว่าทุกข้อคำถามมีคะแนน ความสอดคล้องมากกว่า 0.60 สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวัดสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค ผู้วิจัยตรวจสอบข้อคำถามแยกรายตัวแปร คือ โฆษณาออนไลน์แบบ เฉพาะบุคคล ประโยชน์ด้านความเกี่ยวข้อง ประโยชน์ด้านความสะดวก ประโยชน์ด้านความสุข ความกังวล ด้านความเป็นส่วนตัว ทศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ และตรวจสอบภาพรวมของข้อคำถามทั้งหมด พบว่า การทดสอบแยกรายตัวแปรและการทดสอบภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคมากกว่า 0.71 จึงสรุป ได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง (Perri & Bellamy, 2012) สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม IBM SPSS Statistics เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และใช้โปรแกรม IBM SPSS Amos เพื่อวิเคราะห์สถิติโมเดลสมการโครงสร้างซึ่งผู้วิจัยมีสิทธิ์ใช้งานอย่างถูกต้อง

ผลการวิจัย

จากแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 429 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 197 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 เพศหญิง 232 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 18-23 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 มีอายุระหว่าง 24-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.8 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.2 และมีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.9 ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในภาคกลางจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ภาคตะวันออก 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ภาคเหนือ 84 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 และภาคใต้ 72 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8

ผู้วิจัยทดสอบเบื้องต้นว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลทางตรงต่อเจตนาซื้อหรือไม่ ผลการทดสอบพบว่า อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายและประเภทเน้นการให้ข้อมูลที่มีต่อเจตนาซื้อ มีค่า Sig.=0.062 และ Sig.=0.757 ตามลำดับ จึงสรุปได้ว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อเจตนาซื้อ ดังนั้นอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อจึงเกิดจากตัวแปรคั่นกลางอย่างสมบูรณ์ (Full mediation)

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเหมาะสมของข้อคำถามและองค์ประกอบของแต่ละปัจจัย โดยใช้สถิติโมเดลสมการโครงสร้างดังนี้

ผลการทดสอบข้อคำถามและองค์ประกอบเพื่อวัดปัจจัยโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล พบว่าค่า GFI=0.983, AGFI=0.918, TLI=0.982, CFI=0.992, RMSEA=0.066 จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบและข้อคำถามเพื่อวัดปัจจัยโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีความเหมาะสม

ผลการทดสอบข้อคำถามและองค์ประกอบเพื่อวัดการรับรู้ประโยชน์ที่ประกอบด้วยการรับรู้ประโยชน์ด้านความเกี่ยวข้อง ด้านความสะดวก และด้านความสุข พบว่าค่า GFI=0.990, AGFI=0.974, TLI=1.000, CFI=1.000, RMSEA=0.000 จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบและข้อคำถามเพื่อวัดการรับรู้ประโยชน์มีความเหมาะสม

ผลการทดสอบข้อคำถามและองค์ประกอบเพื่อวัดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวพบว่าค่า GFI=0.997, AGFI=0.989, TLI=1.001, CFI=1.000, RMSEA=0.000 จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบและข้อคำถามเพื่อวัดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีความเหมาะสม

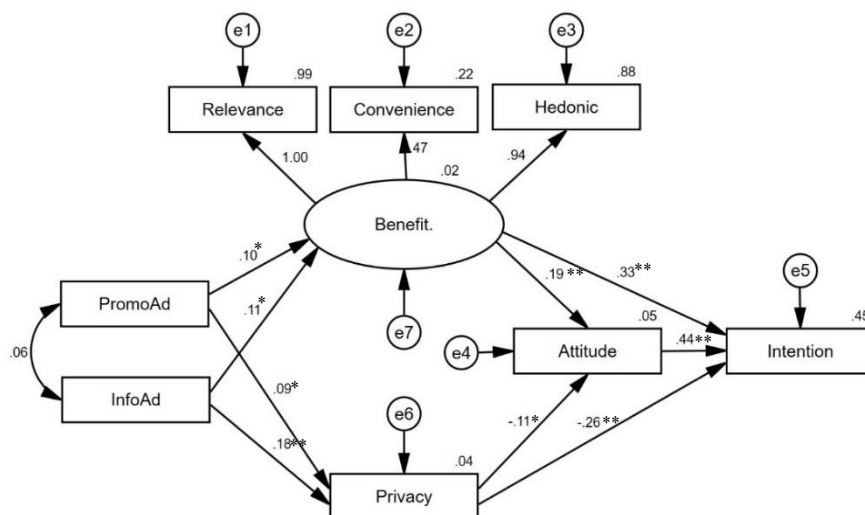
ผลการทดสอบข้อคำถามและองค์ประกอบเพื่อวัดทัศนคติที่มีต่อแบรนด์พบว่าค่า GFI=1.000, AGFI=0.997, TLI=1.004, CFI=1.000, RMSEA=0.000 จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบและข้อคำถามเพื่อวัดทัศนคติที่มีต่อแบรนด์มีความเหมาะสม

ผลการทดสอบข้อคำถามและองค์ประกอบเพื่อวัดเจตนาซื้อพบว่าค่า GFI=0.999, AGFI=0.991, TLI=1.001, CFI=1.000, RMSEA=0.000 จึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบและข้อคำถามเพื่อวัดเจตนาซื้อมีความเหมาะสม

เมื่อตรวจสอบรูปแบบอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อ และตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามและองค์ประกอบของตัวแปรว่ามีความเหมาะสม ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

ผู้วิจัยใช้สถิติโมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลตามกรอบแนวคิดการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าโมเดลอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านตัวแปรคั่นกลางตามกรอบแนวคิดการวิจัยมีค่า Chi-square $p=0.728$, CMIN/DF=0.756, GFI=0.993, AGFI=0.984, CFI=1.000, MSEA=0.000, Squared Multiple Correlations=0.448 จึงสรุปได้ว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อเจตนาซื้อ ผ่านตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์ โดยโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลสามารถอธิบายเจตนาซื้อได้ร้อยละ 44.8 (ภาพที่ 2)



df=15, Chi-square $p=0.728$ CMIN/DF=0.756, GFI=0.993, AGFI=0.984, CFI=1.000, MSEA=0.000

(* หมายถึงระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** หมายถึงระดับนัยสำคัญที่ 0.01)

ภาพที่ 2 โมเดลอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านตัวแปรคั่นกลาง

เมื่อวิเคราะห์ระดับนัยสำคัญของแต่ละเส้นอิทธิพลตามสมมติฐานการวิจัย พบว่าค่า Sig.<0.05 และมีค่า Critical Ratio มากกว่า 1.96 หรือน้อยกว่า -1.96 จึงยอมรับสมมติฐานทั้ง 9 สมมติฐาน โดยปัจจัยด้านความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ ส่วนปัจจัยอื่นมีอิทธิพลเชิงบวก แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	Sig.	Critical Ratio	สรุปผล	ทิศทางอิทธิพล
H1: PromoAd ---> Benefit	0.041	2.047	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก
H2: InfoAd ---> Benefit	0.026	2.223	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก
H3: PromoAd ---> Privacy	0.046	1.995	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก
H4: InfoAd ---> Privacy	0.000	3.849	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก
H5: Benefit ---> Attitude	0.000	4.079	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก

H6: Benefit ---> Intention	0.000	8.820	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก
H7: Privacy ---> Attitude	0.024	-2.255	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงลบ
H8: Privacy ---> Intention	0.000	-7.246	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงลบ
H9: Attitude ---> Intention	0.000	11.968	ยอมรับสมมติฐาน	เชิงบวก

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

จากโมเดลอิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านตัวแปรคั่นกลางตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ภาพที่ 2) ผู้วิจัยได้ศึกษาทิศทางและระดับอิทธิพลของแต่ละตัวแปร (ค่าอิทธิพลตามตารางที่ 2) โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางที่ 1 อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านการรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลรวมเท่ากับ $(0.098)*(0.332)+(0.098)*(0.194)*(0.441)=0.041$ แสดงให้เห็นว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อผ่านการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติต่อแบรนด์

เส้นทางที่ 2 อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว อิทธิพลรวมเท่ากับ $(0.094)*(-0.262)+(0.094)*(-0.106)*(0.441)=-0.029$ แสดงให้เห็นว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้อ โดยทำให้เกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวทำให้เกิดอิทธิพลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ

เมื่อวิเคราะห์ระดับอิทธิพลรวมของทั้ง 2 เส้นทาง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) สรุปได้ว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อเจตนาซื้อผ่านตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

ผู้วิจัยวิเคราะห์อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลที่มีต่อเจตนาซื้อ (ค่าอิทธิพลตามตารางที่ 2) โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางที่ 1 อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านการรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลรวมเท่ากับ $(0.107)*(0.332)+(0.107)*(0.194)*(0.441)=0.045$ แสดงให้เห็นว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ผ่านการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติต่อแบรนด์

เส้นทางที่ 2 อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว อิทธิพลรวมเท่ากับ $(0.182)*(-0.262)+(0.182)*(-0.106)*(0.441)=-0.056$ แสดงให้เห็นว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้อ โดยทำให้เกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวทำให้เกิดอิทธิพลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ

เมื่อวิเคราะห์ระดับอิทธิพลรวมของทั้ง 2 เส้นทาง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานสรุปได้ว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อเจตนาซื้อผ่านตัวแปรคั่นกลางคือการรับรู้ประโยชน์ ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว และทัศนคติต่อแบรนด์

ตารางที่ 2 อิทธิพลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่มีต่อเจตนาซื้อผ่านตัวแปรคั่นกลาง

ตัวแปร/อิทธิพล	InfoAd	PromoAd	Benefit	Privacy	Attitude
อิทธิพลทางตรง					
Benefit	0.107	0.098	0.000	0.000	0.000
Privacy	0.182	0.094	0.000	0.000	0.000
Attitude	0.000	0.000	0.194	-0.106	0.000
Intention	0.000	0.000	0.332	-0.262	0.441
อิทธิพลทางอ้อม					
Benefit	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Privacy	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Attitude	0.001	0.009	0.000	0.000	0.000
Intention	-0.012	0.012	0.086	-0.047	0.000
อิทธิพลรวม					
Benefit	0.107	0.098	0.000	0.000	0.000
Privacy	0.182	0.094	0.000	0.000	0.000
Attitude	0.001	0.009	0.194	-0.106	0.000
Intention	-0.012	0.012	0.418	-0.309	0.441

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 พบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคพบกับโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลทั้งสองประเภทมากขึ้น ผู้บริโภคจะรับรู้ประโยชน์จากโฆษณามากขึ้นตาม ทั้งนี้เนื่องจากโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลทั้งสองประเภทถูกแสดงผลไปยังผู้บริโภคที่มีความสนใจสินค้าหรือบริการในขณะนั้น เป็นไปตามแนวคิด Strycharz, et al. (2019) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลเนื่องจากช่วยลดการพบเห็นโฆษณาที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Raji, et al. (2019) ที่ศึกษารูปแบบโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่พบว่าเนื้อหาเชิงส่งเสริมการขายและเนื้อหาเชิงการให้ข้อมูลของโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ประโยชน์การใช้งานและประโยชน์ด้านความสุข

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 และข้อที่ 4 พบว่า โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า หากผู้บริโภคพบโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมากขึ้น ผู้บริโภคจะมีความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการแสดงผลของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลต้องใช้ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคแต่ละคน เมื่อผู้บริโภคพบกับโฆษณาที่ตรงกับความต้องการของตนมากขึ้นย่อมทำให้เกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เป็นไปตามแนวคิดของ Baek and Morimoto (2012) ที่ระบุว่าผู้บริโภคจะเกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวเมื่อพบกับโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคล สอดคล้องกับการศึกษาของ Nyheim, et al. (2015) และ Papaioannou, et al. (2021) ที่พบว่าโฆษณาและสื่อที่แสดงผลจากการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 พบว่าการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อแบรนด์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าหากผู้บริโภครับรู้ประโยชน์จากโฆษณาออนไลน์มากขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อแบรนด์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการและมีการค้นหาข้อมูล เมื่อพบกับโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลผู้บริโภคเกิดการรับรู้ประโยชน์เนื่องจากเกิดความสะดวก และทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อแบรนด์ เป็นไปตามแนวคิดของ Campos (2021) ที่ระบุว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังประโยชน์จากแบรนด์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Van Reijmersdal, et al. (2017) ที่พบว่าประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากโฆษณาออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อแบรนด์

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 พบว่าการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าเมื่อผู้บริโภครับรู้ประโยชน์จากโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมากขึ้นย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดเจตนาซื้อเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการและค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ เมื่อพบกับโฆษณาที่ตรงกับความต้องการของตนเอง และมีความสะดวกในการสั่งซื้อย่อมทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มซื้อเพิ่มขึ้น เป็นไปตามแนวคิดของ Strycharz, et al. (2019) ที่ระบุว่า ผู้บริโภครับรู้ประโยชน์จากโฆษณาออนไลน์ คือไม่ต้องเสียเวลาไปค้นหาสินค้าหรือบริการที่ตนเองต้องการ ช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Raji, et al. (2019) ที่พบว่าประโยชน์จากการใช้งานและประโยชน์ด้านความสุขนำไปสู่เจตนาซื้อ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 พบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคมีความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวจะทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงลบต่อแบรนด์ เป็นไปตามแนวคิดของ Malhotra, et al. (2004) ที่ระบุว่าผู้บริโภคไม่มั่นใจว่าธุรกิจจะนำข้อมูลของตนไปใช้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับการศึกษาของ Fortes and Rita (2016) ที่ศึกษาการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลเชิงลบต่อการเกิดทัศนคติต่อแบรนด์

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 พบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่าเมื่อผู้บริโภคมีความกังวลด้านความ

เป็นส่วนตัวมากขึ้น ผู้บริโภคจะแสดงความไม่พอใจโดยการปิดโฆษณาทำให้ไม่เกิดการซื้อ เป็นไปตามแนวคิดของ Baek and Morimoto (2012) ที่ระบุว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคปิดโฆษณาหรือไม่สนใจโฆษณาซึ่งนำไปสู่การปฏิเสธการซื้อ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Fortes and Rita (2016) ที่ศึกษาการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้อ

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 พบว่าทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายความว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อแบรนด์จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เป็นไปตามแนวคิดของ Gupta (2016) ที่ระบุว่าโฆษณาสามารถช่วยให้ทัศนคติต่อแบรนด์ดีขึ้นและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Sari, et al. (2020) ที่พบว่าทัศนคติต่อแบรนด์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากการอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัยแล้ว จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อค้นพบที่เป็นประเด็นน่าสนใจที่เห็นสมควรนำมาอภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้อ สามารถอธิบายโดยใช้ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน (Stokes & Lomax, 2008) โดยเมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการผู้บริโภคจะหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ กรณีที่ผู้บริโภคมีข้อมูลมาเพียงพอต่อการตัดสินใจ โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลจึงไม่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดเจตนาซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ได้ศึกษาไว้แล้ว ในกรณีที่ผู้บริโภคมีข้อมูลไม่มากพอต่อการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะอยู่ในช่วงศึกษาข้อมูล ผู้บริโภคยังไม่เข้าสู่ขั้นตอนการประเมินทางเลือก ดังนั้นโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลจึงไม่กระตุ้นให้เกิดเจตนาซื้อ สอดคล้องกับ Morimoto (2017) ที่ระบุว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลให้น้ำหนักกับการสื่อสารเพื่อมุ่งการขาย

การทดสอบผลการวิจัย

ผู้วิจัยค้นหางานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกและเชิงลบของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลจากฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย ไม่พบการวิจัยที่ดำเนินการในลักษณะนี้ การอ้างอิงงานวิจัยจึงเป็นงานวิจัยในต่างประเทศซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่แตกต่างจากคนไทย ผู้วิจัยจึงสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคเพื่อทดสอบความสอดคล้องกับผลการวิจัยดังนี้

ผู้วิจัยสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยออกแบบโฆษณาผลิตภัณฑ์คอลลาเจน 2 ประเภท คือโฆษณา A ใช้ข้อความส่งเสริมการขายและโฆษณา B ใช้ข้อความเน้นการให้ข้อมูล มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 122 คน โดยจำลองสถานการณ์ดังนี้ “ท่านมีความต้องการผลิตภัณฑ์คอลลาเจน ท่านจึงไปค้นหาข้อมูลใน Google และเข้าไปศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคอลลาเจนตามเว็บไซต์ต่าง ๆ หลังจากนั้นท่านพบกับโฆษณาเกี่ยวกับคอลลาเจนบนหน้า Facebook ของท่าน 2 รูปแบบดังนี้ (แสดงภาพโฆษณาทั้ง 2 ประเภท)”

เมื่อถามว่า “ท่านจะเลือกเปิดดูโฆษณาหรือไม่ อย่างไร” พบว่าผู้บริภคร้อยละ 41.8 เลือกเปิดโฆษณา A เป็นอันดับแรก ในขณะที่ผู้บริภคร้อยละ 24.6 เลือกเปิดโฆษณา B เป็นอันดับแรก ผู้บริภคร้อยละ 12.3 เปิดดูโฆษณา B อย่างเดียว ผู้บริภคร้อยละ 9.0 เปิดดูโฆษณา A อย่างเดียว และผู้บริภคร้อยละ 12.3 จะไม่เปิดดูโฆษณาทั้ง A และ B



ผลการทดสอบมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ที่พบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดเจตนาซื้อ (เปิดดูโฆษณา) ได้มากกว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูล

เมื่อถามว่า “หากพบโฆษณาแบบเดิมอีกท่านยังสนใจโฆษณานั้นหรือไม่” พบว่าผู้บริโภคร้อยละ 52.8 ยังคงให้ความสนใจโฆษณาที่นำเสนอการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคร้อยละ 9.2 ยังคงให้ความสนใจโฆษณาที่นำเสนอข้อมูล และผู้บริโภคร้อยละ 38.0 จะไม่ให้ความสนใจโฆษณาทั้งสองอีก

ผลการทดสอบเป็นไปตามทฤษฎีการตอบสนองโฆษณาที่ลดลงของ Lantos (2015) ที่ระบุว่าผู้บริโภคจะตอบสนองต่อโฆษณาที่ลดลงเมื่อพบกับโฆษณาเดิมในครั้งต่อไป สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ที่พบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้อ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะไม่สนใจโฆษณาอีกหากพบเป็นครั้งที่สอง ทำให้ไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้

เมื่อถามว่า “ท่านมีความเชื่อถือข้อมูลจากโฆษณาที่ถูกแสดงผลถึงท่านโดยเฉพาะเพียงใด” พบว่ามีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 17.4 ระบุว่ามีความเชื่อถือมากถึงมากที่สุด ผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเชื่อถือข้อมูลจากโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลในระดับต่ำ สอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้นี้ที่พบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลเชิงลบต่อเจตนาซื้อ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะโดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) ข้อเสนอแนะเชิงพาณิชย์ จากผลการวิจัยพบว่า โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อเจตนาซื้อ ในขณะที่โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลประเภทเน้นการให้ข้อมูลมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อเจตนาซื้อ ดังนั้นหากธุรกิจต้องการสร้างยอดขาย นักการตลาดควรเลือกใช้โฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลที่เน้นการส่งเสริมการขายจะสามารถกระตุ้นให้เกิดเจตนาซื้อได้มากกว่าโฆษณาออนไลน์ที่เน้นการนำเสนอข้อมูล และจากผลการวิจัยที่พบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคซึ่งส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ ดังนั้นธุรกิจจึงควรระบุให้ชัดเจนว่าจะนำข้อมูลไปใช้เพื่อการนำเสนอโฆษณาในช่องทางใด และอนุญาตให้ผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในภายหลัง ซึ่งการให้ข้อมูลที่ชัดเจนจะช่วยลดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และยอมรับโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมากขึ้น

2) ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ จากผลการวิจัยพบว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวจากผู้บริโภคจากโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลเชิงลบต่อทัศนคติต่อแบรนด์และเจตนาซื้อ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับอาจารย์ที่สอนเกี่ยวกับโฆษณาออนไลน์ ควรเพิ่มเนื้อหาให้นักศึกษาได้มีความรู้และตระหนักถึงความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคที่เกิดจากโฆษณา

3) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากผลการวิจัยพบว่าโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลทำให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายและการดำเนินการเชิงรุกเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของการนำข้อมูลของผู้บริโภคไปใช้ในเชิงพาณิชย์

4) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลในประเทศไทยยังมีไม่มาก ผู้วิจัยจึงศึกษาเจตนาซื้อในภาพรวมโดยไม่ได้ระบุประเภทของสินค้า การวิจัยในอนาคตนักวิจัยสามารถศึกษาโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลเฉพาะประเภทสินค้า เพื่อให้เข้าใจธรรมชาติของโฆษณาออนไลน์แบบเฉพาะบุคคลยิ่งขึ้น

ข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้

การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลในขณะที่ประเทศไทยมีการระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งยากต่อการควบคุมการกระจายแบบสอบถาม จึงมีความเป็นไปได้ที่แบบสอบถามจะถูกส่งต่อในกลุ่มผู้บริโภครุ่นที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพยายามลดข้อจำกัดนี้ โดยการใช้การส่งต่อให้คนรู้จักที่มีความหลากหลายด้านอายุ เพศ และถิ่นอาศัยเพื่อให้แบบสอบถามมีการกระจายตัวมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the effect of social media on brand attitude and purchase intention: the case of Iran Khodro Company. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 143, 822-826.
- Aiolfi, S., Bellini, S., & Pellegrini, D. (2021). Data-driven digital advertising: benefits and risks of online behavioral advertising. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 49(7), 1089-1110. doi: 10.1108/IJRDM-10-2020-0410
- Baek, T. H., & Morimoto, M. (2012). Stay away from me. *Journal of advertising*, 41(1), 59-76. doi: 10.2753/JOA0091-3367410105
- Campos, L. (2021). *Why marketing personalization is so important and how to use it*. Retrieved January 20, 2021, from <https://www.piesync.com/blog/marketingpersonalization/>
- Chakraborty, U., (2019). The impact of source credible online reviews on purchase intention: The mediating roles of brand equity dimensions. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 142-161. doi: 10.1108/JRIM-06-2018-0080
- Chetoui, Y., Benlafqih, H., & Lebdaoui, H. (2020). How fashion influencers contribute to consumers' purchase intention. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 24(3), 361-380. doi: 10.1108/JFMM-08-2019-0157
- DAAT. (2021). *Thailand digital advertising spend 2020-2021*. Retrieved January 15, 2021, from <https://www.daat.in.th/digital-ad-spend.html>
- De Keyser, F., Dens, N. & De Pelsmacker, P. (2021). How and when personalized advertising leads to brand attitude, click, and WOM intention. *Journal of Advertising*, 4(2), 1-18 doi: 10.1080/00913367.2021.1888339
- Dodson, I. (2016). *Digital marketing*. New York: Wiley.

- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Fortes, N., & Rita, P. (2016). Privacy concerns and online purchasing behaviour: Towards an integrated model. *European Research on Management and Business Economics*, 22(3), 167–176. doi: 10.1016/j.iemeen.2016.04.002
- Gupta, R. (2016). *Advertising principles and practice*. New Delhi, India: S. Chand & Company.
- He, A. Z., Cai, Y., Cai, L., & Zhang, Y. (2021). Conversation, storytelling, or consumer interaction and participation? The impact of brand-owned social media content marketing on consumers' brand perceptions and attitudes. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(3), 419-440. doi: 10.1108/JRIM-08-2019-0128
- Ho, R. (2014). *Handbook of univariate and multivariate data analysis with IBM SPSS* (2nd ed.). New York: CRC Press.
- Hong, S., & Park, I. (2020). SNS characteristics of mobile communication company influencing brand attitude and purchase intention. *Research in World Economy*, 11(2), 82–89. doi: 10.5430/rwe.v11n2p82
- Huang, Y., Jim Wu, Y., Wang, Y., & Boulanger, N.C. (2011). Decision making in online auctions. *Management Decision*, 49(5), 784-800. doi: 10.1108/00251741111130850
- Kudeshia, C., & Kumar, A. (2017). Social eWOM: does it affect the brand attitude and purchase intention of brands?. *Management Research Review*, 40(3), 310–330. doi: 10.1108/MRR-07-2015-0161
- Kyguoliene, A., Zikiene, K., & Grigaliunaite, V. (2017). The influence of perceived benefits on the satisfaction with the loyalty program. *Engineering Economics*, 28(1), 101–109. doi: 10.5755/j01.ee.28.1.14635
- Lantos, G. P. (2015). *Consumer behavior in action: Real-life applications for marketing managers*. New York: Routledge
- Lee, E. B., Lee, S. G., & Yang, C. G. (2017). The influences of advertisement attitude and brand attitude on purchase intention of smartphone advertising, *Industrial Management & Data Systems*, 117(6), 1011-1036. doi: 10.1108/IMDS-06-2016-0229
- Leung, Y. (2013). *Encyclopedia of behavioral medicine*. New York: Springer.
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a casual model. *Information Systems Research*, 15(4), 336–55.
- Morimoto, M. (2017). Personalization, perceived intrusiveness, irritation, and avoidance in digital advertising. In Rodgers, S. & Thorson, E. (Eds.), *Digital Advertising: Theory and Research*. New York: Routledge.

- Nesamoney, D. (2017). *Personalized digital advertising: How data and technology are transforming how we market*. New Jersey: FT Press.
- Nielsen Advertising Information. (2021). *Media spending decrease 10% in Feb 2021*. Retrieved January 20, 2021, from <https://www.tvdigitalwatch.com/nielsen-media-spending-feb2021/>
- Nyheim, P., Xu, S., Zhang, L., & Mattila, A.S. (2015). Predictors of avoidance towards personalization of restaurant smartphone advertising: A study from the Millennials' perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 6(2), 145-159. doi: 10.1108/JHTT-07-2014-0026
- Papaioannou, T., Tsohou, A., & Karyda, M. (2021). Forming digital identities in social networks: the role of privacy concerns and self-esteem. *Information and Computer Security*, 29(2), 240-262. doi: 10.1108/ICS-01-2020-0003
- Perri, S., & Bellamy, C. (2012). *Principles of methodology: Research design in social science*. California: Sage.
- Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behavioural intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 302-330. doi: 10.1108/JRIM-01-2018-0004
- Rowles, D. (2018). *Digital branding: A complete step-by-step guide to strategy, tactics, tools and measurement* (2nd ed.). New York: KoganPage.
- Sari, D. K., Suziana, S., & Games, D. (2020). An evaluation of social media advertising for Muslim millennial parents. *Journal of Islamic Marketing*, 12 (9), 1835-1853. doi: 10.1108/JIMA-02-2020-0055
- Schade, M., Piehler, R., Warwitz, C., & Burmann, C. (2018). Increasing consumers' intention to use location-based advertising. *Journal of Product & Brand Management*, 27(6), 661-669. doi: 10.1108/JPBM-06-2017-1498
- Shepherd, B. (2020). *Everything you wanted to know about advertising & media: But were too afraid to ask*. Melbourne, Australia: Theodore & Partners.
- Sreejesh, S., Anusree, M. R., & Mitra, A. (2016). Effect of information content and form on customers' attitude and transaction intention in mobile banking: Moderating role of perceived privacy concern. *International Journal of Bank Marketing*, 34(7), 1092-1113. doi: 10.1108/IJBM-07-2015-0107
- Stokes, D., & Lomax, W. (2008). *Marketing a brief introduction*. London, England: Thomson Learning.

- Strycharz, J., Van Noort, G., Smit, E., & Helberger, N. (2019). Protective behavior against personalized ads: Motivation to turn personalization off. *Cyberpsychology*, 13(2), Article 1. doi: 10.5817/CP2019-2-1
- Tuten, T. L. (2021). *Social media marketing* (4th ed.). California: Sage.
- Van Reijmersdal, E. A., Rozendaal, E., Smink, N., Van Noort, G., & Buijzen, M. (2017). Processes and effects of targeted online advertising among children. *International Journal of Advertising*, 36(3), 396–414. doi: 10.1080/02650487.2016.1196904
- Wu, P. C. S., & Wang, Y. (2011). The influences of electronic word-of-mouth message appeal and message source credibility on brand attitude. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(4), 448-472. doi: 10.1108/13555851111165020

พฤติกรรมของผู้บริโภคและการยอมรับเทคโนโลยีวัสดุหลังคาเมทัลชีท

Consumer Behavior and Acceptance of Roof Metal Sheet Technology

จิราพร รัตนบุรี¹, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์², สุพิศ ฤทธิ์แก้ว³, จินตนิย์ รู่เชื้อ⁴ และญานิณี ทรงขจร⁵
Jiraporn Rattanaburee¹ Somnuk Aujirapongpan² Supit Ritkaew³, Jintanee Ru-zhe⁴ and Yaninee Songkakorn⁵

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

¹Business Administration Program, Walailak University, Thailand

^{2,3,4,5}สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

^{2,3,4,5}School of Management, Walailak University, Thailand

E-mail: Ooy-Girl@hotmail.com¹

Received: 2021-12-18; Revised: 2021-12-25; Accepted: 2021-12-26

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีทของผู้บริโภค 2) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท และ 3) ความสัมพันธ์ของการยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ซึ่งประกอบด้วย ช่างก่อสร้าง ผู้รับเหมา เจ้าของบ้าน เจ้าของโครงการ ที่อยู่ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากการสุ่มโดยวิธีสะดวก

ผลการวิจัยพบว่า 1) การยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) พฤติกรรม การเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท พบว่า วัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อ เพื่อสร้างบ้าน/ที่พักอาศัย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ตนเอง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ จำนวน 10,000 – 50,000 บาท/ครั้ง ช่วงเวลาในการซื้อ ได้แก่ วันปกติ จันทร์ – ศุกร์ ประเภทที่ซื้อ ได้แก่ มีหลังคาพร้อมฉนวนกันความร้อนชนิด PU Foam (หนา 1 นิ้ว หรือ 25 mm.) และ 3) การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ของผู้บริโภคในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่าง อายุ และอาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน แตกต่างกัน และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ไม่แตกต่างกัน รวมถึงการยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีด้านรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อด้าน วัสดุหลังคาเมทัลชีท ด้านวัตถุประสงค์ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ ด้านช่วงเวลาในการซื้อ ด้านประเภทที่ซื้อ

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, พฤติกรรมผู้บริโภค, หลังคาเมทัลชีท

Abstract

The purposes of this study were to study: 1) consumer acceptance of metal sheet technology, 2) consumer behavior in purchasing metal sheet roofing materials, and 3) the relationship of technology acceptance and consumer behavior to purchase metal sheet roofing materials. The population used in the study was the consumers who decided to purchase metal sheet roofing materials, which consisted of builders, contractors, homeowners, project owners located in Lam LukKa District, PathumThani Province. A sample of 400 people by convenient random sampling.

The results were found that 1) acceptance of metal sheet technology overall, it was at a high level. 2) purchasing behavior of metal sheet roofing materials revealed that for the purpose of purchasing a house/residential building, the person influencing the purchase decision was oneself, the average cost per purchase amounted to 10,000 – 50,000 baht/time. The purchase period is normal days, Monday - Friday. The type of purchase is: there is a roof with insulation type PU Foam (1 inch or 25 mm. thick), and 3) acceptance of technology and consumer behavior in purchasing metal sheet roofing materials of consumers in Lam Luk Ka District, Pathum Thani Province found that different ages and occupations affect technology adoption. Perceived benefits ease of use differed, and perceived risks were not different. Technology acceptance was related to purchasing behavior of metal sheet roofing materials, i.e., acceptance of technology's perceived benefits. They correlated with purchasing behavior to objective the metal sheet roof material. The person influencing the purchase decision, the average cost per purchase time of purchase, type of purchase.

Keywords: Technology Acceptance, Consumer Behavior, Metal Sheet Roof

บทนำ

สิ่งสำคัญสำหรับมนุษย์ตั้งแต่ยุคในอดีตถึงปัจจุบัน นอกเหนือจากอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรคแล้ว ที่อยู่อาศัย ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ดังนั้น สิ่งที่เราควรคำนึงถึงเมื่อเราต้องการที่จะมีบ้านหรือที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง คือ การที่จะต้องเอาใจใส่ในการเลือกวัสดุที่นำมาใช้ในการก่อสร้างบ้าน เพื่อที่จะได้วัสดุที่เราพึงพอใจ ซึ่งหมายถึง คุณภาพของที่อยู่อาศัยนั่นเอง ที่อยู่อาศัย หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า “บ้าน” นับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อมนุษย์นอกจากจะเป็นที่พักอาศัย บ้านยังเปรียบเสมือนแหล่งความรู้ จุดเริ่มต้นของคุณภาพชีวิตที่ดี ความมั่นคงในด้านต่าง ๆ ปัจจุบันนิยมมีครอบครัวเป็นลักษณะครอบครัวเดี่ยวและนิยมสร้างบ้านเป็นของตนเอง เน้นความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ซึ่งมีผลทำให้ความต้องการที่อยู่อาศัยมีแนวโน้มการเติบโตมากขึ้น ซึ่งจากผลการสำรวจสำมะโนประชากรในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า ปัจจุบันในประเทศไทยมีจำนวนประชากรเพิ่มสูงขึ้นเป็น

66,186,727 คน และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้จำนวนที่อยู่อาศัยเพิ่มปริมาณสูงขึ้นตามจำนวนประชากร (สำนักทะเบียนกลาง, 2563)

อุตสาหกรรมก่อสร้างภายในประเทศไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยเกิดการชะลอตัวไปบ้าง เอกชนปรับแผนและเลื่อนการลงทุนในโครงการใหม่ออกไป แต่รัฐบาลยังให้ความสำคัญในการลงทุนดำเนินการแผนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ทั้งด้านคมนาคม การพัฒนาแหล่งน้ำ ก่อสร้างอาคาร และปรับปรุงซ่อมแซมอาคารสถานที่ ราชการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) สมาคมการก่อสร้างแห่งเอเชียคาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมการก่อสร้างในประเทศไทยจะเติบโตสูงถึง 15% จากเงินลงทุนกว่า 1.2 ล้านล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์แนวโน้มธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในประเทศไทยระหว่าง ปี 2560 - 2562 จะเติบโตเฉลี่ย 8-12% ต่อปีซึ่งจะสอดคล้องกับข้อมูลประมาณการตลาดงานก่อสร้างทั้งภาครัฐและภาคเอกชนระหว่างปี 2016-2021

ปัจจุบันลาลูกกายังคงเป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ ของคนอยากมีบ้านแนวราบอำเภอลาลูกกาสมาัยก่อนเป็นที่ราบลุ่มเต็มไปด้วยป่าพงป่าอ้อ เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าทั่วไป สภาพของพื้นที่เป็นที่รกร้างกว้างใหญ่ มีชื่อเรียกว่า "ทุ่งหลวง" ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ประมาณปี พ.ศ. 2433 พระองค์ทรงเห็นว่าทุ่งหลวงกว้างใหญ่ไพศาลมาก ควรให้ประชาชนเข้ามาอยู่เป็นที่พักอาศัยทำมาหากิน ประกอบกับมีพระราชดำริว่า กรุงเทพมหานคร เป็นสำคัญ สมควรต้องขุดทุกปี จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้บริษัทขุดคลองแลคูนาสยาม ดำเนินการขุดคลองหกวา เริ่มจากคลองซอยที่ 2 ไปจนถึงอำเภอบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นระยะทาง 900 เส้นเศษ และขุดคลองซอยที่เป็นระยะห่างกัน 60 เส้น จำนวน 16 คลอง ผลจากการขุดคลองนี้ทำให้ประชาชนที่อยู่ในถิ่นกันดารต่างอพยพพลัดไพร่เข้ามาอาศัยอยู่ และทำการปลูกมากยิ่งขึ้นสำหรับชื่ออำเภอลาลูกกานี้ตามประวัติบอกว่า แต่เดิมนั้นในท้องที่อำเภอนี้มีลำธารไหลผ่านมาบรรจบเป็นรูปตีนกา และปรากฏว่ามีนกมาอาศัยทำรังอยู่เป็นจำนวนมาก เพราะที่รวมของลำธารนี้อุดมสมบูรณ์ไปด้วยกุ้ง ปลา อาหารของสัตว์นานาชนิด ประชาชนจึงเรียกบึงนี้ว่า "บึงลาลูกกา" ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เมื่อทางราชการได้ตั้งอำเภอขึ้นใกล้กับบึงนี้เมื่อประมาณ พ.ศ. 2447 จึงขนานนามว่า อำเภอลาลูกกา สันนิษฐานว่าเป็นเพราะนิยมใช้คำสั้น โดยเฉพาะกลุ่มคนที่คุ้นเคยกับกรุงเทพฯ ตอนเหนือ และครอบครัวขยายของฝั่งกรุงเทพฯ ตอนเหนือ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่บ้านแนวราบราคาไม่สูงมาก ทาวน์เฮาส์ ราคาเริ่มต้นล้านต้น ๆ และบ้านเดี่ยว ราคาเริ่มต้นประมาณ 2 ล้านบาท ๆ พื้นที่ใกล้เคียงกับย่านลาลูกกา จะมีโครงการเชิงพาณิชย์หลายแห่งเกิดขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเข้ามาของกลุ่มพัฒนาศูนย์การค้า เช่น กลุ่มเซ็นทรัล กลุ่มสยามพาวเวอร์ ที่จะมาพ่วงกับอสังหาริมทรัพย์ที่เกิดขึ้นของโครงการเชิงพาณิชย์หลายแห่งรอบกรุงเทพฯ แล้วจะเห็นว่า โครงการเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะศูนย์การค้ามีผลต่อทั้งราคาที่ดิน และความต้องการที่อยู่อาศัยโดยรอบมาก เป็นการเปิดหน้าดินใหม่ ๆ ทำให้ชุมชนขยาย หมู่บ้านจัดสรรเกิดขึ้นตามมา ซึ่งเป็นผลจากที่คนยุคใหม่ไม่ได้ต้องการที่อยู่อาศัยที่เดินทางสะดวกเท่านั้น แต่ยังต้องการที่อยู่อาศัยที่มีไลฟ์สไตล์ด้วย แม้โครงการเหล่านี้ จะไม่ได้อยู่บริเวณลาลูกกาโดยตรง แต่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงที่เข้าถึงได้ไม่ยาก ก็จะมีส่วนที่จะส่งผลบวกให้กับย่านลาลูกกาด้วยเช่นกันอีกหนึ่งปัจจัยที่มองข้ามไม่ได้เลย นั่นคือ โครงการรถไฟฟ้า ส่วนต่อขยายต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ส่วนต่อขยายสายสีเขียว หมอชิต - สะพานใหม่ - คูตซึ่งจะเป็นเส้นทางรถไฟฟ้าที่นำเสนอใจมากสำหรับคนย่านลาลูกกาเนื่องจากเป็นเส้นทางที่วิ่งตรงเข้าสู่ตัวเมืองชั้นในของกรุงเทพฯ เริ่มจากย่านมหาวิทยาลัยเกษตร ย่านรัชโยธิน ย่านห้าแยกลาดพร้าว ย่านหมอชิต เข้าสู่สยาม สุขุมวิท ก็จะเป็น

อีกหนึ่งเส้นทางรถไฟไฟฟ้าสายใหม่ที่จะเปิดหน้าดิน และเป็นทางเลือกการเดินทางที่สำคัญให้กับคนตอนเหนือ รวมถึง คนลุ่มภาคด้วย (ธนาคารกรุงศรี, 2561)

วัสดุหลังแผ่นเมทัลชีทนั้นเป็นวัสดุอีกชนิดหนึ่งที่นิยมในปัจจุบัน แผ่นเมทัลชีทนั้นได้นำเอาข้อดีของสังกะสีไว้อยู่ก็คือมีน้ำหนักที่เบาและราคาที่ย่อมเยาว์ ข้อดีของหลังคาเมทัลชีทคือ ไม่เกิดสนิม รอยต่อน้อย สามารถรีดเป็นแผ่นยาวตลอดได้ จึงลดปัญหาการรั่วซึม นิยมใช้ในการมุงหลังคาขนาดใหญ่เพิ่มสีสันให้กับอาคารสมัยใหม่ เพราะให้ความรู้สึกบางเรียบ และสามารถตัดทำหลังคาโค้งได้สะดวก แต่วัสดุชนิดนี้มีปัญหาเรื่องความร้อน เนื่องจากหลังคาโลหะกันความร้อนได้น้อยมาก และมีปัญหาเรื่องเสียงในเวลาฝนตก (Stockhome, 2019) โดยปัจจุบันธุรกิจหลังคาเหล็ก หรือ หลังคาเมทัลชีท ถือเป็นที่ต้องการและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น คาดว่าความต้องการใช้จะทรงตัวถึงขยายตัวเล็กน้อย ในปี 2562 และขยายตัวดีขึ้นในปี 2563-2564 ตามการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ยานยนต์และเครื่องจักร และการเติบโตของภาคก่อสร้างที่อาจใช้ผลิตภัณฑ์เหล็กในกลุ่มนี้มากขึ้น เช่น เหล็กแผ่นเมทัลชีทสำหรับทำหลังคาหรือใช้เป็นกำแพงกันห้อง ด้านการผลิตเหล็กทรงแบนในช่วงปี 2562-2564 มีแนวโน้มขยายตัวตามทิศทางอุปสงค์ โดยคาดว่าจะมีปริมาณการผลิตเฉลี่ยประมาณ 2.5-3.0 ล้านตันต่อปีจากข้อมูลแนวโน้มการขยายตัวของภาคธุรกิจเหล็กมีการเพิ่มขึ้นของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเหล็ก ทั้งนี้รวมไปถึง ธุรกิจหลังคาเหล็กเมทัลชีท จึงทำให้ในเขตอำเภอลำลูกกาจังหวัดปทุมธานีมีโรงรีดหลังคาเมทัลชีทอยู่จำนวนทั้งสิ้น 12 แห่งด้วยกันไม่นับที่กำลังก่อสร้างและกำลังที่จะเปิดใหม่จึงทำให้ในเขตอำเภอลำลูกกาจังหวัดปทุมธานีมีโรงรีดหลังคาเมทัลชีทอยู่จำนวนทั้งสิ้น 12 แห่งด้วยกันไม่นับที่กำลังก่อสร้างและกำลังที่จะเปิดใหม่

จากปัญหาและสาเหตุที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้ทราบถึงค่านิยมและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีทในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี สำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นส่วนของคุณภาพและเนื้อที่ที่อยู่บนหลังคา ความแข็งแรง ทนทานของหลังคาเมทัลชีท รวมถึงลักษณะและรูปแบบของหลังคาเมทัลชีท และคุณสมบัติอื่น ๆ มีผลต่อการแข่งขันในตลาดของหลังคาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีทของผู้บริโภค ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
- 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและการยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานีผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยีและการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้ในการชีวิตประจำวัน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) เป็นต้น

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาค้นคว้า ตำราและเอกสารประกอบต่าง ๆ ได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ดังนี้

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

Schiffman and Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหาซื้อใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนอง ความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วยซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาให้เห็นถึงเหตุจูงใจทำให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ส่งผลกระทบเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด ของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะได้รับแรงกระตุ้นจากด้านต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการตอบสนอง หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Kotler and Armstrong, 1990)

ความหมายของหลังคาเมทัลชีท

หลังคาเมทัลชีท (Metal Sheet) คือ หลังคาเหล็กแผ่นบางเคลือบป้องกันสนิม นำมารีดขึ้นลอนสามารถนำมาใช้เป็นแผ่นหลังคาหรือกันเป็นผนังได้ ซึ่งมีโครงเหล็กเป็นตัวยึด แต่งานกันผนังส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบผนังของโรงงาน ในส่วนของงานบ้านจะเป็นงานหลังคา โดยรูปแบบหลังคาที่ใช้แผ่นเหล็กเมทัลชีทที่นิยมใช้กันจะเป็นหลังคา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท เช่น ช่าง ผู้รับเหมาเจ้าของบ้าน เจ้าของโครงการ กลุ่มธุรกิจที่ซื้อไปขายไป ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร ทาโร

ยามานะ (Yamanae, 1967) ทั้งสิ้น 385 คน ที่ความคลาดเคลื่อน .05 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การแจกแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามครบทั้ง 400 ชุด เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องและนำมาประมวลผลแปลงข้อมูลที่ได้เป็นตัวเลข เพื่อให้สามารถประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม SPSS โดยวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ และทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการนำเสนอเป็นความถี่ และ ร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยี ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและ วัตรระดับการยอมรับ
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังเมทัลชีท ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการนำเสนอเป็นความถี่ และ ร้อยละ
4. ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัย

1.การยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีทของผู้บริโภค ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท โดยรวมรายด้าน

ลำดับ	โดยรวมรายด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ	ลำดับ
1	การรับรู้ถึงประโยชน์	4.02	0.58	มาก	1
2	เข้าใจง่ายในการใช้งาน	3.89	0.65	มาก	2
3	การรับรู้ถึงความเสี่ยง	3.57	0.73	มาก	3
รวม		3.83	0.55	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท โดยรวมรายด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.58) รองลงมา ด้านเข้าใจง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.65) และการรับรู้ถึงความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D.=0.73) ตามลำดับ



2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความถี่ และ ร้อยละ เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท

พฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคา เมทัลชีท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อ		
1. สร้างบ้าน / ที่พักอาศัย	211	52.75
2. สร้างโรงงาน / อุตสาหกรรม	92	23.00
3. เป็นห้างร้านซื้อไปขายต่อ	29	7.25
4. อื่น ๆ	68	17.00
รวม	400	100.00
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ		
1. ตนเอง	149	37.25
2. คนในครอบครัว/ญาติ	58	14.50
3. เพื่อน / คนรู้จัก	23	5.75
4. ผู้รับเหมา / ผู้ประกอบการ	103	25.75
5. อื่น ๆ	67	16.75
รวม	400	100.00
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท/ครั้ง	51	12.75
2. 10,000 – 50,000 บาท/ครั้ง	151	37.75
3. 50,000 – 100,000 บาท/ครั้ง	81	20.25
4. มากกว่า 100,000 บาท/ครั้ง	117	29.25
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาในการซื้อ		
1. วันปกติ จันทร์ – ศุกร์	235	58.75
2. วันหยุด เสาร์ – อาทิตย์	18	4.50
3. ตามเวลาที่สะดวก	147	36.75
รวม	400	100.00
ประเภทที่ซื้อ		
1. หลังคาตรงธรรมดา	129	32.25
2. หลังคาพร้อมฉนวนกันความร้อน ชนิด PE (หนา 5mm.)	69	17.25

พฤติกรรม การเลือกซื้อวัสดุหลังคา เมทัลชีท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. หลังคาพร้อมฉนวนกันความร้อน ชนิด PUFoam (หนา 1 นิ้ว หรือ 25 mm.)	111	27.75
4. หลังคา โคงโดม/โค้งปลาย	34	8.50
5. อื่น ๆ	57	14.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พฤติกรรม การเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท จำแนกดังนี้

วัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเพื่อ สร้างบ้าน/ที่พักอาศัย มีจำนวนทั้งสิ้น 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมามีวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเพื่อ มาสร้างโรงงาน/อุตสาหกรรม มีจำนวนทั้งสิ้น 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ มีวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเพื่อ อื่น ๆ เช่น สร้าง 7-11 สร้างร้านค้าแฟ มีจำนวนทั้งสิ้น 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ ตนเอง มีจำนวนทั้งสิ้น 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมา บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ ผู้รับเหมา/ผู้ประกอบการ มีจำนวนทั้งสิ้น 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และมีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ อื่น ๆ เช่น วิศวกร นายหน้า มีจำนวนทั้งสิ้น 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อจำนวน 10,000 – 50,000 บาท/ครั้ง มีจำนวนทั้งสิ้น 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ จำนวน มากกว่า 100,000 บาท/ครั้ง มีจำนวนทั้งสิ้น 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ จำนวน 50,000 – 100,000 บาท/ครั้ง มีจำนวนทั้งสิ้น 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการซื้อได้แก่ วันปกติ จันทร์ – ศุกร์ มีจำนวนทั้งสิ้น 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมา มีช่วงเวลาในการซื้อได้แก่ ตามเวลาที่สะดวก มีจำนวนทั้งสิ้น 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และมีช่วงเวลาในการซื้อวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ประเภทที่ซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประเภทที่ซื้อได้แก่ หลังคาตรงธรรมดา มีจำนวนทั้งสิ้น 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมาประเภทที่ซื้อได้แก่ มีหลังคาพร้อมฉนวนกันความร้อน ชนิด PUFoam (หนา 1 นิ้ว หรือ 25 mm.) มีจำนวนทั้งสิ้น 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และ ประเภทที่ซื้อได้แก่ หลังคาพร้อมฉนวนกันความร้อน ชนิด PE (หนา 5 mm.) มีจำนวนทั้งสิ้น 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ตามลำดับ



3. ข้อมูลผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท จำแนกได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบระหว่างอายุกับการยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีท

การยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	4.154	3	1.385	3.237	.022
	ภายในกลุ่ม	169.388	396	.428		
	รวม	173.542	399			
2. ความเข้าใจง่ายในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	5.972	3	1.991	4.799	.003
	ภายในกลุ่ม	164.244	396	.415		
	รวม	170.215	399			
3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	2.097	3	.699	1.294	.276
	ภายในกลุ่ม	213.925	396	.540		
	รวม	216.022	399			
ภาพรวมรายด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2.067	3	.689	2.229	.084
	ภายในกลุ่ม	122.392	396	.309		
	รวม	124.459	399			

จากตารางที่ 3 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุต่อการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท ด้านจำแนกตามอายุ พบว่าอายุต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมไม่แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง จำแนกตามอายุ พบว่าอายุต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบระหว่างระดับการศึกษา กับการยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีท

การยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	29.971	2	14.986	41.563	.000
	ภายในกลุ่ม	142.780	396	.361		
	รวม	172.752	398			
2. ความเข้าใจง่ายในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	.432	2	.216	.504	.604
	ภายในกลุ่ม	169.772	396	.429		
	รวม	170.204	398			

การยอมรับเทคโนโลยีของ เมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	5.014	2	2.507	4.709	.010
	ภายในกลุ่ม	210.826	396	.532		
	รวม	215.840	398			
ภาพรวมรายด้าน	ระหว่างกลุ่ม	1.053	2	.526	1.690	.186
	ภายในกลุ่ม	123.377	396	.312		
	รวม	124.430	398			

จากตารางที่ 4 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาต่อการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท ด้านจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน

ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบระหว่างสถานภาพ กับการยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีท

การยอมรับเทคโนโลยีของ เมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	1.046	1	1.046	2.412	.121
	ภายในกลุ่ม	172.497	398	.433		
	รวม	173.542	399			
2. ความเข้าใจง่าย ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	1.561	1	1.561	3.684	.056
	ภายในกลุ่ม	168.654	398	.424		
	รวม	170.215	399			
3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	.017	1	.017	.031	.861
	ภายในกลุ่ม	216.005	398	.543		
	รวม	216.022	399			
ภาพรวมรายด้าน	ระหว่างกลุ่ม	.536	1	.536	1.722	.190
	ภายในกลุ่ม	123.922	398	.311		
	รวม	124.459	399			

