



วารสาร การวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research



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

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 : มกราคม - มีนาคม 2566
Vol. 13 No. 1 : January - March 2023



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2566)

Vol. 13 No. 1 (January - March 2023)

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. การรับบทความของวารสารการวิจัยการบริหารพัฒนาจะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาฏญ์ ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณิภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรักรักษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรศร มหาวิทยาลัยชินวัตร

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ชินบุตร มหาวิทยาลัยปทุมธานี

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา พิมพ์เผยแพร่ 4 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มีนาคม

ฉบับที่ 2 เดือน เมษายน-มิถุนายน

ฉบับที่ 3 เดือน กรกฎาคม-กันยายน

ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่

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

ติดต่อกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เลขที่ 1 ถนน อุทงนอก แขวง ดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์: 097-9359356

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

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

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2566 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 1 ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 15 บทความ

กองบรรณาธิการ วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์
บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
รูปแบบการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	1
Sustainable Corporate Social and Environmental Responsibility Management Model of the steel industry in the Stock Exchange of Thailand	
ลลิลพร ยวงวงศ์ไพบูลย์	
Lalinporn Yongvongphaiboon	
รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะ เขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	24
New Public Management Model Affecting the Public Service in Phuket City Municipality, Phuket Province	
ธัชฎา มาศ อุไรวรรณ	
Thatchadamas Uraiwan	
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: ศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช	42
Factors Affecting Employee Performance Case Study: Thanyarak Breast Center of Siriraj Hospital	
สาลิณี ชัยวัฒนพร, สุนิสา พัดมา และ ฉันทิพย์ จำเดิมเผด็จศึก	
salinee chaiwattanaporn, Sunisa Padma and Chantip Chamdermpadejsuk	
การบริหารจัดการ และพฤติกรรมกรรับรู้ และการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด	60
The Management and Cognitive Behavior and Decision Purchasing in the Equipment of Prevention the Transmission of COVID-19 in High-Risk Area	
อัจฉรีย์ยา พุทธชินโรสสกุล, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, อัครมณี สมใจ, วิชิต สุรดิษฐ์กุล และ นลินี สุรดิษฐ์กุล	
Atchareeya Bhuddhachinorossakul, Chandej Charoenwiriyaikul, Akramanee Somjai, Vichit Suradinkura and Nalineer Suradinkura	

ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาล ตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี	73
Satisfaction toward social welfare arrangements for the elderly in Tha Muang Municipality, Tha Muang District, Kanchanaburi Province	
นัสวิภา เจริญธิติวังศ์ Nutsvipa Charoenthitiwong	
ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี	89
The Social Welfare Management of the Elderly in Nonthaburi Municipality	
ณีนันท์ ชัยสถาพร, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ วราพร ดำรงกุลสมบัติ	
Natenont Chaistapond, Chandej Charoenwiriyakul and Waraporn Dumrongkulsombat	
การบริหารการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กร ในวิกฤตโรคระบาด	103
Change Management of Thai pilot and Organization During Pandemic Situation	
โสวรรณ ช้างศิริกุลชัย, วราภรณ์ เต็มแก้ว และ อภิตา นามแสง	
Sowan Changsirikulchai, Waraporn Temkaew and Apirada Namsang	
ผลกระทบและโอกาสช่องทางส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย: กรณีศึกษาภาคตะวันออก	118
The Impact and Opportunities of Tourism in Thailand: A Case Study of the Eastern Region	
แพรวา ธนะพิรุฬห์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ อัครมณี สมใจ	
Parewa Tanapiroon, Chandej Charoenwiriyakul and Akramanee Somjai	
ความต้องการเครื่องมือแพทย์ และปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์ เมื่อเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน	127
Demand for Medical Equipment and Factors in the Production of Medical Devices When Entering the ASEAN Economic Community	
ภัควัฒน์ วงษ์ระบือดอง, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ อัครมณี สมใจ	
Pakawat Wongrabuedanganu, Chandej Charoenwiriyakul and Akramanee Somjai	
ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา	138
The success of Development Strategy of Nakhon Ratchasima Municipality	
มยุรภัสส์ พัทธทรัพย์ไพศาล, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ อัครมณี สมใจ	
Mayurapas Patcharasappaisan, Chandej Charoenwiriyakul and Akramanee Somjai	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร	151
Factors Influencing Buying Decision Process of Condominium in Bangkok	
มนีรัตน์ สุวรรณเกต, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ และ นลินี สุรดิษฐ์	
Maneerat Suwannaket, Chandej Charoenwiriyakul, Waraporn Dumrongkulsombat and Nalinee Suradinkura	