จากตารางที่ 5 แสดงความแตกต่างระหว่างด้านสถานภาพต่อการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท ด้านจำแนกตามด้านสถานภาพ พบว่าด้านสถานภาพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมไม่แตกต่างกัน

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่าสถานภาพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน จำแนกตามสถานภาพ พบว่าสถานภาพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าสถานภาพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับการยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีท

การยอมรับเทคโนโลยีของ เมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	10.035	3	3.345	8.101	.000
	ภายในกลุ่ม	163.507	396	.413		
	รวม	173.542	399			
2. ความเข้าใจง่าย ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	6.673	3	2.224	5.386	.001
	ภายในกลุ่ม	163.542	396	.413		
	รวม	170.215	399			
3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	11.435	3	3.812	7.378	.000
	ภายในกลุ่ม	204.587	396	.517		
	รวม	216.022	399			
ภาพรวมรายด้าน	ระหว่างกลุ่ม	6.516	3	2.172	7.292	.000
	ภายในกลุ่ม	117.943	396	.298		
	รวม	124.459	399			

จากตารางที่ 6 แสดงความแตกต่างระหว่างด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท ด้านจำแนกตามด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมแตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกันด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างอาชีพ กับการยอมรับเทคโนโลยีเมทัลชีท

การยอมรับเทคโนโลยีของ เมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
1. การรับรู้ถึงประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	9.570	5	1.914	4.599	.000
	ภายในกลุ่ม	163.973	394	.416		
	รวม	173.542	399			

การยอมรับเทคโนโลยีของ เมทัลชีท		SS	df	MS	F	Sig.
2. ความเข้าใจง่าย ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	5.396	5	1.079	2.580	.026
	ภายในกลุ่ม	164.820	394	.418		
	รวม	170.215	399			
3. การรับรู้ถึงความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	1.570	5	.314	.577	.718
	ภายในกลุ่ม	214.452	394	.544		
	รวม	216.022	399			
ภาพรวมรายด้าน	ระหว่างกลุ่ม	1.468	5	.294	.940	.455
	ภายในกลุ่ม	122.991	394	.312		
	รวม	124.459	399			

จากตารางที่ 7 แสดงความแตกต่างระหว่างด้านอาชีพต่อการยอมรับเทคโนโลยีของเมทัลชีท ด้านจำแนกตามด้านอาชีพ พบว่าด้านอาชีพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี แตกต่างกัน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง จำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพต่างกัน มีการยอมรับเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท

ตารางที่ 8 สรุปการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท

การยอมรับเทคโนโลยี	พฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท				
	วัตถุประสงค์ ที่เลือกซื้อ	บุคคลที่มี อิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อ	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อครั้งในการซื้อ	ช่วงเวลาใน การซื้อ	ประเภท ที่ซื้อ
รับรู้ถึงประโยชน์	.000	.000	.000	.005	.000
ด้านความเข้าใจง่ายในการ ใช้งาน	0.016	0.006	0.111	0.988	0.001
ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง	0.009	0.094	0.690	0.610	0.417

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 8 สรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สรุปการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีทและเมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่

1. การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านรับรู้ถึงประโยชน์สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศนิ อนันต์รัตนโชติ (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์พบว่า 1. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ 2. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน 3. ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการชำระเงินผ่านทาง Web Payment อยู่ในระดับมาก

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า วัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเพื่อ สร้างบ้าน/ที่พักอาศัย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ตนเอง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ จำนวน 10,000 – 50,000 บาท/ครั้ง ช่วงเวลาในการซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการซื้อได้แก่ วันปกติ จันทร์ – ศุกร์ ประเภทที่ซื้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประเภทที่ซื้อได้แก่ หลังคาตรงธรรมดา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพจน์ กาญจนางกูรพันธุ์ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในช่องทางการจำหน่ายแนวใหม่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อซ่อมแซมปรับปรุง ต่อเติมขยาย อนึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคคลในครอบครัวเป็นเจ้าของอาคาร ในส่วนของพฤติกรรมประชากรสื่อสำคัญที่สุดที่ทำให้รู้จักร้านคือป้ายโฆษณา วันที่มาเลือกใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างเพียงครั้งเดียว วันจันทร์ – ศุกร์ วงเงินประมาณ 10,001-50,000 บาท และในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาได้ใช้บริการที่ร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างแบบสมัยใหม่ 3- 6 ครั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรยุทธ์ เรืองศิริวัฒน์ (2561) การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง สำหรับการตกแต่งภายใน พฤติกรรมในการเลือกซื้อเลือกซื้อวัสดุจากที่ Homepro ประเภทของวัสดุก่อสร้างที่เลือกซื้อคือกระเบื้องแกรนิตโต้ ปัจจัยสำคัญที่เลือกซื้อคือราคา การเลือกซื้อจะตัดสินใจด้วยตนเอง เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างเพื่อตกแต่ง/แก้ไข ความถี่ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประมาณ 2 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาในการซื้อได้แก่ วันปกติ จันทร์ – ศุกร์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ จำนวน 10,000 – 50,000 บาท/ครั้ง

3. การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่าง อายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งานแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีของ สุนทรี พชรพันธ์ (อ้างถึงใน ธัญญชยา อ่อนคง, 2553) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ว่า บุคคลแต่ละคนนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งลักษณะที่มองเห็นได้จากภายนอกที่บุคคลคนอื่นสามารถมองเห็นได้และลักษณะภายในจิตใจที่ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สังคมและศาสนา เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลได้ชัดเจนขึ้นอีกทั้งคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันก็อาจจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกันเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิตาพัฒน์ นิรัตน์ธนฉัตร (2563) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้ใช้บริการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา

พบว่า ประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) การรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้งานจำแนกตามอายุ มีความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ ด้านการนำมาใช้งานจริง แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย และด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงไม่แตกต่างกันจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุบิน พุทโสม (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลมวกเหล็ก อำเภอ มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาดังนี้ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านความคิด ด้านพฤติกรรม การรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน และด้านความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

4. การยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีด้านรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อด้าน วัสดุหลังคาเมทัลชีท ด้านวัตถุประสงค์ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ ด้านช่วงเวลาในการซื้อ ด้านประเภทที่ซื้อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sinha & Mukherjee (2016) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง พฤติกรรมในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของสาขาปิด: กรณีศึกษาชาวอินเดีย (Acceptance of Technology, Related Factors in Use Off Branch E-Banking: An Indian Case Study) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) การแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusions of Innovation) และความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาตัวกำหนดปัจจัยที่มีผลกระทบ เช่น การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) ผลการศึกษาพบว่า ของผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมที่จะใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) รูปแบบโดยรวมมีนัยสำคัญ ($F = 126.402, P = 0.000$) จากการทดสอบตัวแปรแต่ละตัว การรับรู้ประโยชน์ ส่งผลผลกระทบต่อพฤติกรรมใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้งานชาวอินเดียทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ระดับการยอมรับเทคโนโลยีผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับมาก เห็นได้ว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ดังนั้น เมื่อประชาชนรับรู้ถึงประโยชน์ที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ควรอธิบายบอกประโยชน์ของสินค้าแต่ละชนิดหรือข้อมูลเกี่ยวกับความคุ้มค่าในการใช้บริการ

2. จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนบุคคลกับการยอมรับเทคโนโลยีผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ใน เขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำแนกตามปัจจัยด้านส่วนบุคคล พบว่า อายุ และอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความเข้าใจง่ายในการใช้งาน แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน



การวิจัย ดังนั้น วัสดุหลังคาเมทัลชีท ควรจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และยอมรับเทคโนโลยีผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ

3. จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ในเขตอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า วัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อเพื่อ สร้างบ้าน / ที่พักอาศัย บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อได้แก่ ตนเอง ค่าใช้จ่าย เฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ พบว่าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ จำนวน 10,000 – 50,000 บาท/ครั้ง ช่วงเวลาในการซื้อ พบว่าส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการซื้อได้แก่ วันปกติ จันทร์ – ศุกร์ ประเภทที่ซื้อ พบว่าส่วนใหญ่มีประเภทที่ซื้อได้แก่ หลังคาตรงธรรมดา ดังนั้น ร้านวัสดุหลังคาเมทัลชีท ควรจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าที่หลากหลายของผู้ใช้บริการตรงตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท

4. จากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีด้านรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อด้าน วัสดุหลังคาเมทัลชีท ด้านวัตถุประสงค์ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ ด้านช่วงเวลาในการซื้อ ด้านประเภทที่ซื้อ ดังนั้น หลังคาเมทัลชีท ควรจัดหาสินค้าให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความเข้าใจง่ายในใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจและสร้างการยอมรับเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ จะทำให้ผู้ใช้บริการเพิ่มจำนวนครั้งในการใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุหลังคาเมทัลชีท อาทิ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบระดับความคิดเห็นของปัจจัยอื่น ๆ และสามารถนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

2. ควรศึกษาถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการวัสดุหลังคาเมทัลชีท โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะสามารถรับฟังและวิเคราะห์ผลความต้องการของลูกค้าโดยตรงและสามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3. ควรเพิ่มเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความเที่ยงตรงของข้อมูล รวมทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปปรับใช้ได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ชิตาพัฒน์ นิรัตน์ธนาจัตรา. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) ของผู้ใช้บริการ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ธนาคารกรุงศรี. (2561). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี2561-2563. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/fb1ce3a1-8cc2-44c0-abb9355b7b697444/IO_Auto_Parts_180713_TH_EX.aspx
- ธัญญา อ่อนคง. (2553). พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ การเข้าร่วมและความพึงพอใจต่อ กิจกรรม Starpics ฟุตฟิต For Film ของนักศึกษาในเขต กทม. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธีรยุทธ์ เรืองศิริวัฒน์ และสุธรรม พงศ์สำราญ. (2561). พฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างสำหรับการตกแต่ง ภายใน. วารสารวิจัยไร่ไพพรรณี, 12(1), 158-163
- ศนิ อนันต์รัตนโชติ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบ เว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). เจาะทิศทางการก่อสร้างไทยปี 62. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-Construction-Direction_2019.pdf
- สำนักทะเบียนกลาง. (2563). ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/สังคม/143600>
- สุบิน พุทโสม. (2562). การศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและทัศนคติเกี่ยวกับการ เสียภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลมวกเหล็ก อำเภอ มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2562 “สังคมผู้สูงวัย: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา”.
- สุพจน์ กาญจนางกูรพันธุ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างใน ช่องทางการจำหน่ายแนวใหม่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- Kotler, P. (1990). *Marketing: An introduction* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G. & LazearKanuk, L. (1987). *Consumer Behavior*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Sinha, I., & Mukherjee, S. (2016). Acceptance of technology, related factors in use of off branch e-banking: An Indian case study. *Journal of High Technology Management Research*, 27(1), 88-100.
- Stockhome. (2019). คุณสมบัติของแผ่นเมทัลชีท และการนำไปใช้งานในงานก่อสร้างต่าง ๆ. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563, จาก https://www.onestockhome.com/th/homemap_contents/84893315/metal-sheet
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd Edition. New York: Harper and Row.

**คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้า ของ
บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด**
Service Quality and Satisfaction of Delivery of Kerry Express (Thailand)
Company Limited

ราณี ศรีไพบูลย์¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ³
Ranee Sriphaiboon¹, Chandej Charoenwiryakul² and Waraporn Dumrongkulsombat³
^{1,2,3}หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
^{1,2,3}Master of Arts Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand
E-mail: rsriphaiboon@hotmail.com¹

Received: 2021-11-25; Revised: 2021-12-25; Accepted: 2021-12-26

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับคุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี และ 2) ระดับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการขนส่ง บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีจำนวน 400คนโดยใช้สูตรCochran เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ และ 2) ความพึงพอใจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, การขนส่ง

Abstract

The objective of this research paper was to study 1) the level of the quality of the freight services of Kerry Express (Thailand) Company Limited in Mueang District Nonthaburi Province and 2) the level of satisfaction in the services of Kerry Express (Thailand) Company

Limited in Mueang District Nonthaburi Province The population used in this research is those who use private transport services. Kerry Express Co., Ltd. in Mueang District Nonthaburi Province. The sample consisted of 400 respondents. The tools used for data collection were questionnaires for data analysis by descriptive statistics such as mean and standard deviation. The results showed that 1) the overall quality of service was at a high level. When considering each aspect, it was found that concrete aspects of the service the highest average was followed by the response to the customers, reliability, knowing and understanding customers, and in providing confidence to customers have the lowest average respectively, and 2) the overall satisfaction in the services was at a high level. When considering each aspect, it was found that fast service had the highest average was followed by sufficient service, reliability, providing equal service, advanced services, and continuous service have the lowest average respectively.

Keywords: Satisfaction, Service Quality, Transportation

บทนำ

ในปัจจุบันการขนส่งของประเทศไทยโดยเฉพาะการขนส่งสินค้าเริ่มมีทิศทางที่ชัดเจนขึ้น และมีความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจมากขึ้น ซึ่งหน่วยงานภาครัฐได้พยายามที่จะพัฒนาระบบการขนส่ง สินค้าให้มีศักยภาพมากขึ้นทั้งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง การสนับสนุนและส่งเสริม ศักยภาพผู้ประกอบการขนส่ง เนื่องจากคนไทยทำธุรกิจออนไลน์กันมากขึ้นมีการส่งสินค้ากันเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ให้บริการขนส่งมีเป็นจำนวนมาก ไปรษณีย์ไทยเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งพัสดุและไปรษณีย์ ซึ่งธุรกิจไปรษณีย์นับว่าต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างมาก เนื่องจากเดิมเป็นกิจการผูกขาด ซึ่งมีจุดอ่อนสำคัญ คือ มีต้นทุนคงที่สูง เนื่องจากต้องจ้างบุคลากรจำนวนมาก รวมถึงจัดตั้งที่ทำการไปรษณีย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ขณะเดียวกันจากการที่ตลาดไปรษณีย์ไทยมีแนวโน้มทรงตัวหรือมีขนาดหดตัวลง เนื่องจากมีธุรกิจในด้านขนส่งพัสดุด่วนเกิดขึ้นทำให้มีผลกระทบในทางลบต่อไปรษณีย์ไทย และผู้ใช้บริการจึงเริ่มหันไปใช้บริการขนส่งเอกชนมากขึ้น (ชลธิชา กิ่งจำปา, 2558)

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจโลจิสติกส์หรือธุรกิจด้านการขนส่ง จากสถานะเศรษฐกิจที่ขยายตัว การเบิกจ่าย และลงทุนทางภาครัฐ แนวโน้มการส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น มีผลต่อการแข่งขันของผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ จัดการกระบวนการขนส่งให้มีประสิทธิภาพรวมทั้งส่วนแบ่งทางการตลาดของการค้าออนไลน์ที่ก้าวกระโดดอย่างชัดเจน ธุรกิจที่กำลังขยายตัวได้ดี คือ การขนส่งสินค้าทางบก คลังสินค้า การจัดส่งสินค้านระหว่างประเทศ ไปรษณีย์ภัณฑ์และการรับสินค้า อีกทั้งธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ให้ความนิยมในการซื้อขาย และชำระค่าบริการได้อย่างสะดวกสบาย แต่การส่งมอบสินค้านั้น ยังคงใช้วิธีขนส่งแบบเดิม

สังคมในปัจจุบันต้องการความสะดวก รวดเร็วทางด้านขนส่งสินค้าต่าง ๆ ทั้งในส่วนองภาคเอกชน บุคคล ร้านค้า ธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจถึงธุรกิจ ธุรกิจถึงบุคคล และบุคคลส่งถึงบุคคล เพื่อให้สินค้าสามารถส่งถึง



ผู้รับได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายในการส่งสินค้า และสิ่งที่สำคัญด้านการขนส่ง คือต้องมีคุณภาพ และประสิทธิภาพต่อผู้บริโภค ธุรกิจบริการด้านการขนส่งเป็นตัวเลือกอย่างหนึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ได้ครบถ้วน เช่น ด้านการให้บริการ การเข้าถึงการใช้บริการ การสื่อสาร และระบบสารสนเทศ บริษัทขนส่งเคอรี่เอ็กซ์เพรส จำกัด จึงเป็นตัวเลือกให้กับผู้ใช้บริการ

จากสภาพการแข่งขันดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจด้านการขนส่งสินค้า ของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะนำผลลัพธ์ที่ได้จากการทำวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เพื่อให้ได้คุณภาพการบริการที่ดี มีความรวดเร็ว และน่าเชื่อถือได้ อย่างมีประสิทธิภาพในระบบการขนส่ง และเพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการให้บริการของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูล อยู่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนเมษายน 2563 จำนวน 3 เดือน ศึกษาเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman, et al. (1990) ได้กล่าวถึง คุณภาพการบริการ ซึ่งถือเป็นกระบวนการประเมินความเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบของผู้บริโภคระหว่างความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพบริการและการได้รับบริการจริง

Corral & Brewetor (1999) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นลักษณะของคุณสมบัติ โดยจะสอดคล้องกับข้อกำหนด ความคาดหวังหรือความต้องการของผู้บริโภค มีผลต่อความรู้สึกพึงพอใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ ความหมายของคุณภาพการบริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบ โดยผู้ให้บริการต่อผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความต้องการซึ่งการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นการตอบสนองต่อผู้บริโภคบนพื้นฐานความคาดหวัง

Kotler (2000) ได้กล่าวว่าคุณภาพการบริการ เป็นการแข่งขันทางธุรกิจบริการผู้ให้บริการ ต้องบริการให้เท่าเทียมกันหรือมากกว่าคุณภาพที่ผู้รับคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้บริโภคที่มาจากประสบการณ์เดิม

สรุปได้ว่า คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง (Excellent Service) ซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึกคุ้มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

Vroom (1964) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทฤษฎีด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก ที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าที่ความคาดหวัง

Spector (1987) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการประเมินผลการเปรียบเทียบ ความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่แต่ละบุคคลคาดหวัง และผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง

น้ำลิน เทียมแก้ว (2556) ได้กล่าวสรุปความหมายความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในคนต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดี เมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

กล่าวโดยสรุป ความพึงพอใจ หมายถึง การที่บุคคลมีความรู้สึกในทางบวก ความรู้สึกพอใจเมื่อได้รับสิ่งที่คาดหวังและเป็นไปตามความต้องการของตนเอง

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงาน คือ ตัวชี้วัดที่บอกถึงความรู้สึกที่ดีจนกลายเป็นความสุขใจที่มีต่อการให้บริการด้านต่าง ๆ ซึ่งความพึงพอใจ ในการบริการจะเกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้ และประเมินคุณภาพของการบริการ ในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับ และสิ่งที่ผู้รับบริการ ได้รับจริงจากการให้บริการในแต่ละสถานการณ์ การบริการหนึ่ง ซึ่งระดับของความพึงพอใจอาจไม่ คงที่ และผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ได้ ดังนั้นความเสมอภาคที่จะพิจารณาว่าการให้บริการนั้นมีความพึงพอใจหรือไม่ ควรจะพิจารณาจากองค์ประกอบหลายๆ ด้านรวมกัน ประกอบด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า ซึ่งองค์ประกอบที่นำมาพิจารณานี้มีความสอดคล้องกับ ความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้รับบริการอย่างชัดเจน และเมื่อผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตามจุด มุ่งหมายแล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจได้ในที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน จึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1953) จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 15 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.7) และเพศชาย (ร้อยละ 37.3) ส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 35 ปี (ร้อยละ 51.7) รองลงมา อายุ 36 – 45 ปี (ร้อยละ 20.5) อายุ 20 – 25 ปี (ร้อยละ 17.8) และอายุมากกว่า 45 ปี (ร้อยละ 10.0) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 74.0) รองลงมา ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 12.0) ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 8.0) และระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวช. (ร้อยละ 6.0) ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 32.5) รองลงมา อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 31.2) อาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 17.8) อาชีพนักศึกษา จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.5) และอาชีพอื่น ๆ (ร้อยละ 9.0) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 29.2) รองลงมา รายได้ 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 26.3) รายได้ 30,001 – 40,000 บาท (ร้อยละ 16.3) รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ร้อยละ 15.5) รายได้ 40,001 – 50,000 บาท (ร้อยละ 6.5) และรายได้มากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 6.2) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 1 ระดับคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	3.79	0.64	มาก	1
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.78	0.80	มาก	3
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.79	0.82	มาก	2
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	3.72	0.85	มาก	5
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	3.74	0.46	มาก	4
รวม	3.76	0.42	มาก	

จากตาราง 1 พบว่า คุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.79$) รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{X} = 3.79$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.78$) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 3.74$) และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการให้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 2 ความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม

ความพึงพอใจในการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	3.66	.751	มาก	3
2. ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา	3.69	.773	มาก	1
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.66	.748	มาก	2
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.48	.683	ปานกลาง	5
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.58	.629	มาก	4
รวม	3.61	.593	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 3.66$) ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ($\bar{X} = 3.66$) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{X} = 3.58$) และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dragoicea, Borangiu & Voinescu (2016) ได้ทำการศึกษากการสร้างแบบจำลองปฏิสัมพันธ์ด้านบริการเพื่อการจัดการระบบขนส่งสาธารณะที่ดีขึ้น เป็นการนำหลักการด้านบริการวิทยาศาสตร์สามารถนำไปใช้ในด้านวิศวกรรมและการให้บริการขนส่งสาธารณะที่ดีขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นผู้ที่ใช้บริการระบบขนส่ง พบว่า จุดเน้นหลัก คือ ประเด็นการใช้งานเฉพาะของรูปแบบการทำงานตามระบบของระบบบริการทั่วไปโดยเน้นองค์ประกอบที่เป็นตัวแทนมากที่สุด และการตั้งค่าบริการวิธีการที่เสนอในการประเมินสถานการณ์การทำงานที่เรียบง่ายส่งเสริมบทบาทของโมเดลปฏิสัมพันธ์ในการให้บริการในการสนับสนุนระบบบริการขนส่งสาธารณะ ในการให้บริการขนส่งสาธารณะที่ดี เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณอาจส่งผลกระทบต่อการให้บริการในช่วงเวลา

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gupta (2018) ได้ทำการศึกษากการจัดการด้านคุณภาพการบริการที่ยั่งยืน โดยผู้ให้บริการ

โลจิสติกส์ พบว่า ปัจจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีผลต่อการให้บริการโลจิสติกส์ การบริหารการจัดการคุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการให้บริการ คุณภาพการบริการ และการทำงานที่ครอบคลุม ส่งผลต่อการให้บริการที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ควรต้องมีการพัฒนากระบวนการ ขั้นตอน การปฏิบัติงาน อุปกรณ์ ตลอดจนพนักงานผู้ให้บริการ ให้ดีขึ้นอยู่เสมอ พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ และสร้างความน่าเชื่อถือ และควรต้องมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า ให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำพร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าด้วยความเท่าเทียมกัน มีการตรวจสอบติดตามสอบถามถ้าเกิดปัญหาต่างๆ จากการให้บริการของบริษัทอื่นจะนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของบริษัทขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส จำกัด ในจังหวัดอื่น ๆ
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส กับการขนส่งของบริษัทอื่น

เอกสารอ้างอิง

- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2556). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชลธิชา กิ่งจำปา. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกผู้ให้บริการรถขนส่งสินค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมเวลโกรว์จังหวัดฉะเชิงเทรา (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Corral, S. & Brewerton, A. (1990). *The Needs Professional's Handbook: Your Guide to Information Service Management*. London: Library Association Publishing.
- Dragoiea, M., Borangiu, T., & Voinescu, I. (2016). *Service interactions modeling of improved management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Gupta, R. (2018). *Service Quality and Customer*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. The Millennium ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Millet, J.D. (2012). *Management in the public's service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.
- Oliver, R.L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A., (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The free press.

- Spector, P.E. (1987). *Industries and organizational psychology research and practice*. (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Vroom, H.V. (1964). *Work and motivation*. Now York: Wiley and Sons.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Customer Focus Across the Firm*. (2nd ed). Boston, Massachusetts: McGraw-Hill.

แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบล
ในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

Guidelines for Management of the Organization with the Good
Governance of the Administrators of Sub-district Administrative
Organizations in Kamphaeng Saen District, Nakhon Pathom Province

ภารดี วรกริกกุลชัย¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², สุดาวรรณ สมใจ³, และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ⁴
Paradee Varakirkulchai¹, Chandej Charoenwiriyakul², Sudawan Somjai³ and Waraporn Dumrongkulsombati⁴

^{1,2,3,4}หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
^{1,2,3,4}Master of Arts Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: prapassorn.jdar@gmail.com¹

Received: 2021-11-23; Revised: 2021-12-25; Accepted: 2021-12-26

บทคัดย่อ

การสร้างหลักธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในระบบการบริหารราชการไทยมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะหลักธรรมาภิบาลจะเป็นปัจจัยเสริมให้การปกครองในระบอบประชาธิปไตยมีลักษณะเปิด ประชาชนมีเสรีภาพ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างกว้างขวาง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 ตำบล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบน่าจะเป็น จำนวน 135 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ระดับการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านหลักคุณธรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักความคุ้มค่า และด้านหลักการมีส่วนร่วม ตามลำดับ 2) แนวทาง คือ ผู้บริหารต้องเคร่งครัดการใช้หลักธรรมาภิบาลทั้ง 6 ด้าน ในการบริหาร

คำสำคัญ: การบริหารองค์กร,หลักธรรมาภิบาล,องค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

Creating good governance principles in the Thai bureaucracy is therefore very important. Because good governance will be an opening factor for democratic governance. People have the freedom to exchange opinions widely. The objectives were 1) to study the level of management of the organization with the good governance of the administrators of sub-district administrative Organizations in Kamphaeng Saen district, Nakhon Pathom province, and 2) to suggest the guidelines for the management of the organization with good governance of the administrators of sub-district administrative organizations in Kamphaeng Saen district, Nakhon Pathom Province. This research is quantitative. The population used in the research is the administrators of the sub-district administrative organizations in the area Kamphaeng Saen district, Nakhon Pathom Province, 15 sub-districts using 135 probability sampling methods. The statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The results of the research revealed that 1) the management of the organization with the good governance of the administrators of subdistrict administrative Organizations in Kamphaeng Saen district, Nakhon Pathom province the overall were rated at a high level. When considering each aspect, it was found that at a high level in all aspects moral principles have the highest average, followed by the rule of law, transparency, responsibility, value for money, and the principles of participation respectively, 2) administrators must strictly implement the 6 aspects of good governance.

Keywords: Organization management, Good Governance, Subdistrict Administration
Organization

บทนำ

เพื่อให้องค์กรของรัฐ เอกชน และทุก ๆ ส่วนนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ให้กว้างขวางและยั่งยืน จำเป็นต้องมีปัจจัยสำคัญหลาย ๆ ปัจจัย ที่นอกเหนือจากความตระหนักของบุคลากรในหน่วยงานและผู้บริหารแล้ว คือ ความต่อเนื่องหรือความยั่งยืนของการเป็นประชาธิปไตยและความมั่นคงของประเทศ (sustainability of democracy and national security) เพราะประชาธิปไตยค่อนข้างเป็นพลวัต เพราะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา และตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม และยังมีการอภิปรายกันถึงความหมายที่แท้จริงอยู่อย่างกว้างขวาง แต่มิติที่สำคัญของประชาธิปไตยคือการแข่งขัน การมีส่วนร่วม และเสรีภาพในการเมือง การเป็นประชาธิปไตยและความยั่งยืนของประชาธิปไตยจึงเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้การบริหารจัดการที่ดี หรือธรรมาภิบาลคงอยู่ได้ เนื่องจากตราบไต่ที่ไม่เป็นเผด็จการ ประชาชนย่อมมีโอกาสแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายมีการตรวจสอบการดำเนินการของรัฐ ทำให้เกิดความโปร่งใสผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของรัฐและเอกชนตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ มีสำนึกรับผิดชอบ ประชาธิปไตยจึงมีข้อดี คือเป็นวิธีส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางแก้ไขความขัดแย้งแทนการใช้ความรุนแรง กระบวนการ



เป็นประชาธิปไตยนำมาสู่การส่งเสริมสันติวิธีในชาติ และระหว่างชาติได้ (Boutros-Ghali, 2000) ประชาธิปไตยเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการลงคะแนนเสียงโดยเท่าเทียมกัน มีการสร้างความเข้าใจร่วมกัน มีการควบคุมทางนโยบาย ประชาธิปไตยนำมาสู่การหลีกเลี่ยงทรราช การมีสิทธิเสรีภาพ มีการแสดงความคิดเห็นของตนเอง มีความอิสระทางความคิด มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ปกป้องความสนใจส่วนบุคคล มีความเท่าเทียมกันทางการเมืองและประชาธิปไตยแนวใหม่นำมาสู่การแสวงหาเสรีภาพและความเจริญ (Robert Dahl, 2000) และที่สำคัญกระบวนการประชาธิปไตยนำมาสู่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการสร้างความเจริญเติบโตในด้านการสร้างความรับผิดชอบและสร้างปัญญา ขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งแนวทางที่สำคัญที่สุดสำหรับประชาชนในการปกป้องและนำเสนอความสนใจของพวกเขา (Diamond, 1998)

การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในระบบการบริหารราชการไทยจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะหลักธรรมาภิบาลเป็นปัจจัยเสริมให้การปกครองในระบอบประชาธิปไตยมีลักษณะเปิด ประชาชนมีเสรีภาพ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดกระบวนการรวมตัวกันของประชาชน ประชาสังคม และสร้างค่านิยมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น หลักธรรมาภิบาลมีบทบาทความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงโดยตรงกับความเป็นประชาธิปไตย เป็นหลักการที่นำมาใช้ในการบริหารงานในปัจจุบันอย่างแพร่หลาย เพราะช่วยส่งเสริมองค์กรให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องมีความศรัทธาเชื่อมั่นในองค์กรอันจะทำให้เกิดการพัฒนามั่งคั่ง องค์กรหรือรัฐบาลที่โปร่งใสย่อมได้รับความไว้วางใจและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนและประชาชน การบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลเป็นการเชื่อมโยงองค์ประกอบของสังคม 3 ส่วนเข้าด้วยกัน คือ ประชาสังคม (civil society) ภาคธุรกิจเอกชน (private sector) และภาครัฐ (state or public sector) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับทุกภาคในสังคม รัฐเกิดความเข้มแข็ง มั่นคง มีเสถียรภาพและประชาชนมีความเป็นอยู่อย่างสงบสุข เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและเป็นการระดมความคิดจากส่วนประกอบที่สำคัญของสังคม (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2542)

ปัจจุบันการใช้หลักธรรมาภิบาล ในองค์กรภาครัฐ และเอกชน เป็นที่ยอมรับและแพร่หลายมากขึ้น จากแนวคิดของนักบริหารงาน นักวิชาการ และนักเศรษฐศาสตร์ทั่วไป ได้แสดงความคิดเห็นว่าหลักธรรมาภิบาลเป็นทั้งหลักการขั้นพื้นฐานและยุทธศาสตร์ที่สังคมโลกต้องการให้เกิดขึ้นและนำมาใช้เพื่อลด บรรเทา และแก้ไข ปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะปัญหาการคอร์รัปชัน ฉ้อราษฎร์บังหลวง ช่วยสร้างคุณค่าและจิตสำนึกทางปัญญาวุฒันธรรม และจริยธรรมทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้มีความเป็นธรรมในสังคม มีความโปร่งใสได้รับการยอมรับและเชื่อถือ มีประสิทธิภาพ และคุณภาพมาตรฐานสูงขึ้น มีการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นภูมิคุ้มกันที่ทำให้องค์กร เข้มแข็งมีเสถียรภาพ มีความมั่นคงปลอดภัยทุกภาคของสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี สำหรับประเทศไทยได้นำแนวคิดตามหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการปฏิรูปการเมือง และระบบราชการไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ในหลายประเด็น เช่น ความโปร่งใส การตรวจสอบความมีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ และการกระจายอำนาจ ทำให้ปัจจุบันหลักธรรมาภิบาลได้กลายเป็นมาตรฐานสากลที่องค์กรและหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ต้องการให้รัฐบาลนั้นเห็นความจำเป็นที่ประเทศจะต้องมีการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองท้องถิ่น และของประเทศให้สามารถดำเนินการตามบทบาทหน้าที่กฎหมายที่กำหนดไว้ให้

ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์กรการบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเผยแพร่ให้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นข้อมูลในการพิจารณาหาทางเสริมสร้างกระบวนการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ในองค์การบริหารส่วนตำบล ตามหลักธรรมาภิบาลใน 6 ด้าน 1) หลักนิติธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักการมีส่วนร่วม 5) หลักความรับผิดชอบ 6) หลักความคุ้มค่า ให้เกิดการปฏิบัติอย่างแท้จริง ซึ่งการใช้หลักธรรมาภิบาล ดังกล่าวเพื่อทำให้เกิดการบริหารอย่างมีคุณภาพ เพื่อลดกระแสของสังคมที่ว่าองค์การบริหารส่วนตำบล เมื่อใครเข้ามาบริการจะมีเรื่องผลประโยชน์ มีการทุจริตคอร์รัปชัน การเลือกตั้งท้องถิ่น ก็มีแต่การซื้อเสียงเพื่อแสวงหาอำนาจและผลประโยชน์ ดังกล่าว ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาแนวทางการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาระดับการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านหลักนิติธรรม 2) ด้านหลักคุณธรรม 3) ด้านหลักความโปร่งใส 4) ด้านหลักการมีส่วนร่วม 5) ด้านหลักความรับผิดชอบ 6) ด้านหลักความคุ้มค่า เก็บข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนตุลาคม – เดือนธันวาคม 2562

การทบทวนวรรณกรรม

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต, 2550) กล่าวถึงธรรมาภิบาลในหัวข้อเรื่อง พระพุทธศาสนากับหลักธรรมาภิบาล สรุปได้ว่าธรรมาภิบาล ต้องมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) ธรรมาภิบาลด้านธุรกิจ 2) ธรรมาภิบาลด้านการเมือง 3) ธรรมาภิบาลด้านราชการคือ ทั้ง 3 ด้านนี้หมายถึง Processes ของการตัดสินใจที่ดีเป็นกระบวนการของการตัดสินใจหรืออำนาจ สิ่งการที่ดีจะเป็น Good governance คือ ต้องมีธรรมะประกอบ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2555) กล่าวว่า “Good Governance” ในประเทศไทยมีการใช้คำศัพท์เรียกหลายคำด้วยกัน เช่น ธรรมาภิบาล การบริหารกิจการบ้านเมือง (และสังคม) ที่ดี ธรรมรัฐ สุประชาสนาการ ธรรมราชา การปกครองที่ดี การบริหารจัดการที่ดี คือ วิธีการใช้อำนาจเพื่อบริหารทรัพยากรขององค์การ เป็นวิธีการที่ดีในการใช้อำนาจเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กร โดยที่สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย อธิบายว่า ธรรมาภิบาล หมายถึง การปกครอง การบริหาร การจัดการ การควบคุม ดูแล กิจกรรมต่างๆ ให้เป็นไปในครรลองธรรม นอกจากนี้ ยังหมายถึงการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทั้งภาครัฐ และเอกชน ธรรมที่ใช้ในการบริหารงานนี้มีความหมายอย่างกว้าง กล่าวคือหาได้มีความเป็นเพียง หลักธรรมทางศาสนาเท่านั้น แต่รวมถึงศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้อง



ขอบธรรมทั้งปวง ซึ่งวิญญูชนพึงมีและพึงประพฤติปฏิบัติ อาทิ ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ การปราศจากการแทรกแซง จากองค์กรภายนอก เป็นต้น

ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2550) กล่าวว่า ธรรมาภิบาลเป็นเรื่องของการวางระบบและกลไกเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ในขณะที่ยีกด้านหนึ่งของเหรียญ คือ เรื่องตัว บุคคล เป็นเรื่องของการสร้างจิตสำนึกในเรื่องคุณธรรมและจริยธรรม ธรรมาภิบาลเน้นการวางระบบ เพื่อควบคุมให้คนไม่ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ไม่ดีและให้ทำตามมาตรฐานที่ดี แต่จริยธรรมจะลึกกว่านั้น เน้นการปลูกฝังจิตสำนึก ต้องไม่ประพฤติมิชอบและต้องประพฤติชอบทั้งสองเรื่องหรือสองด้านของ เหรียญจะต้องไปด้วยกันจึงจะยั่งยืน การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเป็น เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการโครงสร้างและความสัมพันธ์ของสถาบันทางการเมืองซึ่งครอบคลุม ทั้งในส่วนของสถาบันทางการเมืองที่มีลักษณะอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การตัดสินใจ จัดสรรทรัพยากรเพื่อบริหารกิจการของบ้านเมืองและแก้ไขปัญหาของสังคม ตลอดจนกระบวนการเข้า มามีส่วนร่วมของภาคส่วนหรือฝ่ายต่าง ๆ ในการกำหนดนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายสาธารณะ ไปสู่การปฏิบัติภายใต้กรอบและกระบวนการทางกฎหมายอันชอบธรรม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้มั่นใจว่าข้อเรียกร้องของความต้องการของทุกฝ่ายในสังคมจะได้รับการรับฟัง และนำเข้ามาพิจารณาไตร่ตรองในการตัดสินใจและกำหนดนโยบายสาธารณะ สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งทำให้ปัญหาทุจริตหรือประพฤติมิชอบลดลงในท้ายที่สุด

สรุปได้ว่า หลักธรรมาภิบาล หมายถึง การบริหารงานหรือการปกครองภายใต้กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับให้บังเกิดผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและมีความชอบธรรมทั้งฝ่ายผู้บริหารและ ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ หากหน่วยงานต่าง ๆ ได้มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการบ้านเมืองแล้ว ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ แก่ทั้งองค์กรนั้น กับทั้งส่งผลประโยชน์ต่อภาครัฐ สังคม ประเทศชาติ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อประชาชนและผู้ใช้บริการจากองค์กรในหลายด้าน

การบริหารองค์กร หมายถึง วิธีการดำเนินงานเพื่อบรรลุภารกิจหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กรเพื่อชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารวางแผนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์องค์กร และในการบริหารงานจะมีปรับแนวคิดการบริหารงานมาช่วยในการบริหารงานเพื่อให้เข้าถึงการบริหารงานในปัจจุบัน การบริหารองค์กรของแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับทัศนคติ และมุมมองของผู้บริหารขององค์กร การบริหารองค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ กล่าวคือองค์กรใดมีการบริหารองค์กรที่ดี ย่อมส่งผลต่อการปฏิบัติงานผู้ปฏิบัติมีความพึงพอใจ และเต็มใจในการปฏิบัติงานทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร หากการบริหารงานขององค์กรไม่ผลการดำเนินงานขององค์กรก็ลดลง

การบริหารองค์กรสมัยใหม่จำเป็นต้องมีการบริหารหรือการจัดการที่เป็นกระบวนการในการกำหนดทิศทาง โดยการนำแนวความคิดแบบดั้งเดิม และแนวคิดการบริหารองค์กรสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ และสามารถใช้ทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่ตั้งไว้สิ่งสำคัญ และถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารองค์กรสมัยใหม่ก็คือ การกระตุ้นแนวคิดใหม่ๆ ของบุคลากร โดยนำแนวคิดระบบการควบคุมทางการบริหารมาประยุกต์ใช้ (สุรัส ราชกุลชัย, 2547) ซึ่งประกอบด้วย แผนกลยุทธ์ในการบริหาร (Management Strategies) การคิดแบบเชิงระบบ (Systems Thinking) ความคล่องตัวในการบริหารจัดการ (Administration Liquidity) และการบริหารงานโดยวัตถุประสงค์ (Management by Objective)

ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในฐานะที่เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารท้องถิ่น และเป็นผู้กำหนดทิศทางการพัฒนาจำเป็นต้องให้การสนับสนุน และเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการอย่างจริงจังในการกระตุ้นและวางรากฐานสู่สังคมธรรมาภิบาลใน 6 ด้าน ดังนี้ 1) หลักนิติธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักการมีส่วนร่วม 5) หลักความรับผิดชอบ และ 6) หลักความคุ้มค่า

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ในพื้นที่อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม จำนวน 15 องค์การบริหารส่วนตำบล โดยประกอบด้วยคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล แห่งละ 3 คน ประกอบด้วย (นายกองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน รองนายก องค์การบริหารส่วนตำบล 2 คน) ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล แห่งละ 1 คน ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล แห่งละ 1 คน และหัวหน้าส่วนต่าง ๆ ในองค์การบริหารส่วนตำบล แห่งละ 4 คน รวมเป็นจำนวน 135 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยที่ได้โดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981)

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 57.8) ส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี (ร้อยละ 44.4) รองลงมา อายุ 31 – 40 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุ 20 - 30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 63.0) รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 51.1) รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 29.6) มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 10.4) และต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 8.9) ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6 – 10 ปี (ร้อยละ 43.7) รองลงมา 1 – 5 ปี ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป และน้อยกว่า 1 ปี ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบล ในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักการมีส่วนร่วม ด้านหลักความรับผิดชอบ และด้านหลักความคุ้มค่า ด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 1 ระดับการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร โดยภาพรวม

การบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร	ระดับการบริหารองค์การ		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านหลักนิติธรรม	3.94	0.78	มาก
2. ด้านหลักคุณธรรม	4.02	0.70	มาก
3. ด้านหลักความโปร่งใส	3.92	0.88	มาก
4. ด้านหลักการมีส่วนร่วม	3.77	0.87	มาก

การบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร	ระดับการบริหารองค์กร		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
5. ด้านหลักความรับผิดชอบ	3.86	0.80	มาก
6. ด้านหลักความคุ้มค่า	3.83	0.78	มาก
รวม	3.89	0.32	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักคุณธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมา ด้านหลักนิติธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) ด้านหลักความโปร่งใส อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) ด้านหลักความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ด้านหลักความคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.83$) และด้านหลักการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักคุณธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมา ด้านหลักนิติธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) ด้านหลักความโปร่งใส อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) ด้านหลักความรับผิดชอบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ด้านหลักความคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.83$) และด้านหลักการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

1. ด้านหลักนิติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 5 สนับสนุน ส่งเสริมบุคลากรที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของเทศบาล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา ข้อ 3 การพิจารณาเรื่องใด ๆ นั้นยึดตามกฎหมาย กฎ ระเบียบของเทศบาลเป็นหลัก โดยไม่เลือกปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.11$) ข้อ 1 บริหารองค์กรโดยยึดหลักการและปฏิบัติตามกฎระเบียบของเทศบาลอย่างเคร่งครัด ($\bar{X} = 4.04$) ข้อ 2 กฎ ระเบียบที่เทศบาล กำหนดขึ้นมีความถูกต้องชัดเจน มีเหตุผล มีความทันสมัยได้รับการยอมรับจากพนักงานทุกท่าน ($\bar{X} = 4.00$) และข้อ 4 สนับสนุน ส่งเสริมให้พนักงานยึดถือปฏิบัติตาม กฎระเบียบ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

2. ด้านหลักคุณธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 2 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค และเป็นธรรมต่อทุกคน โดยไม่มีอคติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา ข้อ 1 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตรงต่อเวลา และทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี ($\bar{X} = 4.06$) ข้อ 3 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ($\bar{X} = 4.04$) ข้อ 4 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละ เอื้อเฟื้อและมิมีน้ำใจเพื่อประโยชน์ส่วนร่วมและประชาชนทั่วไป ($\bar{X} = 4.00$) และข้อ 5 พนักงานมีเหตุผล รับฟังความคิดเห็นของ ผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

3. ด้านหลักความโปร่งใส โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 5 จัดให้มีกลไกตรวจสอบผลการดำเนินงานและรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนทั่วไป มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

อยู่ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา ข้อ 3 สื่อสารให้บุคลากรและประชาชนเข้าใจนโยบาย เป้าหมาย และทิศทางการดำเนินงานโดยแจ้งให้ทราบถึงแผนงานโครงการระเบียบหลักเกณฑ์ผลการดำเนินงาน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่พึงจะได้รับอย่างทั่วถึง ($\bar{X} = 3.96$) ข้อ 1 ข้อมูลสารสนเทศมีความถูกต้องเป็นปัจจุบันและตรงกับความเป็นจริง ($\bar{X} = 3.91$) ข้อ 2 ดำเนินงานต่าง ๆ อย่างเปิดเผยตรวจสอบได้มีข้อมูลโปร่งใส ($\bar{X} = 3.87$) ข้อ 4 จัดให้มีการรายงานผลการรับจ่ายเงินและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีเสนอผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเปิดเผยต่อสาธารณชน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

4. ด้านหลักการมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 1 ส่งเสริมการทำงานในสภาท้องถิ่นมีคณะกรรมการ และเวทีประชาคม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา ข้อ 2 เปิดโอกาสให้บุคลากรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบาย ($\bar{X} = 3.84$) ข้อ 3 เปิดโอกาสให้บุคลากรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ($\bar{X} = 3.72$) ข้อ 5 เปิดโอกาสให้บุคลากรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมประเมินผลการดำเนินงานของเทศบาล ($\bar{X} = 3.70$) และ ข้อ 4 เปิดโอกาสให้บุคลากร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมการตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

5. ด้านหลักความรับผิดชอบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 4 มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้ประสบความสำเร็จโดยไม่ทอดทิ้งหรือละทิ้งงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมา ข้อ 3 จัดโครงสร้างองค์การบริหารงานระบุงการกิจและวัตถุประสงค์ชัดเจน ($\bar{X} = 3.96$) ข้อ 1 ยอมรับผลที่เกิดจากการตัดสินใจและการกระทำทั้งผลดีผลเสียและสามารถอธิบายเหตุผลในการกระทำนั้นได้ ($\bar{X} = 3.79$) ข้อ 5 ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ถูกต้อง ครบถ้วนและทันกำหนดเวลา ($\bar{X} = 3.76$) และ ข้อ 2 ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องตามรายงานผลการตรวจสอบและผลการประเมินจากฝ่ายตรวจสอบอย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) ตามลำดับ

6. ด้านหลักความคุ้มค่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 3 มีการวางแผน ส่งเสริม สนับสนุนให้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรวัสดุ ฯลฯ มาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมา ข้อ 4 ควบคุมบุคลากรให้ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และให้เกิดประโยชน์สูงสุด ($\bar{X} = 3.88$) ข้อ 5 ส่งเสริมสนับสนุนให้นำวัสดุที่ใช้แล้ว กลับมาใช้ใหม่หรือดัดแปลงให้เกิดผลผลิตใหม่ ($\bar{X} = 3.77$) ข้อ 2 จัดให้มีระบบข้อมูลสารสนเทศ ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบันตรงกับความต้องการและสะดวกต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.75$) และ ข้อ 1 แผนเป็นเครื่องมือในการบริหารงานและมีการปฏิบัติตามแผน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด คือ ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักความคุ้มค่า และด้านหลักการมีส่วนร่วม โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1. แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร ด้านหลักนิติธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 5 สนับสนุน ส่งเสริมบุคลากรที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของเทศบาล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากทุกข้อ รองลงมา ข้อ 3 การพิจารณาเรื่องใด ๆ นั้นยึดตามกฎหมาย กฎ ระเบียบของเทศบาลเป็นหลัก โดยไม่เลือกปฏิบัติ ข้อ 1 บริหารองค์กรโดยยึดหลักการและปฏิบัติตามกฎระเบียบของเทศบาลอย่างเคร่งครัด ข้อ 2 กฎ ระเบียบที่เทศบาล กำหนดขึ้นมีความถูกต้องชัดเจน มีเหตุผลมีความทันสมัยได้รับการยอมรับจากพนักงานทุกท่าน และข้อ 4 สนับสนุน ส่งเสริมให้พนักงานยึดถือปฏิบัติตาม กฎระเบียบ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพงศ์ อรุณพิพัฒน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง หลักธรรมาภิบาลกับการบริหารจัดการรัฐวิสาหกิจ : กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทำการศึกษาเปรียบเทียบระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 หลักเกณฑ์และแนวทางการกำกับดูแลที่ดีในรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2544 ของกระทรวงการคลัง พบว่า หลักเกณฑ์ไม่ได้มีความแตกต่างในสาระสำคัญนัก โดยเฉพาะเรื่องหลักความโปร่งใส หลักความซื่อสัตย์ สุจริต หลักความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่และหลักความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีความแตกต่างบ้างเล็กน้อย เช่น บริษัทจดทะเบียนต้องดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุนเป็นหลักสำคัญแต่บริษัทจดทะเบียนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้วย โดยคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติหน้าที่ และบริหารจัดการรัฐวิสาหกิจที่เป็นรัฐวิสาหกิจที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยที่กระบวนการแต่งตั้งคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ซื่อสัตย์สุจริต และมีความโปร่งใส เพื่อให้คณะกรรมการนำหลักธรรมาภิบาลไปบริหารจัดการองค์กรนั้น เพื่อปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจหรือกิจกรรมนั้น ๆ รวมทั้งการมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้ลงทุนทุกรายอย่างเท่าเทียมกัน ควรมีการประเมินผลงานฝ่ายจัดการและคณะกรรมการเองและจัดทำจรรยาบรรณของกรรมการผู้บริหารและพนักงานด้วยกระบวนการสรรหาคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมในการพิจารณา ควรเลือกจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริงและมีความเป็นอิสระเพื่อจะกำกับดูแลการดำเนินงานของฝ่ายบริหารรัฐวิสาหกิจ ดูแลผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นรายย่อย โดยหน่วยงานของรัฐที่เป็นผู้กำกับดูแลรัฐวิสาหกิจและดูแลผู้ถือหุ้น ต้องมีหลักธรรมาภิบาลทุกหน่วยและปฏิบัติอย่างเคร่งครัด

2. แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร ด้านหลักคุณธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 2 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาค และเป็นธรรมต่อทุกคน โดยไม่มีอคติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากทุกข้อ รองลงมา ข้อ 1 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ตรงต่อเวลา และทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี ข้อ 3 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ข้อ 4 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละ เอื้อเฟื้อและเมตตาใจเพื่อประโยชน์ส่วนรวมและประชาชนทั่วไป และข้อ 5 พนักงานมีเหตุผล รับฟังความคิดเห็นของ ผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพฑูรย์ สุขผลานันท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการบริหารตาม

หลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบสภาพการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด จำแนกตามประสบการณ์การทำงาน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ผลการเปรียบเทียบสภาพการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด จำแนกตามระดับการศึกษาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ผลการเปรียบเทียบสภาพการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด จำแนกตามเขตจังหวัด โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร ด้านหลักความโปร่งใส โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 5 จัดให้มีกลไกตรวจสอบผลการดำเนินงานและรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนทั่วไป มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมากทุกข้อ รองลงมา ข้อ 3 สื่อสารให้บุคลากรและประชาชนเข้าใจนโยบาย เป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานโดยแจ้งให้ทราบถึงแผนงานโครงการระเบียบหลักเกณฑ์ผลการดำเนินงาน และสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่พึงจะได้รับอย่างทั่วถึง ข้อ 1 ข้อมูลสารสนเทศมีความถูกต้องเป็นปัจจุบันและตรงกับความเป็นจริง ข้อ 2 ดำเนินงานต่าง ๆ อย่างเปิดเผยตรวจสอบได้มีข้อมูลโปร่งใส ข้อ 4 จัดให้มีการรายงานผลการรับจ่ายเงินและจัดทำรายงานผลการดำเนินงานประจำปีเสนอผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเปิดเผยต่อสาธารณชน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชญาสินี จิตติพิชญานันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิภาพการบริหารงานคลังท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาล กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานคลังท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาล ทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) หลักนิติธรรม 2) หลักคุณธรรม 3) หลักความโปร่งใส 4) หลักการมีส่วนร่วม 5) หลักความรับผิดชอบ 6) หลักความคุ้มค่า ส่วนผลการศึกษาในระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานคลังท้องถิ่น ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน ได้แก่ 1) ด้านความสามารถในการบริหารและจัดเก็บรายได้ 2) ด้านความสามารถในการบริหารรายจ่าย 3) ด้านความพึงพอใจของประชาชนในการรับบริการ 4) ด้านเทคโนโลยีและเครื่องมือในการบริหารงานคลังท้องถิ่นและบริการประชาชน ผลการศึกษาความสัมพันธ์พบว่ามีความสัมพันธ์กันทางบวกระดับสูงมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.862 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคพบว่า 1) ยังขาดความชัดเจนในการบริหารงานคลัง ต้องยึดตามระเบียบข้อบังคับที่ทางส่วนกลางกำหนดทำให้ไม่มีอิสระและไม่สามารถปฏิรูปกฎระเบียบและข้อบังคับ ได้ด้วยตัวเอง 2) การถูกร้องเรียนในกระบวนการบริหารงานคลังขององค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญ ส่งผลให้ภาพรวมองค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญ ขาดความน่าเชื่อถือ 3) ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการบริหารงานคลังขององค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญได้น้อยมาก 4) การเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนจะมีเฉพาะที่เป็นตัวแทนของประชาชนเท่านั้น 5) การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับประชาชนมีความล่าช้า 6) การดำเนินโครงการกิจกรรมล่าช้าเนื่องจากใช้เวลาในการพิจารณาก่อนช้านาน 7) การพัฒนาแหล่งจัดเก็บภาษีใหม่ ๆ ยังไม่สามารถทำได้ 8) ประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนในการจัดเก็บภาษียังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ 9) ระบบการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางการคลัง ยังทำได้ไม่ทั่วถึงในพื้นที่ห่างไกล จึงทำให้การรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนยังน้อยมาก จากการศึกษาได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานคลังท้องถิ่น



ตามหลักธรรมาภิบาล ดังนี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญควรเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม นั้นความโปร่งใส นั้นความรับผิดชอบ เนื่องจากปัญหาที่สำคัญคือปัญหาด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูล ด้านการคลัง รวมทั้งกฎระเบียบ ข้อบังคับ การดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ จะต้องมีการวางแผนการทำงาน ร่วมกันระหว่างองค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญกับประชาชน ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ให้มากขึ้นในการจัดทำแผนบริหารจัดการงานคลังมีการดำเนินงานที่โปร่งใส ซื่อสัตย์ รวดเร็ว ถูกต้องตรวจสอบ ได้ มีความยุติธรรม มีความรับผิดชอบต่อปัญหาที่เกิดขึ้นและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับประชาชน เพื่อการจัดบริการสาธารณะที่มีคุณภาพและนำไปสู่การพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

4. แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร ด้านหลักการมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 1 ส่งเสริมการทำงานในสภาท้องถิ่นมีคณะกรรมการและเวที ประชาคม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก รองลงมา ข้อ 2 เปิดโอกาสให้บุคลากรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบาย ข้อ 3 เปิดโอกาสให้บุคลากรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วม ในการดำเนินงาน หรือปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ข้อ 5 เปิดโอกาสให้บุคลากรและผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมประเมินผลการดำเนินงานของเทศบาล และ ข้อ 4 เปิดโอกาสให้บุคลากร และผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมการตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาสมพงษ์ ชนุตตโม (อ่อนสุข) (2556) ศึกษาเรื่องการบริหารงานตามหลัก ธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชนมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้านพบว่า ด้านหลักนิติธรรม อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับ มากทุกด้าน 2) ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มตัวอย่างต่อการบริหารงานตามหลัก ธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์โดยจำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคลของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีความ คิดเห็นต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัด นครสวรรค์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน 3) การนำหลักธรรมาภิบาลมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ บริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมได้ ดังนี้ คือ การรณรงค์ให้ผู้บริหารและบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ใช้ หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานภายในองค์กรอย่างจริงจัง สร้างจิตสำนึกให้บุคลากรทุกคน มีความ รับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ตนได้รับมอบหมาย ผู้บริหารควรกำหนดนโยบาย มีแผนแม่บทอย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร และสามารถนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นรูปธรรมได้ ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์การบริหาร ส่วนตำบลได้มีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกัน การดำเนินงานต่าง ๆ มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ พัฒนาศักยภาพ ให้สามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

5. แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร ด้านหลักความรับผิดชอบต่อ โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 4 มีความมุ่งมั่นในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ โดยไม่ทอดทิ้งหรือละทิ้งงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก รองลงมา ข้อ 3 จัดโครงสร้างองค์การการ บริหารงานระบุงารกิจและวัตถุประสงค์ชัดเจน ข้อ 1 ยอมรับผลที่เกิดจากการตัดสินใจและการกระทำทั้งผลดี ผลเสียและสามารถอธิบายเหตุผลในการกระทำนั้นได้ ข้อ 5 ปฏิบัติหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมายและระเบียบ

ที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ถูกต้อง ครบถ้วนและทันกำหนดเวลา และ ข้อ 2 ดำเนินการแก้ไขปรับปรุง ข้อบกพร่องตามรายงานผลการตรวจสอบและผลการประเมินจากฝ่ายตรวจสอบอย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัทรมาศ จริยเวชวัฒนา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการเทศบาลตามหลักธรรมาภิบาล : กรณีศึกษาเทศบาลตำบลบ้านฉาง ผลการศึกษาพบว่า ในการบริหารจัดการของเทศบาลบ้านฉาง ตามหลักธรรมาภิบาล ได้จัดทำโครงการตามนโยบายและเทศบัญญัติในด้านต่าง ๆ แต่ยังมีปัญหาในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานการทำงานในเทศบาลยังไม่เป็นระบบ โดยพนักงานส่วนหนึ่งยังคงยึดติดกับระบบงานแบบเก่า ไม่ยอมรับระเบียบกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ ทางด้าน กระบวนการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารเทศบาลตำบลบ้านฉาง พบว่าเทศบาลตำบลบ้านฉาง มีความเสมอภาค และการกระจายพัฒนาอย่างทั่วถึง ไม่มีการเลือกปฏิบัติและได้จัดตั้งคณะกรรมการชุมชน ร่วมกันจัดทำแผนพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างกระบวนการต่างๆ ส่วนใหญ่มีความเปิดเผยตรงไปตรงมา พบว่า คณะกรรมการชุมชนที่ได้รับการแต่งตั้งเข้ามานั้นบางคนไม่เห็นแก่ประโยชน์ชุมชน แต่จะเข้ามา เพื่อหาผลประโยชน์ให้กับตนเอง

6. แนวทางการบริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร ด้านหลักความคุ้มค่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 3 มีการวางแผน ส่งเสริมสนับสนุนให้ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรวัสดุ ฯลฯ มาใช้ให้เป็นประโยชน์สูงสุดในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก รองลงมา ข้อ 4 ควบคุมบุคลากรให้ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และให้เกิดประโยชน์สูงสุด ข้อ 5 ส่งเสริม สนับสนุนให้นำวัสดุที่ใช้แล้ว กลับมาใช้ใหม่หรือดัดแปลงให้เกิดผลผลิตใหม่ ข้อ 2 จัดให้มีระบบข้อมูลสารสนเทศ ถูกต้อง ครบถ้วน เป็นปัจจุบันตรงกับความต้องการและสะดวกต่อการใช้งาน และ ข้อ 1 แผนเป็นเครื่องมือในการบริหารงานและมีการปฏิบัติตามแผน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานา อิมอุตม (2558) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรของเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยาควรมีการฝึกอบรมเรื่อง ธรรมาภิบาลแก่บุคลากรทุกคนให้มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง และเกิดการตระหนักว่าควรปฏิบัติงานหรือบริหารตามหลักธรรมาภิบาลอยู่เสมอ ส่วนด้านหลักนิติธรรม ควรมีการปรับปรุงแก้ไข ระเบียบสำคัญที่ล้าสมัยให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ด้านหลักคุณธรรม บุคลากรทุกคนจะต้องมีความจริงจังในการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและปฏิบัติตามประมวล จริยธรรม ซึ่งถือเป็นมาตรฐานทางจริยธรรมของบุคลากรทุกคน ด้านหลักความโปร่งใส ควรมีการ สร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใส และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ด้านหลักการมีส่วนร่วม ควรเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานและประชาชนได้มีส่วนร่วมในการบริหารมากขึ้น ด้านหลักความรับผิดชอบ ควรมีการจัดทำ แผนปฏิบัติงานและการประเมินผลแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ และควรส่งเสริมให้บุคลากรทุกคนตระหนักในหน้าที่ความรับผิดชอบของตน และด้านหลักความคุ้มค่าควรส่งเสริมให้บุคลากรได้อบรมพัฒนาตนเอง โดยการนำหลักธรรมาภิบาลและหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดการอบรมเชิงคุณธรรมให้แก่พนักงานทุกท่าน อย่างน้อยปีละครั้งโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญมาบรรยายในเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเป็นธรรม ผู้บริหาร และพนักงานต้องปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสมอภาคและเป็นธรรมต่อทุกคน โดยไม่มีอคติ เพื่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น
2. การแนะนำในการยอมรับผลที่เกิดจากการตัดสินใจและการปฏิบัติงาน เพื่อสามารถติดตาม ประเมินผล และแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น
3. ควรจัดเจ้าหน้าที่อบรมให้ความรู้แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมประเมินผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบล เปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบล มากขึ้นกว่าเดิม เพิ่มช่องทางการประเมินผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ให้ครอบคลุมทุกภาคส่วนของสังคมมากยิ่งขึ้น
4. ควรจัดให้พนักงานเทศบาลได้มีการศึกษาดูงานข้อมูลระบบสารสนเทศขององค์กรอื่น ๆ มีความเข้าใจในเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ มากขึ้น ให้พนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล เร่งพัฒนาข้อมูล ข่าวสาร ระบบสารสนเทศให้มีความถูกต้องเป็นปัจจุบัน และจัดทำฐานข้อมูลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ควรจัดให้มีการศึกษาดูงานของกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่สามารถให้พนักงานทุกท่านปฏิบัติงานได้อย่างเต็มเวลา หรือจัดหน่วยงานควบคุม กำกับให้พนักงานทุกท่านปฏิบัติงานอย่างเต็มเวลา

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงศ์ อรุณพิพัฒน์. (2556). *หลักธรรมาภิบาลกับการบริหารจัดการรัฐวิสาหกิจ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2550). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารราชการแนวใหม่*. กรุงเทพฯ: วิชั่น พรินท์ แอนด์ มีเดีย.
- บรรศักดิ์ อวรรณโณ. (2542). *การสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมมจิตโต). (2550). *พุทธวิธีการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาสมพงษ์ ชนุตตโม (อ่อนสุข). (2556). *การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พิชญาสินี จิตติพิชญานันท์. (2559). *ประสิทธิภาพการบริหารงานคลังท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาล กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนจังหวัดอำนาจเจริญ* (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไพฑูรย์ สุขผลานันท์ (2558). *การศึกษาสภาพการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- มานา อัมมอดม. (2558). *การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542. (2542, 30 มิถุนายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 116 ตอนที่ 63 ง. หน้า 26-27.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2554). *คู่มือคำอธิบายตัวชี้วัดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ* ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2555). *หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.

สุภัทรมาศ จริยเวชวัฒนา. (2557). *การบริหารจัดการเทศบาลตามหลักธรรมาภิบาลกรณีศึกษาเทศบาลตำบลบ้านฉาง* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์). มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุรัส ราชกุลชัย. (2547). *การวางแผนและการควบคุมทางการบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Boutros-Ghali, Boutros. (2000). "An Agenda for Democratization" in *Global Democracy*. Barry Holden (ed.). New York: Routledge.

Diamond, Peter. A. (1998). Optimal Income Taxation: An Example with a U-Shaped Pattern of Optimal Marginal Tax Rates. *The American Economic Review*, 88(1), 83-95.

Robert A, Dahl. (2000). *On Democracy*. New Haven and London: Yale University.

การนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด
อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

The Implementation of Good Corporate Governance Policies in the Pak
Kret Municipality Pak Kret District, Nonthaburi Province

สุวรรณี กิรหัท¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ สูดาวรรณ สมใจ³

Suwannee Kirahat¹, Chandej Charoenwiryakul² and Sudawan Somjai³

^{1,2,3}หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1,2,3}Master of Arts Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: suwanneeki@hotmail.com¹

Received: 2021-10-14; Revised: 2021-12-25; Accepted: 2021-12-26

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติกับปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการ พนักงานเทศบาล ลูกจ้างประจำ และพนักงานงานจ้าง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 310 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ T-test และ F-Test ผลการวิจัย พบว่า 1) การนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านหลักความคุ้มค่า รองลงมา ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักนิติธรรม และด้านหลักการมีส่วนร่วม ตามลำดับ และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในเรื่อง สถานภาพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การนำนโยบายไปปฏิบัติ, การบริหาร, เทศบาล

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of the implementation of good corporate governance policy in Pak Kret Municipality, Pak Kret District, Nonthaburi Province, and 2) to compare the implementation of good corporate governance policy with personal factors. This research is quantitative. The population used in the research were

government officials, municipality employees, permanent employees and employment workers. The samples were 310 persons. The instrument used to collect the data was a questionnaire. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation- the difference test by using T-test and F-test statistics. The results showed that 1) the implementation of good policy for public administration in Pak Kret Municipality, Pak Kret District, Nonthaburi Province as a whole was at a high level. All elements were at a high level in descending order when considering each aspect. For example, the principal value aspect followed by the moral principle, the responsibility principle, the principle of transparency, the rule of law, and the participation principle, respectively, and 2) the differences in status were statistically different at 0.05 level.

Keywords: Policy Implementation, Administration, Municipality

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2550 บัญญัติไว้ใน หมวด 14 การปกครองส่วนท้องถิ่น มาตรา 281 มาตรา 283 มาตรา 287 มาตรา 289 มาตรา 290 ได้กำหนดแนวนโยบายด้านการบริหารราชการแผ่นดิน ที่ให้กระจายอำนาจการบริหารราชการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพึงตนเองและตัดสินใจในกิจการของท้องถิ่นได้เอง ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ พัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นและระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ รวมถึงการจัดระบบงานราชการ และงานของรัฐอย่างอื่น เพื่อให้การจัดทำและการให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 กำหนดหน้าที่การให้บริการสาธารณะ ที่ถ่ายโอนจากส่วนราชการต่าง ๆ ที่ภารกิจนั้น ๆ เป็นนโยบายของรัฐบาลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการถ่ายโอนอำนาจและหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะและเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้พัฒนาท้องถิ่นเพื่อให้สามารถจัดบริการสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่ระบุไว้ในกฎหมายกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ รัฐมอบอำนาจหน้าที่บางอย่างในการทำบริการสาธารณะ ซึ่งเจ้าหน้าที่ของราชการบริหารส่วนกลางเป็นผู้ดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นให้ท้องถิ่นรับไปดำเนินการด้วยงบประมาณ และเจ้าหน้าที่ของท้องถิ่นเองซึ่งเทศบาล ถือว่าเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นรุ่นแรกสุดในสมัยการปกครองในระบอบประชาธิปไตยคือ มีการตราเป็นพระราชบัญญัติเทศบาลเมือง พ.ศ. 2476 และมีการตั้งชุมชนเมือง 44 แห่งขึ้นเป็นเทศบาลครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2496 หลังจากนั้นก็ได้มีการตั้งเทศบาลเพิ่มขึ้น และมีการตราพระราชบัญญัติเทศบาลอีกครั้งใน พ.ศ. 2496 จากนั้นก็ได้มีการปรับปรุงแก้ไขไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงปัจจุบัน เทศบาลจึงเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นของภาครัฐที่จะต้องนำนโยบายการให้บริการสาธารณะที่ถ่ายโอนจากส่วนราชการต่าง ๆ ไปปฏิบัติตามอำนาจหน้าที่ของเทศบาลที่จะต้องจัดทำภายในเขตเทศบาลของตน (สมชาย พงษ์พัฒนาศิลป์ และเผ่าพันธ์ ขอบน้ำตาล, 2552)



อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงที่พบ มีความไม่ชัดเจนและปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับการถ่ายโอนภารกิจ และพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บางแห่งยังไม่มีความพร้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดเล็ก ในปัจจุบันการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังขาดการเอาใจใส่แม้ว่าจะมีการออกกฎหมายหรือพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นยังถูกหมกเม็ดจากนักการเมืองท้องถิ่นขาดการบริหารจัดการและขาดการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง นโยบายการกระจายอำนาจมีบทบาทสำคัญและส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของประชาชน เนื่องจากประชาชนเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ทั้งทางบวกและทางลบซึ่งเทศบาลสามารถที่จะเลือกตัวแบบในการนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้ประสบผลสำเร็จได้เพราะตัวแบบจะเป็นการแสวงหาวิธีการและแนวทางเพื่อปรับปรุงนโยบายแผนงานและการปฏิบัติให้ดีขึ้นโดยตัวแบบทางด้านการจัดการ (Management Model) ตั้งอยู่บนแนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีองค์การเน้นให้ความสนใจไปที่สมรรถนะขององค์การเพราะเชื่อว่าความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ขึ้นอยู่กับองค์กรที่รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ และกอบกุล ราชะนาคร, 2552)

สรุปได้ว่าเทศบาลเป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่นหน่วยงานหนึ่งของรัฐบาล ที่ต้องนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดบริการสาธารณะไปปฏิบัติ ในเขตเทศบาลตำบล เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามที่รัฐบาลมุ่งหวังไว้ แต่การนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดบริการสาธารณะไปปฏิบัติ หรือแม้แต่นำนโยบายอื่น ๆ ไปปฏิบัติของเทศบาลที่ผ่านมา ยังไม่เกิดผลสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติอย่างจริงจัง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติกับปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน โดยศึกษาหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 6 หลักการ คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบต่อสังคม และหลักความคุ้มค่า ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 เก็บข้อมูล อยู่ในช่วงเดือนมีนาคม – เดือนพฤษภาคม 2563

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ

เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ (2557) กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นกระบวนการหลังจากที่กฎหมายผ่านสภาหรือนโยบายได้รับอนุมัติ เป็นกิจกรรมของการนำนโยบายที่อยู่ในรูปของกฎหมาย นโยบายระเบียบคำสั่งหรือรูปแบบอื่น ๆ ไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นกระบวนการที่อยู่ระหว่างการก่อรูปนโยบายและผลลัพธ์ อย่างไรก็ตาม การนำนโยบายไปปฏิบัติจริงนั้นอาจไม่ตรงกับที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของนโยบาย เพราะการปฏิบัติ

จริงขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่แน่นอนและควบคุมไม่ได้จำนวนมาก เช่น จำนวนหน่วยงาน ผลประโยชน์ของหน่วยงาน และผลประโยชน์ ส่วนตัวของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนทรัพยากร และความสนับสนุนของฝ่ายต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ยิ่งไปกว่านั้นนโยบายอาจล้มเหลวมาตั้งแต่ตอนคิดหรือก่อรูปนโยบายก็ได้ การที่นำนโยบายไปปฏิบัติมีความไม่แน่นอนนี้เองที่นักวิชาการหลายคนมองว่าเป็นการเมืองหรือมีการเมืองอยู่ในนั้น สืบเนื่องจากการเกิดความขัดแย้ง การแสวงหาความร่วมมือ การต่อรองและการต่อสู้เพื่อแย่งชิงทรัพยากรจากนโยบาย อนึ่ง การนำนโยบายไปปฏิบัตินี้อาจมองจากข้างบนลงล่าง หรืออาจมองจากพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติระดับล่างเป็นหลัก หรือมองทั้งสองแบบ

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2552) ได้จำแนกวงจรนโยบายออกเป็น 3 ขั้นตอน ใหญ่ ๆ คือ

ขั้นแรก การกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) เป็นขั้นตอนของการระบุประเด็นปัญหาการพัฒนาทางเลือก และการเสนอทางเลือก

ขั้นที่สอง การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy Implementation) เป็นการแปลความนโยบายการรวบรวมทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง การวางแผนงาน การจัดองค์การและการดำเนินงาน

ขั้นที่สาม การประเมินผล (Policy Evaluation) เป็นการตรวจสอบผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ หากไม่ได้ผลก็จะยกเลิก หรือหากมีข้อผิดพลาดหรือเกิดผลกระทบ (Impacts) ในด้านลบก็จะทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนโยบายเสียใหม่

ดังนั้น ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติในเบื้องต้นจึงขึ้นอยู่กับความชัดเจนของเป้าหมาย และการที่หน่วยงานที่รับผิดชอบในการแปลงนโยบายมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบาย ตลอดจนให้ความร่วมมือกับฝ่ายการเมืองและมีความจริงใจที่จะนำนโยบายนั้นไปปฏิบัติเพียงใด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี

สนอง วรอุไร (2556) ได้ให้ความหมาย ธรรมาภิบาล หมายถึง การเอาธรรมะมาคุมครองใจเพราะใจเป็นนาย กายเป็นบ่าวรับใช้จิตพฤติกรรมทั้งหลาย (คิดพูดทำ) ล้วนสำเร็จด้วยจิตหรือใจ “ธรรมาภิบาล” ประกอบด้วยคำว่า “ธรรมะ” และ “อภิบาล” หมายถึง การปกครองด้วยคุณความดีเรานำธรรมะข้อใดมาปกครองคุมครองรักษาใจเพื่อให้ชีวิต มีแต่ความเจริญอยู่เดียวไม่ทำให้ชีวิตพบกับ ความวิบัติหรือตกต่ำ

สรุปได้ว่า การบริหารกิจการที่ดี หมายถึง แนวทางสำคัญในการจัดระเบียบให้สังคมรัฐภาคธุรกิจเอกชนและภาคประชาชน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่จะช่วยพัฒนาสังคมทั้งระบบ ให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ สามารถ อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขมีความรู้รักสามัคคีและร่วมกันเป็นพลังก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป็นส่วนเสริมความเข้มแข็งหรือสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประเทศ

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2552) ได้กล่าวถึง ตัวชี้วัดการบริหารจัดการที่เรียกว่าแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน เป็นตัวชี้วัดการบริหารจัดการตามพระราชบัญญัติว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ประกอบด้วยตัวชี้วัดหลัก 7 ด้าน ได้แก่ (1) การบริหารราชการเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชนให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การบริหารราชการเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ (3) การบริหารราชการอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ ความคุ้มค่าในที่นี้ให้หมายความถึงประโยชน์ทางสังคมและประโยชน์ ซึ่งไม่อาจคำนวณเป็นตัวเงินได้ด้วย (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการหรือหน่วยงาน (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติราชการ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ได้แก่ ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 (มาตรา 3/1) และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ผู้วิจัยได้นำแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ 2 ด้าน คือ ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน และการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน เนื่องจากเป็นด้านปฏิบัติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้าราชการ พนักงานเทศบาล ลูกจ้างประจำ และพนักงานงานจ้าง จำนวน 1,365 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานเทศบาล ลูกจ้างประจำ และพนักงานงานจ้าง จำนวน 310 คน โดยการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) วิธีในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1967) ที่ความคลาดเคลื่อน (e) 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) การวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กำหนดการแปลความหมายของความคิดเห็น โดยใช้เกณฑ์ของเบสต์ (Best, 1981) ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ T - test, F - Test

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง 310 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.4) มากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี (ร้อยละ 29.7) รองลงมา 41 – 50 ปี อายุ 18 – 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 49.4) รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด (ร้อยละ 42.6) รองลงมา สถานภาพสมรส และสถานภาพหม้าย/ร้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 32.9) รองลงมา รายได้ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 21,001 – 25,000 บาท รายได้ 25,001 – 30,000 บาท รายได้สูงกว่า 30,000 บาท และรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

การนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักการมีส่วนร่วม ด้านหลักความรับผิดชอบ และด้านหลักความคุ้มค่า ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 1 การนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยภาพรวม

โดยภาพรวม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านหลักนิติธรรม	3.87	0.56	มาก
2. ด้านหลักคุณธรรม	3.90	0.56	มาก
3. ด้านหลักความโปร่งใส	3.88	0.58	มาก
4. ด้านหลักการมีส่วนร่วม	3.74	0.49	มาก
5. ด้านหลักความรับผิดชอบ	3.89	0.53	มาก
6. ด้านหลักความคุ้มค่า	3.97	0.69	มาก
รวม	3.87	0.37	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านหลักความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.69$) รองลงมา ด้านหลักคุณธรรม ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.56$) ด้านหลักความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.53$) ด้านหลักความโปร่งใส ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 0.58$) ด้านหลักนิติธรรม ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.56$) และด้านหลักการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 0.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบการนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	0.874	3	0.291	1.096	0.10
	ภายในกลุ่ม	42.525	306	0.139		
	รวม	43.399	309			
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	0.552	2	0.276	1.076	0.14
	ภายในกลุ่ม	42.847	307	0.140		
	รวม	43.399	309			
สถานภาพสมรส	ระหว่างกลุ่ม	0.817	2	0.408	2.944	0.05*
	ภายในกลุ่ม	42.582	307	0.139		
	รวม	43.399	309			
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	1.264	5	0.253	1.824	0.10
	ภายในกลุ่ม	42.135	304	0.139		
	รวม	43.399	309			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติ โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม อายุ การศึกษา รายได้ มีความคิดเห็นต่อการนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านหลักความคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักนิติธรรม และด้านการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านหลักนิติธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย การปฏิบัติงานตามขอบเขตและอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การปฏิบัติงานโดยยึดหลักกฎหมายและความถูกต้องชอบธรรมเสมอ การปฏิบัติงานโดยตระหนักถึงจรรยาบรรณของข้าราชการเสมอ การปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยยึดหลักการทำงานที่ถูกต้องชอบธรรม การปฏิบัติงานรวดเร็ว บางครั้งท่านสามารถปฏิบัติงานตามระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ได้ ตามความเหมาะสมและตามสถานการณ์ และการให้คำปรึกษา และแนะนำประชาชนอย่างถูกต้องและเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโยชิตา นิเมตโกคานันท์ (2555) ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสำเร็จของการนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดบริการสาธารณะไปปฏิบัติ ในเขตเทศบาลตำบล อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสำเร็จในการนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดบริการสาธารณะไปปฏิบัติในทุกคนอยู่ในระดับมากมีการนำนโยบายด้านโครงสร้างไปปฏิบัติมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่ และน้อยที่สุดคือ ด้านงบประมาณ ตามลำดับ และผลสำเร็จในการนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดบริการสาธารณะไปปฏิบัติในภาพรวมอยู่ในระดับมาก นโยบายที่มีผลสำเร็จมากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต รองลงมาคือ ด้านการจัดระเบียบสังคมและรักษาความเรียบร้อย และน้อยที่สุดคือ ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุนพาณิชยกรรมและการท่องเที่ยว ตามลำดับ 2) สมรรถนะองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับผลสำเร็จในการนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดบริการสาธารณะไปปฏิบัติ ในเขตเทศบาลตำบล อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย ด้านโครงสร้าง ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่ และ ด้านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ ในภาพรวมมีด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูง และมีคนโครงสร้างและด้านงบประมาณ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ด้านหลักคุณธรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย การชอบทำงานแบบมีส่วนร่วม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ไม่เคยประพฤติตนในทางเสื่อมเสียต่อตนเองและสำนักงาน การเป็นผู้ที่มีวาจา กริยาท่าทางที่สุภาพ และการวางตัวที่เหมาะสม การมีความขยันหมั่นเพียร อดทน ต่อภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ การเป็นผู้มีความเสียสละเวลาส่วนตัวเพื่อประโยชน์ส่วนรวม จำเป็นต้องปฏิบัติงานตามแผนงานหรือนโยบายของผู้บริหารที่เป็นไปตามกฎหมายและตามระเบียบที่ถูกต้อง และการเป็นผู้มีจิตสำนึกในภาระหน้าที่ความ

รับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพิสมัย คูศรีพิทักษ์ (2553) ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นของผู้บริหารเทศบาลและพนักงานเทศบาลสายปฏิบัติต่อการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความคิดเห็นของผู้บริหารเทศบาลและพนักงานเทศบาลสามารถปฏิบัติ ต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลและพนักงานเทศบาล โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลและพนักงานเทศบาล ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านหลักความคุ้มค่าและด้านการเงินและการคลัง มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) การเปรียบเทียบความคิดเห็นการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลและพนักงานเทศบาล ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานต่างกันโดยรวมไม่แตกต่างกัน 6) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเทศบาล โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 7) แนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน พบว่า การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลที่ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงาน คือ ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านหลักความคุ้มค่า และประสิทธิผลการปฏิบัติงานที่ควรนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงาน คือ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริหารงานการเงินและการคลัง

3. ด้านหลักความโปร่งใสอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย การจัดทำประกาศผลการปฏิบัติงานหรือผลการดำเนินงานให้ประชาชนทราบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การจัดทำระบบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเป็นธรรมสามารถตรวจสอบได้ การจัดทำรายงานผู้บริหารทุกครั้งที่เกี่ยวข้องปัญหาอุปสรรคในการทำงาน การเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก และการมีผังการปฏิบัติงานตามระเบียบที่ถูกต้องชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวิมล รักดีปัญญา (2553) ผลการวิจัยพบว่า 1) บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลโดยรวม และจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และประเภทของบุคลากร ส่วนใหญ่เห็นว่าการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านหลักความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านหลักการมีส่วนร่วม ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักคุณธรรม และด้านหลักความคุ้มค่า และมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านหลักความโปร่งใส 2) บุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร และระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน เห็นว่าการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

4. ด้านหลักการมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำนักงานจัดขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การขอทำงานเป็นทีมมากกว่าการทำงานคนเดียว การมีส่วนร่วมในการวางแผน กำหนดนโยบาย ระเบียบข้อบังคับ ของสำนักงานเสมอ การมีส่วนร่วมในการเสนอแนะ ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อสำนักงานเสมอ

และการเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานด้วยความจริงใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจตุพร พิริยวิรุฒม์ (2555) ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลสำเร็จในการนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติของเทศบาล ตำบล ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการนํานโยบายการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านนิติธรรม ด้านความโปร่งใส ด้านความรับผิดชอบ ด้านคุณธรรม และด้านความคุ้มค่า อยู่ในระดับมาก 2) สมรรถนะขององค์กร ประกอบด้วย ปัจจัยโครงสร้าง ปัจจัยบุคลากร ปัจจัยงบประมาณ ปัจจัยสถานที่ และปัจจัยวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ มีความสัมพันธ์กับผลสำเร็จ ในการนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีในภาพรวมไปปฏิบัติ โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ และด้านวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทาง เดียวกันในระดับสูง และด้านโครงสร้างและด้านสถานที่ มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ด้านหลักความรับผิดชอบต่ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย การยึดมั่นในหลักจรรยาวิชาชีพขององค์กรต่อการรักษา ความลับของ หน่วยงานราชการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด ถูกต้อง รวดเร็ว การรักษาทรัพย์สินของทางราชการเพียงใด การเป็นผู้มีความขยันหมั่นเพียร อุทิศตนในการปฏิบัติงาน อย่างเต็มกำลังความสามารถ และการตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยความถูกต้องเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมพร วัชรภูษิต (2553) ผลการวิจัยพบว่า 1) ศึกษาสภาพการปฏิบัติงาน ของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาสภาพการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความ คุ้มค่า และหลักการมีส่วนร่วม ตามลำดับ หลักความรับผิดชอบต่ออยู่ในระดับน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการ ปฏิบัติงานยังไม่เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล 2) พัฒนาและปฏิบัติการกระบวนการจัดการความรู้ (KM) ผลการ ปฏิบัติการพัฒนากระบวนการจัดการความรู้การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลโดยนำมาทดลองใช้กับกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 50 คน ดำเนินการประชุม เชิงปฏิบัติการ ด้วยเทคนิคการจัดการความรู้ ผลการวิจัยการจัดการความรู้ กำหนดเป็นแก่นความรู้ ดังนี้ ด้านความโปร่งใส การวางแผน ความรับผิดชอบ ความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ การแก้ปัญหา และความ ร่วมมือ/ประสานงาน การประเมินตนเองจะมีการประเมินตนเองอยู่ที่ระดับ 1, 2 และ 3 ซึ่งเป็นระดับน้อย ที่สุดถึงระดับปานกลาง เป็นเกณฑ์ที่ต้องมีการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการปฏิบัติงานตามหลัก ธรรมาภิบาลให้มีการดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางไว้ในอนาคตที่ระดับ 4 และ 5 จึงกำหนดเป้าหมายและ แนวทางปฏิบัติงานร่วมกัน คือในการปฏิบัติงานต้องมีการประชุมวางแผนในการดำเนินงาน นัดแนะทำความเข้าใจในการปฏิบัติงานให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเสมอภาคกัน มีการ ประสานงานให้การปฏิบัติงานมีความเชื่อมโยง สละเวลา และมีความพร้อมใช้วัสดุ-อุปกรณ์สำนักงานให้เกิด ประโยชน์สูงสุดและประหยัดที่สุด และใช้เวลาในการทำงานอย่างคุ้มค่า

6. ด้านหลักความคุ้มค่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย การจัดทำแผน กำหนดเป้าหมาย และมาตรฐานการทำงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดในการปฏิบัติงานในสำนักงาน การใช้วัสดุ สำนักงานโดยคำนึงถึงการประหยัดคุ้มค่า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน และการปฏิบัติ

ตามนโยบายหรือมาตรการประหยัด ประหยัดพลังงานเพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอนิรุทธ์ แดงหยง (2554) ผลการวิจัยพบว่า 1) การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และจำแนกเป็นรายด้านพบการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากร พบว่าการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ด้านหลักคุณธรรม การปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านหลักนิติธรรม รองลงมา คือ ด้านหลักความคุ้มค่า รองลงมา คือ ด้านหลักความรับผิดชอบ การปฏิบัติงานอยู่ในระดับน้อย 2 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านหลักความโปร่งใส รองลงมา คือ ด้านหลักการมีส่วนร่วม 2) การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มี เพศ และกลุ่มงาน แตกต่างกัน มีการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลไม่แตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับ .05 3) ข้อเสนอแนะ มหาวิทยาลัยควรมีการปรับปรุงระเบียบเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารงาน ระเบียบที่บังคับใช้ควรมีความชัดเจนมากกว่านี้ มหาวิทยาลัยควรมีการประชาสัมพันธ์หลักเกณฑ์การพิจารณาความดีความชอบ และการประเมินผลงานอย่างทั่วถึง การปฏิบัติงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างควรมีความโปร่งใสมากกว่านี้ การรับบุคลากรเข้าทำงานควรมีความโปร่งใสมากกว่านี้ ควรมีการประชุมพนักงานเจ้าหน้าที่อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ควรสนับสนุนให้บุคลากรมีความรับผิดชอบในหน้าที่ให้มากกว่านี้ ควรจัดส่วนงานให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความเป็นจริง ควรสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และควรมีการใช้จ่ายงบประมาณให้ประหยัดและคุ้มค่า

7. ผลการทดสอบสมมติฐาน การนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติในเขตเทศบาลนครปากเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน การเปรียบเทียบระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน กับการนํานโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติ ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักการมีส่วนร่วม และด้านหลักความรับผิดชอบ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านหลักนิติธรรม และด้านหลักความคุ้มค่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมยุรี อุยะเอก (2558) ผลการวิจัยพบว่า 1) การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$; S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาล อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านหลักคุณธรรม ($\bar{X} = 3.62$; S.D. = 0.41) ด้านหลักการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.59$; S.D. = 0.36) ด้านหลักความโปร่งใส ($\bar{X} = 3.57$; S.D. = 0.38) และด้านหลักนิติธรรม ($\bar{X} = 3.56$; S.D. = 0.39) และระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านหลักความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 3.37$; S.D. = 0.28) และด้านหลักความคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.32$; S.D. = 0.30) 2) ผลการเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตาม องค์การบริหารส่วนตำบลที่สังกัด และตำแหน่งงาน พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลที่สังกัดต่างกัน และตำแหน่งงานต่างกันมีระดับการปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ทั้งโดยรวมและรายด้านต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. หลักนิติธรรม การปฏิบัติงานตามขอบเขตและอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยยึดหลักการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณของข้าราชการอย่างเคร่งครัด เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง การให้บริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ แต่ควรให้ความอนุเคราะห์แก่ผู้สูงอายุและผู้พิการ
2. หลักคุณธรรม จัดอบรมสัมมนาเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อสร้างจิตสำนึกในการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาแผนงาน ซึ่งจะช่วยให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานของหน่วยงาน
3. หลักความโปร่งใส จัดทำประกาศผลการปฏิบัติงานหรือผลการดำเนินงานให้ประชาชนทราบ จัดทำระบบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเป็นธรรม สามารถตรวจสอบได้ จัดทำรายงานผู้บริหารทุกครั้งที่ประสบปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงาน เช่น จัดทำบอร์ดประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการดำเนินการ จัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นจริง และสามารถตรวจสอบได้
4. หลักความมีส่วนร่วม จัดทำโครงการหรือกิจกรรม เพื่อสร้างความสามัคคีในหน่วยงาน เช่น กิจกรรมปลูกป่าเพื่อเทิดพระเกียรติฯ การแข่งขันกีฬาประจำปี การจัดประชุมประจำเดือน การจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิต การจัดทำกิจกรรม 5ส
5. หลักความรับผิดชอบ ปลูกจิตสำนึกความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ไม่นำทรัพย์สินของทางราชการมาใช้ประโยชน์ส่วนตัว เช่น ยานพาหนะ วัสดุสำนักงาน
6. หลักความคุ้มค่า ต้องจัดทำแผน กำหนดเป้าหมาย และมาตรฐานการทำงาน การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน โดยการปรับปรุงและพัฒนาอุปกรณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานได้อย่างเหมาะสม และการใช้วัสดุสำนักงาน ต้องคำนึงถึงความประหยัดและคุ้มค่า

เอกสารอ้างอิง

- จตุพร พิริยวิรุฒม์. (2555). การนำนโยบายการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีไปปฏิบัติของเทศบาลตำบลในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ และกอบกุล รายนะคร. (2552). การขับเคลื่อนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการจัดการสาธารณะที่ดี. กรุงเทพฯ: ทิควีพี.
- พิสมัย คูศรีพิทักษ์. (2553). การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดสกลนคร (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- มยุรี อุษะเอก. (2558). การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โยชิตา นิमितโกนันทน์. (2555). การนำนโยบายการกระจายอำนาจทางการจัดการสาธารณะไปปฏิบัติในเขตเทศบาลตำบล อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี. (2542). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 116 ตอนที่ 63 ง. หน้า 24-31.

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2557). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.

วรเดช จันทรศร. (2551). ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: พริกหวาน กราฟฟิค.

วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2552). การบริหารจัดการของหน่วยงานของรัฐ : การวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวชี้วัด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โพเพช.

ศิริรัตน์ ชุณหคล้าย. (2549). การบริหารจัดการสมรรถนะในองค์กร. วารสารดำรงราชานุภาพ, 6 (20), 20-50.

ศิริวิมล ภักดีปัญญา. (2553). การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่อำเภอเบรบือ จังหวัดมหาสารคาม (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศุภชัย ยาวะประภาษ. (2552). นโยบายสาธารณะ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สนอง วรอุไร. (2556). จริยธรรมสำหรับผู้บริหารและธรรมาภิบาล. สมุทรปราการ: ชุมทองอุตสาหกรรมและการพิมพ์.

สมชาย พงษ์พัฒนาศิลป์ และเผ่าพันธุ์ ขอบน้ำตาล. (2552). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2550. กรุงเทพฯ: เจริญรัฐการพิมพ์.

สมพร วัชรภูษิต. (2553). พัฒนาระบบการจัดการความรู้การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุราษฎร์ธานี (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

อนิรุทธิ์ แดงหยง. (2554). การปฏิบัติงานตามหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Best, J. W. (1981). *Research in education* (3rd ed.). Englewood cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd Edition. New York: Harper and Row.

ผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว
อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี

Achievement of People Participation in the Administration of Bayao
Subdistrict Municipality Wang Sam Mo District Udon Thani Province

สุรศักดิ์ อุดมศิลป์¹ และ ชาญเดช เจริญวิริยะกุล²

Surasak Udomsilp¹ and Chandej Charoenwiriyaikul²

^{1,2}มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1,2}Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: noppawan.jdar@gmail.com¹

Received: 2021-11-22; Revised: 2021-12-25; Accepted: 2021-12-26

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน 3) เพื่อเสนอแนวทางการกระบวนกรมีส่วนร่วมในการบริหารเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี จำนวน 381 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติพรรณนา การทดสอบค่า t และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการติดตามข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนา การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก 2) ประชาชนโดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่าผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการปรับปรุงระบบการบริหารงานและการพัฒนางานของเทศบาลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น 3) การมีส่วนร่วมในการบริหารงานทั้ง 4 ข้อ เปรียบเทียบตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันนั้นค่า Sig ที่ได้มากกว่า 0.05 การติดตามข้อมูลข่าวสาร การวางแผนการพัฒนา การบริหารงาน และการตรวจสอบการบริหารงาน ไม่แตกต่างกัน ($p > .05$)

คำสำคัญ: ผลสัมฤทธิ์, การมีส่วนร่วมของประชาชน, การบริหารงาน

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the achievement of people's participation in the administration of the Bayao Subdistrict Municipality, Wang Sam Mo District, Udon Thani Province. 2) to compare the achievement of the involvement of the people with gender, age, educational level. 3) to propose guidelines for participation in the administration of Bayao Sub-District Municipality, Wang Sam Mo District, Udon Thani Province. The population in this study was 381 people living in Bayao Subdistrict Municipality in Wang Sam Mo District, Udon Thani Province. The instrument was a questionnaire. The statistics were descriptive, t-test, and one-way analysis of variance.

The results showed that: 1) the achievement of people's participation in the administration of Bayao Subdistrict Municipality, Wang Sam Mo District Udon Thani Province as a whole was at a high level, and when considering each aspect, it found that participation. In information tracking at a high level followed by participation in development planning. The participation in the administration and participation in the administrative audit was at a high level. 2) The people and each aspect classified by sex, age, status, educational level, and occupation differed. The participation in the administration of Bayao Sub-district Municipality, Wang Sam Mo District, Udon Thani Province was no different. Which can use the research results to improve the administration system and the municipality's development to be more efficient and practical 3) Participation in the administration of all four items by gender, age, status, education level, and different occupations, the Sig value is more significant than 0.05. Development planning Administration and administrative audits are no different. ($p > .05$).