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์	164
A Causal Relationship Model of Factors Affecting the Effectiveness of Online Business Marketing Communications	
ปริญญานิรันดร์คุณ และ ไพโรจน์ วิไลนุช	
Parinya Nilrattanakul and Pairote Wilainuch	
ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน ในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	179
Factors Explaining the Variation of Stock Returns of Listed Companies in the SET50 Index in the Stock Exchange of Thailand	
กัลยานี ภาคอัท, ชยงการ ภมรมาศ และ โยธิน ทวีกิตติกุล	
Gallayanee Parkatt, Chayongkan Pamornmarst and Yothin Thavikitikul	
Bollywood Film - Induce (2010 – 2020) Tourist Motivation, The Case of Thailand	198
Natwalai Niankhaw	
ความแปลกใหม่ของสินค้าที่พัฒนาจากวัตถุดิบอันเป็นภูมิปัญญาประจำท้องถิ่น: กรณีศึกษาชาวเกรียบสมุนไพรประจำท้องถิ่นของชาวชุมชนสระแจง อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี	213
The Novelty of Product Novelty Combined with Local Wisdom on Consumer Attitudes and Purchase Intentions: Sa Chaeng Sub district, Bang Rachan District, Singburi Province	
ปรณวัฒน์ ชูวิเชียร, หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ, พาโชค เลิศอัศวภัทร, ภัทรวิทย์ อยู่วัฒนะ และ นิมิตร พลเยี่ยม	
Pannawat Chuvichian, Hathaipan Soonthornpipit, Phachok Lertasawaphat, Pattaravis Yoowattana and Nimitr Phonyiam	
Audit Fees and Firm Performance: The Case of Thailand	223
Prawat Benyasrisawat	
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย	237
Factors Affecting Working Capital Management and Firm's Performance of Small and Medium Enterprises, Food Industries in Thailand	
ณรดา แก้วทรัพย์ และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์	
Narada Kaewsap and Natsapan Paopun	

Buddhist Methods Facing the Worldly Conditions in Buddhism

พระมหาณัฐพงษ์ นาคถ้ำ และ จันทธิภา แสงทรัพย์

PhramahaNatthapong Naktham and Chanthipha Sawangsap

รูปแบบการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
ของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
Sustainable Corporate Social and Environmental Responsibility Management
Model of the steel industry in the Stock Exchange of Thailand

ลลิตพร ยงวงศ์ไพบูลย์
Lalinporn Yongvongphaiboon
มหาวิทยาลัยสยาม
Siam University, Thailand
E-mail: lalin.yongvong@gmail.com

Received: 2023-01-20; Revised: 2023-03-13; Accepted: 2023-03-15

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) เพื่อพัฒนารูปแบบของการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยสอบถามกลุ่ม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูล จำนวน 18 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าทางสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐานฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการวิจัย พบว่า 1) การประกอบธุรกิจของบริษัทจะต้องมีความเป็นธรรม มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี เคารพสิทธิมนุษยชน บริษัทมีรูปแบบหรือนวัตกรรมตลอดจนเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม บริษัทต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคม มีนโยบายและดำเนินกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การกำหนดกลยุทธ์ของการดำเนินงานต้องมีความสอดคล้องต่อธุรกิจและนโยบายบริษัท ต้องมีการศึกษาให้ถ่องแท้ว่าธุรกิจในแต่ละรายการสามารถมีส่วนใดที่สามารถช่วยเหลือรอบการดำเนินงานเพื่อสังคมให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้บ้าง ต้องมีการสำรวจและรับฟังความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผู้บริหารและพนักงานในองค์กร ต้องเล็งเห็นความสำคัญของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 2) การพัฒนารูปแบบของการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน ต้องให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่ 1 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม องค์ประกอบที่ 2 การกำกับดูแลกิจการที่ดี องค์ประกอบที่ 3 การเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม องค์ประกอบที่ 4 นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม องค์ประกอบที่ 5 ความรับผิดชอบต่อ

ต่อผู้บริโภค องค์ประกอบที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่ 7 การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม
องค์ประกอบที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: รูปแบบการจัดการ, องค์กร, สังคมและสิ่งแวดล้อม, อุตสาหกรรมเหล็ก, ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

Abstract

The objectives of this research are (1) to study factors affecting the success of social and environmental responsibility management of the steel industry in the Stock Exchange of Thailand (2) to develop a model of social responsibility management development. And the environment for the steel industry in the Stock Exchange of Thailand sustainably. It's a mixed research. The research tool was a questionnaire by asking the group. and in-depth interviews with 18 informants. Data were analyzed using statistical values: Frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, median, mode and interquartile range.