Keywords: Achievement, Public Participation, Administration

บทนำ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2475 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงการปกครองของประเทศไทยจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ที่ให้สิทธิเสรีภาพแก่ประชาชนในการมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศภายใต้กฎหมายสำคัญสูงสุด ที่เรียกว่ารัฐธรรมนูญ และในระบอบประชาธิปไตยที่สมบูรณ์นั้นการกระจายอำนาจจากส่วนกลาง ให้ประชาชนในท้องถิ่นต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารท้องถิ่นของตนเองนั้นนับว่าเป็นเรื่องจำเป็นและมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อพื้นฐานในการปกครองระบอบประชาธิปไตย ซึ่งกระแสการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็ว โดยผลักดันให้รัฐบาลต้องกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น จึงเกิดองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 การออกกฎหมายรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ที่ส่งเสริมให้ท้องถิ่นมีอิสระมากยิ่งขึ้น การออกพระราชบัญญัติกำหนดแผน



และขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 โดยส่งผลให้ประชาชนได้มีโอกาสปกครองตนเองในระดับท้องถิ่น และมุ่งเน้นให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมมากขึ้น (นิมิตร สุขแยง, 2549)

การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหลักสากลที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญและจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย กฎหมายรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นกติกาสถาบันสูงสุดของประเทศสะท้อนเจตนารมณ์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจนรวมถึงการปฏิรูปการบริหารงานภาครัฐภายใต้แนวคิดการบริหารภาครัฐแบบมีส่วนร่วม (Participatory Governance) และแนวคิดธรรมาภิบาล (Good Governance) ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหัวใจหรือเป็นองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ การปกครองท้องถิ่น คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนปกครองตนเอง หรือกำหนดวิถีชีวิตและอนาคตของชุมชน โดยคนในชุมชน ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงเป็นความจำเป็น ดังเห็นได้ว่าการกำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่น และสมาชิกสภาท้องถิ่นต้องเป็นตัวแทนของประชาชนซึ่งมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานและตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายในการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ตรงจุด แก้ปัญหาได้รวดเร็ว สร้างความโปร่งใส รวมทั้งเป็นวิธีการที่ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ความเป็นเจ้าของชุมชน และเสริมสร้างประชาธิปไตยท้องถิ่น (อรรถัย กักผล, 2552)

ดังนั้น การเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วขององค์การบริหารส่วนตำบลเป็นเสมือนการกระจายอำนาจการปกครองของรัฐบาล ประกอบกับกระแสการเรียกร้องให้ประชาชนมีสิทธิเลือกรูปแบบการปกครองที่เหมาะสมกับท้องถิ่น มีงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ทั้งรูปแบบการพัฒนาการบริหาร การจัดการ ที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารและการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของคนในท้องถิ่น และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมรวมทั้งสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เกิดความรักความผูกพันและสร้างความสนใจในปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งตระหนักถึงแนวทางในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นตนเอง (นิมิตร สุขแยง, 2549)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสนใจศึกษาผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอสว่างสามหมอก จังหวัดอุดรธานี ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานการปกครองส่วนท้องถิ่น และเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงวิธีการพัฒนาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอสว่างสามหมอก จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน
3. เพื่อเสนอแนวทางกระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอสว่างสามหมอก จังหวัดอุดรธานี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกัน
3. ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกัน
4. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกัน
5. ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานีแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเรื่องผลสัมฤทธิ์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี เป็นการศึกษาค้นคว้าเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี จำนวน 8,038 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี, 2561) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปได้จำนวน 381 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ Yamane (1967) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี และเก็บรวบรวมแบบสอบถามเมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาแล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำไปประมวลผลใช้การคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติพรรณนา การทดสอบค่า t และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ประพนธ์พงศ์ ชินพงษ์ (2551) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางการเปลี่ยนแปลง การเห็นพ้องต้องกันนั้นจะมีมากพอจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติการ กล่าวคือ ต้องเป็นการเห็นพ้องต้องกันของคนส่วนใหญ่ที่จะเข้าร่วม ปฏิบัติการนั้น และเหตุผลที่คนมาร่วมปฏิบัติการได้จะต้องตระหนักว่าการปฏิบัติการ ทั้งหมดโดยกลุ่มหรือในนามของกลุ่มหรือกระทำการผ่านองค์กร ดังนั้นองค์กรจะต้อง เป็นเสมือนตัวที่ทำให้การปฏิบัติการบรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ

ปรีดา เจษฎารางกุล (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเองเน้นการมีส่วนร่วม



เกี่ยวข้องอย่างแข็งขันกับประชาชนใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก่ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

พรณี กิจเจริญทรัพย์ดี (2550) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่าเป็นเรื่องที่บุคคล และกลุ่มคน เห็นพ้องต้องกันในเรื่องความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อตนเองและส่วนรวม ซึ่งแสดงออกในรูปแบบการตัดสินใจในการกำหนดวิถีชีวิตของคนอย่างเป็นตัวของตัวเอง

สรุป การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนได้รับโอกาสและได้ใช้โอกาสในลักษณะการทำงานร่วมกัน มีความต้องการร่วมกัน ทั้งทางด้านการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรมการร่วมกันรับผลประโยชน์ และการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนให้ดำเนินงานตามแผนหรือโครงการที่กำหนดไว้

องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม

หลักการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนของสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมกับภาครัฐ ซึ่งสามารถจะแบ่งระดับของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (การบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม, 2553)

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร (Inform) เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อยที่สุด แต่ถือว่าเป็นขั้นพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและมีความสำคัญมาก โดยหน่วยงานภาครัฐมีหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง ทันสมัย และประชาชนสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งเป็นสิทธิพื้นฐานของประชาชนในการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาระงานของภาครัฐ โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมในระดับนี้อยู่ในลักษณะการให้ข้อมูลทางเดียวจากภาครัฐสู่ประชาชน

2. การรับฟังความคิดเห็น (Consult) เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และแสดงความคิดเห็น รวมทั้งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินการ/การปฏิบัติงานของหน่วยงานของรัฐอย่างอิสระและเป็นระบบ โดยหน่วยงานภาครัฐจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และนำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และประเด็นที่ประชาชนเป็นห่วงไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงนโยบาย หรือพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานในหน่วยงาน และประกอบการตัดสินใจ โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมในระดับนี้ทำได้โดยการสำรวจความคิดเห็น การจัดเวทีสาธารณะ การเสวนากลุ่ม เป็นต้น

3. การเกี่ยวข้อง (Involve) เป็นลักษณะที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมหรือเกี่ยวข้องในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลระหว่างรัฐกับประชาชนอย่างจริงจัง และมีจุดมุ่งหมายชัดเจน โดยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การวางแผนงานโครงการ และวิธีการปฏิบัติงาน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ มีหน้าที่จัดระบบอำนวยความสะดวกและยอมรับการเสนอแนะ และมีการตัดสินใจร่วมกับภาคประชาชน การมีส่วนร่วมระดับนี้อาจดำเนินการในรูปแบบกรรมการที่มีตัวแทนภาคประชาชนเข้าร่วม

4. ความร่วมมือ (Collaboration) เป็นการให้ความสำคัญกับบทบาทของประชาชนในระดับสูง โดยมีเป้าหมายสำคัญอยู่ที่การเป็นหุ้นส่วนกับประชาชนในทุกขั้นตอนของการตัดสินใจ ตั้งแต่การระบุปัญหา พัฒนาทางเลือก และแนวทางแก้ไข รวมทั้งการเป็นภาคีในการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นการมีส่วนร่วม

ร่วมในระดับนี้ คือ การที่ภาครัฐสัญญากับประชาชนและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานร่วมกัน และนำแนวคิดใหม่ ๆ หรือข้อเสนอแนะของประชาชนมาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งความคิดเห็นของประชาชนจะสะท้อนออกมาจากผลของการตัดสินใจที่ค่อนข้างสูง โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมในขั้นนี้ เช่น คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน คณะที่ปรึกษาภาคประชาชน เป็นต้น

5. การเสริมอำนาจแก่ประชาชน (Empower) เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ประชาชนมีบทบาทในระดับสูงสุด โดยเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทในการเป็นผู้ตัดสินใจ ซึ่งผลการตัดสินใจมีผลผูกพันให้หน่วยงานภาครัฐจะต้องดำเนินการตามการตัดสินใจของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับสูงสุดนี้ เน้นให้ประชาชนมีบทบาทในการบริหารจัดการโดยเป็นผู้ดำเนินการกิจ และภาครัฐมีหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนเท่านั้น ประโยชน์ของการตัดสินใจในขั้นนี้ คือ การสร้างการเรียนรู้ ความเข้าใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน รูปแบบการมีส่วนร่วมในขั้นนี้ เช่น การลงประชามติเพื่อพิจารณาว่าควรมีการจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ของชุมชนหรือไม่ เป็นต้น

รูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ธนวัฒน์ คากีลานนท์ (2550) ได้อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคมและผลประโยชน์ส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชน

มณฑล จันท์แจ่มใส (2551) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมจะต้องมีขึ้น โดยตลอด ตั้งแต่ขั้นการร่วมวางแผนโครงการ การเสียสละกำลังแรงงาน วัสดุกำลังเงินหรือทรัพยากรใดที่มีอยู่

ประชุม สุวดีธิ (2551) กล่าวถึงเงื่อนไข ฐานของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาภาคพื้นฐานของประชาชน 4 ประการ คือ

1. ประชาชนต้องมีความสามารถที่จะมีส่วนร่วม กล่าวคือ ประชาชนจะต้องมีศักยภาพที่จะเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการค้นหาความต้องการ วางแผน จัดการ บริการองค์กรและการใช้ทรัพยากรในที่สุด

2. ประชาชนจะต้องมีความพร้อมที่จะมีส่วนร่วม กล่าวคือ ประชาชนต้องมีสภาพทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและกายภาพที่เปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วม

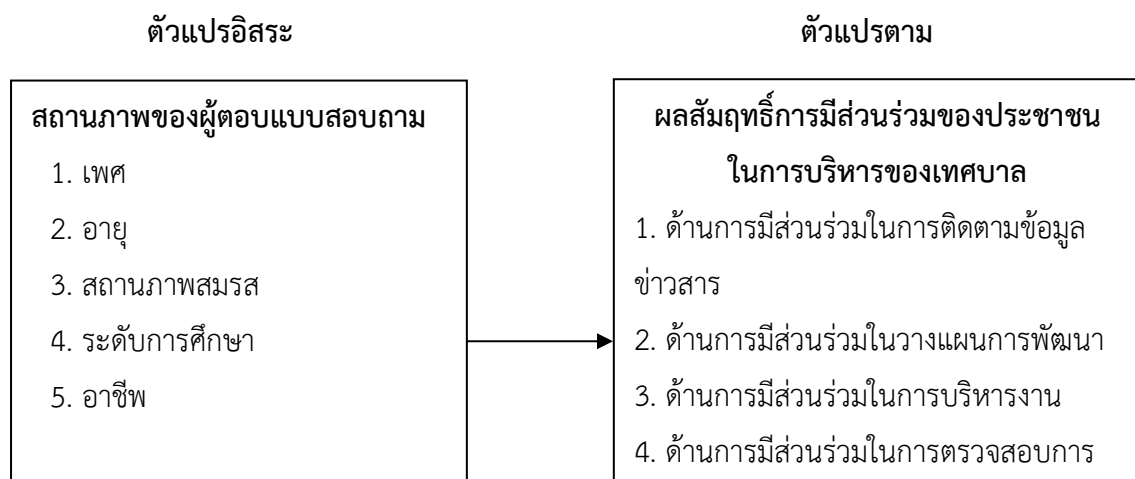
สุธี วรประดิษฐ์ (2553) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง เพื่อให้เกิดผลต่อความต้องการของกลุ่มคนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม ทั้งนี้ ในการที่จะ

ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั้น การจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึงวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี ทัศนคติของบุคคล เพื่อให้เกิดความสนใจเข้าร่วมกิจกรรม เพราะกลุ่มคนในชุมชนมีความแตกต่างกันในลักษณะส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจและการได้รับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนโดยสรุปมีขั้นตอนทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนคือ 1) การวิเคราะห์ สังเคราะห์ปัญหาของชุมชน 2) การวางแผนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิต 3) การกำหนดกิจกรรม 4) การดำเนินกิจกรรม และ 5) การประเมินผลกิจกรรม ซึ่งเป็นขั้นตอนของการเข้ามามีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญโดยใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลางโดยมีหน่วยงานภาครัฐคอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำหรืออำนวยความสะดวกเท่านั้น

สรุป จากแนวคิดข้างต้น การมีส่วนร่วมโดยเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และรวมถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนและตนเอง ในการพัฒนาหรือดำเนินการกิจกรรมต่าง ๆ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการสำรวจองค์ความรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ประชาชนของในเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.8) เพศหญิง (ร้อยละ 46.2) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี (ร้อยละ 56.1) สถานภาพสมรส พบว่าสมรสแล้ว (ร้อยละ 69.5) เป็นโสด (ร้อยละ 22.6) เป็นหม้าย หย่าร้าง (ร้อยละ 7.9) ระดับการศึกษาพบว่า จบระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพมากที่สุด (ร้อยละ 44.4) รองลงมาจบระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 37.3) จบปริญญาตรีน้อยที่สุด (ร้อยละ 7.0) ในด้านอาชีพประชาชนมีเกษตรกรมากที่สุด (ร้อยละ 57.5) รองลงมา เป็นเอกชน/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 23.6) รับราชการน้อยสุด (ร้อยละ 18.9) ตามลำดับ

2. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการติดตามข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนา

($\bar{X} = 3.84$) การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน ($\bar{X} = 3.81$) และการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) ตามลำดับ

2.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สนทนากับบุคคลอื่น ๆ เกี่ยวกับการบริหารงานของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมา ติดตามรับฟังหรืออ่านรายงานผลการดำเนินงานของเทศบาลตำบล ในรอบปีที่ผ่านมาอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สนใจติดตามเกี่ยวกับโครงการ/กิจกรรมของเทศบาลตำบลในการพัฒนาท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

2.2 ด้านการมีส่วนร่วมการวางแผนการพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่วนร่วมในการเสนอโครงการเพื่อบรรจุในแผนพัฒนาของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$) รองลงมา มีส่วนร่วมริเริ่มเสนอโครงการเพื่อพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เข้าร่วมประชุมในการตัดสินใจและให้ความเห็นชอบในโครงการ/กิจกรรมของแผนพัฒนาตำบลของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ

2.3 ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมตรวจสอบการเบิกจ่ายของเทศบาลส่วนตำบล ว่าถูกต้องเป็นไปตามระเบียบของการเบิกจ่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมา มีส่วนในการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานและพฤติกรรมของพนักงานและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ได้เข้าร่วมในการตรวจสอบโครงการ/กิจกรรมของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) ตามลำดับ

2.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการบริหารงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีส่วนในการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานและพฤติกรรมของพนักงานและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา ได้เข้าร่วมในการตรวจสอบโครงการ/กิจกรรมของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้เข้าไปมีส่วนร่วมตรวจสอบการดำเนินการจัดซื้อ-จัดจ้างของเทศบาลตำบลตามขั้นตอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

3. การมีส่วนร่วมในการบริหารงานทั้ง 4 ข้อ เปรียบเทียบตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันนั้นค่า Sig ที่ได้มากกว่า 0.05 การติดตามข้อมูลข่าวสาร การวางแผนการพัฒนา การบริหารงาน และการตรวจสอบการบริหารงาน ไม่แตกต่างกัน ($p > .05$)

อภิปรายผล

1. ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการติดตามข้อมูลข่าวสาร มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนา การมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการบริหารงาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ นัฐติยา ปัญญา (2556) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหาร



ส่วนตำบลบ่อ อำเภอนื่องน่าน จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีส่วนร่วมต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อ อำเภอนื่องน่าน จังหวัดน่าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีระดับมาก คือด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินผล ด้านที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลางคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานโครงการ/กิจกรรม ตามลำดับ

1.1 ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การสนทนากับบุคคลอื่น ๆ เกี่ยวกับการบริหารงานของเทศบาลตำบล ส่วนด้านอื่นๆ มีส่วนร่วมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับจินตนาช จันทรางกูล (2552) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหาร งานขององค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาวิจัย พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ ด้านการติดตามข้อมูลข่าวสาร ด้านการวางแผนพัฒนา ด้านการบริหารงาน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง และด้านการตรวจสอบบริหารงาน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ จากการศึกษา พบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้จำนวนครั้งของการใช้บริการ และเรื่องที่มารับบริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ ส่วนเพศพบว่า ไม่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์องค์การบริหารส่วนตำบลควรมีการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการภายในองค์กรโดยให้ความสำคัญกับการตรวจสอบการบริหารงานจากภาคประชาชนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการปกครองท้องถิ่น และอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนตำบล และต้องจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมใน การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล

1.2 ด้านการมีส่วนร่วมการวางแผนการพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอโครงการเพื่อบรรจุในแผนพัฒนาของเทศบาลตำบล และท่านมีส่วนร่วมริเริ่มเสนอโครงการเพื่อพัฒนาหมู่บ้าน/ชุมชนของท่าน ส่วนด้านอื่น ๆ มีส่วนร่วมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับปวีณา วีรยางกูร (2554) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลอ้อมเกร็ด อำเภอบางเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษพบว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม อยู่ในระดับน้อย ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านได้เข้าไปมีส่วนร่วมตรวจสอบการเบิกจ่ายของเทศบาลส่วนตำบลว่าถูกต้องเป็นไปตามระเบียบของการเบิกจ่าย อยู่ในระดับมาก รองลงมา ท่านมีส่วนในการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานและพฤติกรรมของพนักงานและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านได้เข้าร่วมในการตรวจสอบโครงการ/กิจกรรมของเทศบาลตำบล อยู่ในระดับมาก

ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับภวันตรี สุเกตุ (2556) ทำการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน ผลการศึกษาพบว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลท่าวังผา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลท่าวังผา ด้านการตัดสินใจ, ด้านการดำเนินงาน, ด้านการประเมินผล, ด้านผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการบริหารงานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ท่านมีส่วนในการติดตามตรวจสอบการปฏิบัติงานและพฤติกรรมของพนักงานและเจ้าหน้าที่ของเทศบาลตำบลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอื่น ๆ การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องอนุชา เทียมพูล (2550) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีส่วนร่วมมากที่สุด คือด้านการประชุม รองลงมา คือด้านการตัดสินใจ และด้านการดำเนินงาน โดยในด้านการประชุม ประชาชนเคยอภิปราย หรือแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม กรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล โดยในด้านการตัดสินใจประชาชนเคยร่วมเป็นกรรมการ หรือร่วมคัดเลือกผู้แทนประชาคม เป็นคณะกรรมการพัฒนาตำบลเพื่อจัดทำแผนพัฒนาตำบล และในด้านการดำเนินงานประชาชนออกแรงงาน บริจาคเงิน สิ่งของช่วยเหลือองค์การบริหารส่วนตำบล

2. ประชาชนโดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน พบว่ามีส่วนร่วมในการบริหารงานของเทศบาลตำบลบะยาว อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน ($p > .05$) ซึ่งสอดคล้องกับ ดาริกา ดวงกลาง (2554) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลเมืองแสนสุข ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลเมืองแสนสุข พบว่าภาพรวมการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก โดยการมีส่วนร่วมด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการวางแผนและการติดตามประเมินผลอยู่ในระดับน้อย การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลเมืองแสนสุข ตำบลแสนสุขอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามตัวแปรด้านเพศ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน แต่ตัวแปรด้านอายุ และอาชีพหลักที่ต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลเมืองแสนสุขแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. เทศบาลควรเปิดโอกาสให้องค์กรภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารกิจการต่าง ๆ ภายใต้กรอบของกฎหมาย โดยควรเริ่มต้นตั้งแต่การวางแผนงบประมาณ การดำเนินงาน และติดตามตรวจสอบ ทั้งนี้เพื่อความโปร่งใสและประโยชน์ของประชาชนในพื้นที่

2. เทศบาลต้องประกาศข้อมูลสาธารณะโดยเฉพาะอย่างยิ่ง งบประมาณและแผน/โครงการพัฒนาให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง โดยผ่านสื่อลักษณะต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ หอกระจายข่าว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน และ/หรือการประชุมชี้แจง



3. ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับปรุงระบบการบริหารงานและการพัฒนา
งานของเทศบาลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่น ๆ ในเขตพื้นที่รับผิดชอบเพื่อเปรียบเทียบการมี
ส่วนร่วม และหาวิธีดำเนินงานที่จะได้รับความร่วมมือจากองค์กรต่าง ๆ ทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชน
ต่อไป

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อหาแนวทาง
ในการพัฒนาความร่วมมือในการดำเนินงานของหน่วยงานให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จินดานุช จันทรางกูล. (2552). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล :
กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา (วิทยานิพนธ์
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณรงค์ วาริชล. (2551). การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาเทศบาลสู่เมืองน่าอยู่ กรณีศึกษา
เทศบาลตำบลบางพระ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ดาริกา ดวงกลาง. (2554). การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานเทศบาลเมืองแสนสุข ตำบลแสน
สุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

ธนวัฒน์ คาสีตานนท์. (2550). การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองคูคต
จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

นัฐติยา ปัญญา. (2556). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ่อ
อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.

นิมิตร สุขแยง. (2549). การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล :
กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลแม่แก้ว อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าแบบอิสระ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประชุม สุวดีถิ. (2551). การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนา
การท่องเที่ยวไทย.

ประพันธ์พงศ์ ชินพงษ์. (2551). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ปรีดา เจษฎารางกุล. (2550). การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขต เทศบาลเมืองคูคต
อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี(วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ปวีณา วีรยางกูร. (2554). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลอ้อมเกร็ด อำเภอปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรี (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรณี กิจเจริญทรัพย์ดี. (2550). การมีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของคณะกรรมการพัฒนาสตรี (กพสม.): ศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภวันตรี สุกฤต. (2556). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานของเทศบาลตำบลท่าวังผา อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน.
- มณฑล จันท์แจ่มใส. (2551). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกรณีศึกษา: เกาะมุก จังหวัดตรัง (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2546). การวัดผลการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กานสินธุ์ ประสานการพิมพ์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). การวิจัยและประเมินโครงการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์.
- สุธี วรประดิษฐ์. (2553). การมีส่วนร่วมของชุมชนงานสารสนเทศสำนักงานส่งเสริม การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดตราด: สำนักงาน การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดตราด. ตราด: สำนักงานการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดตราด.
- อนุชา เทียมพูล. (2550). การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อรทัย กิกผล. (2552). คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd Edition. New York: Harper and Row.

การศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการ และความผูกพันในองค์กรของ
ข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก
The Study of Satisfaction in the Welfare and Organizational Commitment
of Directorate of Civil Affairs

วราพร ปิ่นกุล¹ และ นัทนิชา หาสนธิ²

Waraporn Pinkul¹ and Natnicha Hasoontree²

^{1,2}มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1,2}Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: S58463809015@ssru.ac.th¹

Received: 2021-10-06; Revised: 2021-12-26; Accepted: 2021-12-27

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์กรที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบก ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้าราชการในสังกัด กรมกิจการพลเรือนทหารบก จำนวน 329 นาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก จำนวน 178 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจในสวัสดิการของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อทดสอบโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาในการรับราชการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขอนามัย และด้านความปลอดภัยและความมั่นคง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. ความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อทดสอบโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นยศส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: สวัสดิการ, ความผูกพัน, กรมกิจการพลเรือนทหารบก

Abstract

The objectives of this research were 1) to compare the level of satisfaction in welfare received from Department of Civil Affairs classified by personal factors; 2) to compare the level of opinions on organizational commitment received from the Department of Civil Affairs. The population used in this research were 329 civil servants under the Directorate of Civil Affairs. The sample of this study consisted of 178 personnel of the Directorate of Civil Affairs. utilized a questionnaire to collect data, and statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. T-test and one-way ANOVA. The results showed that:

1. the overall satisfaction in the welfare of the civil servants of the Department of Civil Affairs of the Royal Thai Army was high. When tested by personal factors, it found that personal factors in the duration of government service had affected the satisfaction in the welfare received in terms of the economic, sanitation, and safety with a statistical significance of 0.05.

2. the overall organizational commitment of the civil servants of the Directorate of Civil Affairs was in a high level. When tested by personal factors, it was found that personal factors in the position had affected the organizational commitment in terms of the willingness to dedicate effort for the benefit of the organization with a statistical significance of 0.05.

Keywords: Welfare, Commitment, Directorate of Civil Affairs

บทนำ

ปัจจุบันองค์กรพัฒนาระดับโลกหลายองค์การได้รณรงค์ให้ประเทศต่าง ๆ ถือว่าสวัสดิการพื้นฐานนั้นเป็นสิทธิ (right) ของมนุษย์ที่สังคมต้องร่วมกันให้หลักประกันว่าสมาชิกในสังคมทุกคนได้รับอย่างเพียงพอ (สมชัย จิตสุชน, จิราภรณ์ แผลงประพันธ์, ยศ วัชรคุปต์ และนันทพร เมธาคุณวุฒิ, 2554) สวัสดิการถือเป็นส่วนหนึ่งของแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน เนื่องจากในบรรดาทรัพยากรพื้นฐานในการบริหารงานซึ่งประกอบไปด้วย คน เงิน วัสดุ สิ่งของ และวิธีการจัดการคนถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในกระบวนการบริหาร การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Humane Resource Management) หรือการบริหารงานบุคคล (Personnel management) เป็นกระบวนการซึ่งทรัพยากรกำลังคนนั้นทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงการบำรุงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ มีความต้องการในด้านต่าง ๆ เช่น ทางด้านสังคม การยกย่อง และความสมหวังของชีวิตมากขึ้น

การจัดสวัสดิการให้กับพนักงานก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาความผูกพันต่อองค์กร หน่วยงาน ภาครัฐและภาครัฐวิสาหกิจ จึงได้พยายามสรรหาวิธีการในการวางแผนเรื่องสวัสดิการและผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกจ้างให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำให้เกิดการแข่งขันในเรื่องของสวัสดิการและผลประโยชน์ตอบแทนให้กับลูกจ้าง ดังนั้นในเรื่องของสวัสดิการถือเป็นมาตรการสำคัญอย่างหนึ่งในการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อนำไปสู่ประโยชน์สุขของผู้ปฏิบัติงานควบคู่กับประสิทธิภาพการทำงานที่องค์กรหรือหน่วยงานที่จะได้รับ จึงจำเป็นต้องหาหนทางส่งเสริมให้พนักงานมี



ความรู้สึกมั่นคงในการทำงาน (Sense of Security) ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้การบริหารงานขององค์การดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1984) และทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1986) พบว่า สวัสดิการเป็นสิ่งที่มียุทธพิผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานและเป็นสิ่งที่พนักงานสมควรได้รับนอกเหนือจากเงินเดือนและค่าจ้างที่ได้รับตามปกติ เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองก็ทำให้เกิดความพึงพอใจและแสดงพฤติกรรมที่เป็นบวก ถ้ามนุษย์ได้รับสวัสดิการที่ดีและเหมาะสมก็จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความผูกพันต่อองค์การและเต็มใจที่จะทำงานอยู่กับองค์การต่อไป องค์การจะได้รับประโยชน์จากพนักงานในด้านผลการปฏิบัติงานในด้านการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ สามารถพัฒนาองค์การให้ดีขึ้น

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพในปัจจุบัน นอกจากองค์กรต้องจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่าจ้างและเงินเดือนที่ตอบสนองต่อความสามารถและผลงานของบุคคลแล้ว องค์กรต้องสามารถจูงใจและธำรงรักษาให้สมาชิกปฏิบัติงานร่วมกับองค์การได้อย่างเต็มความสามารถและด้วยความเต็มใจ ดังนั้น สวัสดิการจะเป็นสิ่งนอกเหนือจากค่าจ้างแรงงานโดยตรงที่องค์กรมอบให้กับสมาชิก สวัสดิการเป็นสิ่งที่องค์กรเป็นผู้จัดทำให้กับบุคลากร เช่น ที่พักอาศัย ค่าเล่าเรียนบุตรทุนการศึกษาบุตร อาหารกลางวัน การจัดสังสรรค์ประจำปี การจัดกีฬาสร้างความสัมพันธ์ในหน่วยงาน เป็นต้น การบริหารสวัสดิการพนักงานจึงกลายเป็นคำตอบและวิธีตอบแทนบุคลากรที่ดีที่สุดที่ผู้ประกอบการสามารถจัดทำให้กับบุคลากรได้โดยสวัสดิการที่สำคัญ ๆ ที่ควรมีไว้ในองค์กร คือ การสรรหา ฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งการบริหารค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์จึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และเป็นพื้นฐานที่สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับบุคลากร เป็นแรงผลักดันให้ทำงานได้ดีขึ้นรวมถึงสร้างแรงปรารถนาที่อยู่กับองค์การต่อไป (มะนิสา คงเพชรศักดิ์, 2557)

กรมกิจการพลเรือนทหารบก มีอำนาจหน้าที่ เสนอนโยบาย วางแผน อำนวยการ ประสานงาน และกำกับการในเรื่องที่เกี่ยวกับงานด้านมวลชน การเมือง การปกครองในยามสงคราม การป้องกันภัยฝ่ายพลเรือน การบรรเทาภัยพิบัติ การช่วยเหลือประชาชน การสนับสนุนการพัฒนาประเทศตามโครงการพัฒนา ตลอดจนการพิทักษ์ประชาชนและการส่งเสริมสนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ในความรับผิดชอบของกองทัพบกตามนโยบายของรัฐบาลและหน่วยเหนือปฏิบัติกรร่วมเกี่ยวกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยของกองทัพบก พัฒนาหลักนิยมนด้านการบรรเทาสาธารณภัยของกองทัพบก บูรณาการการช่วยเหลือประชาชนที่ประสบภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในประเทศและต่างประเทศตามที่กองทัพบกได้รับมอบหมายเพื่อให้การทำหน้าที่ที่เต็มประสิทธิภาพนั้น ข้าราชการ พนักงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่য়োต้องการสวัสดิการที่เอื้ออำนวยต่อตนและครอบครัวมากที่สุด (กรมกิจการพลเรือนทหารบก, 2562)

อาชีพทหารเป็นกำลังพลที่มีบทบาทและความสำคัญในการพัฒนาและปกป้องประเทศ แต่ด้วยภาระหน้าที่และความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้กำลังพลเกิดความตึงเครียดและความเหนื่อยล้าในการปฏิบัติงานนำไปสู่ความผูกพันในอาชีพและตัดสินใจลาออกในที่สุด นับเป็นการสูญเสียกลุ่มกำลังพลที่สำคัญส่งผลกระทบต่อองค์การ ดังนั้นการรักษากำลังพลให้คงอยู่กับองค์การนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญจึงควรศึกษาสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจหรือสิ่งที่สนับสนุนคุณภาพชีวิตที่ดีของกำลังพล เพื่อลดความเหนื่อยล้าที่ส่งผลต่อการเกิดทัศนคติที่ไม่ดีอันเกิดจากการปฏิบัติงานได้นั้นคือ ค่าตอบแทนที่มีใช้ตัวเงิน

หรือสวัสดิการว่าส่งผลต่อความเหนื่อยล้าในการปฏิบัติงานและความผูกพันในอาชีพ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดสวัสดิการที่ตรงตามความต้องการของกำลังพลอันก่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจากการที่ได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมและคุ้มค่ากับการปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยให้ความเหนื่อยล้าในการปฏิบัติงานลดน้อยลง ดังนั้นในสังคมแห่งสวัสดิการที่รัฐบาลพยายามกำหนดนโยบายที่เป็นรัฐสวัสดิการให้กับประชาชน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในสวัสดิการของกำลังพล โดยทำการศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก เพื่อเป็นประโยชน์และใช้เป็นแนวทางในการเสนอแนะผู้ที่เกี่ยวข้องภายในองค์การสำหรับเสริมสร้าง และพัฒนาสวัสดิการให้แก่กำลังพลของกองทัพบกให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบก จำนวน 329 นาย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบก จำนวน 178 นาย โดยการใช้สูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการและความผูกพันในองค์การของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบกในครั้งนี้ ได้ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบก จำนวน 178 นาย พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างครบถ้วน ให้เวลาในการตอบแบบสอบถาม และเก็บคืนในภายหลัง ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยของแบบสอบถามโดยเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ได้ครบตามขอบเขตการวิจัย ตรวจสอบให้คะแนนแบบสอบถามแต่ละข้อ และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

- 1) นำแบบทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนแล้วนำมาลงรหัสเลข (Code) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน
- 2) นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้จัดเก็บและคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้



โดยนำเสนอผลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงและนำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลและเขียนข้อเสนอแนะ

3) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open ended) โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล โดยใช้สถิติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพรรณนาลักษณะประชากรที่ศึกษาและทดสอบสมมุติฐานในการวิจัย ดังนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1) ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequencies) บรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระดับชั้นยศ และระยะเวลาในการรับราชการ

1.2) ใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์สถิติการความพึงพอใจและความผูกพันในองค์กร

2) สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) สถิติวิเคราะห์ความพึงพอใจและความผูกพัน ในองค์กร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ความพึงพอใจในสวัสดิการและความผูกพันในองค์กร ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่า t-test, การทดสอบค่า F-test หรือการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทดสอบความแตกต่างแบบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Least significant difference)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ความพึงพอใจในสวัสดิการของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนันทนาการ ด้านสุขอนามัย ด้านความมั่นคงและความปลอดภัย และด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรอยู่ในระดับมาก และด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสวัสดิการของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก รายด้านและภาพรวม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจในสวัสดิการของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก

ความพึงพอใจในสวัสดิการ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเศรษฐกิจ	3.33	0.66	ปานกลาง
ด้านสุขอนามัย	3.68	0.56	มาก
ด้านความมั่นคงและความปลอดภัย	3.47	0.55	มาก
ด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากร	3.46	0.67	มาก
ด้านการนันทนาการ	3.81	0.64	มาก
ภาพรวม	3.55	0.45	มาก

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

2.1 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

2.2 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

2.3 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

2.4 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

2.5 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระดับชั้นยศแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

2.6 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระยะเวลาในการรับราชการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกแตกต่างกัน ($F = 4.325, sig. = 0.006$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระยะเวลาในการรับราชการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในสวัสดิการด้านเศรษฐกิจ ($F = 3.491, sig. = 0.017$) ด้านสุขอนามัย ($F = 4.514, sig. = 0.004$) และด้านความมั่นคงและความปลอดภัย ($F = 4.246, sig. = 0.006$) ที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกของข้าราชการ
กรมกิจการพลเรือนทหารบก

ความพึงพอใจในสวัสดิการ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.395	1.465	3.491	0.017*
	ภายในกลุ่ม	174	73.018	0.420		
	รวม	177	77.413			
ด้านสุขอนามัย	ระหว่างกลุ่ม	3	3.993	1.331	4.514	0.004*
	ภายในกลุ่ม	174	51.300	0.295		
	รวม	177	55.292			
ด้านความมั่นคงและความ ปลอดภัย	ระหว่างกลุ่ม	3	3.592	1.197	4.246	0.006*
	ภายในกลุ่ม	174	49.069	0.282		
	รวม	177	52.661			
ด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	1.012	0.337	0.740	0.530
	ภายในกลุ่ม	174	79.341	0.456		
	รวม	177	80.352			
ด้านการนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.619	0.540	1.317	0.271
	ภายในกลุ่ม	174	71.311	0.410		
	รวม	177	72.930			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร อยู่ระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรอยู่ในระดับมาก และความปรารถนาที่จะรักษาสภาพการเป็นสมาชิกขององค์กรไว้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก รายด้านและภาพรวม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความผูกพันในองค์การของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก

ความผูกพันในองค์การ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์การ	4.06	0.59	มาก
ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายาม เพื่อประโยชน์ขององค์การ	4.30	0.61	มากที่สุด
ด้านความปรารถนาที่จะรักษาสภาพการเป็นสมาชิกขององค์การไว้	3.99	0.76	มาก
ภาพรวม	4.11	0.57	มาก

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบก โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

4.1 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกเพศชายและเพศหญิงมีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

4.2 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

4.3 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

4.4 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

4.5 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระดับชั้นยศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกแตกต่างกัน ($F = 3.201, sig. = 0.025$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระดับชั้นยศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายาม เพื่อประโยชน์ขององค์การ ($F = 3.150, sig. = 0.026$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4.6 ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกที่มีระยะเวลาในการรับราชการแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันในองค์การที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบกไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นในความผูกพันในองค์กรที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบก
ของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก

ความผูกพันในองค์กร	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	p-value
ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับ เป้าหมายและค่านิยมของ องค์กร	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3 174 177	2.641 59.629 62.270	0.880 0.343	2.569	0.056
ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความ พยายาม เพื่อประโยชน์ของ องค์กร	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3 174 177	3.415 62.864 66.278	1.138 0.361	3.150	0.026*
ด้านความปรารถนาที่จะรักษา สภาพการเป็นสมาชิกของ องค์กรไว้	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3 174 177	3.195 99.714 102.909	1.065 0.573	1.859	0.138

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับจากกรมกิจการพลเรือนทหารบก จากข้อค้นพบ

1.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับชั้นยศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารให้ความเท่าเทียมกัน และความเสมอภาคทั้งชายและหญิงไม่จำกัดอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระดับชั้นยศ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสาคร สุขศรีวงศ์ (2551) กล่าวคือ ข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบกทุกคนต้องการความเสมอภาคในองค์กร โดยข้าราชการแต่ละคนจะพิจารณาอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากองค์กรต่อสิ่งที่ได้ทุ่มเทให้กับองค์กร หากพบว่าเกิดความไม่เสมอภาคจะดำเนินการเพื่อลดความไม่เสมอภาคในองค์กร ซึ่งชี้ให้เห็นความสำคัญของความเสมอภาคในองค์กรได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของชานิสญา ศากยวงศ์ (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อสวัสดิการของเจ้าหน้าที่ทางหลวงที่ 8 (นครราชสีมา) พบว่า ความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่จำแนกตามเพศและอายุ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

1.2 ระยะเวลาในการรับราชการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ข้าราชการในสังกัดกรมกิจการพลเรือนทหารบกทุกคนต้องการความเสมอภาคในองค์กร หากพบว่าเกิดความไม่เสมอภาคขึ้นในองค์กร ข้าราชการก็ย่อมมีปฏิกิริยาตอบโต้เพื่อลดความไม่เสมอภาคดังกล่าวลง เช่น การหนึ่งงานและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงาน สอดคล้องกับการศึกษาของฐานิญา เจริญเลิศนิวัฒน์ (2558) ได้ศึกษาความพึงพอใจในค่าตอบแทนสวัสดิการคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร กรณีศึกษา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข พบว่าระยะเวลาในการทำงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจและค่าตอบแทนสวัสดิการคุณภาพ

ชีวิตที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ สลักจิต ภูประกร (2555) ศึกษาความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ พบว่า ระยะเวลาการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในสวัสดิการด้านเศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

2. ความผูกพันในองค์กรของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก

2.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการรับราชการที่แตกต่างกัน มีความความผูกพันในองค์กรไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารให้ความเท่าเทียมกัน และความเสมอภาค ทั้งชายและหญิงไม่จำกัดอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและระยะเวลาในการรับราชการ ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิระพร จันทภาโส (2557) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า เพศ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

2.2 ระดับชั้นยศที่แตกต่างกันมีความความผูกพันในองค์กรแตกต่างกัน สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ข้าราชการกรมกิจการพลเรือนทหารบกทุกระดับชั้นยศต้องการความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อประโยชน์ขององค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของจิระพร จันทภาโส (2557) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน และสอดคล้องกับสมจิตร์ จันทรเพ็ญ (2557) ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน ได้แก่ ตัวแปรอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในสถาบัน ความท้าทายในการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการทำงาน ลักษณะการทำงานเป็นทีม เงินเดือนและสวัสดิการ การพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากร สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์ต่อผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ภาวะผู้นำของผู้บังคับบัญชา ความรู้สึกว่าตนมีความสำคัญต่อองค์กร ความรู้สึกว่างค์การเป็นที่พึงได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ความพึงพอใจในสวัสดิการ ดังนี้

- ด้านเศรษฐกิจ ผู้บังคับบัญชาควรบริหารจัดการที่פקให้กำลังพลอย่างเหมาะสม ปรับลดขนาดที่פקเพื่อเพิ่มปริมาณห้องให้กำลังพลได้เข้าอยู่อาศัยได้อย่างเพียงพอกับความต้องการ ควรมีการจัดกองทุนเพื่อดูแลบิดามารดาของกำลังพลที่ทุพพลภาพ สนับสนุนอาชีพเสริมของกำลังพลชั้นผู้น้อยหรือการจัดทำสหกรณ์ของหน่วย

- ด้านสุขอนามัย ผู้บังคับบัญชาควรมีมาตรการการช่วยเหลือในการรักษาที่เกินสิทธิ์ หรือโควตาในการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลทหารแบบ by pass มีบริการในการรักษาพยาบาลที่ดีขึ้น และมีการ

ส่งเสริมด้านการออกกำลังกายและอาหารที่ดีมีประโยชน์ รักษาสุขภาพเพื่อให้กำลังพลมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง

- ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ผู้บังคับบัญชาควรมีมาตรการตรวจสอบบุคคลและรถเข้า-ออกอาคารบ้านพักของหน่วยพร้อมทั้งเพิ่มความปลอดภัยทั้งกล้องวงจรปิดและผู้ที่ทำหน้าที่รักษาความปลอดภัย

- ด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากร ผู้บังคับบัญชาควรเพิ่มทุนการศึกษามากขึ้น เพียงพอต่อกำลังพลที่ต้องการได้รับการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในสาขาที่ผู้ขอทุนปฏิบัติงานอยู่ การคัดเลือกคนเข้าทำงานให้ตรงกับความต้องการของหน่วยและให้ปฏิบัติงานให้ตรงกับที่รับเข้ามา มีคอร์สเรียนภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 ต่อผู้ที่สนใจใฝ่เรียนและมีการช่วยเหลือค่าเทอมบุตรที่กำลังศึกษาทุกคนในครอบครัว

- ด้านนันทนาการ ผู้บังคับบัญชาควรมีการจัดกิจกรรม CSR กิจกรรมรับน้องใหม่กรมฯ เพื่อพัฒนาเจ้าหน้าที่และผู้บังคับบัญชาได้มีกิจกรรมดี ๆ ร่วมกัน และมีห้องออกกำลังกายที่มีคุณภาพ และหลากหลายมากขึ้น

1.2 ความผูกพันในองค์กร

- ด้านความเชื่อมั่นและยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ผู้บังคับบัญชาควรสร้างความเชื่อมั่นให้กำลังพลในหน่วยมีความเชื่อมั่นว่าท่านจะสามารถทำหน่วยงานให้เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจด้านการติดต่อกับพลเรือนอย่างชัดเจน

- ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายาม เพื่อประโยชน์ขององค์กร ผู้บังคับบัญชาควรจะเปิดรับฟังความคิดจากกำลังพลในทุกระดับและไม่แยกว่าเป็นกำลังพลของสำนักใดและระดับใด

- ด้านความปรารถนาที่จะรักษาสุขภาพการเป็นสมาชิกขององค์กรไว้ ผู้บังคับบัญชาควรจะพิจารณากำลังพลให้เหมาะกับงาน ทำให้หน่วยงานเป็นที่ยอมรับของประชาชนและหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรมีการดูแล บังคับใช้กฎระเบียบอย่างเท่าเทียมกัน ดูแลทุกข์สุขของกำลังพล เพื่อให้กำลังพลทุกคนรักองค์กรไม่มีความประสงค์ย้ายไปทำงานที่อื่น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อได้ทราบถึงการบริหารจัดการของผู้บังคับบัญชา ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรสวัสดิการ ซึ่งผลการศึกษานั้นจะแสดงให้เห็นว่าหน่วยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้วางแผนการดูแลข้าราชการในสังกัดได้อย่างเหมาะสม

2.2 งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้าราชการ กรมกิจการพลเรือนทหารบกเท่านั้น จึงอาจมีสวัสดิการที่เป็นลักษณะแตกต่างไปจากข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในกรมหรือกองทัพอื่น ๆ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาข้าราชการในเหล่าทัพ สังกัดในหน่วยอื่น ๆ ด้วย เช่น ข้าราชการในหน่วยกองทัพอากาศ และข้าราชการในหน่วยกองทัพอากาศ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาระหว่างข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ต่างสังกัดต่างเหล่าทัพกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการพลเรือนทหารบก. (2562). ประวัติความเป็นมา กรมกิจการพลเรือนทหารบก. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2562, จาก <http://doca.rta.mi.th/history.php>
- จิระพร จันทภาโส. (2557). ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ในวิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ชานิสญา ศากยวงศ์. (2554). การศึกษาความพึงพอใจต่อสวัสดิการของเจ้าหน้าที่สำนักงานหลวงที่ 8 (นครราชสีมา) (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ฐานิภา เจริญเลิศวิวัฒน์. (2558). ความพึงพอใจในค่าตอบแทน สวัสดิการและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร: กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มะนิสา คงเพชรศักดิ์. (2557). ความพึงพอใจต่อสวัสดิการของพนักงานบริษัทคริสเตียนดิออร์ (ประเทศไทย) จำกัด. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมจิตร จันทรเพ็ญ. (2557). ความผูกพันต่อองค์การของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมชัย จิตสุชน, จิราภรณ์ แผลงประพันธ์, ยศ วัชรคุปต์ และ นันทพร เมธาคณวุฒิ. (2554). สู่ระบบสวัสดิการสังคมก้าวหน้าภายในปี พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- สลักจิต ภูประการ. (2555). ความพึงพอใจในสวัสดิการที่ได้รับของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2551). การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จี พี ไซเบอร์พริ้นท์.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1986). *Motivation to Work*. Michigan: A Bell&Howell Information Company.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.

ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

The Efficiency of Public Services of Bang Krang Subdistrict Administration
Organization, Mueang Nonthaburi District, Nonthaburi Province

ศรินทิพย์ อรุณสวัสดิ์ฤกษ์¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ³
Sarintip Arunsawatroek¹, Chandej Charoenwiriyaikul² and Waraporn Dumrongkulsombat³

^{1,2,3}หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1,2,3}Master of Arts Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: kasamemjdar@gmail.com¹

Received: 2021-10-08; Revised: 2021-12-26; Accepted: 2021-12-27

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ T - test, F - Test และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้ามีค่าเฉลี่ยต่ำสุดตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การให้บริการสาธารณะ, องค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

The objective of this research were 1) to study the level of efficiency of public services of Bang Krang Subdistrict Administration Organization, Mueang Nonthaburi District, Nonthaburi Province, and 2) to compare the efficiency of public services of Bang Krang Subdistrict Administration Organization, Mueang Nonthaburi District, Nonthaburi Province. Research population: the population living in the area of Bang Krang Subdistrict Administrative Organization, Mueang Nonthaburi District, Nonthaburi Province, using a sample of 393 people. The instruments used for data collection was a questionnaire. Data analysis performs using a social science software package; frequencies, percentages, mean ($\bar{X}$) and standard deviation (SD), T - test, F - test and the multiple comparison test.

The results showed that 1) the efficiency of public services of Bang Krang Subdistrict Administration Organization, Mueang Nonthaburi, District Nonthaburi Province as a whole is at a high level. When considering each aspect, all elements were at a high level in descending order. In terms of service being equal, the average was highest. Followed by adequate service on-time service, ongoing service and progressive service were the lowest standards, respectively. 2) The results of the comparison of the efficiency of the public service of Bang Krang Subdistrict Administration Organization, Mueang Nonthaburi District, Nonthaburi Province. Different personal factors regarding gender, age, education level, occupation and monthly income differed statistically at the 0.05 level.

Keywords: Efficiency, Public Services, Subdistrict Administration Organization

บทนำ

องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพตาม อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนการมีอิสระในการกำหนดนโยบายการปกครองการบริหารจัดการ การบริหารงานบุคคล การเงินและการคลังของตนเอง เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น มีความรับผิดชอบในการนำบริการของรัฐไปสู่ประชาชน เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างภาครัฐกับประชาชนทำให้ประชาชนในหมู่บ้านและตำบลยอมรับ เชื่อมั่นศรัทธาร่วมถึงการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในชุมชน ตลอดจนให้การสนับสนุนการปกครองท้องถิ่นและปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งจะส่งผลดีต่อเสถียรภาพ ความมั่นคงของรัฐบาลและช่วยพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าต่อไป (โกวิทย์ พวงงาม, 2552)

กลไกสำคัญในการทำงานขององค์การบริหารส่วนตำบล คือ การพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบลเป็นไปอย่างโปร่งใส



เกิดประโยชน์สูงสุด และตรงตามความต้องการของประชาชน และจะต้องดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร ซึ่งปัจจัยส่วนหนึ่งมาจากคุณภาพของการให้บริการของพนักงานส่วนตำบลที่มีต่อประชาชน คุณภาพของการบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อองค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรทางธุรกิจ หรือหน่วยงานราชการ การสร้างคุณภาพของการบริการให้กับผู้มาใช้บริการเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดเป็นตัวชี้วัดขององค์กร โดยองค์กรใดสามารถสร้างคุณภาพการบริการให้เกิดความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการมากเท่าไรก็จะกระตุ้นให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น เช่นเดียวกัน องค์กรการบริหารส่วนตำบลจำเป็นต้องสร้างคุณภาพการบริการเพื่อให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ ในการบริการสาธารณะของรัฐ (นิสิต นิกรสถิตย์, 2553)

การให้บริการประชาชนเป็นนโยบายที่สำคัญของรัฐบาลเป็นภารกิจที่สำคัญทางด้าน การตอบสนอง ต่อสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนที่ขอรับบริการภายใต้ระเบียบ กฎหมายและข้อบังคับ ที่กำหนดไว้ในปัจจุบันนี้รัฐบาลได้เร่งรัดให้ส่วนราชการต่าง ๆ ขยาย ขอบเขต และปรับปรุงการบริการ ประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ การบริการประชาชนจึงเป็นหนึ่ง ในภารกิจการ “บำบัดทุกข์บำรุงสุข” ของ กรมการปกครอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชน ได้รับบริการที่สะดวกทั่วถึงและเป็นการประสาน เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในระหว่าง ประชาชนกับข้าราชการ (อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์, 2554)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้ตระหนัก และเล็งเห็นความสำคัญของการบริการสาธารณะซึ่งเป็น ภารกิจหลักตามอำนาจหน้าที่ที่ต้องกระทำ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาประสิทธิภาพการให้บริการ สาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผลของการศึกษา ครั้งนี้จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานการให้บริการสาธารณะต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถ แก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

จอห์น ดี มิลส์ (Millet, 1954) ให้นิยามว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความ พึงพอใจและได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับ ประชาชน โดยพิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงาน โดยมีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในมุมมองของ กฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน ในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้ มาตรการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว (timely service) หมายถึง การถือตามกำหนดเวลา สำหรับกิจการอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้น ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่ตรงเวลา ซึ่งสร้างความไม่พอใจให้กับประชาชน

3. การให้บริการอย่างพอเพียง (ample service) หมายถึง การให้บริการต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่บริการอย่างเหมาะสม (the right quantity at the right geographical location) มิลเลทเห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มีคามหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progression service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกในหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการสาธารณะ

การบริการสาธารณะ ซึ่งเป็นหน้าที่หลักที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่โดยทั่วไปในการดูแลและจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามที่กฎหมายกำหนด ได้มีนักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับ "การบริการสาธารณะ" ดังนี้

1. ความหมายของการให้บริการสาธารณะ

มีผู้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะที่หลากหลาย ดังนี้

ชาญชัย แสวงศักดิ์ (2558) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะ (Public services) หมายถึง การตอบสนองความต้องการของสังคมและปัจเจกชนที่เป็นสมาชิกของสังคมในอันที่จะได้รับบริการจากรัฐในเรื่องที่เอกชนหรือวิสาหกิจเอกชนไม่อาจตอบสนองได้ ไม่ว่าจะเป็นการจัดให้มีบริการสาธารณะ ในด้านให้ความคุ้มครองความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และจัดให้มีสิ่งสาธารณูปโภคต่าง ๆ

ขวลิต สละ (2556) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ที่จะกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ กิจกรรมดังกล่าวนี้เป็นบริการที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำขึ้น หรือจัดให้มีหรือมอบหมายให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการแทนภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นเอง ซึ่งบริการสาธารณะในกรณีหลังนี้เป็นที่ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น แต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่อยู่ในฐานะที่จะจัดทำได้เอง จึงได้มอบหมายให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการแทนดังกล่าว แต่กิจกรรมดังกล่าวนี้จะต้องเป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สาธารณะ และตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น เช่น การเก็บขยะมูลฝอย การดำเนินงานสระว่ายน้ำ หรือการขนส่งสาธารณะ

มานิตย์ จุมปา (2556) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่ฝ่ายปกครองกระทำเพื่อประโยชน์สาธารณะอันเป็นการตอบสนองความต้องการของประชาชน เช่น การคมนาคมขนส่ง การศึกษา การสาธารณสุข เป็นต้น



นันท์วัฒน์ บรมานันท์ (2555) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการจัดทำโดยฝ่ายปกครองทั้งหลาย อันได้แก่ บรรดานิติบุคคลในกฎหมายมหาชน คือ รัฐ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การมหาชน หรือวิสาหกิจมหาชน ทั้งหลาย หรืออาจเป็นกิจการที่ดำเนินการจัดทำโดยเอกชน แต่จะต้องเป็นกิจการที่ฝ่ายปกครองมอบให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการจัดทำแทนและฝ่ายปกครองยังคงมีความสัมพันธ์กับกิจการนั้นอยู่ อีกทั้งยังต้องเป็นผู้ควบคุมการดำเนินกิจกรรมของเอกชนให้อยู่ในสภาพเดียวกันที่ฝ่ายปกครองเป็นผู้จัดทำ

อรทัย ก๊กผล และฉัตรระวี ปริสุทธินาถ (2552) ได้ให้ความหมายของการบริการสาธารณะ (Public services) หมายถึง บริการหรือกิจกรรมที่รัฐจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนรวม

รัตติกร ตักควรเฮง (2551) ได้อธิบายว่า การให้บริการสาธารณะ คือ การสร้างความพึงพอใจหรือการสร้างทัศนคติที่ดีในการให้บริการแก่ประชาชน รวมถึงการเข้าถึงบริการได้ อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่พึงการเดินทาง ความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกของ แหล่งบริการ มีการยอมรับลักษณะการให้บริการ ให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคลปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสันใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกัน เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกันและ ยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการ

อัมรินทร์ เซ็นเสถียร (2552) ได้อธิบายความหมายของ การให้บริการสาธารณะคือ การให้บริการของหน่วยรัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน ซึ่งการให้บริการจะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยุติธรรมจนทำให้ประชาชนโดยส่วนรวม เกิดความพึงพอใจ

บุญเลิศ รักเพชร (2552) ได้อธิบายความหมายของการให้บริการสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมของรัฐบาลเลือกตัดสินใจแนวทางที่จะกระทำหรือไม่กระทำ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่กำหนด และเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนจำนวนมาก

สรุปได้ว่า การให้บริการสาธารณะ หมายถึง การให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวมการเข้าถึงบริการได้ อย่างสะดวกโดยคำนึงถึงลักษณะที่พึงการเดินทาง ความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกของ แหล่งบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่องและยุติธรรม ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกัน ต้องเป็นกิจการที่รัฐจัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนรวมของประชาชน บริการสาธารณะจะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณะประโยชน์และเป็นกิจกรรมหรือบริการที่จัดให้บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมและตรงตามความต้องการของประชาชน

2. หลักการให้บริการสาธารณะ

มีผู้อธิบายหลักการการให้บริการสาธารณะไว้ดังนี้

ฐิติรัตน์ อินตะพินค์ (2555) ได้อธิบายถึงการบริการสาธารณะไม่ว่าจะเป็นประเภทใดหรือจัดทำโดยผู้ใดย่อมต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. หลักว่าด้วยความเสมอภาค หลักนี้เป็นหลักเกณฑ์ที่สำคัญประการแรกในการจัดทำบริการสาธารณะ ทั้งนี้ เนื่องจากการที่ฝ่ายปกครองเข้ามาจัดทำบริการสาธารณะนั้น ฝ่ายปกครองควรมีได้มีจุดมุ่งหมายที่จะจัดทำบริการสาธารณะขึ้นเพื่อประโยชน์ของผู้หนึ่งผู้ใดโดยเฉพาะ แต่เป็นการจัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ของประชาชนทุกคน คือประชาชนทุกคนย่อมมีสิทธิได้รับการปฏิบัติ หรือได้รับผลประโยชน์จากบริการสาธารณะ

อย่างเสมอภาคกัน ดังนั้น กิจกรรมใดที่ฝ่ายปกครองจัดทำขึ้นเพื่อบุคคลใดโดยเฉพาะจึงไม่มีลักษณะเป็นบริการสาธารณะ

2. หลักว่าด้วยความต่อเนื่อง เนื่องจากบริการสาธารณะเป็นกิจการที่มีความจำเป็นสำหรับประชาชน ดังนั้น หากบริการสาธารณะหยุดชะงักไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตามประชาชน ผู้ใช้บริการสาธารณะย่อมได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหายได้ ด้วยเหตุนี้ บริการสาธารณะจึงต้องมีความต่อเนื่องในการจัดทำ ซึ่งหลักการที่สำคัญของหลักว่าด้วยความต่อเนื่องของบริการสาธารณะ คือ นิติบุคคลผู้มีหน้าที่จัดทำบริการสาธารณะจะต้องดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องตลอดเวลา หากมีกรณีที่เกิดการหยุดชะงักจะต้องมีการรับผิดชอบ และในกรณีที่เกิดการหยุดชะงักขององค์กรปกครองท้องถิ่น หรือองค์กรมหาชนอิสระ องค์กรที่ทำหน้าที่กำกับดูแลจะต้อง เข้าดำเนินการแทนเพื่อเป็นหลักประกันการต่อเนื่องของบริการสาธารณะ

3. หลักว่าด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง การบริการสาธารณะที่ดีนั้น จะต้องสามารถปรับปรุงแก้ไขได้ตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับเหตุการณ์และความจำเป็นในทางปกครองที่จะรักษาประโยชน์สาธารณะ รวมทั้งปรับปรุงให้เข้ากับวิวัฒนาการของความต้องการส่วนรวมของประชาชนด้วย ซึ่งหลักว่าด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหมายความว่า การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบริการสาธารณะให้ทันกับความต้องการของผู้ใช้บริการสาธารณะอยู่เสมอ เพื่อให้บริการสาธารณะที่ ฝ่ายปกครองจัดทำมีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนหรือประโยชน์มหาชน

Katz & Danet (1973) ได้ศึกษาการบริการประชาชน เช่น หลักการที่สำคัญของการให้บริการขององค์กรของรัฐ ประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ คือ

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นหลักการที่ต้องการให้บทบาทของประชาชนและเจ้าหน้าที่อยู่ในวงจำกัด เพื่อให้การควบคุมเป็นไปตามระเบียบกฎเกณฑ์และทำได้ง่าย ทั้งนี้โดยดูจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการว่าให้บริการประชาชนเฉพาะเรื่องติดต่อหรือไม่ ปฏิบัติหรือมีการสอบถามเรื่องอื่นหรือไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ติดต่อหรือไม่ หากมีการให้บริการที่ไม่เฉพาะเรื่องและ สอบถามเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง นอกจากจะทำให้ล่าช้าแล้วยังทำให้การควบคุมเจ้าหน้าที่เป็นไปได้ยาก

2. การให้บริการที่มีลักษณะเป็นทางการ (Universality) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างเป็นทางการไม่ยึดถือความสัมพันธ์ส่วนตัวแต่ยึดถือการให้บริการแก่ผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ

3. การวางตัวเป็นกลาง (Affective Neutrality) หมายถึง บริการแก่ผู้รับบริการ โดยจะต้องไม่นำเอาเรื่องของอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการเข้ามาเกี่ยวข้อง

สรุปได้ว่า หลักสำคัญของการให้บริการสาธารณะ มีการดำเนินการเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน อย่างเท่าเทียมกันโดยมีสาระสำคัญ คือ ความเสมอภาค ความเป็นกลาง ความต่อเนื่อง และการปรับปรุงให้มีคุณภาพอยู่เสมอ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 23,202 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 393 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตร ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1967)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire)

การวิเคราะห์โดยการทดสอบ (t – test) และสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way-ANOVA)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม

โดยภาพรวม	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	อันดับ
1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.02	0.72	มาก	1
2. ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา	3.99	0.63	มาก	3
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.01	0.69	มาก	2
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.90	0.70	มาก	4
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.88	0.84	มาก	5
รวม	3.97	0.67	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, SD = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.02$, SD = 0.72) รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.01$, SD = 0.69) ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ($\bar{X} = 3.99$, SD = 0.63) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.90$, SD = 0.70) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.88$, SD = 0.67) ตามลำดับ

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี กับปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนผู้รับบริการ ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ที่มีเพศต่างกัน

คุณภาพการให้บริการ	ชาย		หญิง		t	P
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	3.94	0.75	4.07	0.69	-1.824	0.06
2. ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา	3.95	0.63	4.02	0.63	-1.195	0.23
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.95	0.70	4.06	0.68	-1.493	0.13
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.88	0.68	3.93	0.72	-0.588	0.55
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	3.73	0.89	3.99	0.78	-3.000	0.00**
รวม	3.89	0.71	4.02	0.64	-1.995	0.05*

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามเพศ พบว่าในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี กับปัจจัยส่วนบุคคล โดยภาพรวม

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	8.604	4	2.151	4.899**	0.00
	ภายในกลุ่ม	170.358	388	.439		
	รวม	178.962	392			
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	17.559	5	3.512	8.420**	0.00
	ภายในกลุ่ม	161.404	387	.417		
	รวม	178.962	392			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	19.424	5	3.885	9.424**	0.00
	ภายในกลุ่ม	159.538	387	.412		
	รวม	178.962	392			

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
รายได้	ระหว่างกลุ่ม	1.40	15.574	5	3.115	7.378**
	ภายในกลุ่ม	71.11	163.388	387	0.422	
	รวม	72.51	178.962	392		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า อายุ การศึกษา รายได้ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ทั้ง 5 ด้าน โดยภาพรวมแตกต่างกัน

อภิปรายผล

ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ โดยมีประเด็นอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นให้บริการด้วยความเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ระบบงานที่ให้บริการมีความโปร่งใส เจ้าหน้าที่บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส และมีการให้บริการเป็นไปตามลำดับก่อน-หลัง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนารี แสนพยุห์ (2556) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากหนึ่งด้าน และระดับปานกลางสี่ด้าน เรียงจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า 2) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสาธารณะ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ประชาชนอายุระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสาธารณะ โดยรวมไม่แตกต่างกัน 3) ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ลำดับตามความถี่จากมากไปหาน้อยสามอันดับ คือ เทศบาลควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกาพัฒนาท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น รองลงมา คือ เทศบาลควรจัดสรรงบประมาณการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอกับความต้องการของประชาชน และผู้บริหาร พนักงานเทศบาล ควรมาปฏิบัติงานให้ตรงต่อเวลา

2. ด้านการให้บริการอย่างตรงเวลา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย มีขั้นตอน/ระเบียบ/แบบฟอร์มในการให้บริการ

มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา การให้คำแนะนำ การแก้ไขปัญหาความชัดเจนของข้อมูลในการให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการอย่างถูกต้อง และมีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธชาติ ภูทับทิม (2560) คุณภาพการให้บริการสาธารณะด้านระบบประปาหมู่บ้านขององค์การบริหารส่วนตำบลวังใหม่ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.85 ด้านอายุ 25 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.49 ด้านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.03 ด้านอาชีพเกษตรกร/ ปศุสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 23.51 ด้านรายได้ต่อเดือน 10,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.78 โดยภาพรวมปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะด้านระบบประปาหมู่บ้าน ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังใหม่ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ไม่แตกต่างกัน ประชาชนมีการประเมินคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะพนักงานมีจำนวนจำกัด ประชาชนมีปริมาณเพิ่มขึ้น ปริมาณงานมากเกินมาตรฐานที่กำหนด จึงไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการเข้าถึงได้อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความสุภาพของพนักงานอยู่ในระดับมาก ด้านการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง ด้านความเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับมาก และด้านความสามารถจับต้องได้และรู้สึกได้อยู่ในระดับมาก

3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย อาคารสถานที่ที่ให้บริการมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา มีช่องทางสำหรับคนชราและผู้พิการอย่างเพียงพอ บรรยากาศและแสงสว่างมีความเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการให้บริการเช่น ที่นั่งรอ ห้องน้ำ เป็นต้น ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ตีมัน (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ คือ การให้บริการ อย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า 2) ระดับการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ คือ ศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น งานส่งเสริมคุณภาพชีวิต และการบริหารจัดการและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ร่วมกันพยากรณ์การให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอแปลงยาว จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ร้อยละ 46.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถ เขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ $Z = .134X_1 + .316X_3 + .398X_4 + .140X_5$

4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการด้านต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ และให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและไม่ซ้ำซ้อน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้อง



กับงานวิจัยของ โวหาร ยะสารวรรณ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในการจัดบริการสาธารณะด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในการจัดบริการสาธารณะด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับมากในทุกด้าน 2) ปัจจัยลักษณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ปัจจัยลักษณะของสภาพแวดล้อม ปัจจัยลักษณะของบุคคลในองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในการจัดบริการสาธารณะด้านโครงสร้างพื้นฐานในระดับค่อนข้างสูง และปัจจัยนโยบายการบริหารและการปฏิบัติมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในการจัดบริการสาธารณะด้านโครงสร้างพื้นฐานในระดับสูง 3) ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การบริหารส่วนจังหวัด การติดต่อสื่อสารการบริหารการเปลี่ยนแปลงการบริหารเชิงกลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร การจัดการความขัดแย้งเทคโนโลยี แรงจูงใจในการทำงาน คุณภาพบุคลากร และการเมืองและกฎหมาย สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลขององค์การบริหารส่วนจังหวัดในการจัดบริการสาธารณะด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้ร้อยละ 77

5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย มีการใช้ทรัพยากรของหน่วยงานอย่างคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา มีการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการตลอดเวลา มีผู้รับความคิดเห็น/ร้องเรียน/ร้องทุกข์ และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีการเรียนรู้งานอยู่ตลอดเวลา ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภเศรษฐ ตรียะอรุณศิริ (2558) ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) การให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน และระดับปานกลาง 2 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านสาธารณสุข และด้านสาธารณสุข และด้านสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ 2) ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ 3 ด้าน และระดับปานกลาง ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ 3) ประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการให้บริการสาธารณะในระดับสูง ด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า รองลงมา ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการที่ตรงเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 และ 4) ข้อเสนอแนะการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบ่อทอง จังหวัดชลบุรี ดังนี้ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญและหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน ประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบล บางกร่าง อำเภอนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรที่แตกต่างกัน ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน การเปรียบเทียบระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน กับประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะ ในด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการ

ให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณารี แสนพยุห์ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลโพธิ์ทอง อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากหนึ่งด้าน และระดับปานกลางสี่ด้านเรียงจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า 2) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสาธารณะ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ประชาชนอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการสาธารณะ โดยรวมไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา เนตรเลื่อน (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะของเทศบาลเมืองลพบุรี อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี จำนวน 394 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการวิเคราะห์หาความแตกต่างโดยวิธีของ Scheffe โดยมีค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดลำดับการให้บริการก่อน – หลังอย่างยุติธรรม บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเต็มใจ และมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีการจัดระบบงานให้มีความโปร่งใส เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน รับฟังความคิดเห็นของประชาชน และจัดให้มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทาง เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนตำบล

2. ควรจัดให้มีขั้นตอน/ระเบียบ/แบบฟอร์มในการให้บริการติดไว้ ณ จุดให้บริการ และจุดที่เห็นได้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งให้มีตัวอย่างการกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ รวมทั้งมีการจัดทำแผนภูมิ ขั้นตอน และระยะเวลาการดำเนินการ รวมทั้งรายละเอียดอื่น ๆ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบ โดยประกาศ ณ จัดบริการทุกจุด ที่ประชาชนมองเห็นชัดเจน รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยวิธีอื่น ๆ และกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของงานบริการสาธารณะของแต่ละงาน และประกาศให้ประชาชนทราบ

3. ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น จุดบริการน้ำดื่ม จุดบริการอินเทอร์เน็ต ที่นั่งรอ เพิ่มขึ้น และอาจจัดทำจุดบริการร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนมากขึ้น

4. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ควรให้บริการด้วยความถูกต้องแม่นยำ กล่าวคือ การให้ความสำคัญกับรายละเอียดของงานในทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง และตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของงานที่ปฏิบัติก่อนส่งมอบงานให้กับผู้รับบริการ เพื่อให้งานมีความถูกต้องแม่นยำมากขึ้น



5. ควรส่งเสริมและพัฒนา เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้มีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา อาจจะใช้วิธีการในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ กล่าวคือมีการสร้างช่องทางให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันภายในระหว่างบุคลากร ควบคู่ไปกับการรับความรู้จากภายนอก เป้าประสงค์สำคัญ คือ เอื้อให้เกิดโอกาสในการหาแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและสร้างเป็นฐานความรู้ที่เข้มแข็งขององค์กร เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา และจัดให้มีช่องทางในการรับฟังความคิดเห็น เรื่องร้องเรียน ร้องทุกข์เพิ่มขึ้นจากตัวรับฟังความคิดเห็น เช่น การจัดให้มีเว็บบอร์ดเพื่อให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- โกวิทย์ พวงงาม. (2552). *มิติใหม่การปกครองท้องถิ่น: วิสัยทัศน์กระจายอำนาจ และการบริหารงานท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ชลิต สละ. (2556). *ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารงานงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2558). *กฎหมายปกครอง* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ฐิติรัตน์ อินตะพิงค์. (2555). *การรับรู้ต่ออำนาจหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2555). *หลักกฎหมายปกครองเกี่ยวกับบริการสาธารณะ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- นิสิต นิกรสถิตย์. (2553). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการขององค์การบริหารส่วนตำบลโนนราษี อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม*. (การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญเลิศ รักเพชร. (2552). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลห้วยแถลง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- มานิตย์ จุมปา. (2556). *คำอธิบายกฎหมายปกครองว่าด้วยหลักทั่วไป*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตติกร ตึกควรเฮง. (2551). *ความต้องการพัฒนาสถานีขนส่งภายใต้การบริหารงานของเทศบาลนครพิษณุโลก* (การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนงค์นาฏ แก้วไพฑูรย์. (2554). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการตามหลักสังกัดวัตถุ 4 ของฝ่ายทะเบียนที่ว่าการอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อรทัย ก๊กผล และฉัตรระวี ปรีสุทธิญาณ. (2552). *เคล็ดลับการจัดบริการสาธารณะท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

อัมรินทร์ เซ็นเสถียร. (2552). *ความคิดเห็นของผู้มาใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

Katz, E. & Danet, B. (1973). *Bureaucracy as a Problem for Sociology and Society*. New York: Basic Books.

Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service*. New York: McGraw-Hill.

Yamane T. (1967). *Elementary Sampling Theory*. New Jersey: Prentice – Hall.

การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนและมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

The Use of Debt in the Capital Structure and Firm Value of Listed
Companies in the Market for Alternative Investment

กัลยานี ภาคอรรถ¹, ชยงการ ภมรมาศ² และ โยธิน ทวีกิตikul³
Gallayane Parkatt¹, Chayongkan Pamornmarst² and Yothin Thavikitikul³

¹สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹Faculty of Management, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

²ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

²Finance and Banking, Faculty of Business Administration, Mahanakorn University of Technology, Thailand

³สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³Faculty of Management, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

E-mail: gallayan@gmail.com¹

Received: 2021-11-26; Revised: 2021-12-26; Accepted: 2021-12-27

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน และมูลค่าธุรกิจ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุน และ 3) วิเคราะห์ผลกระทบของการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ การศึกษานี้ศึกษาจากประชากรคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ Panel Data Analysis ทั้งแบบ Fixed Effects และ Random Effects

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้นี้สินในการดำเนินงานสูงสุดถึงร้อยละ 110 และต่ำสุดเพียงร้อยละ 5 เมื่อพิจารณาถึงการใช้นี้สินระยะยาวบริษัทจดทะเบียน ใช้นี้สินระยะยาวสูงสุดถึงร้อยละ 90 และต่ำสุดคือ ไม่ใช้นี้สินระยะยาวเลย ส่วนมูลค่าธุรกิจซึ่งวัด โดยอัตราส่วนราคาต่อกำไรมีค่าสูงสุดถึง 125.11 เท่า ในขณะที่ค่าต่ำสุด คือ 5.31 เท่า 2) สภาพคล่อง อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ และภาวะตลาดหลักทรัพย์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ 3) การใช้นี้สินระยะยาวในโครงสร้างเงินทุน มีผลกระทบในทางบวกต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในขณะที่ขนาดของกิจการมีผลกระทบในทางลบ

คำสำคัญ: การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน, มูลค่าธุรกิจ, บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the use of debt in capital structure and business value 2) an analysis of factors affecting the use of debt in the capital structure and 3) an analysis of the impact of debt used in the capital structure on the business value of companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI). The population is companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI). Data were analyzed using descriptive statistics and Panel Data Analysis, both Fixed Effects and Random Effects.

The results of the research showed that 1) companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI) used up to 110% of operating liabilities and the lowest of only 5 percent. When considering in using the long-term debt, the maximum is 90% and the lowest is no long-term debt at all. Business value, as measured by price-to-earnings ratio, had the highest value of 125.11 times, while the lowest value was 5.31 times. 2) liquidity, asset growth rates and securities market is an important factor affecting the use of debt in the capital structure of listed companies on the Market for Alternative Investment (MAI). 3) the use of long-term debt in the capital structure have impacted positively on the business value of listed companies the Market for Alternative Investment (MAI) while the size of the business has a negative impact.

Keywords: The use of Debt in the Capital Structure, Value of Firm, Listed Companies in the Market for Alternative Investment

บทนำ

ในทางการเงินเมื่อกล่าวถึงการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนถือเป็นการสะท้อนถึงการใช้นโยบายการเงินของผู้บริหารในการจัดสัดส่วนโครงสร้างเงินทุนว่าควรใช้หนี้สินเป็นสัดส่วนเท่าไรในโครงสร้างเงินทุนจึงจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าของกิจการให้เพิ่มขึ้น Modigliani and Miller (1958) ได้นำเสนอทฤษฎีโครงสร้างเงินทุนที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน ต้นทุนเงินทุน และมูลค่ากิจการ โดยสาระสำคัญของทฤษฎี MM Proposition I และ II ที่คำนึงถึงภาษีของ Modigliani and Miller นี้ได้อธิบายว่ามูลค่าของกิจการที่ใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนจะมากกว่ามูลค่าของกิจการที่ไม่ใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน และเมื่อใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนเพิ่มขึ้น ๆ หรือสัดส่วนของอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E ratio) เพิ่มขึ้น ต้นทุนเงินทุนถ่วงเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (WACC) จะลดลง ในขณะที่ต้นทุนเงินทุนของหนี้สินไม่เปลี่ยนแปลง

ทฤษฎี Trade-off เป็นทฤษฎีที่สนับสนุนทฤษฎี MM โดยอธิบายว่า เมื่อธุรกิจใช้หนี้สินเพิ่มขึ้น มูลค่าของธุรกิจจะเพิ่มขึ้น จนถึงการใช้หนี้สินระดับหนึ่งที่เหมาะสมจะทำให้มูลค่าธุรกิจสูงที่สุด ต่อจากนั้นถ้าธุรกิจยังคงใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนเพิ่มขึ้น มูลค่าธุรกิจจะลดลง และโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจจะเกิดความเสี่ยงทางการเงินเพิ่มขึ้น ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้และการล้มละลายเมื่อใช้หนี้สินมาก



เกินไป นอกจากทฤษฎี MM และทฤษฎี Trade-off ที่กล่าวถึงการใช้หนี้สินเพิ่มขึ้นในโครงสร้างเงินทุนจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของธุรกิจแล้ว Brigham and Ehrhardt (2020) ยังอธิบายสนับสนุนถึงการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนว่า การใช้หนี้สินเพิ่มขึ้นสามารถทำให้อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เพิ่มขึ้นได้

การพิจารณาการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนอาจถูกมองในมุมมองที่เป็นทางลบด้วย เนื่องจากเมื่อธุรกิจใช้หนี้สินเพิ่มขึ้นจะเป็นการส่งสัญญาณของความเสี่ยงทางการเงินที่เพิ่มขึ้นด้วย และถ้าธุรกิจใช้หนี้สินมากขึ้นจนเกินระดับที่เหมาะสมสำหรับการสร้างมูลค่าธุรกิจแล้ว ธุรกิจจะเผชิญกับปัญหาทางการเงินเกี่ยวกับการล้มละลาย Noghondari and Naghondari (2017) ได้กล่าวว่า การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งของผู้บริหารการเงินในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุน เพราะการใช้หนี้สินเพิ่มขึ้นนำไปสู่ความเสี่ยงทางการเงินที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของต้นทุนเงินทุน ในขณะเดียวกัน Adenugba et. al., (2016) ได้กล่าวว่า การใช้หนี้สินเป็นแหล่งเงินทุนที่ดีกว่าการใช้ส่วนของทุนหรือผู้ถือหุ้น เมื่อธุรกิจมีความต้องการลงทุนในโครงการลงทุนระยะยาว ยิ่งไปกว่านั้น Al-Slehat (2020) ได้กล่าวย่ำว่าธุรกิจหรือบริษัทควรปรับปรุงการใช้หนี้สินให้นำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรให้เพิ่มขึ้น

จากแนวคิดของทฤษฎี MM ทฤษฎี Trade-off และแนวคิดของนักวิจัยหลายท่านข้างต้น ผู้บริหารการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการจัดหาเงินทุนของธุรกิจดังจะเห็นได้จากโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น แต่อยู่ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน (แบบฟอร์ม 56-1 ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์) และกัลยานี ภาคออต และคณะ (2563) ที่ยืนยันว่าในช่วงปี 2558 – 2562 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทุกบริษัทใช้หนี้สินในการจัดหาเงินทุน และบริษัทที่ใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนสูงที่สุดคือ ประมาณ 90.67% แต่งานวิจัยครั้งนั้นไม่ได้ทดสอบหรือยืนยันว่า การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนมีผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจหรือไม่ ต่อมาในปี 2564 ภัณดชัย ปินธุ และกัลยานี ภาคออต ได้วิเคราะห์ผลกระทบของการใช้หนี้สิน และนโยบายเงินปันผลต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และรายงานว่าการใช้หนี้สินซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้รวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนมีผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจในทางบวก โดยงานวิจัยดังกล่าวได้ใช้ Tobin's Q ratio เป็นตัววัดมูลค่าธุรกิจดังเช่นงานวิจัยหลาย ๆ งานในอดีตได้ใช้ แต่งานวิจัยไม่ได้พิจารณาถึงปัจจัยกำหนดการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียน

ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการขยายงานวิจัยของกัลยานี ภาคออต และคณะ (2562) และภัณดชัย ปินธุ และกัลยานี ภาคออต (2564) โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดการใช้หนี้สินและวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้หนี้สินต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และที่สำคัญมากไปกว่านั้นคืองานวิจัยนี้ได้ใช้ตัวแปรที่แตกต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ ในอดีตคือ การใช้ค่าอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้นหรือ P/E ratio เป็นตัววัดมูลค่าธุรกิจ ซึ่งมุ่งเน้นในส่วนของผู้ถือหุ้น และปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนได้รวมทั้งปัจจัยภายในของธุรกิจ และปัจจัยภายนอกคือ ภาวะเศรษฐกิจและภาวะตลาดหลักทรัพย์ ส่วนการวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้หนี้สินต่อมูลค่าธุรกิจ ได้นำปัจจัยเกี่ยวกับการเลือกใช้หนี้สินระยะยาวเข้ามาพิจารณาด้วย ซึ่งนับได้ว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยอื่น จึงกล่าวได้ว่างานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่นอกจากเป็นการขยายงานวิจัยเดิมแล้วยังเป็นการสร้างมุมมองใหม่จากตัวแปรใหม่ที่น่าสนใจ

การทดสอบ อีกทั้งเป็นการเพิ่มหลักฐานใหม่เกี่ยวกับการใช้นโยบายการเงินของผู้บริหาร และมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
3. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุน โครงสร้างเงินทุนและมูลค่าธุรกิจได้เกิดขึ้นภายหลังจาก Modigliani and Miller (1958) ได้นำเสนอทฤษฎี MM รวมทั้งทฤษฎี Trade-off ที่ได้อธิบายว่าเมื่อธุรกิจใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนเพิ่มขึ้นหรืออัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio: D/E Ratio) เพิ่มขึ้น จะทำให้มูลค่าธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วย การเพิ่มขึ้นนี้มิใช่การเพิ่มขึ้นตลอดไป เมื่อ D/E ratio เพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่เหมาะสม จะทำให้มูลค่าธุรกิจเพิ่มขึ้นสูงสุด ต่อจากนั้นถ้าธุรกิจใช้นี้สินเพิ่มขึ้นต่อไป มูลค่าธุรกิจจะเริ่มลดลง และธุรกิจต้องคำนึงถึงการล้มละลาย จากสาระสำคัญเหล่านั้นนักวิจัยในอดีตจนถึงปัจจุบันได้ให้ความสนใจในหลายมุมมอง เช่น Wippen (1966) และ Jameel (2004) ได้รายงานว่าการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์กับมูลค่าธุรกิจ ในขณะที่ Ronald (1983) ได้ยืนยันว่ามีโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม และ McConnell and Servaes (1995) ได้พบว่า ในกิจการที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงมูลค่าธุรกิจจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการใช้นี้สิน ส่วน Aivazian (2005) ได้รายงานว่าการใช้นี้สินของบางธุรกิจในประเทศแคนาดามีความสัมพันธ์ในทางลบกับการลงทุน งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้นี้สิน โครงสร้างเงินทุน และมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยต่างๆ ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายจากนั้นมา

คริสต์ทศวรรษที่ 20 ถึง 21 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนและมูลค่าธุรกิจ ได้พบมากขึ้นในตลาดหลักทรัพย์เกิดใหม่ (Emerging Market) โดยงานวิจัยแต่ละงานให้ความสนใจในมุมมองที่ต่างกัน ดังเช่นงานวิจัยของ Gulnar (2008) รายงานว่า ผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น เมื่อสัดส่วนการใช้นี้สินเพิ่มขึ้น Cheng and Tzeng (2011) ได้ให้ข้อมูลว่าบริษัทที่ใช้นี้สินสูงจะมีมูลค่าธุรกิจสูงกว่าบริษัทที่ใช้นี้สินต่ำ ในปี 2012 Soumadi and Hayajneh (2012) ได้พบว่า โครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจอร์แดน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับผลการดำเนินงาน ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน Ishari (2016) ได้พบความสัมพันธ์ของการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศศรีลังกา ส่วน Adenugba et. al., (2016) ได้ยืนยันว่าการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับมูลค่าธุรกิจ Dutta et. al., (2018) ได้รายงานว่ามูลค่าธุรกิจซึ่งวัดโดย Tobin's Q Ratio มีความสัมพันธ์ในทางลบกับสัดส่วนการใช้นี้สิน และ Babaei et. al.,

(2013) ได้พบว่าการใช้หนี้สินของธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางลบกับกำไรต่อหุ้น อัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์รวม และกำไรจากการดำเนินงาน และเมื่อเร็ว ๆ นี้ Al-Slehat (2020) และ Ibrahim (2020) ได้ยืนยันว่าการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์ทางลบกับมูลค่าธุรกิจซึ่งวัดโดย Tobin's Q Ratio ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจอร์แดน และไนจีเรียตามลำดับ

ในขณะที่นักวิจัยกลุ่มหนึ่งให้ความสนใจกับมูลค่าธุรกิจ และการใช้หนี้สินของธุรกิจ นักวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งได้สนใจเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และ/หรืออัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศต่าง ๆ เช่น Cevheroglu (2018) ได้ให้ข้อมูลว่าความสามารถทำกำไร ขนาดของกิจการ และสภาพคล่อง เป็นปัจจัยสำคัญกำหนดการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศตุรกี ในขณะที่ Ata and Ag (2010) รายงานว่า สภาพคล่องมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศตุรกีเช่นกัน เมื่อพิจารณาถึงตัวแปรความสามารถทำกำไร ขนาดของกิจการ และการเจริญเติบโต Chen (2004) ได้รายงานว่าความสามารถทำกำไรมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจีน Wald (1999) และ Deesomsak et. al., (2004) ได้พบว่า การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจในแถบเอเชียแปซิฟิกมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับขนาดของกิจการ และ Kester (1986) และ Bayrakdaroglu et. al. (2013) ได้ยืนยันว่าการเจริญเติบโตเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และตุรกี โดยแสดงความสัมพันธ์ในทางบวก

สำหรับประเทศไทย Siripipath and Sakunasingh (2016) ได้รายงานว่ โอกาสการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้หนี้สิน ในขณะที่สภาพคล่องมีความสัมพันธ์ทางลบในอุตสาหกรรมเหล็กในเวลาใกล้เคียงกัน M'ng et. al., (2017) ได้พบว่า ขนาดของกิจการ และอัตราส่วนค่าเสื่อมราคาต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลในทางบวกและลบต่อโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และ Sakunasingha (2018) ได้ให้ข้อมูลว่า ความสามารถในการทำกำไร อัตราการเจริญเติบโต ความเสี่ยง อัตราการเจริญเติบโตของ GDP และสภาพคล่อง เป็นปัจจัยกำหนดโครงสร้างเงินทุนของธนาคารพาณิชย์ท้องถิ่นในประเทศไทย เมื่อเร็ว ๆ นี้ กัลยานี ภาคอัด และคณะ (2563) ได้พบว่า ความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญกำหนดโครงสร้างเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในขณะที่โครงสร้างเงินทุนไม่มีผลกระทบต่อความสามารถทำกำไร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การวิจัยนี้ศึกษาจากประชากรคือ บริษัทจดทะเบียนทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีข้อมูลครบถ้วนสำหรับการวิจัย ใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนไม่เกินร้อยละ 98 และไม่รวมบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มการเงินจำนวน 87 บริษัท รวม 261 ชุดข้อมูล

2. เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ และเป็นข้อมูลรายปีของบริษัทจดทะเบียนจำนวน 87 บริษัท ซึ่งประกอบด้วย อัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้น (P/E) อัตราส่วน

หนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (LTD) อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (SG) อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนสภาพคล่อง (CR) กำไรต่อหุ้น (EPS) เงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CF) อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ (GROW) ขนาดของกิจการ (MCAP) และการเลือกใช้หนี้สิน (DB) รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจและภาวะตลาดหลักทรัพย์ คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และภาวะตลาดหลักทรัพย์ (SET) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ

3. คำนวณค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่ามัธยฐาน ของการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) และอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (LTD) และมูลค่าธุรกิจซึ่งวัดโดยอัตราส่วนราคาตลาดหุ้นต่อกำไรต่อหุ้น (PE) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

4. ใช้ Panel Data Analysis ทั้งแบบ Fixed Effects และ Random Effects เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนและวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งแสดงสมการของตัวแบบได้ดังนี้

4.1 สมการถดถอยแบบ Fixed Effects เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน เมื่อการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

$$DE_{it} = \beta_1 CR_{it} + \beta_2 MCAP_{it} + \beta_3 GROW_{it} + \beta_4 GDP_t + \beta_5 SET_t + a_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

เมื่อ

DE_{it} = อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ในปี t

CR_{it} = อัตราส่วนสภาพคล่องของบริษัท i ในปี t

$MCAP_{it}$ = ค่า Log ของมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัท i ในปี t ซึ่งวัดขนาดของบริษัท

$GROW_{it}$ = อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัท i ในปี t

GDP_t = ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศในปี t ซึ่งวัดภาวะเศรษฐกิจ

SET_t = ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ในปี t ซึ่งวัดภาวะตลาดหลักทรัพย์

a_i = ตัวแปรทั้งหมดที่อยู่นอกสมการที่ส่งผลต่อตัวแปรในสมการ

ε_{it} = ค่าความคลาดเคลื่อน

4.2 สมการถดถอยแบบ Random Effects เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน เมื่อการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

$$LTD_{it} = \alpha_1 CR_{it} + \alpha_2 MCAP_{it} + \alpha_3 GROW_{it} + \alpha_4 GDP_t + \alpha_5 SET_t + V_{it} \quad (2)$$

เมื่อ

LTD_{it} = อัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ในปี t

V_{it} = ค่าความคลาดเคลื่อนใหม่ที่นำ a_i ไปรวมกับค่าความคลาดเคลื่อนจากสมการ Fixed Effects ($V_{it} = a_i + \varepsilon_i$)

4.3 สมการถดถอยแบบ Random Effects เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งแยกเป็น 2 สมการโดยพิจารณาการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน ซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) และอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (LTD)

$$PE_{it} = \gamma_1 DE_{it} + \gamma_2 BOND_{it} + \gamma_3 TA_{it} + \gamma_4 ROE_{it} + \gamma_5 EPS_{it} + \gamma_6 SG_{it} + \gamma_7 CF_{it} + V_{it} \quad (3)$$

$$PE_{it} = \theta_1 LTD_{it} + \theta_2 BOND_{it} + \theta_3 TA_{it} + \theta_4 ROE_{it} + \theta_5 EPS_{it} + \theta_6 SG_{it} + \theta_7 CF_{it} + V_{it} \quad (4)$$

เมื่อ

- PE_{it} = อัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้นของบริษัท i ในปี t ซึ่งวัดมูลค่าธุรกิจ
- $BOND_{it}$ = การเลือกใช้เงินกู้ระยะยาวหรือหุ้นกู้ในโครงสร้างเงินทุน ซึ่งใช้ตัวแปรหุ่นเป็นค่าวัด มีค่า = 1 เมื่อบริษัทใช้หุ้นกู้ อื่นๆ มีค่า = 0
- TA_{it} = สินทรัพย์รวมของบริษัท i ในปี t ซึ่งวัดขนาดของบริษัท
- ROE_{it} = อัตราผลตอบแทนของส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ในปี t ซึ่งวัดความสามารถทำกำไรของบริษัท
- EPS_{it} = กำไรต่อหุ้นของบริษัท i ในปี t
- SG_{it} = อัตราการเจริญเติบโตของยอดขายของบริษัท i ในปี t
- CF_{it} = ค่า Log ของกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท i ในปี t

การพิจารณาว่าตัวแบบ Fixed Effects หรือ Random Effects เหมาะสมสำหรับชุดข้อมูลที่ทำการวิจัยเพื่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุน และวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนต่อมูลค่าธุรกิจนั้น งานวิจัยนี้ได้ใช้ Hausman Test เพื่อทดสอบ โดย Hausman Test จะทดสอบว่าสมการถดถอยแบบ Random Effects มีความเหมาะสมสำหรับชุดข้อมูลที่ทำการวิจัยหรือไม่ ซึ่งจากงานวิจัยพบว่าสมการถดถอยแบบ Random Effects มีความเหมาะสมกับชุดข้อมูลในสมการที่ (2) (3) และ (4) ด้วยค่า p -value = 0.3093, 0.5171 และ 0.6667 ตามลำดับ ส่วนสมการที่ (1) สมการถดถอยแบบ Fixed Effects เหมาะสมกว่าด้วยค่า p -value = 0.0001 สำหรับตัวแปรอิสระในแต่ละสมการได้ทดสอบการมีความสัมพันธ์กันเองด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย

1. การใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังตารางตารางที่ 1 การใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ: พ.ศ. 2560 - 2562

ตัวแปร	Mean	S.D.	Max	Min	Median
การใช้นี้สิน (DE) (%)	64	0.54	110	5	45
การใช้นี้สิน (LTD) (%)	14	0.26	90	0.00	5
มูลค่าธุรกิจ (PE) (เท่า)	24.5	28.59	125.11	5.31	17.49

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าสูงสุด (Max) ค่าต่ำสุด (Min) และค่ามัธยฐาน (Me) ของอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้น (LTD) ซึ่งแสดงการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียน และอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้น (PE) ซึ่งวัดมูลค่าธุรกิจ จะเห็นได้ว่าในช่วงระยะเวลาที่ทำวิจัย พ.ศ. 2560 - 2562 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้หนี้สินในการดำเนินงานสูงสุดถึงร้อยละ 110 ซึ่งเกินจากส่วนของผู้ถือหุ้น และต่ำสุดเพียงร้อยละ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยและค่ามัธยฐานค่อนข้างสูงคือ ประมาณร้อยละ 64 (S.D.= 0.54) และ 45% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงการใช้หนี้สินระยะยาวจะพบว่า บริษัทจดทะเบียนใช้หนี้สินระยะยาวสูงสุดถึงร้อยละ 90 และต่ำสุดคือ ไม่ใช้หนี้สินระยะยาวเลยคือร้อยละ 0 โดยมีค่าเฉลี่ยและค่ามัธยฐานประมาณร้อยละ 14 (S.D.= 0.26) และร้อยละ 5 ตามลำดับ ส่วนมูลค่าธุรกิจตารางที่ 1 ให้ข้อมูลว่ามีค่าสูงสุดถึง 125.11 เท่า และต่ำสุด 5.31 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.5 เท่า (S.D.= 28.59) และค่ามัธยฐานเท่ากับ 17.49 เท่า

จากข้อมูลสามารถวิเคราะห์ในภาพรวมได้ว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทุกบริษัทใช้หนี้สินในการดำเนินงาน โดยถ้าพิจารณาในลักษณะของหนี้สินรวมอาจกล่าวได้ว่าบริษัทส่วนใหญ่ใช้หนี้สินค่อนข้างสูง แต่ถ้าพิจารณาการใช้หนี้สินระยะยาวกลับพบว่า มีบริษัทจดทะเบียนบางบริษัทเท่านั้นที่ใช้หนี้สินระยะยาวค่อนข้างสูง ในขณะที่บางบริษัทไม่ใช้หนี้สินระยะยาวเลย ซึ่งถ้าวิเคราะห์ถึงนโยบายการเงินในการจัดการหนี้สินของธุรกิจ อาจมองได้ว่าผู้บริหารมีความระมัดระวังในการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนเพื่อ ป้องกันการขาดสภาพคล่องในการดำเนินงาน แต่ก็สามารถสร้างผลการดำเนินงานได้ดีจนทำให้มูลค่าธุรกิจค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่านักลงทุนให้ความสนใจบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยราคาตลาดต่อหุ้นสูงกว่ากำไรต่อหุ้นถึง 125 เท่า หรือโดยเฉลี่ยประมาณ 24.5 เท่า อย่างไรก็ตาม อาจวิเคราะห์ในอีกมุมมองได้ว่าการใช้หนี้สินระยะยาวน้อย ถ้าบริษัทต้องการลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างการเจริญเติบโต นั่นหมายความว่า บริษัทเหล่านั้นใช้เงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นในการสร้างกำไรและการเจริญเติบโต

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

2.1 การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อธิบายตามผลของสมการถดถอยแบบ Fixed Effects สมการที่ (1) ซึ่งแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลของสมการถดถอย

$$DE_{it} = \beta_1 CR_{it} + \beta_2 MCAP_{it} + \beta_3 GROW_{it} + \beta_4 GDP_t + \beta_5 SET_t + a_i + \varepsilon_{it}$$

Variable	Coefficient	Std. Error	t - Statistic	p - Value
C	10.1809	2.8509	3.5712	0.0005
CR	-0.0332	0.0149	-2.2273	0.0273*
MCAP	0.0380	0.0649	0.5860	0.5587
GROW	0.3379	0.0663	5.0965	0.0000*
GDP	-0.0312	0.0273	-1.1448	0.2539
SET	-1.3727	0.4371	-3.1407	0.0020*

* ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 รายงานปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งวัดการใช้นี้สินโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น จากผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า สภาพคล่องของกิจการ (CR) อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ (GROW) และภาวะตลาดหลักทรัพย์ (SET) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการใช้นี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ กล่าวคือ สภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับการใช้นี้สินในทางลบ ในขณะที่อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทางบวกหรือทิศทางเดียวกันกับการใช้นี้สิน ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่อบริษัทจดทะเบียนใช้นี้สินเพิ่มขึ้น สภาพคล่องทางการเงินของบริษัทจะลดลง และเมื่อภาวะตลาดหลักทรัพย์อยู่ในลักษณะค่อนข้างขบเซา บริษัทจะใช้เงินทุนจากหนี้สินในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตัวแปรหรือปัจจัยอัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์จะเห็นว่า เมื่ออัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนเพิ่มขึ้นบริษัทจะใช้นี้สินเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนขนาดของกิจการ (MCAP) และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้นี้สินในการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

2.2 การใช้นี้สินในโครงสร้างเงินทุนซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (LTD) อธิบายตามผลของสมการถดถอยแบบ Random Effects สมการที่ (2) ซึ่งแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลของสมการถดถอย $LTD_{it} = \alpha_1 CR_{it} + \alpha_2 MCAP_{it} + \alpha_3 GROW_{it} + \alpha_4 GDP_t + \alpha_5 SET_t + V_{it}$

Variable	Coefficient	Std. Error	t - Statistic	p - Value
C	3.8630	1.6474	2.3449	0.0198
CR	-0.0124	0.0062	-1.9958	0.0470*
MCAP	-0.0006	0.0211	-0.0293	0.9766
GROW	0.2542	0.0360	7.0557	0.0000*
GDP	-0.0137	0.0154	-0.8915	0.3735
SET	-0.4937	0.2351	-2.1003	0.0367*

* ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 รายงานปัจจัยที่มีผลต่อการใช้นี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น จากผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า สภาพคล่องของกิจการ (CR) อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ (GROW) และภาวะตลาดหลักทรัพย์ (SET) เป็นปัจจัยสำคัญกำหนดการใช้นี้สินระยะยาวในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ กล่าวคือ สภาพคล่องของกิจการ และภาวะตลาดหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการใช้นี้สินระยะยาวในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในขณะที่อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า สภาพคล่องของกิจการลดน้อยลงเมื่อบริษัทจดทะเบียนใช้นี้สินระยะยาวเพิ่มขึ้น และในช่วงที่ภาวะตลาดหลักทรัพย์มีความคึกคักน้อยลงบริษัทจดทะเบียนใช้นี้สินระยะยาวในโครงสร้างเงินทุนเพิ่มขึ้น สำหรับอัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ เมื่ออัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น การใช้นี้สินระยะยาวจะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนขนาดของกิจการ (MCAP) และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้นี้สินระยะยาวในโครงสร้างเงินทุนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3. ผลกระทบของการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3.1 ผลกระทบของการใช้หนี้สินต่อมูลค่าธุรกิจ ซึ่งวัดการใช้หนี้สินโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อธิบายผลของสมการถดถอยแบบ Random Effects สมการที่ 3 ซึ่งแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลของสมการถดถอย $PE_{it} = \gamma_1 DE_{it} + \gamma_2 BOND_{it} + \gamma_3 TA_{it} + \gamma_4 ROE_{it} + \gamma_5 EPS_{it} + \gamma_6 SG_{it} + \gamma_7 CF_{it} + V_{it}$

Variable	Coefficient	Std. Error	t - Statistic	p - Value
C	18.7102	6.9057	2.7094	0.0072
DE	3.9219	4.3682	0.8978	0.3701
BOND	0.7098	13.3484	0.0532	0.9576
TA	-8.0919	3.3972	-2.3819	0.0180*
ROE	-0.0206	0.1810	-0.1137	0.9096
EPS	-1.5811	2.3094	-0.6847	0.4942
SG	4.3659	5.4208	0.8054	0.4213
CF	0.2117	0.2637	0.8027	0.4229

* ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 รายงานผลกระทบของการใช้หนี้สินต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า การใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) ไม่มีผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจ (PE) ส่วนตัวแปรหรือปัจจัยอื่นที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าของธุรกิจนั้น พบว่าขนาดของบริษัท (TA) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การเลือกใช้น้ำสินระยะยาว (BOND) ความสามารถทำกำไร (ROE) กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (SG) และกระแสเงินสดจากกิจการดำเนินงาน (CF) ไม่แสดงผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งอธิบายได้ว่าการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงของมูลค่าธุรกิจ ซึ่งมุ่งเน้นที่มูลค่าของผู้ถือหุ้นไม่ได้รับผลกระทบจากการใช้หนี้สินรวมในการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ในขณะเดียวกันก็ไม่ได้รับผลกระทบจากการเลือกใช้น้ำสินระยะยาว ความสามารถในการทำกำไร กำไรต่อหุ้น อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย และกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน แต่ได้รับผลกระทบจากขนาดของบริษัทที่วัดโดยสินทรัพย์รวม กล่าวคือ เมื่อขนาดของบริษัทจดทะเบียนลดลงมูลค่าธุรกิจจะเพิ่มขึ้น นั่นหมายถึงธุรกิจขนาดเล็กที่สินทรัพย์รวมไม่ค่อนสูงจะมีมูลค่าธุรกิจสูง

3.2 ผลกระทบของการใช้หนี้สินต่อมูลค่าธุรกิจ ซึ่งวัดการใช้หนี้สินโดยอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อธิบายตามผลของสมการถดถอยแบบ Random Effects สมการที่ (4) ซึ่งแสดงได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลของสมการถดถอย $PE_{it} = \theta_1 LTD_{it} + \theta_2 BOND_{it} + \theta_3 TA_{it} + \theta_4 ROE_{it} + \theta_5 EPS_{it} + \theta_6 SG_{it} + \theta_7 CF_{it} + V_{it}$

Variable	Coefficient	Std. Error	t - Statistic	p - Value
C	8.9231	6.2180	3.0433	0.0026
LTD	3.1696	7.8999	2.1734	0.0307*
BOND	0.6280	12.9523	0.0485	0.9614
TA	-8.1548	3.0145	-2.7052	0.0073*
ROE	0.0118	0.1794	0.0657	0.9476
EPS	-1.6445	2.2503	-0.7309	0.4655
SG	-1.3813	5.5129	0.2506	0.8024
CF	0.1788	0.2627	0.6807	0.4967

* ระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 รายงานผลกระทบของการใช้หนี้สินต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า การใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งวัดโดยอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (LTD) มีผลกระทบในทางบวกต่อมูลค่าธุรกิจ (PE) ส่วนตัวแปรอื่นที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจนั้น พบว่าขนาดของบริษัท (TA) ส่งผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจในทางลบ ส่วนปัจจัยอื่น ได้แก่ การเลือกใช้หนี้สิน (BOND) ความสามารถทำกำไร (ROE) กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (SG) และกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CF) ไม่มีผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งอธิบายได้ว่าการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงของมูลค่าธุรกิจขึ้นอยู่กับการใช้หนี้สินระยะยาว และขนาดของบริษัทจดทะเบียน กล่าวคือ เมื่อบริษัทจดทะเบียนใช้หนี้สินระยะยาวในการลงทุนหรือการดำเนินงานเพิ่มขึ้น มูลค่าธุรกิจจะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นด้วย และมูลค่าธุรกิจจะเพิ่มขึ้น เมื่อขนาดของบริษัทจดทะเบียนเล็กลง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่า สภาพคล่อง อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์ และภาวะตลาดหลักทรัพย์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน ทั้งที่วัดโดยอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น โดยสภาพคล่อง และภาวะตลาดหลักทรัพย์มีความสัมพันธ์กับการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในทางตรงกันข้าม ในขณะที่อัตราการเจริญเติบโตของสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ในทางบวก มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ata and Ag (2010) และ Cevheroglu – Acar (2018) ที่พบว่า สภาพคล่อง และขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์กับการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศตุรกี Kester (1986) และ Bayrakdaroglu et. al., (2013) ที่ให้ข้อมูลว่าการเจริญเติบโตเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลในทางบวกต่อการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และ ตุรกี Siripipath and Sakunasingha (2016) ที่ให้ข้อมูลว่าสภาพคล่องมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการใช้หนี้สินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในขณะที่โอกาสการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์ในทางบวก และ Sakunasingha (2018) ที่ได้พบว่า อัตราการเจริญเติบโตเป็นปัจจัยกำหนดโครงสร้างเงินทุนของธนาคารท้องถิ่นในประเทศไทย

จากผลการวิจัยข้างต้นอาจเป็นไปได้ว่า เมื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ หรือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีโครงการลงทุนที่มีความคุ้มค่า และคาดว่าจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการ ผู้บริหารของบริษัทเหล่านั้นเลือกที่จะจัดหาเงินทุนโดยใช้หนี้สินระยะยาวเพิ่มขึ้น เพราะจะได้รับประโยชน์จากการประหยัดภาษี และมีต้นทุนเงินทุนต่ำกว่าการจัดหาเงินทุนโดยวิธีอื่น แต่อย่างไรก็ตามบริษัทจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงทางการเงินที่เพิ่มขึ้น มีภาระผูกพันมากขึ้น บริษัทจึงต้องมีความพร้อมในการชำระหนี้สินนั้นหมายถึงบริษัทมีความต้องการใช้เงินสดเพิ่มมากขึ้นเพื่อชำระหนี้สิน ในขณะเดียวกันบริษัทอาจใช้หนี้สินระยะสั้นเพื่อลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน แต่ไม่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ภายใน 1 ปี จึงต้องใช้หนี้สินระยะสั้นสำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นผลให้สภาพคล่องของกิจการลดลง และการที่บริษัทจดทะเบียนเลือกจัดหาเงินทุนโดยใช้หนี้สินในภาวะที่ตลาดหลักทรัพย์ไม่คึกคักนั้น อาจเป็นไปได้ว่าผู้บริหารนั้นใจว่ามีความเหมาะสม โดยเฉพาะการใช้หนี้สินระยะยาว เนื่องจากการออกจำหน่ายหุ้นสามัญเหมาะสมในช่วงภาวะตลาดหลักทรัพย์คึกคักมากกว่า ดังนั้น เมื่อภาวะตลาดหลักทรัพย์ค่อนข้างซบเซา บริษัทจึงเลือกจัดหาเงินทุนโดยใช้หนี้สินแทน

สำหรับการวิจัยที่พบว่า การใช้หนี้สินระยะยาวในโครงสร้างเงินทุนมีผลกระทบในทางบวกต่อมูลค่าธุรกิจ ซึ่งวัดโดยอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้น ในขณะที่ขนาดของกิจการมีผลกระทบในทางลบนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jameel (2004) ที่รายงานว่า การใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุนมีความสัมพันธ์กับมูลค่าธุรกิจ Cheng and Tzeng (2011) ที่กล่าวว่า บริษัทที่ใช้หนี้สินสูงจะมีมูลค่าธุรกิจสูงกว่าบริษัทที่ใช้หนี้สินต่ำ Adenugba et. al., (2016) ที่ยืนยันว่า การใช้หนี้สินมีความสัมพันธ์ทางบวกกับมูลค่าธุรกิจ และ Al-Slehat (2020) ที่รายงานว่า ขนาดของกิจการมีผลกระทบต่อมูลค่าธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ประเทศจอร์แดน จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น อาจเป็นไปได้ว่า ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ตัดสินใจใช้หนี้สินระยะยาวสำหรับการลงทุนในโครงการลงทุน ซึ่งคาดว่าจะคุ้มค่าต่อการลงทุน และจะนำไปสู่การสร้างความมั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้น ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนของผู้บริหารอาจเป็นสัญญาณทางบวกต่อนักลงทุน และนักลงทุนได้สะท้อนกลับต่อข้อมูลเหล่านี้ด้วยการที่ราคาตลาดของหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น เมื่อราคาตลาดของหลักทรัพย์ของบริษัทเหล่านั้นเพิ่มขึ้น ย่อมหมายถึงมูลค่าธุรกิจซึ่งวัดด้วยราคาตลาดของหลักทรัพย์ต่อหุ้นต่อกำไรต่อหุ้น หรือพีอีเรโซของบริษัทเหล่านั้นเพิ่มขึ้นด้วย ที่สำคัญคือ ถ้าเป็นบริษัทขนาดเล็กที่ค่าพีอีเรโซยังไม่ค่อยสูงมาก เมื่อมีข้อมูลข่าวสารในทางบวกต่อนักลงทุน นักลงทุนจะหันมาให้ความสนใจ และเลือกลงทุนในหลักทรัพย์เหล่านั้น จึงเป็นผลให้ราคาตลาดของหลักทรัพย์นั้นสูงขึ้น และพีอีเรโซซึ่งเป็นตัววัดมูลค่าธุรกิจจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นด้วย จึงเป็นไปได้ว่าธุรกิจขนาดเล็กมีมูลค่าธุรกิจสูง

ข้อเสนอแนะ

การอธิบายข้อเสนอแนะแยกออกเป็น 2 ประเด็นคือ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย อธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1.1 ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ควรกำหนดนโยบายการเงินเกี่ยวกับการใช้หนี้สินในโครงสร้างเงินทุน และถือปฏิบัติด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากอัตราส่วนหนี้สินรวมหรือหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้นสะท้อนถึงการใช้หนี้สิน เพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตของธุรกิจ ในขณะเดียวกันอาจทำให้ธุรกิจขาดสภาพคล่องในการดำเนินงานได้



1.2 ในการใช้หนี้สินในการดำเนินงาน ผู้บริหารควรพิจารณาภาวะตลาดหลักทรัพย์รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจด้วย ที่สำคัญคือ ต้องตระหนักว่าการจัดหาเงินทุนแต่ละครั้ง ธุรกิจจะต้องได้เงินทุนตามจำนวนที่ต้องการหรือที่ได้วางแผนไว้ ไม่เช่นนั้นจะมีผลกระทบถึงการบรรลุตามเป้าหมายการลงทุนของธุรกิจ

1.3 ผู้บริหารธุรกิจขนาดเล็กควรใช้หนี้สินระยะยาวสำหรับการลงทุนในโครงการลงทุนที่มีความคุ้มค่า และนำไปสู่การสร้างคามั่งคั่งให้กับผู้ถือหุ้น เพราะนอกจากช่วยประหยัดภาษี และมีต้นทุนเงินทุนต่ำแล้ว อาจเป็นการส่งสัญญาณทางบวกให้กับนักลงทุน ที่จะสะท้อนให้ราคาตลาดของหลักทรัพย์สูงขึ้น ตลอดจนมูลค่าธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นด้วย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้สนใจ อาจทำการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยนี้ หรือเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในลักษณะของการขยายผลงานวิจัย การวิจัยจากข้อจำกัดของงานวิจัยเดิม การมองมุมมองใหม่ หรือการผสมผสานกับศาสตร์อื่น

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้วิธีการวิจัยอื่น หรือตัวแบบอื่นที่แตกต่างจากงานวิจัยนี้ เช่นการใช้สมการโครงสร้าง สมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา หรือแบบภาคตัดขวาง รวมทั้งอาจใช้ตัวแปรอื่นที่เหมาะสมกับบริบทของตลาดหลักทรัพย์ไทยที่เป็นตลาดหลักทรัพย์เกิดใหม่

2.3 ผู้วิจัยอาจทำการวิจัยจากประชากรรายหมวดธุรกิจ หรือรายบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งมีการแบ่งช่วงเวลาของการทำวิจัย (Sub-period) เพื่อยืนยันกับผลการวิจัยแบบเต็มเวลา (Full Period) และควรครอบคลุมทั้งภาวะตลาดที่มีลักษณะ Bull Market และ Bear Market

เอกสารอ้างอิง

กัลยานี ภาคออต, เชาว์ โรจนแสง, สุรีย์ เข้มทอง, เสาวภา มีถาวรกุล และพิเชษฐ์ สิริโชคสกุลชัย. (2562).