The results of the research revealed that 1) The company's business operations must be fair. Good corporate governance respect human rights The company has a model or innovation as well as disseminating innovation from the implementation of social responsibility. The company must be responsible to consumers. Have a policy and carry out activities to preserve the environment. Strategic formulation of operations must be consistent with business and company policies. There must be a thorough study of what part of each business can be. That can help the framework for social action to achieve sustainable development. There must be a survey and listening to the needs of the stakeholders. Executives and employees in the organization Must recognize the importance of social and environmental responsibility operations. 2) Sustainable development of the social and environmental responsibility management model of the steel industry in the Stock Exchange of Thailand Must pay attention to every element, that is, element 1 conducting business with fairness. Component 2 Good Corporate Governance Component 3 Respecting human rights and treating labor fairly Component 4 Innovation and dissemination of innovation from the implementation of social responsibility Component 5 Responsibility to Consumers Component 6 Environmental preservation Component 7 Community or Society Development Component 8 Social and Environmental Reporting

Keywords: Management Style, Organization, Social and Environmental, Steel Industry, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จนั้นไม่สามารถมุ่งเน้นเพียงแต่ผลกำไรสูงสุด แต่ปัจจัยที่สะท้อนถึงองค์กรที่มีความเจริญเติบโตและมั่นคงนั้น หมายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibilities or CSR) ที่ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวคิดทฤษฎีซึ่งดำเนินธุรกิจภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดี โดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับใกล้และไกล ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจทุกระดับ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน องค์กรธุรกิจหลายองค์กรได้รับผลกระทบด้านลบที่เกิดจากการทำธุรกิจ ได้ปรากฏปัญหาสิ่งแวดล้อม ชุมชนชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ และเกิดการเรียกร้องจากสังคมให้ภาคธุรกิจมีบทบาทนำในการแก้ไขปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการดำเนินขององค์กร อีกทั้งการแข่งขันทางธุรกิจ มีความรุนแรงมากขึ้น การบริหารงาน จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งผลการดำเนินการของธุรกิจนั้นต้องเป็นการประเมิณผลให้ครอบคลุมทุกด้าน (พิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2553)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR: Corporate Social Responsibility ที่เรียกกันสั้น ๆ ว่า “ซีเอสอาร์” นั้น เป็นแนวคิดที่พูดถึงเรื่องการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการใส่ใจและดูแลรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักจริยธรรมการกำกับดูแลกิจกรรมที่ดีและการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการเพื่อนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน และเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างมาจากองค์กรชั้นนำในระดับสากลที่ได้นำไปปฏิบัติอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มองค์กรหรือบริษัทเอกชนถือเป็นผู้นำในการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดูแลประโยชน์สาธารณะของโลก การสร้างคุณค่าแห่งความดี ไปสู่มิติของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่มีความยั่งยืนได้มากกว่าภาครัฐ ที่มีบทบาทหน้าที่ในการให้การสนับสนุนและกำหนดมาตรการรองรับสนับสนุนแนวคิดนี้ (วรพรรณ เอื้ออาภรณ์, 2557) โดยแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ถือเป็นการดำเนินกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมทั้งในองค์กรและในระดับใกล้และไกล ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรหรือทรัพยากรจากภายนอกองค์กร ในอันที่จะทำให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข การเชื่อมโยงถึงการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างภาคธุรกิจกับสังคมและชุมชน เข้าด้วยกันผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดความแข็งแกร่ง ยั่งยืนในองค์กรธุรกิจและสังคมพร้อม ๆ กัน โดยเน้นให้องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนการดำเนินงาน เป็นการแบ่งปันหรือเอื้อประโยชน์ระหว่างองค์กรธุรกิจและสังคม เพื่อให้เกิดความสำคัญในด้านการแข่งขันและการทำกำไรแก่องค์กรอันจะเชื่อมโยงกับความเจริญและการสร้างคุณค่าเพิ่มใช้แก่สังคมและผู้ถือหุ้นในทางที่ดีไปพร้อม ๆ กันได้ (เรวัต ตันตยานนท์, 2558)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้จัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทจดทะเบียน เพื่อให้บริษัทที่ประกอบธุรกิจใกล้เคียงกันได้อยู่ในหมวดเดียวกัน และให้เกิดความเหมาะสมในการเปรียบเทียบระหว่างกันและเป็นข้อมูลด้านการลงทุนได้อย่างเหมาะสม โดยแนวทางการจัดกลุ่มนั้นให้สามารถสะท้อนประเภทธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนได้ชัดเจน และสะท้อนให้เห็นถึงอุตสาหกรรมของประเทศได้มากขึ้น ประกอบด้วย 26 บริษัท(มหาชน) ในกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก ดังนี้ 1.บริษัท เอเชีย เมทล จำกัด (มหาชน)