การใช้หนี้สินและอัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านวิทยาการจัดการ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1-7.

กัลยานี ภาคออต, โยธิน ทวีกิตกุล, ชยการ ภมรมาศ, และพิเชษฐ์ สิริโชคสกุลชัย. (2563). การวิเคราะห์โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ, วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 11(1), 40-50.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, รายงานประจำปี 2560 – 2562. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ.

ณัฏชัย ปินธุ และกัลยานี ภาคออต. (2564). ผลกระทบของโครงสร้างเงินทุนและนโยบายเงินปันผลต่อมูลค่าธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงวิจัย ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 425-433.

Adenugba, A., Ige, A., and Kesinro, R. (2016). Financial Leverage and Firms' Value: A Study of Selected Firms in Nigeria. *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences*, 4(1), 14-32.

- Aivazian, A., Ge, Y., and Qiu, J. (2005). The Impact of Leverage on Firm Investment: Canadian Evidence, *Journal of corporate Finance*, 1(1), 277-291.
- Al-Slehat, Z. (2020). Impact of Financial Leverage, Size and Assets Structure on Firm Value: Evidence from Industrial Sector, Jordan. *International Business Research*, 13(1), 109-120.
- Ata, H. A., and Ağ, A. G. Y. (2010). Firma karakteristiğinin sermaye yapısı üzerindeki etkisinin analizi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (11), 45-60.
- Babaei, Z., Shahveisi, F., and Jamshidinavid, B. (2013). Correlation between Financial Leverage and Firm Value in Companies Listed in the Tehran Stock Exchange: A Case Study, *Research Journal of Finance and Accounting*. 4(5), 39-49.
- Bayraktaroglu, A., Ege, I., and Yazici, N. (2013). A Panel Data Analysis of Capital Structure Determinants: Empirical Results from Turkish Capital Market. *International Journal of Economics and Finance*, 5(4), 131-140.
- Brigham, F. and Ehrhardt, C. (2020). *Financial Management: Theory and Practice*. (16th ed.). United States of America: Thomson Corporation.
- Cevheroglu-Acar, M. (2018). Determinants of Capital Structure: Empirical Evidence from Turkey, *Journal of Management and Sustainability*, 8(1), 31-45.
- Chen, J. (2004). Determinants of Capital Structure of Chinese-listed Companies. *Journal of Business Research*, 57(12), 1341-1351.
- Cheng, C. and Tzeng, C. (2011), The Effect of Leverage on Firm Value and How the Firm Financial Quality Influence on this Effect, *World Journal of Management*, 10(3), 30-53.
- Deesomsak, R., Paudyal, K., and Pescetto, G. (2004). The Determinants of Capital Structure: Evidence from the Asia Pacific Region. *Journal of Multinational Financial Management*, 14(4), 387-405.
- Dutta, S., Mukherjee, T., and Som, S. (2018). Impact of Financial Leverage on the Value of Firm: Evidence from Some NSE Listed Companies, *The BESC Journal of Commerce and Management*, 4, 42-52.
- Gulnar, M. (2008). *An Empirical Test on Leverage and Stock Returns*, Retrieved March 20, 2020 from http://www.efmaefm.org/oEFMAMEETINGS/FEMA%20ANNUAL%20MEETINGS/2009/Milan/papers/FEMA2009_0108_fullpaper.pdf
- Ishari, M. (2016), The Impact of Financial Leverage on Firm's Value, *International Journal of Advancement in Engineering Technology, Management and Applied Science*, 3(7), 100-104.
- Jameel, A. (2013). The Effect of Financial Leverage on the Performance of Firms Listed at Palestinian Security Exchange-An Empirical Study. *Alazhar University Journal*, 15(1), 281-318.

- Kester, C. (1986). Capital and Ownership Structure: A Comparison of United States and Japanese Manufacturing Corporations. *Financial Management*, 15(1), 5-16.
- M'ng, J., Rahman, M., and Sannacy, S. (2017). The Determinants of Capital Structure: Evidence from Public Listed Companies in Malaysia, Singapore and Thailand. *Cogent Economics & Finance*, 5(1), 1-34.
- McConnell, J., and Servaes, H. (1995). Equity Ownership and the Two Faces of Debt. *Journal of Financial Economics*, 39(1), 131-157.
- Modigliani, F., and Miller, M. H. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance and The Theory of Investment. *American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Noghondari, A., and Noghondari, A. (2017). The Mediation Effect of Financial Leverage on the Relationship between Ownership Concentration and Financial Corporate Performance. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 10(3), 697-714.
- Ronald, M. (1983). The Impact of Capital Structure Change on Firm Value, *The Journal of Finance*, 38(1), 107-126.
- Sakunasingha, B. (2018), Capital Structure Determinants for Local Commercial Banks: Thailand Evidence, Human Behavior, *Development and Society Journal*, 18, 18-29.
- Siripipath, P., and Sakunasingha, B. (2016). Determinants of Capital Structure: A Case Study in Thai Steel Industry, *Journal of Global Business Review*, 18(1), 1-16.
- Soumadi, W., and Hayajneh, S. (2012). Capital Structure and Corporate Performance Empirical Study on the Public Jordanian Shareholdings Firms Listed in the Amman Stock Market, *European Scientific Journal*, 8(22), 173-189.
- Wald, K. (1999). How Firm Characteristics Affect Capital Structure: An International Comparison. *Journal of Financial Research*, 22(2), 161-187.
- Wipperf, R. (1966). Financial Structure and Value of the firm. *Journal of Finance*, 21(4), 615-633.

การบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
เน้นเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่
New Entrepreneurs Creation Training Program Administration
Focus on Financial Technology for Startup

ณัฏฐ์พัชร์ ชัยศิริกุล

Natpapat Chaisirikul

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

Doctor of Philosophy Program in Educational Administration, Silpakorn University, Thailand

E-mail: princess-skin2011@hotmail.com

Received: 2021-12-16; Revised: 2021-12-26; Accepted: 2021-12-27

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เป็นการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เป็นที่ยอมรับในแวดวงการบริหาร การฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่เป็นผู้ให้ข้อมูล จำนวน 21 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามเกณฑ์เฉพาะ กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลระดับนโยบายด้านการ บริหารการฝึกอบรมโครงการ จำนวน 7 คน กลุ่มที่ 2 นักวิชาการการบริหารการฝึกอบรมโครงการ จำนวน 7 คน กลุ่มที่ 3 นักปฏิบัติการการบริหารการฝึกอบรมโครงการ จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกการสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการ ใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็นแบบมาตรวัดประเมินค่าของลิเคิร์ท 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการวิจัยพบว่า

การบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการ เริ่มต้นธุรกิจใหม่ ตามฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญปรากฏภาพอนาคต ประกอบด้วย 1) การเตรียมการก่อน ฝึกอบรม ได้แก่ การกำหนดนโยบายการฝึกอบรม การเตรียมที่ปรึกษา การเตรียมวิทยากร การเตรียมทีมงาน อบรม การเตรียมผู้เข้าอบรม การเตรียมงบประมาณแหล่งเงินสนับสนุนอุปกรณ์และสถานที่จัดอบรมการ เตรียมหลักสูตร 2) การดำเนินการฝึกอบรม ซึ่งประกอบไปด้วย เนื้อหาการฝึกอบรม การอบรมเนื้อหาการ เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ การอบรมเนื้อหาเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การอบรมเนื้อหาเกี่ยวกับ เทคโนโลยีทางการเงิน เทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม กิจกรรมฝึกอบรม เทคโนโลยีการฝึกอบรม และ 3) การ

ดำเนินการหลังการฝึกอบรม ซึ่งประกอบไปด้วย การประเมินผลการฝึกอบรม ประกอบด้วย เนื้อหา วิทยาการ การดำเนินการฝึกอบรม มีการติดตามผลหลังการฝึกอบรม

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการใหม่, เทคโนโลยีทางการเงิน, การเริ่มต้นธุรกิจใหม่

Abstract

The purpose of this research was to study the management of training projects to strengthen new entrepreneurs focusing on financial technology for a business startup – EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) based. The researcher selected 21 dignitaries and recognized experts in the field of entrepreneurship training project management to provide the information. These experts were divided into 3 groups according to specific criteria. The first group included 7 people providing information on the policy level for training project management. The second group included 7 academics in training project management. The third group included 7 project training practitioners. The tools used for collecting data were the interview form and questionnaire on entrepreneurship training project management focusing on financial technology for a business startup, which were based on a 5-level Likert rating scale. The statistics used in the data analysis were Median, Mode and Interquartile ranges.

The findings of this study were as follows;

There are 3 stages of the management of training project to strengthen new entrepreneurs focusing on financial technology for a business startup according to the consensus of experts envisioning; 1) pre-Training process, including training policy setup, consultant preparation, instructor preparation, training team preparation, trainee preparation, budget and funding source preparation, equipment and training venue preparation, and course preparation, 2) training session, including training contents to strengthen new entrepreneur, training contents on a business startup and financial technology, techniques used in training and training activities, and 3) post-Training process, including training evaluation which was assessed on contents, instructors and training process. There was a follow-up after a training.

Keywords: New Entrepreneurs, Financial Technology, New Business Startup

บทนำ

กระแสการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมีผลทำให้การส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่มุ่งไปสู่การสร้างผู้ประกอบการที่นำเทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ (Technopreneurs) หรือศัพท์สมัยใหม่ใช้ คำว่า Tech Startup กรณี FinTech ก็ถือว่าเป็น Tech Startup ประเภทหนึ่ง กลุ่มผู้ประกอบการใหม่นี้จะมีบทบาท

สูงมากในการขับเคลื่อน และสร้างสรรค์เศรษฐกิจและนวัตกรรมของประเทศทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ ภาครัฐหรือกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังไม่มีหน่วยงานไหนจัดทำหลักสูตรการอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่หรือผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่เน้นเฉพาะเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) อีกทั้งยังมีผู้ประกอบการอีกมากที่ยังไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง (พรชัย ขุนหินจินดา, 2560)

กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เนื่องจากพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 ได้ระบุเหตุความจำเป็นของกฎหมายตามบทบัญญัติ ในมาตรา 65 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 บัญญัติไว้ว่า “รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำ แผนต่าง ๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดัน ร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว การจัดทำกำหนดเป้าหมาย ระยะเวลาที่จะบรรลุเป้าหมาย และสาระที่พึงมี ในยุทธศาสตร์ชาติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวต้องมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนทุกภาคส่วนอย่างทั่วถึงด้วยยุทธศาสตร์ชาติ เมื่อได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาแล้วให้ใช้บังคับได้” และพระราชบัญญัติ แผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. 2560 ได้ระบุเหตุความจำเป็นของกฎหมาย ตามบทบัญญัติ ในมาตรา 259 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 บัญญัติไว้ว่า “ภายใต้บังคับมาตรา 260 และมาตรา 261 การปฏิรูปประเทศตามหมวดนี้ให้เป็นไปตามกฎหมาย ว่าด้วยแผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศซึ่งอย่างน้อยต้องมีวิธีการจัดทำแผนการมีส่วนร่วมของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนในการดำเนินการปฏิรูปประเทศ การวัดผลการดำเนินการ และระยะเวลาดำเนินการปฏิรูปประเทศทุกด้าน ซึ่งต้องกำหนดให้เริ่มดำเนินการปฏิรูปในแต่ละด้าน ภายในหนึ่งปีนับแต่วันประกาศใช้รัฐธรรมนูญนี้รวมตลอดทั้งผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวังว่าจะบรรลุในระยะเวลาห้าปี ให้ดำเนินการตามกฎหมายตามวรรคหนึ่ง และประกาศใช้บังคับภายในหนึ่งร้อยยี่สิบวัน นับแต่วันประกาศใช้รัฐธรรมนูญนี้ ในระหว่างที่กฎหมายตามวรรคหนึ่งยังไม่มีผลใช้บังคับให้หน่วยงานของรัฐดำเนินการปฏิรูป โดยอาศัยหน้าที่และอำนาจที่มีอยู่แล้วไปพลางก่อน” จากบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเป็นผลให้คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ และกรอบการปฏิรูปได้ดำเนินการยกร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ตามแนวทาง ที่คณะรัฐมนตรีกำหนด โดยมีการนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ ที่มาจากหลายภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการเมือง และนักวิชาการ รวมถึงข้อคิดเห็นจากสภาปฏิรูปแห่งชาติ และความคิดเห็นจากภาคประชาชนมาเป็นข้อมูลในการยกร่างยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติได้มีมติเห็นชอบร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2561 และนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาแล้ว เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2561 โดยขั้นตอนต่อไปจะนำเสนอร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี เพื่อขอความเห็นชอบจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) และประกาศใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการบริหารประเทศควบคู่ไปกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) ยุทธศาสตร์พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ 4) ยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสและ ความเสมอภาคทางสังคม 5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม และ 6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและ



พัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ประมาณเดือนกรกฎาคม 2561 นี้ (พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560, 2560)

สรุปได้ว่า ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ได้มีการกำหนดกรอบแนวทางที่สำคัญด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจทางด้านการส่งเสริมการค้า การลงทุน การวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน และส่งเสริมให้มีการประกอบธุรกิจ FinTech อย่างยั่งยืน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564), 2559) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จัดทำบนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นแผนแม่บทหลักและเป้าหมาย ของการพัฒนาประเทศ โดยในแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาพร้อมทั้งแผนงานหรือโครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรมในช่วง 5 ปีแรก ของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมพร้อมทั้งกำหนดแนวคิด กลไกการขับเคลื่อน และติดตามประเมินผลที่ชัดเจน เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์ 10 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ 2) การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม 3) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน 4) การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 5) การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน 6) การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย 7) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ 8) การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม 9) การพัฒนาภาคเมืองและพื้นที่เศรษฐกิจ และ 10) ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา สรุปได้ว่าแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดให้มีการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินของประเทศให้มีการแข่งขันที่ยั่งยืนและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของโลก และปัญหาในปัจจุบันยังไม่มีบุคลากรทางการศึกษาด้านเทคโนโลยีทางการเงินโดยเฉพาะในการให้ความรู้กับผู้ประกอบการใหม่ที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่ จึงเห็นความจำเป็นแก่ผู้ประการในการจัดทำโครงการนี้ (พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560, 2560)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่เพื่อสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการใหม่ ธุรกิจ Fintech Startup สามารถมีบทบาทที่สร้างสรรค์ต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยในอนาคตสู่สากลโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

การบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ มีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1) การบริหารการฝึกอบรมโครงการ 2) ผู้ประกอบการใหม่ 3) เทคโนโลยีทางการเงิน 4) การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ มีรายละเอียดดังนี้

1) การบริหารการฝึกอบรมโครงการ

ความสำคัญของการบริหารโครงการมีความสำคัญต่อความสำเร็จของโครงการปัจจุบันทางด้านธุรกิจและการศึกษาทั้งองค์กรภาครัฐบาลและภาคเอกชน ตลอดจนทางด้านอุตสาหกรรมและการศึกษาที่มุ่งความสำเร็จ โดยใช้โครงการเป็นเครื่องมือในการบริหารยุคใหม่ ตามแนวคิดของ แมนเทิล และคณะ (Mantel, et al., 2011) ได้กล่าวถึง แนวโน้มการบริหารโครงการ ไว้ว่า การบริหารโครงการเป็นการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก เทคโนโลยี และการศึกษา การแข่งขันในระดับโลกกำลังจะสร้างความกดดันในเรื่องของราคา เวลา และนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์/บริการ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสาร พร้อมกับการขยายตัวด้านการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็วข้ามโลกช่วยให้การบริหารโครงการมีความสำคัญในการนำมาใช้สำหรับโครงการประเภทต่าง ๆ ที่สามารถบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ได้ ดังนี้ 1) การบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ การดำเนินงานโครงการเพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และการคัดเลือกโครงการสำคัญ ๆ ที่สนับสนุนกลยุทธ์และภารกิจขององค์กร โครงการที่ไม่ชัดเจนไม่สามารถตอบสนองต่อกลยุทธ์และภารกิจได้ 2) การบรรลุเป้าหมายในงานประจำ การบริหารโครงการเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานประจำ การบริหารองค์กรกลับมาให้ความสำคัญกับโครงการเพิ่มมากขึ้นเพราะการบริหารโครงการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์การปฏิบัติงานภายใต้งบประมาณและเวลาที่กำหนดได้ 3) การปรับปรุงประสิทธิภาพผลโครงการหลายองค์กรพยายามปรับปรุงกระบวนการบริหารโครงการด้วยการตั้งหน่วยงานกลางขององค์กรที่มีหน้าที่ กำกับดูแลการบริหารโครงการในองค์กรและประเมินผลการบริหารโครงการภายในองค์กร ความรับผิดชอบอีกอย่างหนึ่งคือ การให้ความรู้แก่ผู้จัดการโครงการเกี่ยวกับเป้าหมายขององค์กรซึ่งเป็นเป้าหมายของทุกโครงการ การควบคุมความสำเร็จของโครงการผ่านทางขั้นตอนการบริหารโครงการ การควบคุมต้นทุนของโครงการ เกณฑ์ และเทคนิคการบริหารโครงการ 4) โครงการเสมือนจริง การเข้าสู่โลกโลกาภิวัตน์ของยุคอุตสาหกรรม โครงการจำนวนมากมีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับทีมงานทั่วโลกที่มีสถานที่และช่วงเวลาแตกต่างกันสมาชิกอาจจะไม่เคยพบกันมาก่อนหรือทีมงานอื่นสร้างขึ้นใหม่ การสื่อสารและเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่เจริญก้าวหน้าทำให้เกิดโครงการเสมือนจริงในการทำงานร่วมกันของทีมงานโครงการ 5) สภาพกึ่งโครงการ เป็นลักษณะการนำเทคโนโลยีสารสนเทศหรือส่วนของระบบมาใช้ในการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ สภาพกึ่งโครงการไม่ค่อยได้รับความนิยมมากนัก แต่อย่างไรก็ตามเครื่องมือใหม่สำหรับสภาพกึ่งโครงการกำลังมีการพัฒนาสร้างต้นแบบเพื่อช่วยให้โครงการบรรลุความสำเร็จ

ในส่วนของการฝึกอบรมนั้น เรวดี จุลรอด (2556) ได้กล่าวถึงกระบวนการฝึกอบรมมีขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ซึ่งผู้รับผิดชอบจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคคลแต่ละโครงการควรจะต้องดำเนินการในแต่ละ

ขั้นตอนอย่างครบถ้วนเพื่อให้เป็นการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบมีความสมบูรณ์ และเกิดผลสำเร็จตรงตามเป้าหมายซึ่งอาจให้ความหมาย และคำอธิบายย่อ ๆ สำหรับแต่ละขั้นตอนของกระบวนการฝึกอบรมได้ดังนี้

1) การหาความจำเป็นในการฝึกอบรม หมายถึง การค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร หรือในหน่วยงานว่ามีปัญหาเรื่องใดบ้างที่จะสามารถแก้ไขให้หมดไปหรืออาจทำให้ทุเลาลงได้ด้วยการฝึกอบรม โดยรวมไปถึงการพยายามหาข้อมูลด้วยว่ากลุ่มบุคลากรเป้าหมายที่จะต้องเข้ารับการอบรมเป็นกลุ่มใด ตำแหน่งงานอะไรมีจำนวนมากน้อยเพียงใด ควรจะต้องจัดเป็นโครงการฝึกอบรมให้หรือเพียงแต่ส่งไปเข้ารับการอบรมภายในองค์กรเท่านั้น มีการกิจใดบ้างที่ควรจะต้องแก้ไขปรับปรุงด้วยการฝึกอบรมพฤติกรรมประเภทใดบ้างที่ควรจะต้องเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะทัศนคติหรือประสบการณ์ทั้งนี้สภาพการณ์ที่เป็นปัญหาและแสดงถึงความจำเป็นในการฝึกอบรมอาจมีทั้งที่ปรากฏชัดแจ้ง และเป็นสภาพการณ์ที่ซับซ้อนจำเป็นต้องวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาเพื่อค้นหาวิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์หาความจำเป็นในการฝึกอบรม มีหลายวิธี เช่น การสำรวจ การสังเกตการณ์ การทดสอบ การประชุม เป็นต้น

2) การสร้างหลักสูตรฝึกอบรม หมายถึง การนำเอาความจำเป็นในการฝึกอบรมซึ่งมีอยู่ชัดเจนแล้วว่า มีปัญหาใดบ้างที่จะสามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรม กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร และพฤติกรรมการเรียนรู้ที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลงเป็นด้านใดนั้นมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นหลักสูตร โดยอาจประกอบด้วยวัตถุประสงค์ของหลักสูตรการฝึกอบรม หมวดวิชา หัวข้อวิชา วัตถุประสงค์ของแต่ละหัวข้อวิชา เนื้อหาสาระหรือแนวการอบรม เทคนิคหรือวิธีการอบรม ระยะเวลาการเรียงลำดับหัวข้อวิชาที่ควรจะเป็น ตลอดจนการกำหนดลักษณะของวิทยากรผู้ดำเนินการฝึกอบรมทั้งนี้เพื่อให้

2) ผู้ประกอบการใหม่

กัวร์ และ เบน (Kaur and Bains, 2013) ผู้ประกอบการมาจากภาษาฝรั่งเศสคือคำว่า “entrepreneur” หมายถึง การลงมือทำบางสิ่งในช่วงยุคกลางมีการนิยามว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความคล่องแคล่วและกระทำทุกสิ่งให้ลุล่วงนอกจากนี้ นักวิจัยได้อ้างอิงผลงานของ (Richard Cantillon) นักปรัชญาคนแรก ที่ นิยามคำว่า ผู้ประกอบการในหนังสือ "The Nature of Commerce" ในปี ค.ศ. 1755 ว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่ซื้อวัตถุดิบในราคากลางเพื่อประกอบเป็นผลิตภัณฑ์และขายในราคาที่คำนวณจากต้นทุนโดยเป็นราคาที่ไม่แน่นอน การวิเคราะห์ครั้งนี้ทำให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีความตั้งใจที่แบกรับความเสี่ยงนักวิจัยทางสังคมได้ให้นิยามที่แตกต่างว่าผู้ประกอบการคือบุคคลที่เปลี่ยนวัตถุดิบให้กลายเป็นสินค้าโดยมีความเสี่ยงต่อตลาดในเรื่องของผลกำไร และผู้ประกอบการใช้ความสามารถในการจัดการธุรกิจเพื่อทำให้เกิดผลสำเร็จ และซูซีย์ สมิตีไกร ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้จัดตั้งและบริหารวิสาหกิจของตนเอง โดยมีอิสระและความเสี่ยงในการประกอบการ รวมทั้งโอกาสในการทำกำไรจากวิสาหกิจนั้น

3) เทคโนโลยีทางการเงิน

มีผู้ให้ความหมายของเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ภัทรกิตติ์ เนตินิยม (2554) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการสร้างเครื่องมือทางการเงินใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี สถาบัน และองค์ประกอบของผู้มีส่วนร่วมในตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ และกระบวนการที่เป็นสิ่งใหม่ มีการกำหนดรูปแบบที่ชัดเจน ส่วนรวีรัตน์ ตันตยานนท์ (2560) ได้ให้ความหมายว่า การสร้างสรรค์ระบบการเงินแบบใหม่ที่แตกต่างออกไปจากระบบการเงินในปัจจุบัน เช่น การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Block chain) ผู้ประกอบการธุรกิจใหม่หรือสตาร์ท

อัฟ (Startup) ที่มุ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับการเงินหรือการให้บริการทางการเงิน และเวทย์ นุชเจริญ (2559) ได้ให้ความหมายว่า เทคโนโลยีในการทำธุรกิจทางการเงินที่เน้นการประยุกต์จากการผสมผสานเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบสื่อสารออนไลน์เพื่อใช้ธุรกิจการเงิน ทั้งการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ การโอนเงินโดยอาศัยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

4) การเริ่มต้นธุรกิจใหม่

นิยามของคำว่า การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Startup) มีผู้ให้ความหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะนิยามความหมายจากประสบการณ์ส่วนตัวของตน โดยเกรแฮม (Graham, 2012) ผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะชั้นนำของ Y Combinatory ของสหรัฐอเมริกาได้ให้ความหมายว่า “A Startup is a Company Designed to Grow Fast” ธุรกิจสตาร์ทอัฟ คือ บริษัทที่มีการวางแผนให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วหรือเว็บไซต์รวบรวมแหล่งความรู้ด้านการลงทุน และแกรนต์ (Grant, 2019) ได้ให้ความหมายว่า “A Startup is a Company that is in the First Stage of Its Operations” ธุรกิจสตาร์ทอัฟ คือ ขั้นตอนระดับแรกของการก่อตั้งบริษัท

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยอนาคตตามระเบียบวิธีวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเพื่อสะท้อนปรากฏการณ์จริง และการเตรียมพร้อมเล็งเห็นความสำคัญของการจัดการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงินให้แก่ผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเงินของประเทศไทยในอนาคตให้เข้มแข็งสู่สากลโลกได้ด้วยเหตุนี้แผนแบบการวิจัยจึงมีลักษณะเป็น The One-Shot, Prospective Case Study

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบปฏิสัมพันธ์ (Interactive Interview) จึงใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive Method) มีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ คือ เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับในแวดวงการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่และเทคโนโลยีทางการเงิน โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหรือผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่และเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อนำไปวิเคราะห์สังเคราะห์องค์ประกอบการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ทั้งหมด 21 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามเกณฑ์เฉพาะ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลระดับนโยบายด้านการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่และเทคโนโลยีทางการเงิน จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 2 นักวิชาการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่และเทคโนโลยีทางการเงิน จำนวน 7 คน



กลุ่มที่ 3 นักปฏิบัติการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่และเทคโนโลยีทางการเงิน จำนวน 7 คน

การเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลรอบที่ 1 ติดต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อสัมภาษณ์ด้วยตนเองใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง หลังจากนั้นดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลรอบที่ 2 นำแบบสอบถามความคิดเห็นไปสอบถามด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิม พิจารณาประเมินค่าโอกาสความเป็นไปได้และหรือควรจะเป็นประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้เลือกใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างในการทำ EDFR รอบที่ 1 ใช้การวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นมาตราส่วนประมาณค่า ในการทำ EDFR รอบที่ 2 และรอบที่ 3 ใช้การคำนวณหาค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป แปลผลตามเกณฑ์ค่าคะแนนกลาง (Mid Point) ดังนี้

2.1 ค่ามัธยฐาน (Median: Mdn) คือ ค่ากลางของข้อมูลที่อยู่ตรงกลางของข้อมูล

2.2 ค่าฐานนิยม (Mode: Mo) คือ ค่าความถี่ของระดับคะแนนจาก 1–5 ของแต่ละข้อ

2.3 ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ได้จากการคำนวณหาค่าความแตกต่างของควอไทล์ ที่ 1 และควอไทล์ที่ 3 (Q1-Q3) ถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า หรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ที่คำนวณได้ในแต่ละข้อ มีค่ามากกว่า 1.50 แสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นแต่ละข้อไม่สอดคล้องกัน

ผลการวิจัย

การบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ตามฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญปรากฏภาพอนาคต ประกอบด้วย 1) การเตรียมการก่อนฝึกอบรม ได้แก่ การกำหนดนโยบายการฝึกอบรม การเตรียมที่ปรึกษา การเตรียมวิทยากร การเตรียมทีมงานอบรม การเตรียมผู้เข้าอบรม การเตรียมงบประมาณแหล่งเงินสนับสนุนอุปกรณ์และสถานที่จัดอบรม การเตรียมหลักสูตร 2) การดำเนินการฝึกอบรม ซึ่งประกอบไปด้วย เนื้อหาการฝึกอบรม การอบรมเนื้อหา การเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ การอบรมเนื้อหาเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ การอบรมเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน เทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม กิจกรรมฝึกอบรม เทคโนโลยีการฝึกอบรม และ 3) การดำเนินการหลังการฝึกอบรม ซึ่งประกอบไปด้วย การประเมินผลการฝึกอบรม ประกอบด้วย เนื้อหา วิทยากร การดำเนินการฝึกอบรม มีการติดตามผลหลังการฝึกอบรม

อภิปรายผล

การบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ซึ่งดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนระเบียบวิจัย EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ข้อค้นพบจากการวิจัย แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ตามฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันจำนวน 70 ข้อ สามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้ การเตรียมการก่อนการฝึกอบรม มีการกำหนดนโยบายการฝึกอบรม ได้แก่ การวางแผนวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ชาติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างธุรกิจและการเงิน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการฝึกอบรม การดำเนินการวิเคราะห์ธุรกิจที่เน้นการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้ประกอบเนื้อหาในการบริหารโครงการฝึกอบรม การประชุมเพื่อกำหนดหัวข้อโครงการฝึกอบรมเกี่ยวกับการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เน้นเทคโนโลยีทางการเงินที่เหมาะสม เพื่อให้ตรงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) ซึ่งแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดให้มีการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินของประเทศให้มีการแข่งขันที่ยั่งยืน และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก คณะกรรมการมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ด้านเศรษฐกิจ จัดทำรายงานเรื่อง การปฏิรูประบบรองรับนวัตกรรมทางการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้ระบบการเงินไทยมีการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินที่น่าเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย (Innovative Product & Services) เข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วถึงโดยผู้ให้บริการสามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการบริหารความเสี่ยงและคุ้มครองผู้ใช้บริการที่เหมาะสม ด้วยการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ใหม่ ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนของ FinTech ประเทศไทย อันจะเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ทุกภาคส่วนทั้งระบบการเงินไทยโดยรวม ที่ทำให้มีสภาพแวดล้อม (Ecosystem) ที่เกิดความร่วมมือในการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินอย่างยั่งยืน และผลักดันให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานกลางที่ก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันและลดการลงทุนซ้ำซ้อน รวมทั้งส่งเสริมให้มีบุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง โดยการปฏิรูปนี้ช่วยให้ 1) ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา โดยผู้บริโภคต้องได้รับข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่หลากหลาย ในราคาที่เป็นธรรมและมีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการนวัตกรรมทางการเงินได้อย่างปลอดภัย 2) ผู้ให้บริการไทยสามารถแข่งขันได้ทั้งในประเทศและในระดับภูมิภาค และควรนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารความเสี่ยง และการปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (Regulatory Technology: RegTech) และ 3) ผู้กำกับดูแลเข้าไปมีส่วนร่วมกับภูมิภาคธุรกิจมากขึ้น มีการกำกับดูแลในเชิงรุก โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการกำหนดนโยบายหรือหลักเกณฑ์การกำกับดูแลที่เหมาะสม ไม่เป็นอุปสรรคหรือเพิ่มต้นทุนในการพัฒนา FinTech ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการกำกับตรวจสอบให้มีประสิทธิภาพยืดหยุ่นและรวดเร็วมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้การปฏิรูประบบรองรับนวัตกรรมทางการเงินสำเร็จเร็วขึ้น จะต้องผลักดันผ่านกลไกที่สำคัญ คือ มีกฎหมายที่มีความสมดุลระหว่างการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลกับการส่งเสริมให้เกิดระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน มีการประสานความร่วมมือของหน่วยงานกำกับดูแล มีคำสั่งทางการบริหารเพื่อการปฏิรูปนวัตกรรมทางการเงิน และการกำหนดเป้าหมาย และวัดผลสัมฤทธิ์ของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ

นายวีระพงษ์ สีนโรกษ์ (2012) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารโครงการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งการวางแผนการดำเนินการฝึกอบรม ออกเป็น 3 ส่วน คือ การดำเนินงานสำหรับระยะเวลาก่อนการฝึกอบรม การดำเนินงานสำหรับช่วงระหว่างการฝึกอบรม การดำเนินงานสำหรับช่วงหลังการฝึกอบรม การเตรียมที่ปรึกษา ได้แก่ การประชุมเพื่อกำหนดคุณสมบัติของที่ปรึกษาในการบริหารโครงการฝึกอบรม การดำเนินการกระบวนการสรรหาคัดเลือกที่ปรึกษาโครงการโดยวิธีการเจาะจง การแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับคัดเลือกเป็นที่ปรึกษาโครงการ การเตรียมวิทยากร ได้แก่ การประชุมเพื่อกำหนดคุณสมบัติของวิทยากรที่เหมาะสมกับบริบทของโครงการ ดำเนินการคัดเลือกวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ และเทคโนโลยีทางการเงิน วางแผนนำเทคโนโลยีมาร่วมใช้ในการคัดเลือกวิทยากรสำหรับการพิจารณาคัดเลือกวิทยากร โดยทั่วไปจะพิจารณาถึงคุณสมบัติด้าน 1) ความรอบรู้ทางวิชาการและ/หรือประสบการณ์ในเรื่องที่ฝึกอบรม 2) ความสามารถในการสื่อสารความ อธิบาย ยกตัวอย่าง ให้เป็นที่เข้าใจหรือความสามารถในการนำเสนอหรือดำเนินการฝึกอบรมด้วยเทคนิคฝึกอบรมซึ่งจำเป็นต้องใช้ในการฝึกอบรม ครั้งนั้น ๆ และ 3) ความเหมาะสมในด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล ซึ่งจะทำให้วิทยากรท่านนั้น ๆ เป็นที่ยอมรับนับถือของผู้เข้าฝึกอบรมในหลักสูตรที่เชิญ และการเตรียมทีมงานอบรม ได้แก่ ดำเนินการวางแผนเพื่อกำหนดผู้เข้าร่วมดำเนินการขับเคลื่อนโครงการฝึกอบรม การบริหารจัดการประชุมทีมงาน เพื่อกำหนดเกี่ยวกับ การดำเนินการโครงการฝึกอบรม การมอบหมายหน้าที่และภาระงานให้กับทีมงานผู้ร่วมดำเนินโครงการฝึกอบรม

การดำเนินการฝึกอบรม ได้แก่ เนื้อหาการฝึกอบรม มีการอบรมเนื้อหาการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ได้แก่ การดำเนินการอบรมหัวข้อความรู้ด้านการจัดการและการวางแผนธุรกิจใหม่ การดำเนินการอบรมหัวข้อนโยบายและมาตรการเอสเอ็มอี การดำเนินการอบรมหัวข้อการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการใหม่ การดำเนินการจัดอบรมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและการเงิน การจัดการอบรมในหัวข้อการอ่านและการวิเคราะห์ตัวเลขทางการเงิน การจัดการอบรมเกี่ยวกับการบริหารองค์กรและบุคลากร ดำเนินการจัดฝึกอบรมในหัวข้อการจัดการผลิตและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของนนทวัชร อนันท์พรจินดา (2555) จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้เพื่อศึกษาทิศทางการพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจากฐานการดำเนินงานในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มาจกแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยแหล่งข้อมูลในเชิงปริมาณได้มาจากแบบสอบถามผู้ประกอบการที่เคยเข้าร่วมในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ จำนวน 408 คน สำหรับแหล่งข้อมูลในเชิงคุณภาพได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นนักวิชาการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่จากการส่งเสริมอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการที่เคยเข้าร่วมในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ จำนวน 15 คน ปรากฏผลการศึกษา คือ การอบรมเนื้อหาเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ ได้แก่ การจัดฝึกอบรมหัวข้อการเขียนแผนธุรกิจ การดำเนินการอบรมหัวข้อแนวคิดกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ การดำเนินการอบรมหัวข้อการจัดการและเครื่องมือทางการตลาด การอบรมเกี่ยวกับการประเมินผลทางการตลาด การดำเนินการอบรมการวิเคราะห์การตลาดสมัยใหม่ การดำเนินการอบรมเทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

การดำเนินการหลังการฝึกอบรม ได้แก่ การประเมินผลการฝึกอบรม ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านเนื้อหา ได้แก่ หลักสูตรและเนื้อหาที่ใช้ในการฝึกอบรมมีการจัดลำดับจากง่ายไปยาก การออกแบบหลักสูตรมีความ

น่าสนใจ ดังดูผู้เข้ารับการอบรม ด้านวิทยากร ได้แก่ การบริหารเวลาในการบรรยายของวิทยากรมีความเหมาะสม รูปแบบการอบรมส่งเสริมให้วิทยากรมีปฏิสัมพันธ์กับ ผู้เข้ารับการอบรมด้านการดำเนินการฝึกอบรม ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการเกี่ยวกับทรัพยากรที่ใช้ในการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการโครงการฝึกอบรมเป็นไปตามลำดับขั้นอย่างเหมาะสม และการติดตามผลหลังการฝึกอบรม ได้แก่ การจัดฝึกอบรมโครงการ โดยใช้ระยะเวลา 90 ชั่วโมง มีความเหมาะสม รูปแบบในการอบรมที่ให้ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำเสนอโครงการเกี่ยวกับการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ธุรกิจใหม่ และเทคโนโลยีทางการเงินได้ การจัดให้ผู้เข้ารับการอบรมได้นำเสนอแบบจำลองธุรกิจใหม่ เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน ระบบการติดตามการสร้างธุรกิจใหม่ของผู้เข้ารับการอบรมภายในระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเรวดี จุสรอด (2556) การประเมินและติดตามผลการฝึกอบรม ในขั้นตอนของการกำหนดโครงการฝึกอบรม ผู้รับผิดชอบจะต้องคำนึงถึงการประเมินผลการฝึกอบรมไว้ด้วยว่า จะดำเนินประเมินผลด้วยวิธีการใดบ้าง โดยใช้เครื่องมืออะไร และจะดำเนินการติดตามผลการฝึกอบรมหรือไม่ เมื่อใด ทั้งนี้ เพราะเมื่อการฝึกอบรมเสร็จสิ้นลงแล้ว ผู้รับผิดชอบโครงการควรจะต้องทำการสรุปประเมินผลการฝึกอบรม และจัดทำรายงานเสนอให้ผู้บังคับบัญชาได้พิจารณาถึงผลของการฝึกอบรม ส่วนผู้รับผิดชอบโครงการเองก็ต้องนำเอาผลการประเมินโครงการฝึกอบรมทั้งหมดมาเป็นข้อมูลย้อนกลับหรือ Feedback ใช้พิจารณาประกอบในการจัดฝึกอบรมหลักสูตร เช่นเดียวกัน ในครั้ง/รุ่นถัดไปในขั้นตอนของการหาความจำเป็นในการฝึกอบรมว่า ควรจะต้องมีการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร หรือการดำเนินการในการบริหารงานฝึกอบรมอย่างไรบ้าง เพื่อจะทำให้การฝึกอบรมเกิดสัมฤทธิ์ผลตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้กับการบริหาร การฝึกอบรมโดยการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ดังนี้

1. ผู้บริหารการฝึกอบรมโครงการควรจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อให้ตรงตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ
2. ผู้บริหารการฝึกอบรมโครงการควรวางแผนการจัดทำโครงการ โดยการสรรหาผู้ปฏิบัติงานและนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน
3. ผู้บริหารการฝึกอบรมโครงการควรประสานงานผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงตลาดทุน และสถาบันทางการเงิน
4. ควรเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญด้านฟินเทคจากต่างประเทศเข้ามาถ่ายทอดองค์ความรู้ในการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อให้เกิดการเริ่มต้นใหม่ในเทคโนโลยีทางการเงิน
5. วางแผนการนำเทคโนโลยีมาร่วมใช้การคัดเลือกวิทยากร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับกฎหมายสำหรับผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีทางการเงิน (Fin Tech)

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เช่น Equity and Credits หุ้นและเงินเชื่อ/แหล่งเงินทุน Uncertainty and Risk การประกันภัย Crypto currency สกุลเงินดิจิทัล

3. ควรศึกษาองค์ประกอบของการบริหารการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่เน้นเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ให้ชัดเจน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการฝึกอบรมโครงการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

นนทวัชร์ อนันต์พรจินดา. (2555). ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจากฐานการดำเนินงานโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยปทุมธานี.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 (30 ธันวาคม 2559). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 133 ตอนที่ 155 ก, น. 82-168.

พรชัย ชุนหจินดา. (2560). ฟินเทค (Fin Tech) เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศไทย 4.0. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2564, จาก http://www.e-jodil.stou.ac.th/14_1_592.pdf

พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 (31 กรกฎาคม 2560) ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 134 ตอนที่ 79 ก, น. 1-5, 12.

ภัทรกิตติ์ เนตินิยม. (2554). เอกสารการสอน เรื่อง ภาพรวมนวัตกรรมทางการเงิน. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2564, จาก http://www.fin.bus.ku.ac.th/pdf/P/02_P_Fin%20Inno_STOU.pdf

เรวดี จุลรอด. (2556). กระบวนการฝึกอบรมและการบริหารงานฝึกอบรม. ค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/189628>

เรวัต ตันตยานนท์. (2560). FinTech ใน 3 ความหมาย. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2564, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640132>

วีระพงษ์ สีนรักษ์. (2012). การบริหารโครงการฝึกอบรม, ฉบับที่ 2. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/13775Gotknow>

เวทย์ นุชเจริญ. (2559). FinTech นวัตกรรมการเงินที่ SME ควรรู้จัก. ค้นเมื่อ 11 เมษายน 2564, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/638030>

Graham, P. (2012). *Startup = Growth*. Retrieved March 4, 2020, from <http://www.paulgraham.com/growth.html>

Grant, M. (2019). *Startup*. Retrieved April 1, 2020, from <https://www.investopedia.com/terms/s/Startup.asp>

Kaur, H., & Bains, A. (2013). Understanding the concept of entrepreneur competency. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(11), 31-33.

Mantel, Jr. S. J. et al. (2011). *Project Management in Practice*. (4th ed.). The United States of America: John Wiley & son, Inc.

กลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน
ของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1

Strategies for Improving the Quality of Life Affecting the Effectiveness of
Job Performance among the Noncommissioned Officers of the 1st
Antiaircraft Artillery Regiment

อาทิตยา แสงกฤษพีช¹ และ เฉลิมพร เย็นเยือก²

Athitaya Sangkitpetch¹ and Chalermporn Yenyuak²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1,2}Faculty of Business Administration, Rangsit University, Thailand

E-mail: poppyathitaya@hotmail.com¹

Received: 2021-12-24; Revised: 2021-12-26; Accepted: 2021-12-27

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน 2) ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตการทำงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน และ 3) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรม การปฏิบัติงานกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด รองลงมาคือ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม การปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และประสิทธิผลการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาสูงสุด ด้านระดับชั้นยศ ด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) คุณภาพชีวิตการทำงาน ประกอบด้วย ด้านการทำงาน ด้านส่วนตัว ด้านสังคม และพฤติกรรม การปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) พฤติกรรม การปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน, พฤติกรรม การปฏิบัติงาน, ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

Abstract

The objectives of this study were to study 1) the differences in personal factors affecting the effectiveness of the performance of the noncommissioned officers, 2) relationship of quality of work life and operational effectiveness of the noncommissioned officers and 3) the relationship of operational behavior and operational effectiveness of the noncommissioned officers. By collecting the data obtained from the questionnaire. The 300 military officers working at the 1st Antiaircraft Artillery Regiment were samples for this research. The statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation, One-way ANOVA and multiple regression analysis.

The findings revealed that 1) the sample group had opinions about the quality of working life as a whole at the highest level; personal aspect had the highest average, followed by social and economic aspect. The sample group had operational behavior overall at the highest level, while overall operational effectiveness was at the highest level. Furthermore, the hypothesis testing results showed that the different personal factors regarding education level, rank, working experience and marital status affected the effectiveness of the performance of the military officers of the 1st Antiaircraft Artillery Regiment differently with the statistical significance of the 0.05 level. 2) the quality of working life consisting of work, personal, social and operational behavior aspects affected the effectiveness of the performance of the military officers working at the 1st Antiaircraft Artillery Regiment with statistically significant level of 0.05. 3) operational behavior affected the effectiveness of the performance of the military officers working at the 1st Antiaircraft Artillery Regiment with statistically significant level of 0.05.

Keywords: Quality of Work Life, Performance Behavior, Effectiveness of Job Performance

บทนำ

ภาวะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันทุกชีวิตในวัยทำงาน แต่ละคนมุ่งมั่นทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นเพศใด ทั้งเพศชายและเพศหญิง ในประเด็นความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเพื่อหารายได้เลี้ยงชีพ กับชีวิตด้านอื่น ๆ ของบุคคล เป็นสภาพทางสังคมที่ต้องทำงานภายใต้เงื่อนไขเวลาที่มีความเร่งรีบ การทำงานที่สอดคล้องกับกระแสสังคมโลก ซึ่งลักษณะดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดความตึงเครียดและส่งผลกระทบต่อทั้งสุขภาพทางกายและสุขภาพทางจิตใจ อันเกิดผลกระทบต่อความขัดแย้งกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่และความสุขในชีวิตส่วนตัวและชีวิตครอบครัวด้วยเช่นกัน ดังนั้นการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงาน ไม่เพียงแต่ศึกษาตัวคนทำงาน ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์กับครอบครัวและคนรอบข้าง ถือเป็นเรื่องใหญ่ของคนยุคนี้ ซึ่งส่งผลต่อทั้งคุณภาพชีวิตในทำงาน คุณภาพชีวิตครอบครัว สุขภาพกายและใจ ทั้งส่งผลต่อประสิทธิภาพของงาน และยังเป็นการดึงดูดแรงงานใหม่และรักษาบุคลากรศักยภาพสูงให้อยู่กับองค์กรต่อไป กองทัพบกไทย

ถือว่าเป็นองค์กรหลักที่สำคัญด้านความมั่นคงของประเทศองค์กรหนึ่ง เพื่อพิทักษ์รักษาเอกราช อธิปไตย ความมั่นคงของรัฐ สถาบันพระมหากษัตริย์ ผลประโยชน์แห่งชาติ และการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข และเพื่อการพัฒนาประเทศ” สำหรับการเสริมสร้างความพร้อมรบ ด้านกำลังพล ในเชิงคุณภาพนั้น ผลลัพธ์ที่ต้องการคือกำลังพลปฏิบัติราชการอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรม มีความรู้ความสามารถ มีสมรรถนะเหมาะสมกับตำแหน่ง มีคุณภาพชีวิตที่ดี รวมทั้งมีขวัญและกำลังใจที่ดี สร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง อาทิ การให้สิทธิ และสวัสดิการต่าง ๆ แก่กำลังพลเพื่อบู่มให้กำลังพลมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มขีดความสามารถและมีประสิทธิภาพ (กรมกำลังพลทหารบก, 2554) ซึ่งในทางการทหารนั้น ถือว่าขวัญและกำลังใจเป็นอำนาจกำลังรบที่ไม่มีตัวตน สามารถชี้วัดได้ถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของภารกิจได้ เนื่องจากข้าราชการทหารส่วนใหญ่ต้องเข้าเวร ต้องไปฝึก ไปทำภารกิจต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมายแล้วนั้น ทำให้ไม่มีเวลาสำหรับตนเอง และครอบครัว หรือที่พักอาศัยอยู่ไกลจากที่ทำงาน ขณะที่สวัสดิการบ้านพักที่ทางราชการจัดไว้ไม่เพียงพอกับจำนวนข้าราชการ ทำให้เวลาส่วนใหญ่หมดไปกับการเดินทางและอยู่ที่ทำงาน เวลาในการใช้ชีวิตสำหรับตนเอง และครอบครัวจึงลดน้อยลง ซึ่งส่งผลกระทบทำให้เกิดความเครียด ความขัดแย้งระหว่างงาน ครอบครัว และชีวิตส่วนตัว เช่นเดียวกันกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจ ในปัจจุบันที่สภาวะการครองชีพปรับตัวสูงขึ้น แต่อัตราเงินเดือนของข้าราชการยังไม่มี ความสมดุลกับการใช้จ่ายซึ่งส่งผลให้ข้าราชการส่วนใหญ่ขาดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ หลายคนต้องกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินหรือการกู้ยืมเงินนอกระบบ สภาพปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการใช้ชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน ทำให้สูญเสียคุณภาพในชีวิต ส่งผลให้การปฏิบัติงานไม่บรรลุเป้าหมายขององค์การเท่าที่ควร ต่อมาสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือน มุ่งเน้นจะพัฒนาคุณภาพชีวิต และสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานให้เกิดขึ้นกับข้าราชการ ประกอบด้วย 4 ด้านคือ ด้านการทำงาน ด้านส่วนตัว ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ (สำนักงาน ก.พ., 2554)

หากกล่าวโดยสรุปความมีคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคคลทั่วไปรวมถึงข้าราชการ ต้องมีการบริหารจัดการสรรเวลาในการทำงานหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญในการใช้ชีวิต ไม่ว่าจะเป็นชีวิตส่วนตัวหรือครอบครัว รวมทั้งการสร้างสัมพันธภาพในสังคมและกิจกรรมยามว่างให้มีความพอเหมาะพอดี การบริหารเวลาให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมมีความสมดุลกันจะมุ่งเน้นให้ประสบความสำเร็จตามที่ต้องการ และสามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจในคุณภาพชีวิต ให้ได้รับการยอมรับและถือเป็นบรรทัดฐานที่เป็นประโยชน์ร่วมกันทั้งบุคคล องค์กรและสังคมที่นำมาซึ่งความสุข ความสำเร็จที่ยั่งยืนและสมบูรณ์ต่อไป

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 จึงเป็นไปเพื่อทราบคุณภาพชีวิต รวมทั้งพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน เพื่อนำผลวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุงการบริหารทรัพยากรมนุษย์แก่ข้าราชการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานและนำองค์การไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตการทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1

สมมติฐานของการวิจัย

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 แตกต่างกัน
- 2) คุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1
- 3) พฤติกรรมการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย

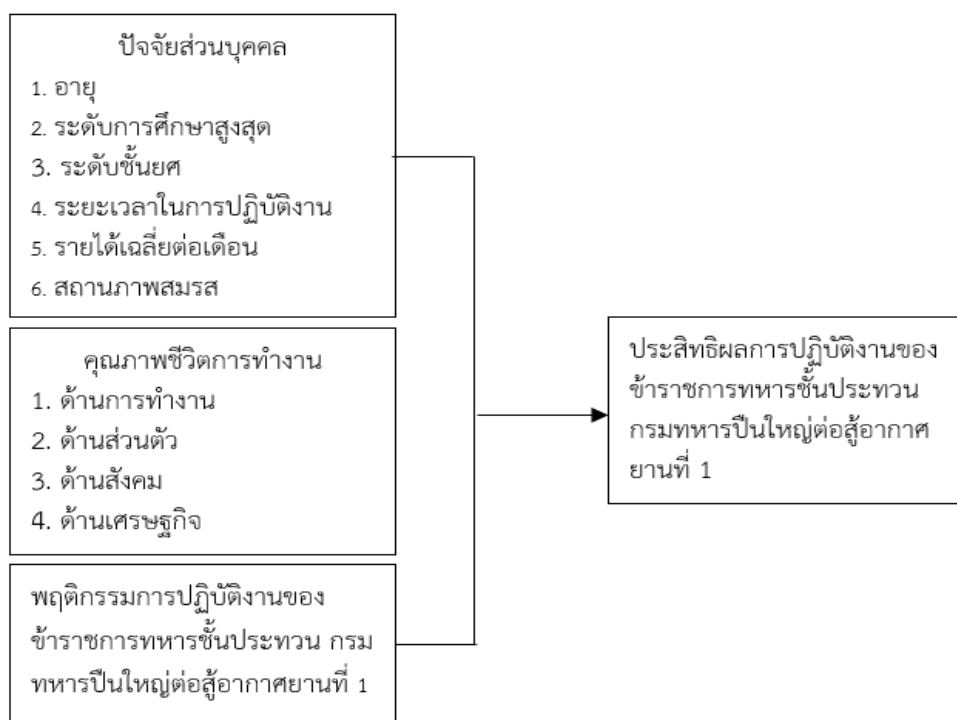
กลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวนกรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1

ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น

(Independent Variable)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variable)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญ (ก.พ.)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการด้านการทำงาน

เพื่อให้ข้าราชการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีขวัญกำลังใจและแรงจูงใจในการสร้างสรรค์และส่งมอบผลงานที่มีคุณภาพแก่ประชาชน และเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้ส่วนราชการปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้เหมาะสม เสริมสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และอำนวยความสะดวกให้ข้าราชการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้ส่วนราชการพัฒนาระบบและวิธีการทำงาน เพื่อให้ข้าราชการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมให้ส่วนราชการดำเนินการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ตามหลักคุณธรรม เพื่อสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการด้านส่วนตัว

เพื่อให้ข้าราชการมีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่แข็งแรง มีความสุข มีความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้ส่วนราชการดำเนินการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อให้ข้าราชการมีสุขภาพที่ดี

กลยุทธ์ที่ 2 เสริมสร้างให้ข้าราชการมีชีวิตครอบครัวที่อบอุ่นและเข้มแข็งมีความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการด้านสังคม

เพื่อให้ข้าราชการทุกระดับมีความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกันมีความสามัคคี มีความรักและความภาคภูมิใจในองค์กร ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้ส่วนราชการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมกับลักษณะงานในแต่ละส่วนราชการ ให้ข้าราชการมีความเชื่อถือและไว้วางใจในการทำงานร่วมกัน

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมข้าราชการให้มีจิตสาธารณะ มีความรัก และความสามัคคีภายในองค์กร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการด้านเศรษฐกิจ

เพื่อให้ข้าราชการมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมให้ส่วนราชการเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการออม และการบริหารจัดการด้านการเงินให้แก่ข้าราชการ

กลยุทธ์ที่ 2 จัดสวัสดิการเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด เพื่อบรรเทาความเดือดร้อน และสร้างความสุขให้แก่ข้าราชการ

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์ปฏิบัติงาน

Steers (1977 Motivation and work behavior อ้างถึงใน สกุลรัตน์ ไพบุลย์, 2554) ให้ความเห็นว่าตัวแปรที่มีผลโดยตรงต่อความสำเร็จขององค์กรคือพฤติกรรมการณ์การทำงาน ของคนในองค์กรและนอกจากนี้ แครทซ์และแคน (Kart and Kahn, 1966. The Social Psychology of Organization. อ้างถึงใน สกุลรัตน์

ไพบูลย์, 2554) เสนอว่ามีพฤติกรรมอยู่ 3 ประการด้วยกันที่องค์กรจะต้องได้รับการตอบสนองตอบจากคนในองค์กรเพื่อให้องค์กรนั้นมี ประสิทธิภาพ

ประการแรก องค์กรต้องมีความสามารถในการสรรหาและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรด้านคน ที่มีคุณภาพ ซึ่งหมายความว่านอกเหนือจากกระบวนการสรรหา บรรจุแต่งตั้งบุคคลเข้าไปในระบบ แล้วองค์กรยังต้องสามารถรักษามูลค่าที่มีคุณค่าเหล่านั้นเอาไว้ ด้วยการจัดระบบรางวัลตอบแทนให้ เหมาะสมกับผลงานและสนองตอบความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้ด้วย

ประการที่สอง องค์กรจะต้องมีความสามารถในการที่จะทำให้พนักงานในองค์กร ปฏิบัติงานที่เชื่อถือได้ตามบทบาทที่กำหนดไว้ และปฏิบัติตามงานที่ได้รับมอบหมายดีที่สุดเต็ม ความสามารถด้วยความเต็มใจและปฏิบัติงานเฉพาะอย่าง เฉพาะบทบาทของตนตามความรับผิดชอบ

ประการสุดท้าย นอกจากการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบและตามบทบาทแล้ว พนักงานต้องมีพฤติกรรมในทางสร้างสรรค์โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์เฉพาะหน้า หรือในโอกาส พิเศษ เพราะการบรรยายลักษณะงานจะเป็นการเพียงแนวทางทั่ว ๆ ไป เกี่ยวข้องกับข้อพึงปฏิบัติที่ เกี่ยวกับงานเท่านั้น บุคคลจึงต้องสามารถตัดสินใจปฏิบัติตามที่ตนเองเห็นสมควรวาทิที่สุดสำหรับ องค์กร ดังนั้นองค์กรที่ดีต้องพยายามสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการที่พนักงาน ไม่เพียงแต่ปฏิบัติงานตามหน้าที่เท่านั้น แต่ต้องรับผิดชอบต่อความคิดและการกระทำในทางที่ริเริ่ม สร้างสรรค์

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน

Gibson et al. (1997) ได้ให้ความสนใจประสิทธิผล 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร ดังนี้

1) ประสิทธิภาพของบุคคล (Individual Effectiveness) ประสิทธิภาพระดับนี้เน้นที่ผลการปฏิบัติงานตามหน้าที่งานของพนักงานหรือสมาชิกองค์กร ซึ่งหน้าที่งานที่ถูกปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของงานหรือตำแหน่งในองค์กร ผู้จัดการโดยมาจากประเมินประสิทธิภาพของบุคคลโดยใช้กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานที่จะตัดสินใจเพิ่มเงินเดือน การเลื่อนขั้น และรางวัลอื่น ๆ ตามระบบขององค์กร

2) ประสิทธิภาพของกลุ่ม (Group Effectiveness) ประสิทธิภาพของกลุ่มเป็นผลรวมของการช่วยเหลือสนับสนุนของสมาชิกในกลุ่มทั้งหมด โดยที่ประสิทธิภาพของกลุ่มเป็นมากกว่าผลรวมของการช่วยเหลือสนับสนุนของแต่ละบุคคลในสายพาน แต่ประสิทธิภาพขององค์กรเป็นมากกว่าผลรวมของการช่วยเหลือ สนับสนุนของแต่ละบุคคลในงานประเภทระบบสายพานที่ผลิตสินค้าหรือบริการที่รวมการปฏิบัติงานของแต่ละคน อธิบายได้ในรูปของพลังร่วม (Synergy) ที่แสดงถึง การรวมตัวกันของการร่วมมือร่วมใจช่วยเหลือกันของบุคคลที่ลักษณะเกินกว่า การรวมตัวกันธรรมดา

3) ประสิทธิภาพขององค์กร (Organizational Effectiveness) องค์กรประกอบไปด้วยบุคคลและกลุ่ม ดังนั้น ประสิทธิภาพขององค์กรจะประกอบด้วยประสิทธิภาพของบุคคลและกลุ่ม แต่ประสิทธิภาพขององค์กรเป็นมากกว่าผลรวมของประสิทธิภาพของบุคคลและกลุ่ม ซึ่งกระทำของพลังร่วม (Synergistic Effects) ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพที่มีระดับสูงกว่าผลรวมจากส่วนต่าง ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาจากประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 โดยแยกตามสังกัด กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 จำนวน 50 คน กองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 3 จำนวน 159 คน กองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 5 จำนวน 227 คน กองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 6 จำนวน 226 คน และกองพันทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 7 จำนวน 186 คน รวมทั้งหมด 848 คน แล้วทำการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 272 คน ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพิ่มทั้งหมดอีก 28 คน จึงได้กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 300 คน โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เลือกวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยมีการกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยาน ที่ 1 แล้วทำการแจกแบบสอบถามด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้การเก็บข้อมูลในการศึกษาตรงกลุ่มผู้ที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างในการทำการศึกษา โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามต้องเป็นข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 ตามจำนวนในขั้นตอนที่ 1 จนครบตามจำนวนตัวอย่างคือ 300 คน

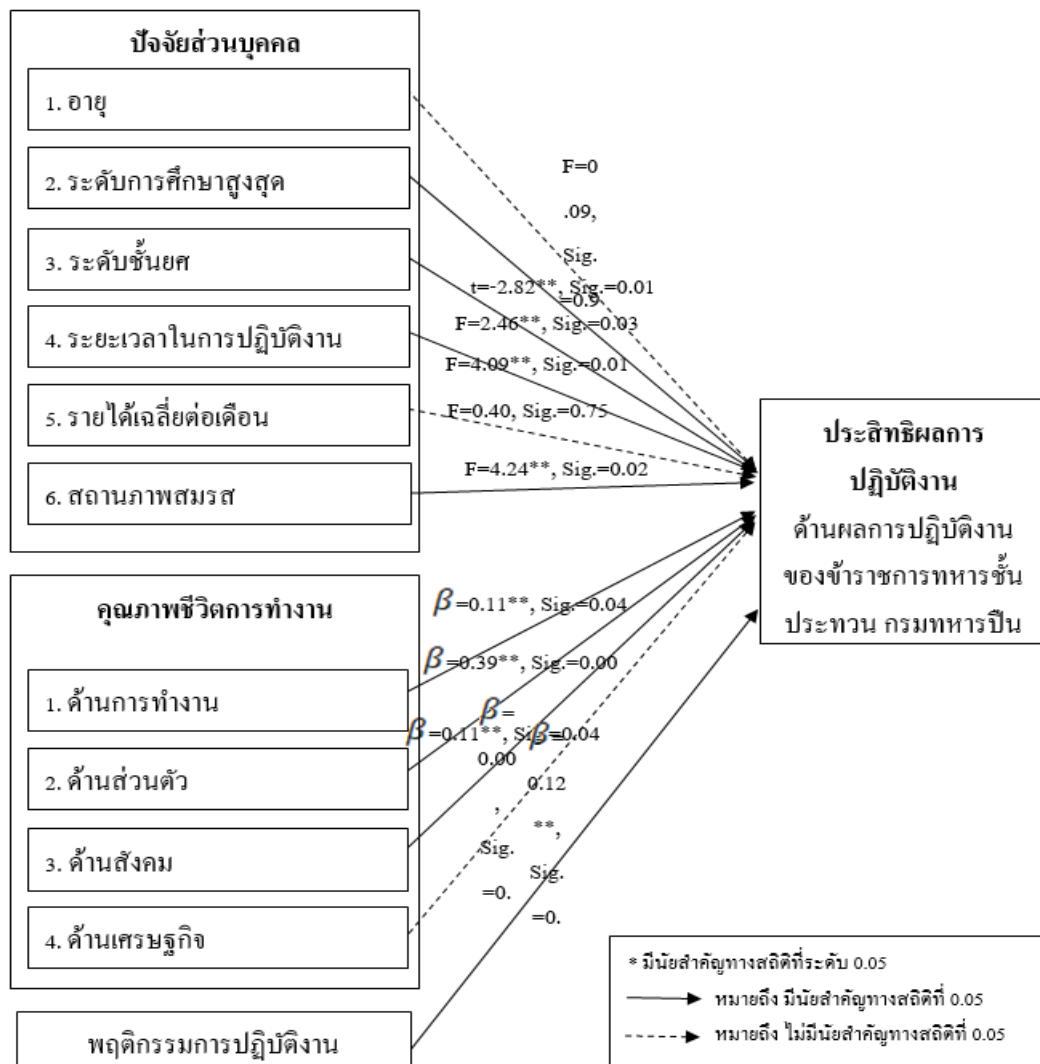
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ 1) แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2) แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน (ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญ) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการทำงาน 2. ด้านส่วนตัว 3. ด้านสังคม 4. ด้านเศรษฐกิจ 3) แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการปฏิบัติงาน (ตามแบบประเมินผลการปฏิบัติงานราชการกองทัพบก) 4) แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 (ตามแบบประเมินผลการปฏิบัติงานราชการกองทัพบก) ด้านผลการปฏิบัติงาน 5) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 1) สถิติพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติอนุมาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.0 มีชั้นยศจ่าสิบเอก คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 47.0

จากผลการวิจัยสามารถเขียนแบบจำลอง เพื่อสรุป กลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองของกลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1

ผลการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนำมาสรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาสูงสุด ด้านระดับชั้นยศ ด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และด้านสถานภาพการสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านการทำงาน ด้านส่วนตัว และด้านสังคม มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงาน มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาอภิปรายผลงานวิจัยได้ดังนี้

1) จากผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 แตกต่างกันผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาสูงสุด ด้านระดับชั้นยศ ด้านระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และด้านสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของธเนศ บุตรอำ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท สยาม อีตาซี เอลลิเวเตอร์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีการศึกษาต่างกัน รายได้ต่างกัน ระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับบริษัทต่างกัน มีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) จากผลการทดสอบสมมติฐานคุณภาพชีวิตการทำงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านการทำงาน ด้านส่วนตัว และด้านสังคม มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ ศรีวิรัตน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำวิจัยของอาจารย์ใหม่ กรณีศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ พบว่า องค์ประกอบของความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลการวิจัยของอาจารย์ใหม่ของคณะวิศวกรรมศาสตร์ ในด้านการทำงานสาเหตุผลจากภาระงานที่หนักเกินไป อัตราค่าจ้างของอาจารย์ ความยากง่ายของงานวิจัย ผู้ช่วยวิจัย ที่ปรึกษาวิจัยในด้านเวลาสาเหตุผลจากภาระการเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัวและการอยู่ห่างไกลครอบครัวด้านการเงิน ในด้านการเงิน สาเหตุผลจากการขาดค่าตอบแทนนักวิจัยและการขาดแหล่งทุนวิจัย และในด้านสติปัญญาสาเหตุจากการไม่ได้รับการปฐมนิเทศและการฝึกอบรมเกี่ยวกับการวิจัย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของอรรวรา กล้าหาญ (2562) ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับในสังคม และด้านความสมดุลของชีวิตทำงานและครอบครัว มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพร ฉายประเสริฐ (2558) ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานทุกด้าน ด้านคุณภาพงานด้านปริมาณ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และด้านใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



3) จากผลการทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการทหารชั้นประทวน กรมทหารปืนใหญ่ต่อสู้อากาศยานที่ 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของนิมนน ทองแสน (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของความคาดหวังของพนักงานกลุ่มธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตจังหวัดปทุมธานี ทุกด้านมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยรวม เป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งมีระดับความสัมพันธ์กันปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เช่นเดียวกับงานวิจัยของ อภิขญา ศักดิ์ศรีพยัคฆ์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการทำงานของพนักงานชาวไทยในอุตสาหกรรมบริการที่ทำงานในประเทศสิงคโปร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ วงศ์กรเขาวลิต (2560) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของจิตอาสาในองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร กรณีศึกษา: มูลนิธิแสงธรรมส่องหล้า กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของจิตอาสาได้พบว่า มีประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานจากความสามารถในการผลิต ประสิทธิภาพ และความพึงพอใจในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้

1) จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านการทำงาน ด้านส่วนตัว และด้านสังคม มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมากยิ่งขึ้น โดยองค์การควรมีการวางแผนส่งเสริมคุณภาพชีวิตในการทำงานเพิ่มขึ้น เช่น การนำทฤษฎีการบริหารทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่มาใช้ภายในองค์กรให้ชัดเจนและมากขึ้น การบริหารจัดการคนเก่งและคนดี (Talented People) การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เพื่อพัฒนาองค์กร เน้นการเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กร (Team Learning) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และทักษะร่วมกันทำให้เกิดกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล

2) จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นเวลาทำงานได้ เช่น เข้าทำงานสายได้และเลิกงานช้ากว่าเดิม ส่งเสริมให้ข้าราชการมีความสามารถเรียนรู้และเข้าใจวิธีการใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ต่อการทำงานได้อย่างรวดเร็ว นำคำชมเชยหรือคำวิจารณ์จากผู้บังคับบัญชาไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ เพื่อเป็นการพัฒนาตนเองและส่งผลให้เกิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาเพิ่มเติม ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการที่มีการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการ เพื่อทราบความต้องการและปัจจัยที่มีความสำคัญส่งผลต่อ

ประสิทธิผลการปฏิบัติงานให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และสามารถนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้นได้

2) ควรศึกษาว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและปัญหา อุปสรรคในการทำงาน เพื่อนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ศรีวิรัตน์. (2558). ความสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำวิจัยของอาจารย์ใหม่ กรณีศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- กรมกำลังพลทหารบก. (2554). ระเบียบกองทัพบก ว่าด้วยการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานราชการ. ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2564, จาก <https://dop.rta.mi.th/0401.2.3/images/pranukngan-54.pdf>
- ณัฐพร ฉายประเสริฐ. (2558). ตัวแบบการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของทีมงานที่มีความเชื่ออำนาจควบคุมตนเอง กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 5(2), 46-57.
- ธนศ บุตรอำ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท สยาม อิตาลี เอลลิเวเตอร์ จำกัด. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11(2), 53-64.
- นิมนน ทองแสน. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจผลิตเครื่องสำอางในเขตจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 6(2), 121-132.
- สกุรัตน์ ไพบูลย์. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานฝ่ายเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G กรณีศึกษา บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุภาภรณ์ วงศ์กรเขวลิต. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของจิตอาสาในองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร กรณีศึกษา: มูลนิธิแสงธรรมส่องหล้า กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงาน ก.พ. (2554). ยุทธศาสตร์การพัฒนากฎหมายชีวิตข้าราชการพลเรือนสามัญ. ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.ocsc.go.th/node/98>
- อภิญา ศักดิ์ศรีพยัคฆ์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการทำงานของพนักงานชาวไทยในอุตสาหกรรมบริการที่ทำงานในประเทศสิงคโปร์ (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อรรวรา กล้าหาญ. (2562). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานการรถไฟแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Gibson, J. L. et al. (1997). *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. New York: McGraw-Hill.

- Steer, R. M. (1977). *Organizational effectiveness: A behavioral view*. Santa Monica, CA: Goodyear.
- Yamane, T. (1967). *Statistic: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

Factors Affecting the Decision Making a room reservation on the Online Travel Agents (OTAs) of People Living in Nakhonratchasima Municipality

อังควิภา แนวจำปา¹, อมรรัตน์ คลองโนนสูง² และ อัจฉราพรรณ ตั้งจาทูโรโสภณ³
Angkavipa Naewjumpa¹, Amornrat Klongnonsung² and Ajcharapan Tangjaturasophon³

^{1,3}คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

^{1,3}Faculty of Business Administration (Marketing) Vongchavalitkul University, Thailand

²คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

²Faculty of Business Administration (Management), Vongchavalitkul University, Thailand

E-mail: angkavipa_nae@vu.ac.th¹, amornrat_san@vu.ac.th², ajcharapan_tan@vu.ac.th³

Received: 2021-12-23; Revised: 2021-12-27; Accepted: 2021-12-28

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของแรงจูงใจ ความเชื่อมั่น ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา และ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยความเชื่อมั่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12, 4.11, 4.08 และ 4.02 ตามลำดับ 2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า แรงจูงใจของผู้ใช้บริการ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) เท่ากับ 0.023, 0.066 และ 1.012 ตามลำดับ สามารถอธิบายการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ ได้ร้อยละ 72.30 (Adjust R^2 = 0.723) โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด แสดงในรูปสมการได้ดังนี้ $DS = -0.471 + 1.012 (MK) + 0.066 (CD) + 0.023 (MT)$

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การตัดสินใจจองที่พัก, ตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์

Abstract

The purposes of this study were to study 1) the level of motivation, confidence, marketing mix and decision making a room reservation on the online Travel Agents (OTAs) of people living in Nakhonratchasima Municipality, and 2) factors influence decision making a room reservation on the online Travel Agents (OTAs) of people living in Nakhonratchasima Municipality. The questionnaire collects data from a sample who had previously booked booking services through Online Travel Agents (OTAs). The online hotel booking service users in Nakhon Ratchasima municipality were 400 people. The data was analyzed by using statistic software to calculate the percentage, mean and standard deviation; inferential statistics were correlation coefficient and multiple linear regression.

The findings were as follows 1) the level of importance of the motivation factor, confidence factor, marketing mix factors and decision making were on the highest level. The mean values were 4.12, 4.11, 4.08 and 4.02 respectively. 2) the results of the multiple linear regression revealed that motivation, confidence and marketing mix factors affecting decision making a room reservation on the online Travel Agents (OTAs) statistically significant at a level of 0.01, with regression coefficients (β) were 0.023, 0.066 and 1.012 respectively, to explain in decision making a room reservation on the online travel agents, 72.30% (Adjust R² = 0.723). The marketing mix is the most influential factor, expressed in the equation as follows: $DS = -0.471 + 1.012 (MK) + 0.066 (CD) + 0.023 (MT)$

Keywords: Factors Affecting, Decision Making a Room Reservation, Online Travel Agents (OTAs)

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเพื่อกระตุ้นการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทที่สำคัญต่อความมั่นคง ระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทย ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย ธุรกิจหลากหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรง เช่น ด้านการขนส่ง ที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การผลิตและขายสินค้า เป็นต้น ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญเนื่องจากนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงานอาชีพ และการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ (พรกมล ลิ้มโรจน์กุล, 2560)

สำหรับรายได้ทางการท่องเที่ยวในปี 2564 มีแนวโน้มอยู่ที่ 5.36 แสนล้านบาท มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 71 จากปีที่ผ่านมา แต่ยังคงต่ำกว่าเมื่อเทียบกับปี 2562 ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 อย่างไรก็ดี จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทยอาจจะขยับตัวเพิ่มขึ้นหากได้รับปัจจัยหนุนท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้แก่ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเอกชนในการออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ และแผนการตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางและเกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

รวมถึงลดความยุ่งยากซับซ้อนในการเข้าร่วมและใช้สิทธิ์ของมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และการดึงดูดกลุ่มคนไทยเที่ยวต่างประเทศให้หันกลับมาเที่ยวในประเทศมากขึ้น (ซึ่งในปี 2562 มีคนไทยเที่ยวต่างประเทศอยู่ที่ 12 ล้านคน) โดยอาศัยโอกาสจากการแพร่ระบาดของไวรัสและความไม่แน่นอนของวัคซีน COVID-19 และแม้ว่าจะมีวัคซีนก็ไม่ได้หมายความว่าสามารถหยุดยั้งการแพร่ระบาดได้ทันที ดังนั้น กลุ่มคนไทยเที่ยวต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวในประเทศก่อน เนื่องจากต้องการลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อในต่างประเทศที่สูงกว่าไทย โดยกลุ่มนี้จะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแบบทริปสั้น ๆ แต่มีจำนวนหลายทริป (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2563)

ด้วยเทคโนโลยีแห่งโลกดิจิทัลในปัจจุบันนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่าพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็วและสามารถทำได้ทุกที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ธุรกิจตัวกลางให้บริการด้านการจองห้องพัก รวมถึงบริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้รับความนิยมมากอันเนื่องมาจากเป็นธุรกิจที่ให้บริการให้สมาชิกได้เจอกับผู้ให้บริการที่พัก ตัวเครื่องบิน บริการท่องเที่ยวต่าง ๆ และจัดการจองที่พักโรงแรมให้ โดยนำเสนอสิทธิพิเศษและราคาสุดพิเศษให้กับผู้บริโภค (พรกมล ลัมโรจน์กุล, 2560) ด้วยความสะดวกดังกล่าว การจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์จึงกลายเป็นช่องทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวในการจองห้องพัก ตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ที่เป็นที่รู้จัก อาทิ Agoda, Expedia, Booking.com และ Hotels.com ซึ่งรายได้ของธุรกิจการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มาจากการคิดค่าคอมมิชชั่น โดยคิดในอัตราร้อยละ 10 – 25 ของราคาขาย ซึ่งธุรกิจที่พักต้องยอมเสียรายได้ส่วนนี้เพื่อแลกกับโอกาสให้นักท่องเที่ยวรู้จักและตัดสินใจเข้าพัก (อารยา จันทรสกุล, 2560)

จากข้อมูลจำนวนของนักท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากร่วมมือระหว่างภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคเอกชนในการออกมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ และแผนการตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทาง และเกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น รวมถึงลดความยุ่งยากซับซ้อนในการเข้าร่วมและใช้สิทธิ์ของมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ ประกอบกับธุรกิจการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามโลกยุคดิจิทัล ทำให้อุตสาหกรรมการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้ผู้ประกอบการการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์แต่ละราย จึงจำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของแรงจูงใจ ความเชื่อมั่น ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

Domjan (1996) ได้กล่าวว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจูงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยที่ อุไรวรรณ แยมเนียม (2537) ได้กล่าวว่า สิ่งจูงใจด้านเหตุผล คือ สิ่งจูงใจหรือสิ่งมุ่งหมายที่เกิดขึ้น โดยยึดหลักเหตุผลและเศรษฐกิจเป็นสิ่งสำคัญต่าง ๆ มาเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจของผู้บริโภค และสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดและสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ คือ การใช้ความคิดเห็นหรือใช้ความรู้สึกส่วนตัวในการเลือกสิ่งตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น ความภูมิใจ ความกลัว ความหวาดระแวง หรือความเป็นมิตร เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): แรงจูงใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

Morgan & Hunt (1994) ได้กล่าวว่า ความเชื่อมั่นไว้ว่าความเชื่อมั่นคือการไว้วางใจจากบุคคลทั้งสองฝ่ายได้กำหนดวิธีในการวัดความเชื่อมั่นไว้ 3 ด้าน ดังนี้

1) ความน่าเชื่อถือของบริษัท ได้แก่ ตราสินค้าหรือเครื่องหมายการค้าที่สามารถตรวจสอบได้ และไม่ทำให้ผู้ที่ได้รับบริการเกิดความสับสน มีการโฆษณาเสนอข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

2) สินค้าและบริการมีคุณภาพดี ได้แก่ สินค้าหรือบริการมีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง สร้างความจดจำที่ดีให้แก่ผู้บริโภค มีความปลอดภัย อีกทั้งผู้ให้บริการจำเป็นต้องพร้อมที่จะเป็นผู้ให้บริการแก่ผู้บริโภคอย่างเต็มใจและสม่ำเสมอ เป็นต้น

3) การรักษาสัญญาหรือคำพูด ได้แก่ การปฏิบัติตามมาตรฐานของบริษัทที่เป็นคำสัญญาตามที่แจ้งไว้ให้แก่ผู้บริโภคครบถ้วน ความซื่อสัตย์สุจริต และความเที่ยงตรง เป็นต้น

โดยที่ จุริย์ พานทอง (2559) ได้กล่าวว่า ความเชื่อมั่น หมายถึง ความคาดหวังที่ถูกพัฒนาขึ้นจากภายในของบุคคล และสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพบุคคลนั้น ๆ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามความเชื่อมั่นของแต่ละบุคคลอีกด้วย ซึ่งองค์ประกอบความเชื่อมั่นสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านดังต่อไปนี้

1) ความน่าไว้วางใจ (Credibility) คือ การประเมินจากความสามารถของตัวสินค้าหรือบริการในมุมมองของการตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้บริโภค ทำให้กลุ่มผู้บริโภคเกิดความรู้สึกในการไว้วางใจให้กับสินค้าหรือบริการที่เขาได้รับ

2) ความเมตตากรุณา (Benevolence) คือ ทำความเข้าใจกับตัวสินค้าหรือบริการสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน รวมไปถึงการให้ความใส่ใจกับกลุ่มผู้บริโภค และจะทำให้ผู้บริโภคที่ได้รับความรู้สึกที่ดี เจตนาที่ดีจากการกระทำ จนเกิดความคาดหวังที่จะไม่ยอมรับผลตอบแทนใด ๆ นอกจากนี้ความเมตตากรุณานั้น สามารถเกิดความรักภักดี และสามารถเกิดได้จากการกระทำที่ไม่ได้นึกถึงประโยชน์ส่วนบุคคล

3) ความซื่อสัตย์ (Integrity) คือ สิ่งสำคัญของความเชื่อมั่นซึ่งเกิดจากตราสินค้าหรือองค์การที่มีความจริงใจให้แก่ผู้บริโภค เช่น การรักษาสัญญา ความเที่ยงตรง ความยุติธรรม ความสม่ำเสมอ เป็นต้น

หากตราสินค้าหรือองค์กรต่าง ๆ ยึดหลักของความยุติธรรมแก่ตนเองนั้น ก็จะส่งผลให้แก่ผู้บริโภคได้รับถึงความรู้สึกที่จริงใจ และยังสามารถสร้างความเชื่อมั่น ความจงรักภักดีจากกลุ่มผู้บริโภคได้เช่นกัน จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2): ความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือของธุรกิจที่สำคัญที่ธุรกิจต้องใช้แบบผสมผสาน ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อใช้ในการแข่งขัน หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาด (ควบคุมได้) ที่ถูกนำมาใช้ร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่ธุรกิจสร้าง/กำหนดขึ้นมาเพื่อใช้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอกับตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความอยากได้หรือการใช้และการบริโภคที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นได้ ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการผู้วิจัยจึงสรุปเป็นสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3): ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครราชสีมา

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Schiffman & Kanuk (1994) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากสองทางเลือกขึ้นไป ซึ่งได้แก่ การตัดสินใจด้านจิตใจ เช่น ความรู้สึก ความคิด รวมไปถึงพฤติกรรมทางกายภาพของผู้บริโภค โดยการตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นจะปรากฏขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่จะส่งผลให้เกิดถึงกิจกรรมในการซื้อและเกิดเป็นพฤติกรรมในการเลือกซื้อตามแต่ละลักษณะบุคคล ซึ่งขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา คือ เป็นสิ่งที่บุคคลสามารถรับรู้ความต้องการจากภายในบุคคลซึ่งเกิดจากแรงกระตุ้นจากภายในและภายนอกของแต่ละบุคคล
- 2) การค้นข้อมูล เมื่อบุคคลเกิดความต้องการที่ถูกกระตุ้นมากพอ และเมื่อสิ่งที่สามารถให้แก่บุคคลได้นั้นอยู่ใกล้ตนเองก็จะทำให้เกิดการค้นหาได้ง่ายและมากขึ้น หรืออาจจะสามารถค้นข้อมูลจากความต้องการในภายหลังที่ผ่านมาแล้ว กระตุ้นให้เกิดความจดจำและสะสมไว้
- 3) การประเมินผลทางเลือก คือ การที่นักการตลาดต่าง ๆ ได้ทราบถึงวิธีการสืบค้นข้อมูลในการหาผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภคแล้วนั้น นอกจากนี้นักการตลาดยังจำเป็นต้องทราบถึง การประเมิน



ทางเลือก หมายถึง การที่ผู้บริโภคนำข้อมูลที่ได้จากการค้นหาและนำมาประเมินผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ โดยดูจากตราผลิตภัณฑ์ที่เลือก และการประเมินจากผู้บริโภคนั้นก็ถือว่าไม่ใช่กระบวนการการประเมินที่ง่ายนัก เพราะจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือประสบการณ์ที่ทางผู้บริโภคเคยได้รับหรือสัมผัสมา

4) การตัดสินใจซื้อ คือ ในส่วนของขั้นตอนการประเมินที่ผ่านมา พฤติกรรมของผู้บริโภคเริ่มมีการเปลี่ยนในขั้นตอนการตัดสินใจ คือ เริ่มมีการจัดลำดับความชอบในผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ และทำให้เกิดความตั้งใจที่จะต้องการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

5) พฤติกรรมภายหลังซื้อ คือ ภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้นำการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างใดอย่างหนึ่งไปแล้ว และสิ่งเหล่านี้สามารถที่จะตอบสนองความต้องการได้ตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งการตอบสนองที่ผู้บริโภคได้รับมานั้นจะขึ้นอยู่กับบริการของพนักงาน หรือบริการหลังการขายต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ เมื่อผู้บริโภคได้รับความรู้สึกพึงพอใจกับสิ่งที่ได้รับมานั้น ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ และเกิดการซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำโดยที่ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2536 อ้างถึงใน แก้วขวัญ สุธีระตฤณนา, 2560) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการในสินค้าหรือบริการ เป็นแรง กระตุ้นที่เกิดขึ้นจากภายในของผู้บริโภค ว่าตนเองมีความรู้สึกมีความต้องการ หรือความจำเป็นที่จะต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ๆ หรือไม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ทั้งนี้ อาจมีสิ่งกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการหรือความจำเป็นด้วย เช่นกัน

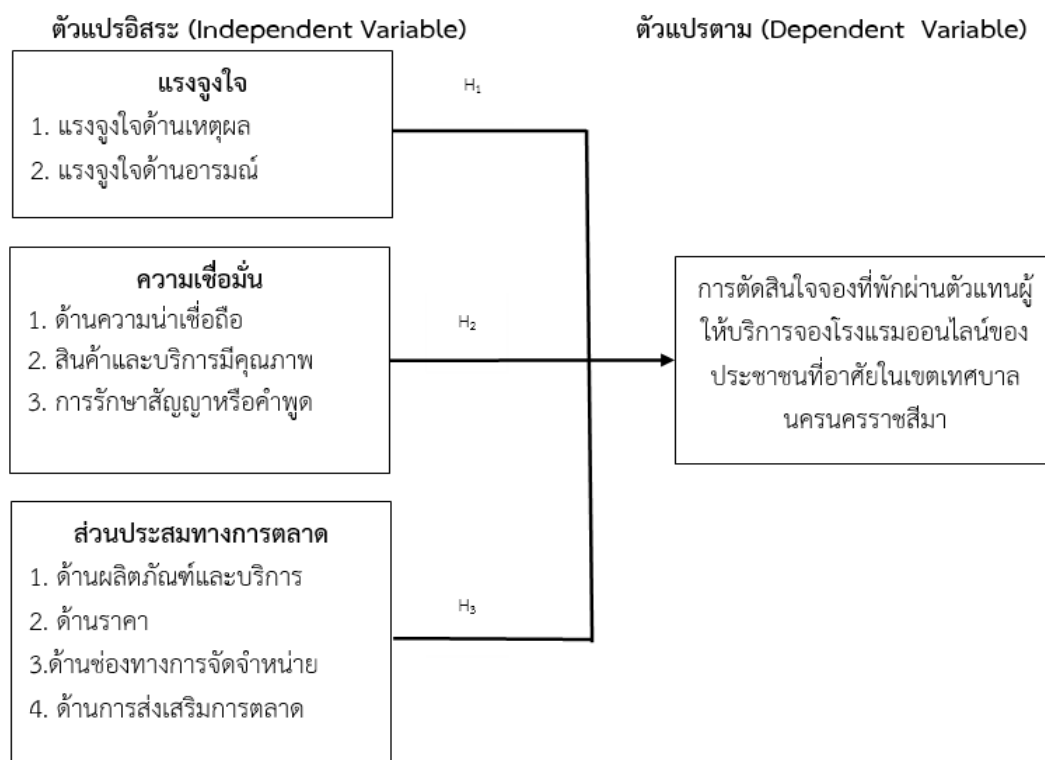
ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล ภายหลังจากที่ผู้บริโภคเกิดมีความต้องการ หรือความจำเป็นในสินค้าหรือบริการ แล้วผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการ ตัดสินใจซื้อ โดย ที่ผู้บริโภคอาจค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตนเอง เช่น การอ่านหนังสือ การสอบถามหรือการขอคำแนะนำ จากบุคคลอื่น การหาข้อมูลต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ต การอ่านข้อความที่กล่าวถึงสินค้าหรือบริการใน เว็บไซต์ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก หลังจาก que ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลนั้น ๆ แล้ว ขั้นตอนต่อมาผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยระหว่างสิ่งสองสิ่งหรือมากกว่าเพื่อที่ผู้บริโภคจะได้ทำการประเมินทางเลือก เช่น ประเมินเรื่องชื่อเสียงตราสินค้า ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความนิยมของสินค้า หรือบริการ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยวางแผน ซื้อสินค้าว่าจะซื้อเมื่อไร ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร

ขั้นตอนที่ 5 ความรู้สึกหลังการขายหรือการบริการ โดยในขั้นตอนนี้ถือได้ ผู้บริโภค จะกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอีกหรือไม่ เพราะถ้าเกิดสินค้าหรือบริการได้ตรงตามที่คาดหวัง ไว้ ก็จะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าซ้ำและให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร ตำราต่าง ๆ และงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง เดือนตุลาคม 2564

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 ราย เพื่อป้องกันการสูญหายและความคลาดเคลื่อนจากการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 15 ราย รวมเป็นจำนวน 400 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในผู้ที่เคยใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ จำนวน 9 ข้อ ส่วนที่ 3 คือ ปัจจัยแรงจูงใจ จำนวน 2 ด้าน มีข้อคำถาม 10 ข้อ ส่วนที่ 4 คือ ปัจจัยความเชื่อมั่น จำนวน 3 ด้าน มี

ข้อคำถาม 10 ข้อ ส่วนที่ 5 คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 4 ด้าน มีข้อคำถาม 20 ข้อ ส่วนที่ 6 คือ การตัดสินใจ ข้อคำถาม 3 ข้อ และส่วนที่ 7 คือ ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น ทั้งนี้ แบบสอบถามส่วนที่ 1 ถึง 2 มีลักษณะของข้อคำถามแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) และแบบสอบถามส่วนที่ 3 ถึง 6 มีลักษณะของข้อคำถามตามมาตรวัดส่วนแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scales) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนจาก 1-5 คือ ระดับความสำคัญ/ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการน้อยที่สุด จนถึง ระดับความสำคัญ/ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการมากที่สุด

ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเพื่อประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาและความสมบูรณ์ของข้อคำถาม ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญและได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pre-Test) โดยการทดลองใช้ (Try-Out) แบบสอบถามกับผู้ให้บริการที่เคยใช้บริการจริงที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ในพื้นที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.88 ถึง 0.96 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบค่าความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้มากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพน่าเชื่อถือได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ (Hair et al., 2006)

การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามทางช่องทางออนไลน์ จำนวน 200 ชุด และดำเนินการเก็บข้อมูล ด้วยตนเอง จำนวน 200 ชุด ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง เดือนตุลาคม 2564 เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม สุดท้ายนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ ด้วยสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และวัดระดับความสำคัญ/ระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยความเชื่อมั่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการวิเคราะห์แรงจูงใจ ความเชื่อมั่น และส่วนประสมทางการตลาดที่ผลต่อการตัดสินใจการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 52.80 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 60.30 ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า ร้อยละ 58.30 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 34.00 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองที่พักออนไลน์ผ่าน Agoda ร้อยละ 36.00 มีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการจองที่พักออนไลน์เนื่องจากราคาต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการจองที่พักในรูปแบบอื่น ๆ ร้อยละ 24.00 มีความถี่ในการใช้บริการจองที่พักออนไลน์ 1-2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 49.00 ส่วนใหญ่ใช้บริการจองที่พักภายในประเทศ ร้อยละ 97.00 มีจำนวนวันเข้าพัก 1-2 วันต่อครั้ง ร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่จองที่พักในราคา 1,000 – 3,000 บาทต่อคืน ร้อยละ 48.30 มีเว็บไซต์ของผู้ให้บริการจองที่พักเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้อยละ 32.00 และมีเพื่อนเป็นผู้ร่วมเดินทาง ร้อยละ 33.50

วัตถุประสงค์ที่ 1) ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยแรงจูงใจ พบว่า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= 0.62) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกแต่ละด้าน พบว่า การจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ด้านการมีข้อมูลของที่พักที่ชัดเจนเพื่อใช้ในการตัดสินใจ เช่น ราคาห้องพัก สถานที่ท่องเที่ยวใกล้กับแหล่งที่พัก เป็นต้น ($\bar{X} = 4.30$, S.D.= 0.74) ด้านการบอกถึงมาตรการป้องกันและดูแลความปลอดภัยของแต่ละโรงแรมในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ($\bar{X} = 4.25$, S.D.= 0.74) และด้านการเก็บประวัติข้อมูลส่วนตัวและการใช้งานได้อย่างปลอดภัยและเป็นความลับ ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.84)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยความเชื่อมั่น พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยความเชื่อมั่น พบว่า ปัจจัยความเชื่อมั่นตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D.= 0.60) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกแต่ละด้าน พบว่า ความเชื่อมั่นในตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ การมีระบบการจองที่มีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบได้ และมีระบบรับชำระเงินที่ปลอดภัย ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.77) การมีที่พักตรงกับความต้องการ เช่น มีความหลากหลายของห้องพัก มีความหลากหลายด้านราคา ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.73) และ ด้านความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการตั้งราคาขายที่พัก ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.82)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.66) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกแต่ละด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีข้อมูลแต่ละโรงแรมที่ครบถ้วน เช่น รูปภาพ สถานที่ เงื่อนไข และวิธีการติดต่อ อย่างละเอียด ($\bar{X} = 4.30$, S.D.= 0.75) ตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีภาษาให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.24$, S.D.= 0.74) และตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ใช้งานได้ง่าย มีรูปแบบการจัดเรียงข้อมูลเป็นหมวดหมู่ และเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.20$, S.D.= 0.76)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจ พบว่า การตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D.= 0.84) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกแต่ละด้าน พบว่า

ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ได้ดังนี้ จากประสบการณ์ในการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ ท่านจะจองห้องพักในครั้งต่อไป ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.82) จากประสบการณ์ในการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ท่านจะแบ่งปันประสบการณ์การใช้บริการผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Twitter เป็นต้น ($\bar{X} = 3.99$, S.D.= 0.35) และท่านมีการใช้บริการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ในการจองที่พักอยู่เป็นประจำ ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.49)

วัตถุประสงค์ที่ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งแสดงดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา

ตัวแปร	MT	CD	MK	DS	VIF	Tolerance
Mean	4.12	4.11	4.08	4.02		
SD	0.62	0.60	0.66	0.84		
แรงจูงใจ (MT)	1				3.006	0.333
ความเชื่อมั่น (CD)	0.815**	1			6.462	0.155
ส่วนประสมการตลาด (MK)	0.753**	0.893**	1		4.999	0.200
การตัดสินใจ (DS)	0.655**	0.772**	0.851**	1		

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยความเชื่อมั่น และปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ และมีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.655 - 0.893 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กันเอง (Multi Collinearity) โดยพิจารณาจากค่า VIF พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.155 - 0.333 ซึ่งน้อยกว่า 10 พิจารณาจากค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว มากกว่า 0.10 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al. (1995) และพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าน้อยกว่า 0.90 (Tabachnick & Fidell, 2001) แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันจนเกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระ สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	β	Std. Error	Beta		
Constant	-0.471	0.158		-2.982	0.003
แรงจูงใจ (MT)	0.023	0.062	0.017	0.379	0.705
ความเชื่อมั่น (CD)	0.066	0.093	0.047	0.705	0.481
ส่วนประสมการตลาด (MK)	1.012	0.075	0.796	13.510	0.000**
R = 0.852, R ² = 0.725, Adjust R ² = 0.723, F = 348.208, N = 400					

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์, ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์สมการเชิงเส้น เป็นการสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression: MRA) ด้วยวิธี Enter ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจของผู้ใช้บริการ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) เท่ากับ 0.023, 0.066 และ 1.012 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.852 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวแปร กับการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง จากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ ได้ร้อยละ 72.30 (Adjust R² = 0.723) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 27.70 เป็นผลของปัจจัยอื่นที่อยู่นอกเหนือการวิจัยนี้ และสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงตารางที่ 3 และจากการวิเคราะห์ความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระ สามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$DS = -0.471 + 1.012 (MK) + 0.066 (CD) + 0.023 (MT)$$

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1: แรงจูงใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา	ปฏิเสธ
H2: ความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา	ปฏิเสธ
H3: ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา	ยอมรับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถอธิบายการตัดสินใจ การจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงอภิปราย ผลการวิจัยตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร บุตรดา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองห้องพักผ่าน บริษัทนำเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent) ของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจของลูกค้าชาวไทยที่ใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent) มีผลต่อการตัดสินใจจองห้องพักของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สามารถอธิบายได้ว่า แรงจูงใจทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล และแรงจูงใจด้านอารมณ์ของลูกค้าชาวไทยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองห้องพักของโรงแรม ซึ่งหมายความว่า ทางบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent) ต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการจองห้องพักโรงแรมนั้นมีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับค่อนข้างไปในทางที่ดี แต่ทางบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent) จำเป็นต้องมีการพัฒนา รูปแบบการให้บริการกับลูกค้าผ่านทางระบบออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เช่น การนำเสนอข้อมูลของโรงแรมต่าง ๆ ให้มีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า การที่แรงจูงใจของผู้ใช้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา นั้น ผลการวิจัยดังกล่าวนี้มีสาเหตุจากในช่วงการทำวิจัยอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศเป็นวงกว้าง ทำให้ผู้บริโภคงดการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงภาครัฐก็ได้มีมาตรการปิดเมือง (ล็อกดาวน์) เพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา สายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ถึงแม้ภาครัฐเองจะมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศอย่าง โครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” แต่ภายใต้ภาวะที่กำลังซื้อของผู้บริโภคมีจำกัด จึงมีการใช้จ่ายใช้สอยในสินค้าที่จำเป็นมากกว่า จึงทำให้มาตรการดังกล่าวไม่ได้รับการตอบรับดีเท่าที่ควร และส่งผลให้แรงจูงใจไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์

สมมติฐานที่ 2 ความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัสสริน ละอองกุล (2561) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพเว็บไซต์กับการจองโรงแรมออนไลน์ของคนไทย Gen Y ผลการวิจัยพบว่า ด้านความปลอดภัย และความเชื่อมั่น กลุ่มตัวอย่างมองว่าปัจจุบันใคร ๆ ก็ใช้เว็บไซต์จองโรงแรมออนไลน์ และคิดว่าทางเว็บไซต์เองก็ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูลผู้บริโภคเป็นเรื่องพื้นฐานอยู่แล้ว เนื่องจากถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นทางเว็บไซต์เองก็จะได้รับความเสียหายตามไปด้วย ทั้งทางด้านชื่อเสียง การสูญเสียลูกค้า การฟ้องร้อง เป็นต้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lien, Wen, Huang & Wu (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Online hotel Booking: The effects of brand image,

price, trust and value on purchase intentions ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการจองโรงแรมทางออนไลน์ของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ของประชาชนที่อาศัยในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร บุตรดา (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองห้องพักผ่านบริษัทนำเที่ยวออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า บริษัทนำเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent) ต้องให้ความสำคัญในการตกแต่งเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่ลูกค้ามีความสวยงาม รูปแบบเว็บไซต์ไม่ซับซ้อน มีฟังก์ชันภาษาให้เลือกหลากหลายเพื่อรองรับลูกค้าต่างชาติ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Kotler (2000) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Marketing management (The Millennium ed.) ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการวิจัยด้านแรงจูงใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีข้อมูลของที่พักที่ชัดเจนเพื่อใช้ในการตัดสินใจ เช่น ราคาห้องพัก สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับแหล่งที่พักมากที่สุด ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการควรมีการแสดงรายละเอียดของข้อมูลที่พักให้ครบถ้วนและชัดเจน เช่น มีการแจ้งราคาแต่ละแบบของห้องพักให้ชัดเจน มีการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้แหล่งที่พัก ก็จะทำให้ผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลของที่พักนำไปตัดสินใจได้ง่ายขึ้น อีกทั้งปัจจุบันการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ผู้บริโภคจะมีการศึกษาจากรีวิวของผู้ที่เคยใช้บริการมาก่อน หากการรีวิวของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการเป็นไปในทิศทางที่ดีก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคที่กำลังจะตัดสินใจเข้าใช้บริการ

2) จากผลการวิจัยด้านความเชื่อมั่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีระบบการจองที่มีมาตรฐาน สามารถตรวจสอบได้ และมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า โดยใช้ระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง ทั้งในด้านเทคโนโลยีและกระบวนการเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่เป็นความลับ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน อีกทั้งผู้ประกอบการควรมีการแจ้งให้ผู้บริโภคได้มั่นใจถึงการเก็บข้อมูลของที่ปลอดภัย รวมถึงการเลือกใช้ Firewall System, Anti-Virus System ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยสูง แม้ว่าผู้ประกอบการจะไม่สามารถเปิดเผยกระบวนการด้านความปลอดภัยในการชำระเงินให้กับผู้บริโภคได้ทั้งหมด แต่การติดป้ายสัญลักษณ์ (Badge) มาตรฐานการชำระเงินออนไลน์สากล รวมถึงการเลือกเชื่อมต่อกับพาร์ทเนอร์รับชำระเงินที่น่าเชื่อถือและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ก็มีส่วนช่วยลดความกังวลให้กับผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง

3) จากผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการที่ตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์มีข้อมูลแต่ละโรงแรมที่ครบถ้วน เช่น รูปภาพ สถานที่ เงื่อนไข และวิธีการติดต่ออย่างละเอียด ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการที่พักรควรเน้นการให้ข้อมูลของที่พักให้ครบถ้วน อีกทั้ง



ควรแสดงรายละเอียดขั้นตอนการจองหรือขั้นตอนการชำระเงินที่เข้าใจง่าย อาจนำเสนอข้อมูลเป็นรูปภาพ ประกอบคำอธิบาย หรือทำเป็นคลิปวิดีโอแนะนำเสนอก็จะทำให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น และจะทำให้ ผู้บริโภคมองเห็นภาพได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อยอดในงานวิจัย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น เพื่อเปรียบเทียบผลการตัดสินใจจองที่พักผ่านตัวแทนผู้ให้บริการจองโรงแรมออนไลน์ โดยผลที่ได้รับจากการศึกษา จะนำไปสู่การวางแผนการจัดกิจกรรมทางการตลาด วางแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ

2) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ ดังนั้นในการทำ วิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยใช้บริการจองโรงแรมออนไลน์ เพื่อที่จะได้ทราบเหตุผล และนำเอาข้อมูลที่ได้นั้น ไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้กลุ่มดังกล่าวนี้หันมาใช้บริการการจองโรงแรมออนไลน์

3) ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึก จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และความต้องการที่แท้จริงของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถนำเอาข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงการใช้งานของ ระบบการจองที่พักออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- แก้วขวัญ สุธีระตฤณดา. (2560). ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกจองโรงแรมผ่านช่องทางออนไลน์ (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จूरีย์ พานทอง. (2559). ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ช่องทางในการรับรู้ข่าวสารและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประภัสสร บุตรดา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองห้องพักผ่านบริษัททำเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agent) ของโรงแรมระดับ 4 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรกมล ลิ้มโรจน์กุล. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจองห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรนัชชา คงสะอาด ศศิประภา เหลืองเพิ่มสกุลและ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานแอปพลิเคชันและการตัดสินใจจองเที่ยวบินและที่พักผ่าน Traveloka. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 14 หน้า 130. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- ภัสสริน ละอองกุล. (2561). คุณภาพเว็บไซต์กับการจองโรงแรมออนไลน์ของคนไทย Gen Y (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภย์วิชัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2563). คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและเซเท็กซ์.

- อารยา จันทรสกุล. (2560). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว: การบริหารจัดการธุรกิจที่พักในยุคออนไลน์*. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/Research Paper/Hotel_Management.pdf
- อุไรวรรณ แยมเนียม. (2537). *การส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- Domjan, M. (1996). *The Principles of Learning and Behavior*. California: Thomson Wadsworth.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis*. (3rd ed.). New York: Macmillan.
- Hair, J. F., Black, W. C., Jr., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The Millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management: The Millennium* (14th ed). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Lien, C., Wen, M., Huang, L., & Wu, K. (2015). Online hotel Booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210-218.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *An integrative model of trust*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5thed). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. 2001. *Using multivariate statistics* (4thed.). Boston: Allyn & Bacon.

การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร

Strategic Management Towards Learning Organization

in Agricultural Cooperative

ชุตีบันธ์ แสงหวัง

Chutiban Saengwang

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

Doctor of Philosophy Program in Educational Administration, Department of Educational Administration,

Silpakorn University, Thailand

Email: chuchi3821@hotmail.com

Received: 2021-12-16; Revised: 2021-12-27; Accepted: 2021-12-28

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) องค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และ 2) แนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย สหกรณ์การเกษตรที่มีศูนย์การเรียนรู้สหกรณ์ฯ ทั่วประเทศ 210 สหกรณ์ฯ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 136 สหกรณ์ฯ ได้จากตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ เครจซี่ และมอร์แกน ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้จัดการ และผู้ดูแลศูนย์การเรียนรู้ในสหกรณ์ฯ รวมทั้งสิ้น 272 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสอบถามความคิดเห็น และแบบสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ มัชฌิมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผลการวิจัยพบว่า

1) องค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มี 6 องค์ประกอบ คือ (1) พลวัตแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย 19 ตัวแปร (2) เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ประกอบด้วย 16 ตัวแปร (3) การจัดการความรู้ ประกอบด้วย 8 ตัวแปร (4) การปรับเปลี่ยนองค์กร ประกอบด้วย 11 ตัวแปร (5) การเสริมสร้างความรู้แก่บุคลากร ประกอบด้วย 7 ตัวแปร และ (6) การบริหารแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 6 ตัวแปร

2) แนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตรจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามี 67 แนวทาง และนำมาสังเคราะห์เข้าในทฤษฎีของ เคอนิคกี้และวิลเลียมส์ (Kinicki & Williams) ที่กล่าวถึง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ว่า ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ (1) การกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และค่านิยม (2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และประเมินสถานการณ์ปัจจุบัน (3) การกำหนดกลยุทธ์ (4) การดำเนินการตามกลยุทธ์ และ (5) การประเมินผล และการควบคุมกลยุทธ์

คำสำคัญ: การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์, องค์กรแห่งการเรียนรู้, สหกรณ์การเกษตร

Abstract

The purposes of this research were to study: 1) the factors of learning organization, and 2) the guidelines for strategic management towards learning organizations in agricultural cooperatives. The population used in this research consisted of agricultural cooperative with 210 cooperative learning centers nationwide. The sample group composed of 136 cooperatives by used Krejcie and Morgan table. The respondents were managers and administrators of learning centers in the cooperative with the total of 272 respondents. The research tool was a semi-structured interview, opinionnaires and guidelines questionnaires for strategic management towards learning organizations in agricultural cooperatives of experts and specialists. The statistics for analyze the data were frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, and exploratory factor analysis.

The findings of this research were as follows:

1) the factors of a learning organization composed of 6 components: (1) the learning dynamics, with 19 variables, (2) information technology and innovation, with 16 variables, (3) knowledge management, with 8 variables (4) organizational transformation, with 11 variables, (5) knowledge enhancement for personnel, with 7 variables, and (6) participatory management, with 6 variables.

2) the guidelines for strategic management towards learning organizations in agricultural cooperatives from experts and specialists found 67 approaches and synthesized it into the theory of Kinicki and Williams, which mentioned about the Strategic-Management Process of 5 steps: (1) establish the mission, vision, and values statements, (2) assess the current reality, (3) formulate corporate, business, and functional strategies, (4) execute the strategy and (5) maintain strategic control: the feedback loop.

Keywords: Strategic Management, Learning Organization, Agricultural Cooperatives

บทนำ

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้ดำเนินการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมสหกรณ์ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนระยะยาวในการพัฒนาสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรสู่ความเข้มแข็ง โดยวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไป ทบพวนสถานภาพ/สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง สภาพปัจจัยภายในและภายนอก กำหนดประเด็นความท้าทาย กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมายและตัวชี้วัดและ กิจกรรม/โครงการ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559) ตลอดจนมีความเชื่อมโยงและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และการพัฒนาประเทศไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (ประเทศไทย 4.0) ภายในทิศทางการพัฒนาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งมุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม มุ่งสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน ให้กับภาค

การเกษตรของประเทศ ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการเกษตร สร้างความเข้มแข็งแก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร กรมส่งเสริมสหกรณ์ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบหลักในการสร้างความเข้มแข็งให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร จึงต้องดำเนินการการพัฒนาให้ชัดเจนและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมสหกรณ์ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) โดยขยายผลการกำหนด กรอบแนวทาง การพัฒนาและสร้างความมั่นคง ยั่งยืนแก่สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมที่จะช่วยในการบริหารจัดการ การผลิต การแปรรูป การบริการ และการตลาด ให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2558) ซึ่งเป็นภารกิจที่ทำทนายอย่างยิ่งได้ ทั้งนี้ กรมส่งเสริมสหกรณ์ฯ จึงมีนโยบาย นำแนวทางการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตร พินาย จำกัด เป็นต้นแบบของสหกรณ์อื่น ๆ ในการส่งเสริมการเรียนรู้ ภายใต้แนวคิด “แหล่งเรียนรู้ ถ่ายทอด ต่อ ยอด ยั่งยืน” เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินการด้านธุรกิจสหกรณ์ฯ และขยายผลทั่วประเทศ ครอบคลุมทุกจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับมติคณะรัฐมนตรี ที่เห็นชอบในหลักการยุทธศาสตร์ และแนวทางในการดำเนินงานตามข้อเสนอแนะแห่งชาติด้านการสหกรณ์ฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนในชาติรับรู้ และเข้าใจการสหกรณ์ฯ พร้อมทั้งนำไปใช้ในวิถีชีวิต การดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งการขับเคลื่อน วาระแห่งชาติด้านการสหกรณ์ฯ ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ประกอบด้วย กลยุทธ์ แผนงาน และตัวชี้วัด ซึ่งจะต้องมีการศึกษาทำความเข้าใจ และขับเคลื่อนให้เกิดผลเป็นรูปธรรม (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2556)

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของสหกรณ์การเกษตร เป็นการรวบรวมมาจากการวิเคราะห์ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมสหกรณ์ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สำคัญ ที่ได้จากการทบทวนศักยภาพการพัฒนาสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกร ของกรมส่งเสริมสหกรณ์ พบว่า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้น้ำหนักงานด้านการเกษตรเป็นสำคัญ และให้ความสำคัญในเรื่องของวิสาหกิจ ชุมชน สถาบันเกษตรกร ไม่ครอบคลุมสหกรณ์ทุกประเภทขณะที่มองว่าการพัฒนาสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร เป็นภารกิจหลักของกรมส่งเสริมสหกรณ์ การวางแผนอัตรากำลังและการสร้างคนเพื่อทดแทน เกิดช่องว่าง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ และองค์ความรู้กำลังจะเกษียณอายุราชการ เป็นจำนวนมาก ทำให้องค์ความรู้ในตัวบุคคลที่จะส่งต่อหรือถ่ายทอดสู่การจัดการ องค์ความรู้ (KM) สู่รุ่นต่อไป มีช่องว่างของอายุการทำงานมากถึง 5 - 10 ปี จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องวางแผน การพัฒนาคน เพื่อทดแทน และ สร้างแนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่ทายาทรุ่นต่อ ๆ ไป ในการพัฒนาบุคลากรมีอาชีพยังไม่เป็นระบบและ ต่อเนื่องมากนัก การเติมเต็มองค์ความรู้ ทักษะในงาน ด้านการส่งเสริมสหกรณ์ฯ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของกรม ส่งเสริมสหกรณ์ฯ เพื่อรองรับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมรับการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม กฎหมาย การปฏิรูปประเทศ ในด้านต่าง ๆ งานด้านวิจัย และพัฒนางานสหกรณ์ยังมีน้อย การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการส่งเสริม และพัฒนาสหกรณ์ และกลุ่มเกษตรกร ยังได้รับการสนับสนุนหรือให้ความสำคัญน้อย ทำให้ขาดโอกาสในการสร้างสรรค์ผลงานทาง วิชาการ และการวิจัยในด้านนี้ และภาพลักษณ์ขององค์กร ในช่วงหลายปี สหกรณ์ในการส่งเสริมของกรม ส่งเสริมสหกรณ์มักได้รับข่าวคราวด้านลบอยู่บ่อย ๆ เช่น ปัญหาการทุจริต ในสหกรณ์ (อาทิ สหกรณ์เครดิตยู เนียนคลองจั่น จำกัด) ปัญหาการดำเนินธุรกิจผิดวัตถุประสงค์ (อาทิ สลากกินแบ่งรัฐบาล) และนับวันจะทวี ความรุนแรง ส่งผลกระทบ ทางการเงินต่อสหกรณ์และสมาชิกสหกรณ์ การเยียวยาหรือแก้ไขปัญหาล่าช้าไม่ทัน

กาล เครื่องมือในการส่งเสริมสหกรณ์มีอยู่ แต่ยังคงขาดความต่อเนื่อง ในการทบทวน ปรับปรุง และพัฒนาระบบ หรือมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ระบบมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการของสหกรณ์ (Cooperative Quality Award: CQA) ระบบการส่งเสริมสหกรณ์ (Cooperative Promotion System: CPS) มาตรฐานสหกรณ์ (Cooperative Standard) และเร่งการสร้างความยั่งยืนทั้งในเรื่องของหลักธรรมาภิบาล และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นที่เป็นผลสะท้อนมาจากปัญหาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์การแห่งการเรียนรู้ พบปัญหาจากการพัฒนาในเรื่องคน ที่มีบทบาทสำคัญเพราะเป็นตัวขับเคลื่อนองค์การไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ ในขณะที่องค์การมีผู้บริหารหรือผู้นำที่ดี และมีวิสัยทัศน์กว้างไกลแต่ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้หรือกระบวนการการทำงานให้ผู้บริหารหรือผู้นำในรุ่นต่อไปได้ เมื่อมีการปรับเปลี่ยนผู้บริหารหรือผู้นำก็จะขาดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน ทำให้บุคลากรภายในองค์การอาจขาดความต่อเนื่องในการทำงานนั้นให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์การได้ อีกทั้งบุคลากรในองค์การรู้แต่เพียงหน้าที่ของตน แต่ไม่รู้เป้าหมายขององค์การ บุคลากรจึงปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ตนเองได้รับมอบหมายเท่านั้น และไม่รู้ว่้องค์การต้องเดินไปในทิศทางใด เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายที่องค์การกำหนด และการทำงานตามแบบความเคยชินที่เคยทำกันต่อ ๆ มา ไม่ได้แก้ปัญหาดังกล่าวแต่อย่างใด การทำงานในแต่ละขั้นตอนไม่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีความสอดคล้องกับ จุฬาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ (2555) ที่พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ คือ การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ การขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชน ความไม่พร้อมและขาดศักยภาพของคณะกรรมการสหกรณ์ฯ และฝ่ายจัดการขาดทักษะและความรู้ในการดำเนินงานทางธุรกิจ

ทั้งนี้สหกรณ์การเกษตรจึงต้องเตรียมความพร้อมรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเหล่านี้จากสภาพการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา และความช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมสหกรณ์ฯ และภาครัฐที่มีไม่เพียงพอ ทำให้สหกรณ์ฯ ต้องปรับตัวให้ทันกาลในยุคของความเปลี่ยนแปลงสหกรณ์ฯ ควรมีการพัฒนาแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่ผนวกกับผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ก้าวหน้าพาสหกรณ์ฯ สู่ความสำเร็จ และเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ มีองค์ความรู้สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยี เทคนิควิธีการ และความรู้ด้านต่าง ๆ เพิ่มนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมอาชีพให้แก่สมาชิกให้เข้มแข็งมีรายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถชำระหนี้ให้กับสหกรณ์ฯ เมื่อสมาชิกเข้มแข็งสหกรณ์ฯ ก็เติบโตควบคู่ไปด้วย เห็นได้จากกระแสของการพัฒนาองค์การภาครัฐและเอกชนทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ ที่เน้นการพัฒนาองค์การให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้เพื่อสร้างอัจฉริยภาพ และสร้างสินทรัพย์ด้านภูมิปัญญาให้แก่สมาชิกทุกคนในองค์การมากขึ้น เพื่อทดแทน และสร้างแนวทางพัฒนาที่ยั่งยืนให้เก่ายาพรุ่นต่อ ๆ ไป โดยใช้หลักการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเตรียมความพร้อมสู่องค์การแห่งการเรียนรู้ องค์การแห่งความเปลี่ยนแปลง และพัฒนาต่อยอดอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์การแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์

มีนักทฤษฎีหลายท่านได้ให้คำนิยามของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในแง่มุมที่หลากหลาย มีนักวิชาการต่างประเทศให้ความหมายของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ว่า การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ กลยุทธ์เป็นความคิด (Idea) เป็นแผนงาน (Plans) และการกระทำ (Action) ต่าง ๆ ที่องค์การนำมาใช้เพื่อ ก่อให้เกิดผลสำเร็จและได้เปรียบคู่แข่งขัน พิต และเลย์ (Pitts and Lei) (อ้างถึงใน กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการสหกรณ์) เคอนิกกี และวิลเลียมส์ (Kinicki and Williams, 2019) ที่กล่าวถึง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ว่าประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และค่านิยม 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และประเมินสถานการณ์ปัจจุบัน 3) การกำหนดกลยุทธ์ 4) การดำเนินการตามกลยุทธ์ และ 5) การประเมินผล และการควบคุมกลยุทธ์

สำหรับในทัศนะของนักวิชาการไทยได้ให้ความหมายการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้หลากหลาย อาทิ ญัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2556) ที่กล่าวถึง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการที่ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และข้อมูลสำคัญทางธุรกิจที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ การวางแผนทางการดำเนินงาน และควบคุมการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ขององค์การ เพื่อที่จะสร้างความมั่นใจว่าองค์การสามารถที่จะดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับ สภาพแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนสามารถมีพัฒนาการ และสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล ที่กล่าวถึง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการที่นำเอาความคิดเชิงกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ โดยมีการพิจารณาทางเลือก ก่อนการตัดสินใจว่าจะเลือกทางเลือกใดที่คิดว่าดีที่สุด ความเป็นกลยุทธ์คือการจัดการกลไกขององค์การให้ทำหน้าที่แปรเปลี่ยนทรัพยากรในการจัดการให้เป็นผลลัพธ์

แนวคิดเกี่ยวกับองค์การแห่งการเรียนรู้

มีนักทฤษฎีหลายท่านได้ให้คำนิยามขององค์การแห่งการเรียนรู้ในแง่มุมที่หลากหลาย มีนักวิชาการต่างประเทศให้ความหมายขององค์การแห่งการเรียนรู้ไว้ว่า องค์การแห่งการเรียนรู้ คือ สถานที่ซึ่งทุกคนสามารถขยายศักยภาพของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างผลงานตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เป็นที่ซึ่งเกิดรูปแบบการคิดใหม่ ๆ หลากหลายมากมาย ที่ซึ่งแต่ละคนมีอิสระที่จะสร้างแรงบันดาลใจ และเป็นองค์การที่บุคลากรเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างไม่มีวันสิ้นสุด ปีเตอร์ เอ็ม เซ็งเก้ (Peter M. Senge) (อ้างถึงใน ภาวิดา ธาราศรีสุทธิ, 2556) สอดคล้องกับ สาदारต (Saadat, 2016) ที่กล่าวถึง องค์การแห่งการเรียนรู้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ที่ได้รับการเสนอในด้านของการบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการรักษาเสถียรภาพความสำเร็จขององค์การ นอกจากนี้ยังสอดคล้อง ดีฮาชิ (Dehaghi, 2014) ที่กล่าวถึง องค์การแห่งการเรียนรู้จะส่งเสริมและช่วยเหลือสมาชิกทุกคนได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่องผ่านการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ การแบ่งปันข้อมูล และกิจกรรมการทำงานเป็นทีม ที่มีความเกี่ยวข้องกันทั่วทั้งองค์กร

สำหรับในทัศนะของนักวิชาการไทยได้ให้ความหมายขององค์การแห่งการเรียนรู้ไว้หลากหลาย อาทิ ประทีป พงษ์สำราญ, นิตยา เพ็ญศิริรักษาและพาณี สัตกะสิน (2557) นิยามองค์การแห่งการเรียนรู้ว่า เป็นองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยอาศัยการกระตุ้น ให้บุคลากรในองค์การมีการเรียนรู้และพัฒนาความรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง สนับสนุนให้มีการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ในงาน มีการจัดการความรู้ที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานของ

บุคลากรและองค์กรสูงสุด มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ดวงมณี เลหาประสิทธิ์พร (2558) นิยามองค์การแห่งการเรียนรู้ว่า เป็นองค์กรที่ยกระดับคุณภาพด้วยการจัดการความรู้ โดยมีการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กระบวนการทำงานอันนำมาซึ่งประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) มีแบบแผนการวิจัย เป็นแบบกลุ่มตัวอย่างเดียว มีการวัดครั้งเดียวในลักษณะศึกษาสภาวะการณ์ ไม่มีการทดลอง (The One Shot, Non-Experimental case Study)

ประชากร ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้จากสหกรณ์การเกษตรที่มีศูนย์การเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร จำนวน 210 สหกรณ์ฯ

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของตาราง เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 136 สหกรณ์ฯ โดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งประเภท (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกตามเขตภูมิภาค

ผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลในสหกรณ์การเกษตรที่มีศูนย์การเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร ประกอบด้วย 1) ผู้จัดการ จำนวน 1 คน 2) เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลศูนย์การเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร จำนวน 1 คน รวมสหกรณ์ฯ ละ 2 คน เป็นจำนวน 136 สหกรณ์ฯ รวมทั้งสิ้น 272 คน

การเก็บข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามความคิดเห็นไปเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลในสหกรณ์การเกษตรที่มีศูนย์การเรียนรู้สหกรณ์การเกษตร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 สหกรณ์ฯ ละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 272 คน ได้รับกลับคืนมา จำนวน 112 สหกรณ์ฯ เป็นจำนวน 224 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 82.35 แล้วนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์และประมวลทางสถิติ

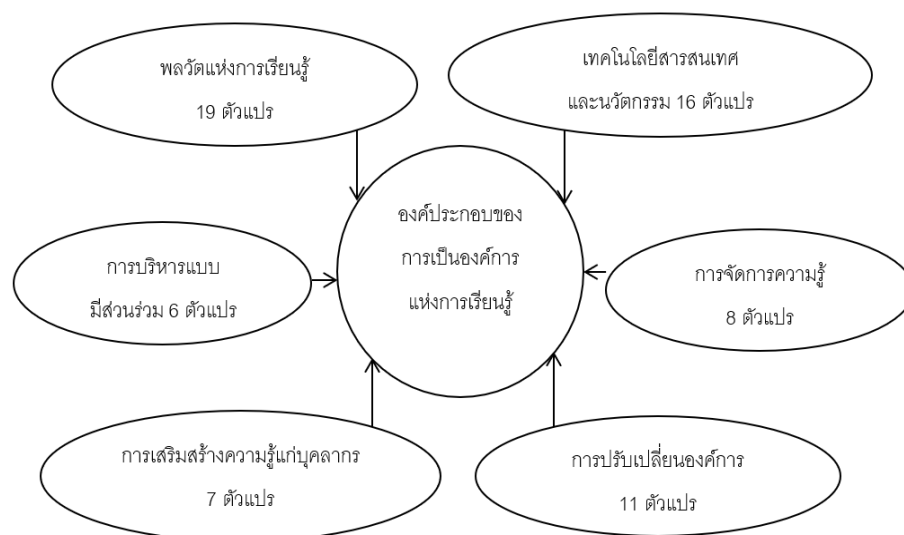
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้เลือกใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ คือ
 - 2.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
 - 2.2 ระดับความคิดเห็นของการวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ใช้มัชฌิมเลขคณิต ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
 - 2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) สกัดด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) หมุนแกนแบบออร์โธกอนอล (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) กำหนดเป็นองค์ประกอบตามเกณฑ์คัดเลือกที่มีค่าน้ำหนัก 0.60 ขึ้นไป และจำนวนตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ 3 ตัวแปรขึ้นไป

3. การหาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร เพื่อทราบแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร โดยการนำส่งแบบสอบถามให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 องค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มี 6 องค์ประกอบ คือ 1) พลวัตแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย 19 ตัวแปร 2) เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ประกอบด้วย 16 ตัวแปร 3) การจัดการความรู้ ประกอบด้วย 8 ตัวแปร 4) การปรับเปลี่ยนองค์กร ประกอบด้วย 11 ตัวแปร 5) การเสริมสร้างความรู้แก่บุคลากร ประกอบด้วย 7 ตัวแปร และ 6) การบริหารแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ดังแผนภูมิ



แผนภูมิที่ 1 องค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ พบว่ามี 67 แนวทาง และนำมาสังเคราะห์เข้าในทฤษฎีของเคอีนิกกี และวิลเลียมส์ (Kinicki and Williams, 2019) ที่กล่าวถึง การบริหารจัดการเชิง กลยุทธ์ว่า ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และค่านิยม 2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และประเมินสถานการณ์ปัจจุบัน 3) การกำหนดกลยุทธ์ 4) การดำเนินการตามกลยุทธ์ และ 5) การประเมินผล และการควบคุมกลยุทธ์

อภิปรายผล

1. องค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ จากข้อค้นพบเกี่ยวกับองค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 องค์ประกอบ จากข้อค้นพบ ซึ่งได้แก่ 1) พลวัตแห่งการเรียนรู้ 2) เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม 3) การจัดการความรู้ 4) การปรับเปลี่ยนองค์กร 5) การเสริมสร้างความรู้แก่บุคลากร และ 6) การบริหารแบบมีส่วนร่วม โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่

1 คือ องค์ประกอบของการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ เป็นพหุองค์ประกอบ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่างค์ประกอบทั้ง 6 องค์ประกอบ มีความเหมาะสมตามเหตุผลของตัวแปรที่อธิบายตามคุณลักษณะของแต่ละองค์ประกอบได้ในแนวทางเดียวกัน ซึ่งสามารถแปลผลได้ตามเกณฑ์ มีความสอดคล้องกับหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยของทั้งนักวิชาการ นักบริหารองค์การทั้งแบบประเภทแสวงหากำไร และประเภทที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งสหกรณ์การเกษตรจัดเป็นองค์การที่ไม่แสวงหากำไร เป็นองค์การธุรกิจของสมาชิก เพื่อสมาชิก บริหารงานโดยสมาชิก มีรูปแบบการบริหารจัดการของสหกรณ์ฯ ประกอบด้วยบุคคล 3 ฝ่าย ได้แก่ สมาชิก, คณะกรรมการดำเนินการ และฝ่ายจัดการ ที่ต่างก็มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างเท่าเทียมกัน ประกอบด้วย สมาชิก ในฐานะผู้ควบคุมสหกรณ์ฯ โดยจะใช้บทบาทหน้าที่ในที่ประชุมใหญ่ เพื่อกำหนดนโยบาย เลือกลงมติคณะกรรมการดำเนินการ แก้ไขข้อบังคับ ตลอดจนรับทราบผลการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ คณะกรรมการดำเนินการ ในฐานะฝ่ายบริหาร จะมีหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก/กำกับดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ ให้เป็นไปตามนโยบายของที่ประชุมใหญ่ และตามที่ได้รับมอบอำนาจจากที่ประชุมใหญ่ ภายใต้กรอบของกฎหมายและข้อบังคับสหกรณ์ฯ และฝ่ายจัดการ ซึ่งประกอบด้วยผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ฯ มีหน้าที่ในการปฏิบัติงานภายใต้กรอบของระเบียบข้อบังคับ และกรอบการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก องค์การต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงสหกรณ์การเกษตรเองต่างเร่งปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย

องค์ประกอบที่ 1 พลวัตแห่งการเรียนรู้ การเรียนรู้ถือเป็นระบบหลักที่เป็นแกนสำคัญของการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ซึ่งสามารถจำแนกการเรียนรู้ได้ 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์การ ซึ่งในแต่ละระดับของการเรียนรู้นั้นต้องเริ่มที่ทักษะของตัวบุคคล แต่ละคนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการเพิ่มพูนความรู้ด้วยการเรียนรู้เชิงปรับตัว เชิงคาดการณ์ และเชิงสร้างสรรค์ มีการเสริมสร้างทักษะทางด้านการติดต่อสื่อสาร มีการแลกเปลี่ยนและเพิ่มพูนความรู้ทั้งในสายงานและข้ามสายงาน มีเทคนิคในการทำงานเพื่อให้ตนเองเกิดการเรียนรู้ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากบุคลากรภายในและภายนอกองค์การ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนา มีการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีการทำงานและการเรียนรู้ภายในทีม มีเครือข่ายและกลไกในการติดต่อสื่อสาร มีการส่งเสริมการใช้ทักษะทางด้านเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลต่าง ๆ มีกิจกรรมเพิ่มพูนชีวิตชีวาแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถคิดนอกรอบการดำเนินงาน มีการพัฒนาทีมงานอย่างสม่ำเสมอ มีจุดเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์และก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันทำงานเป็นทีม และมีการแก้ปัญหาการทำงานทั้งระบบมากกว่าที่จะแก้ปัญหาเป็นจุด ๆ ไป มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ สาदारต (Saadat, 2016) ที่กล่าวว่า องค์การแห่งการเรียนรู้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ ที่ได้รับการเสนอในด้านของการบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการรักษาเสถียรภาพความสำเร็จขององค์การ จุดมุ่งหมายของการเรียนรู้ไม่เพียงเพิ่มพูนความรู้ และทักษะของบุคลากรในองค์การ แต่ยังพัฒนาการเจริญเติบโตขององค์การ และการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้แบบพลวัตที่มีความยืดหยุ่น กำหนดบทบาทเชิงกลยุทธ์ขององค์การแห่งการเรียนรู้ การจัดการความรู้ และการส่งเสริมเป้าหมายหลักขององค์การ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (วัฒนสิน บุสติ และคณะ, 2558) ที่กล่าวถึง องค์การแห่งการเรียนรู้เป็นองค์การที่มีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งมีการถ่ายทอด เชื่อมโยงความรู้ ความสามารถของตนสู่สังคมให้กว้างขวาง รวดเร็วยิ่งขึ้น

องค์ประกอบที่ 2 เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม การมีเครื่องมือ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยให้การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ดังนั้น องค์การต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงสหกรณ์การเกษตร ควรเปิดรับแนวโน้มเทคโนโลยีนวัตกรรม การพัฒนาองค์การ ให้มีความมั่นคง มั่นยำ น่าเชื่อถือ และลดค่าใช้จ่าย มีโปรแกรมการเรียนรู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ และ AI มาประกอบการเรียนรู้และการปฏิบัติงาน มีการสำรวจ และจัดหาเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม มีการส่งเสริมบรรยากาศแห่งการทดลองนวัตกรรม มีการปรับใช้ระบบซอฟต์แวร์ ในการจัดเก็บ ถ่ายโอนข้อมูล เพื่อการเรียนรู้ตามความถนัดและความต้องการ มีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาตนเองและองค์การอย่างต่อเนื่อง มีระบบข้อมูลสารสนเทศที่ดี ทันสมัย และสามารถตอบสนองให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว มีการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการปฏิบัติงาน การเรียนรู้และเป็นระบบสื่อสารในองค์การ มีระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในการบริหารกระบวนการทำงานแบบกลุ่ม เช่น การจัดทำแผนและงบประมาณ มีนวัตกรรมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้ และสนับสนุนระบบการทำงานของบุคลากร มีแหล่งข้อมูลข่าวสาร และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์การที่รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ มีการฝึกฝนทักษะต่าง ๆ เกี่ยวกับการสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องประชุม ห้องฝึกอบรม ที่มีการใช้สอยอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (กฤษณะ ดาราเรือง, 2558) ที่กล่าวถึง องค์การแห่งการเรียนรู้ คือ องค์การที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันที่ให้ความสนใจกับการเรียนรู้ทั้งระดับบุคคล ระดับทีม และระดับองค์การ และองค์การแห่งการเรียนรู้ คือ แนวโน้มความต้องการจากสมาชิกขององค์การ เป็นการกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์การสู่ทิศทางการพัฒนาที่ดีขึ้นของ องค์การ องค์การแห่งการเรียนรู้ที่ประสบความสำเร็จจะสามารถช่วยลดวงจรพัฒนานวัตกรรมใหม่ของ องค์การ คู่แข่งขันไม่สามารถลอกเลียนแบบได้โดยง่าย และเป็นองค์การที่มีผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 3 การจัดการความรู้ ในการบริหารจัดการความรู้ต่าง ๆ ขององค์การ ซึ่งประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การเก็บรักษาความรู้ การวิเคราะห์ และการทำ Data Mining การถ่ายโอนและการเผยแพร่ความรู้ การนำไปประยุกต์ใช้และการทำให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรง ควรมีระบบฐานข้อมูล สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ มีการจัดระบบฐานข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ มีการเผยแพร่และส่งเสริมการเรียนรู้ ทั่วทั้งองค์การ มีระบบการให้บริการทางวิชาการที่เป็นประโยชน์แก่คนในชุมชน เพื่อให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ มีบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมภายในองค์การที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ มีการจัดการถ่ายโยงและถ่ายทอดความรู้ และการให้บริการ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (เอกกนก พนาดำรง, 2559) ที่กล่าวถึง แนวคิดในการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ คือ การที่องค์การสนับสนุน และส่งเสริมให้บุคลากรในองค์การได้เรียนรู้ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์การ เพื่อให้บุคลากร มีการใช้ความรู้ ในการพัฒนาตนเอง และการดำเนินงานขององค์การ องค์การแห่งการเรียนรู้เป็นองค์การที่มีการปรับเปลี่ยน และค้นหาวิถีทางใหม่ ๆ ในการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือบริการ อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์การ ทั้งนี้การที่องค์การจะสามารถเรียนรู้ เพื่อพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องมีการจัดการความรู้ควบคู่ไปด้วยเสมอ

องค์ประกอบที่ 4 การปรับเปลี่ยนองค์การ ในการปรับเปลี่ยนองค์การไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ นั้นผู้นำมีความสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนองค์การ ระบบขององค์การต้องมีการวางรากฐานไว้เพื่อสร้าง องค์การแห่งการเรียนรู้ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ มีการกระจายอำนาจในการทำงาน มีวัฒนธรรม

องค์การที่เอื้อต่อการเรียนรู้ มีค่านิยมร่วมก่อให้เกิดองค์การแห่งการเรียนรู้ มีการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน เสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การ มีระบบการมอบรางวัล ความสำเร็จ ความชอบ มีการกำหนดนโยบายการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน มีบรรยากาศที่สนับสนุนถึงความสำคัญของการเรียนรู้ และรับรู้ถึงประโยชน์ที่บุคลากรจะได้รับ มีศูนย์การเรียนรู้เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ มีโครงสร้างสัมพันธภาพ ในลักษณะต่างพึ่งพาซึ่งกันและกัน มีการนำเสนอการแบ่งปันความรู้สู่ชุมชน มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (ประชุม โพธิกุล, 2555) ที่กล่าวถึง ขั้นตอนการพัฒนาองค์การให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมให้เกิดในหน่วยงาน การสร้างความเป็นเลิศส่วนบุคคลในหน่วยงาน การพัฒนาโลกทัศน์ ของบุคลากรให้เป็นโลกทัศน์ที่เหมาะสม การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้เป็นทีม และการพัฒนาการคิดอย่างเป็นระบบ

องค์ประกอบที่ 5 การเสริมสร้างความรู้แก่บุคลากร องค์การทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึง สหกรณ์การเกษตรต่างมุ่งเน้นพัฒนาความรู้และทักษะบุคลากรทุกระดับ มีการส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ แก่บุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีการมอบหมายงานที่เอื้อให้บุคลากรได้รับฝึกหัด เพื่อให้เกิด ความสามารถในการเรียนรู้งานต่าง ๆ มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลา มีความสนใจ และใฝ่ที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีการส่งเสริมให้บุคลากรไปประชุมสัมมนาภายนอก เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ในการทำงานและการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ มีการส่งเสริมให้เกิดนิสัยรักการเรียนรู้ มีการฝึกอบรมให้บุคลากร ได้รู้ถึงวิธีการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือได้รับการเรียนรู้จากผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ คิม และมาร์ซิค (Kim and Marsick, 2013) ที่กล่าวถึง รัฐบาลของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ได้ใช้แบบสอบถามมิติขององค์การแห่งการเรียนรู้ (DLOQ) เป็นตัวช่วยพัฒนาความคิดริเริ่มขององค์การการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นนโยบาย เพื่อสร้างทักษะและ ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมุ่งเน้นสร้างทางเลือกของ แนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาบุคลากรในด้านการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ ด้วยอุปกรณ์ต่าง ๆ การให้คำปรึกษาในการพัฒนาการฝึกอบรม การใช้ระบบพี่เลี้ยงและให้คำแนะนำ จัดระบบ ในการเรียนรู้จากงาน และส่งเสริมด้วยระบบการให้รางวัลตอบแทนสำหรับแนวทางการปฏิบัติที่ดี

องค์ประกอบที่ 6 การบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็นการบริหารจัดการที่มุ่งให้สมาชิกทุกคนในองค์การ มีโอกาสทำงานร่วมกันเป็นทีมหรือเป็นกลุ่ม มีการร่วมมือกับสถานศึกษา วัด บ้าน และองค์การเอกชนต่าง ๆ ให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชน มีการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลกับแหล่งเรียนรู้ และภูมิปัญญาในท้องถิ่น มีการตรวจสอบติดตามประเมินผลการเรียนรู้ภายในองค์การ มีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม มีผลตอบแทนต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียอย่างยั่งยืน เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมขององค์การ งานจึง จะประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (ปราณี ต้นประยูร, 2560) ที่กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์กรอย่าง ยั่งยืน เนื่องจากการพัฒนาที่เริ่มจากระดับบุคคล ซึ่งสมาชิกทุกคนในองค์กรจะต้องมีการพัฒนาตนเองก่อน แล้วจึงพัฒนาต่อในระดับทีม ระดับองค์กร และระดับสังคม ดังนั้น บุคลากรภายในองค์กรจึงจำเป็นต้อง ตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ รวมถึงการร่วมมือร่วมใจ กันทำงานเป็นทีม เพื่อให้การดำเนินพันธกิจขององค์กรเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัวและบรรลุผลตาม เป้าหมายขององค์การ



2. แนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร จาก การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน เพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่ องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีความเหมาะสมในสหกรณ์การเกษตร มี 67 แนวทาง โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับ สมมติฐานข้อที่ 2 คือ แนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร เป็นพหุแนวทาง มาสังเคราะห์เข้าในทฤษฎีของ เคอนิกกี และวิลเลียมส์ (Kinicki and Williams, 2019) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และค่านิยม มีแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กร แห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร ดังนี้ 1) มีการกำหนดนโยบายร่วมกัน 2) มีการกำหนดพันธกิจ เป้าหมาย ขององค์กรที่ชัดเจน 3) มีศูนย์การเรียนรู้เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ 4) ศูนย์การเรียนรู้เป็นศูนย์การพัฒนาความคิด และทักษะด้านต่าง ๆ ของบุคลากร 5) มีการแบ่งปันความรู้แก่คนในชุมชนและสังคม 6) มีการส่งเสริมภูมิ ปัญญาในท้องถิ่นให้เกิดการสร้างรายได้ 7) มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนและสังคม 8) มีการกำหนด วิสัยทัศน์ร่วม 9) ผู้นำเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล 10) ผู้นำต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถคู่คุณธรรม 11) มีการกำหนดค่านิยมร่วม 12) มีความรักและศรัทธาในองค์กร 13) มีวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการ เรียนรู้ 14) สนับสนุนการเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลาย 15) มีบรรยากาศที่สนับสนุนถึงสำคัญของการ เรียนรู้ และ 16) มีผลตอบแทนต่อผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียอย่างเป็นธรรม

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) และประเมินสถานการณ์ปัจจุบัน มีแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ในสหกรณ์การเกษตร ดังนี้ 1) มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร 2) มีการ วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา 3) มีการวิเคราะห์สถานการณ์ร่วมกันในการแก้ปัญหา 4) มีการระดมความคิด เพื่อแก้ไขปัญหาขององค์กร 5) ประเมินสถานการณ์ในปัจจุบันให้ทันการณ์และ 6) เปิดรับแนวโน้มเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ทันสมัย

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดกลยุทธ์ มีแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่ง การเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร ดังนี้ 1) มีการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ 2) มีการวางแผนการปฏิบัติงาน 3) ส่งเสริมให้บุคลากรคิดโครงการงานต่าง ๆ 4) ระบุผู้ดูแลปรับปรุงระบบข้อมูลสารสนเทศที่ดี ให้ทันต่อ สถานการณ์ปัจจุบัน 5) จัดทำแผนและพัฒนากำลังคนด้านเทคโนโลยี 6) จัดทำแผนและพัฒนาทีมงานอย่าง ต่อเนื่อง 7) มีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน 8) มีการมอบอำนาจในการตัดสินใจให้แก่ หัวหน้างาน 9) มีการกระจายอำนาจในการทำงานเพื่อแบ่งเบาภาระงานไปยังแผนกต่าง ๆ 10) มีระบบการ จัดการความรู้แก่ชุมชน เพื่อให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ 11) มีการสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจที่ดีในการ ปฏิบัติงาน 12) มีการสร้างระบบทีมงานที่มีประสิทธิภาพ 13) มีการสร้างเครือข่ายเพื่อรองรับการให้บริการที่ สะดวกรวดเร็ว 14) มีวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัยครบครันและ 15) มีแหล่งประชาสัมพันธ์ทางเพจ และเว็บไซต์

ขั้นตอนที่ 4 การดำเนินการตามกลยุทธ์ มีแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ใน สหกรณ์การเกษตร ดังนี้ 1) มีการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ 2) การจัดหาทรัพยากรให้เพียงพอต่อการ ปฏิบัติงาน 3) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการบริหารและการปฏิบัติงาน 4) ส่งเสริมให้บุคลากรนำ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาองค์กร 5) ส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรไปศึกษาอบรมเพื่อ พัฒนาตนเองในสายงานที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ 6) ส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีการเรียนรู้ร่วมกัน 7) ส่งเสริมการเรียนรู้วิธีการควบคู่กับการปฏิบัติ 8) การสร้างสิ่งแวดล้อม และบรรยากาศการทำงานที่ดี 9) จัดกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อชุมชนและสังคม 10) จัดตั้งเวทีสัญจรแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันภายในชุมชน 11) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการจากภูมิปัญญาท้องถิ่น 12) มีจุดบริการให้บริการทางวิชาการแก่ชุมชน

13) มีการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการโดยใช้สื่อต่าง ๆ 14) มีการสร้างทีมงานเพื่อปฏิบัติการกิจกรรมกัน 15) จัดสรรทีมงานที่มีประสิทธิภาพ 16) จัดตั้งทีมงานเฉพาะกิจด้านการจัดการความรู้ 17) มีการจัดทำฐานข้อมูลในการปฏิบัติงานที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ 18) จัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเหมาะสม 19) การศึกษาดูงาน และ 20) มีเงินปันผล ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล และการควบคุมกลยุทธ์ มีแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร ดังนี้ 1) มีการนิเทศติดตาม ประเมินผลการเรียนรู้ภายในองค์กร 2) มีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาช่วยสนับสนุนระบบการทำงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ 3) มีการควบคุมการเรียนรู้ภายในองค์กร 4) มีการจัดทำฐานข้อมูลในการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ 5) มีระบบการบริหารจัดการคลังที่ดี 6) นำระบบออนไลน์เข้ามาใช้ควบคุมการปฏิบัติงาน 7) มีการจัดบันทึกการปฏิบัติงานของบุคลากร 8) มีการรายงานผลการปฏิบัติงาน 9) จัดทำรายงานการประชุมและ 10) มีการประชุมสัมมนาร่วมกันภายในองค์กร ทั้งนี้ ในการพัฒนาและสร้างความมั่นคงยั่งยืนแก่สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมที่จะช่วยในการบริหารจัดการให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นภารกิจที่ทำทนายอย่างยิ่ง แนวทางการดำเนินงานตามข้อเสนอวาระแห่งชาติด้านการสหกรณ์ฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนในชาติรับรู้และเข้าใจการสหกรณ์ฯ พร้อมทั้งนำไปใช้ในวิถีชีวิต การดำเนินงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติ ด้านการสหกรณ์ฯ ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์คือ กลยุทธ์แผนงาน และตัวชี้วัด มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ (วรางคณา ผลประเสริฐ, 2555) ที่กล่าวถึง การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการ ซึ่งอาจมีความสลับซับซ้อนและยากต่อความเข้าใจ ผู้บริหารจำเป็นต้องใช้การคิดอย่างเป็นระบบในการกำหนดกรอบของความเป็นองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในส่วนต่าง ๆ ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ และสามารถมองเห็นภาพทั้งองค์กรในมุมมองที่เหมาะสม โดยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ 2) การกำหนดกลยุทธ์ 3) การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ และ 4) การประเมินและควบคุมกลยุทธ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. สหกรณ์การเกษตรควรสื่อสารกับบุคลากรทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ในการบริหารจัดการเชิง กลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร โดยชี้แจงเหตุผลและความจำเป็น ในการจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนา โดยคำนึงถึงการพัฒนากระบวนการจัดการการเรียนรู้ภายในองค์กรอย่างมีคุณภาพ ที่จะส่งผลดีต่อภาพรวมขององค์กรสหกรณ์ฯ ไปสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ
2. สหกรณ์การเกษตรควรให้ความสำคัญกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้องค์กรสหกรณ์ฯ สามารถบริหารจัดการองค์กรแบบมีทิศทาง ภายใต้วัตถุประสงค์และเป้าหมายของสหกรณ์ฯ
3. สหกรณ์การเกษตรควรสร้างระบบและกลไกในการส่งเสริมความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย การดำเนินงานทางธุรกิจ ด้านองค์ความรู้ทางวิชาการ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายขององค์กรสหกรณ์ฯ, องค์กรภาครัฐและเอกชน, ชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์ที่ดี และสร้างความร่วมมือในการทำงานที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด



4. สหกรณ์การเกษตรควรดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า สมาชิกในองค์กร, คณะกรรมการ และฝ่ายจัดการสหกรณ์ฯ อย่างต่อเนื่อง และสรุปผลเพื่อนำไปสู่การวางแผนในการพัฒนาองค์กรในอนาคตต่อไป

5. ผู้บริหารสหกรณ์การเกษตร ควรนำแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร ไปปฏิบัติอย่างจริงจังให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัย องค์กรแห่งการเรียนรู้เกี่ยวกับกิจการของสหกรณ์ฯ ประเภทอื่น ๆ ในทศวรรษหน้า
2. ควรศึกษาเรื่องข้อจำกัด สภาพปัญหา และอุปสรรคในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์ เนื่องจากแต่ละสหกรณ์มีบริบท มีโครงสร้างการบริหารงานที่แตกต่างกัน ทำให้ตอบสนองความต้องการในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่แตกต่างกันด้วย
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลและประสิทธิภาพของสหกรณ์ ที่มีการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์ กับสหกรณ์ที่มีการบริหารจัดการทั่วไป
4. ควรศึกษาวิจัยเชิงลึกในแต่ละองค์ประกอบของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ ดาราเรือง. (2558). ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ และการจัดการความรู้สู่การเป็น องค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 21(2), 133-148.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2559). *แผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมสหกรณ์ 20 ปี*. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.cpd.go.th/images/cpd60_79.pdf
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2558). *นโยบาย และยุทธศาสตร์สหกรณ์การเกษตร*. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2563, จาก <http://km.cpd.go.th/pdf-bin/pdf3264005964.pdf>
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2556). *วาระแห่งชาติด้านการสหกรณ์*. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2563, จาก http://www.dla.go.th/upload/document/type2/2014/1/13259_4_1390968311349.pdf
- กลุ่มส่งเสริมและพัฒนากิจการการจัดการสหกรณ์. (2559). *รูปแบบการจัดการสหกรณ์เชิงกลยุทธ์ของสหกรณ์*.แพร่: สำนักงานสหกรณ์จังหวัดแพร่.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ. (2555). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่องวรรณกรรมปริทัศน์งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ด้านสหกรณ์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2556). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ดวงมณี เลหาประสิทธิพร. (2558). *สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วย KM*. เอกสารประกอบการบรรยาย. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2560). *กลยุทธ์ การวางแผนและการจัดการ (Strategic Planning & Management)*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.

- ประทีป พงษ์สำราญ, นิตยา เพ็ญศิริรักษา และพาณี สัตตะกลิน. (2557). การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตามการรับรู้ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ*, 7(26), 27-38.
- ปราณี ตันประยูร. (2560). ความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(2), 35-44.
- ประชุม โพธิกุล. (2555). การพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้. ค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/435275>
- ภาวิดา ธาราศรีสุทธิ. (2556). *ภาวะผู้นำและนวัตกรรมทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มิตรภาพการพิมพ์และสตูดิโอ.
- วัฒนสิน บุสดี และคณะ. (2558). การพัฒนารูปแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา*, 9(2), 52-62.
- วรางคณา ผลประเสริฐ. (2555). *แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์: การจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการบริหารโรงพยาบาล*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เอกกนก พนาดำรง. (2559). มุ่งสู่...องค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ด้วย KM. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยมหิดล*, 9(2), 90-92.
- Dehaghi, K. M. (2014). Learning organizations and knowledge management: Which one enhances another one more?. *International Journal of Industrial Engineering Computations*, 4(2), 325-334.
- Kim, Y. S., & Marsick, V. J. (2013). Using the DLOQ to Support Learning in Republic of Korea SMEs. *Advances in Developing Human Resources*, 15(2), 207-221.
- Kinicki, A., & Williams, B. (2019). *Management: A Practical Introduction*. (9th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Saadat, V., & Saadat, Z. (2016). *Organizational Learning as a Key Role of Organizational Success*. 3rd International Conference on New Challenges in Management and Organization: Organization and Leadership, 2 May, 2016, Dubai, UAE. Retrieved May 26, 2020, from <https://cyberleninka.org/article/n/677864>