2.บริษัท บางสะพานบาร์มิล จำกัด (มหาชน) 3.บริษัท แคปปิตอล เอ็นจิเนียริง เน็ตเวิร์ค จำกัด (มหาชน) 4.บริษัท ชิตี สตีล จำกัด (มหาชน) 5.บริษัท ซีเอสพี สตีลเซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) 6.บริษัท จี เจ สตีล จำกัด (มหาชน) 7.บริษัท จี สตีล จำกัด (มหาชน) 8.บริษัท โพลโค-ไทยน็อคซ์ จำกัด (มหาชน) 9.บริษัท โลหะกิจ เม็ททอล จำกัด (มหาชน) 10.บริษัท แมกซ์ เมทัล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 11.บริษัท เอ็ม.ซี.เอส.สตีล จำกัด (มหาชน) 12.บริษัท มิลล์คอน สตีล จำกัด (มหาชน) 13.บริษัท แปซิฟิกไพพ์ จำกัด (มหาชน) 14.บริษัท เพิ่มสินสตีลเว็คส์ จำกัด (มหาชน) 15.บริษัท ริช เอเชีย คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) 16.บริษัท สามชัย สตีล อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) 17.บริษัท สหมิตรเครื่องกล จำกัด (มหาชน) 18.บริษัท สหวิริยาสตีลอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) 19.บริษัท ศูนย์บริการเหล็กสยาม จำกัด (มหาชน) 20.บริษัท ไทย-เยอรมัน โปรดัคส์ จำกัด (มหาชน) 21.บริษัท เดอะ สตีล จำกัด (มหาชน) 22.บริษัท ไทยแลนด์ไอออนเว็คส์ จำกัด (มหาชน) 23.บริษัท คำเหล็กไทย จำกัด (มหาชน) 24.บริษัท ทาทา สตีล (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) 25.บริษัท ไทยไวโรโปรดคท์ จำกัด (มหาชน) และ 26.บริษัท ไทยคุน เวลด์ไวต์ กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) โดยโครงสร้างของอุตสาหกรรมเหล็กสามารถแบ่งได้เป็นสามขั้นตอนคือ ขั้นต้น ขั้นกลาง และขั้นปลาย โดยที่อุตสาหกรรมเหล็กขั้นต้นนำเอาวัตถุดิบคือ สินแร่เหล็ก มาถลุงเป็นวัตถุดิบพื้นฐานเพื่อส่งต่อให้อุตสาหกรรมขั้นกลางนำไปแปรรูปอีกทอดหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นกลาง ซึ่งอุตสาหกรรมขั้นปลายจะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จ ได้แก่ เหล็กเส้น เหล็กถวด เหล็กแผ่น เป็นต้น (สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย, 2560)

ภายใต้การกำกับดูแลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ส่งเสริมให้บริษัทไม่ละเลยประโยชน์และผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้เสีย และไม่มุ่งเน้นการกำไรทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว หรือประโยชน์เฉพาะบุคคลบางกลุ่ม ภายใต้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจไปพร้อมกับการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่ความดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จากกระแสเรื่องของการรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้นพบว่า การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) นั้นไม่เกิดความยั่งยืนที่แท้จริง (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

ลักษณะปัญหาของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่าง ๆ ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ยังไกลจากความยั่งยืน ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ลักษณะแรกองค์กรใช้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร องค์กรที่ทำ CSR ด้วยเหตุผลนี้ส่วนใหญ่จะเน้นการทำกิจกรรมในรูปแบบของการจัด event ต่าง ๆ เช่น การแจกของให้ผู้ประสบภัย การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กยากไร้ การจัดระดมทุนเพื่อช่วยซื้ออุปกรณ์การศึกษาให้เด็กในชนบท เป็นต้น โดยจะเน้นการประชาสัมพันธ์ว่าธุรกิจได้ทำกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านสื่อต่าง ๆ ควบคู่ไปด้วย แต่เมื่อกิจกรรมสิ้นสุดถือเป็นการเสร็จสิ้นภารกิจ ปัญหาสังคมไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ลักษณะที่สองใช้เพื่อพัฒนาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และตราสินค้า (Brand) ขององค์กร การดำเนินงาน CSR ด้วยแรงจูงใจในลักษณะนี้ มีจุดประสงค์คล้ายกับข้อแรก แต่แตกต่างกันที่ ประเภทหลังจะเน้นการดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่องมากกว่า มักเป็นโครงการในระยะยาว เพื่อหวังผลที่จะได้รับในระยะยาว (เรวัต ตันตยานนท์, 2558) เช่น การจัดติวนักเรียนที่จะสอบเข้ามหาวิทยาลัยโครงการเน้นการให้ทุนการศึกษา และให้บัณฑิตกลับไปทำงานพัฒนาท้องถิ่นของตน เป็นต้น ซึ่งบริษัทก็จะได้ทั้งการประชาสัมพันธ์และการเข้า



ไปช่วยเหลือหรือแก้ปัญหาบางอย่างในสังคม โครงการในลักษณะนี้ให้ประโยชน์ต่อเนื่องมากกว่าในลักษณะแรก แต่ก็ยังไม่ได้ส่งผลให้เกิดการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน เพราะไม่ได้มีกลไกที่รับประกันความต่อเนื่องในระยะยาวของกิจกรรมและลักษณะสุดท้ายคือใช้เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ มักเป็นองค์กรที่การดำเนินธุรกิจอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง ทศนคติหรือความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อบริษัท จึงมีผลอย่างมากต่อการยอมให้บริษัทดำเนินธุรกิจในชุมชนนั้นได้ หากบริษัทถูกต่อต้านจากชุมชนจะทำให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปด้วยความยากลำบาก และหากเกิดการต่อต้านในจุดหนึ่งก็จะเกิดการขยายไปยังจุดอื่นตามมา (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารของบริษัทดังกล่าว จึงพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้บริษัทเป็นที่ยอมรับจากสังคม ลักษณะกิจกรรม CSR มักจะดำเนินการในพื้นที่ที่บริษัทตั้งอยู่หรือดำเนินงานอยู่ เช่น การบริจาคเงินให้ชุมชน การจัดทำโครงการพัฒนาชุมชน การพัฒนาอาชีพของชาวบ้านในชุมชน การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมในชุมชน การจ้างคนในชุมชนให้ทำงานในโครงการที่บริษัทริเริ่มขึ้น เป็นต้น

การดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ธุรกิจคู่สังคมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ต้องมีการประกอบกิจการด้วยความดูแลใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้เสีย เศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณธรรมจริยธรรมและจรรยาบรรณ ตลอดจนมีธรรมาภิบาล เป็นเครื่องกำกับให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส และยุติธรรม มีความตระหนักถึงผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมโดยพร้อมจะแก้ไข เพื่อลดผลกระทบดังกล่าว การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมไม่ใช่การทำกิจการให้ถูกกฎหมาย หรือถูกต้อง แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการลงทุนในมนุษยสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียของกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดนำไปสู่ความอยู่รอดโดยรวมและรายได้ที่มั่นคงนั่นเอง ดังนั้น วิธียองกลยุทธ์ธุรกิจคู่สังคม จึงคล้ายกับการมองการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ซึ่งไม่สามารถลงทุนอย่างไร้ทิศทางได้ และยังต้องใช้ เวลาพอสมควรก่อนที่จะผลิตออกนอกผลได้ เป็นการลงทุนระยะกลางถึงยาวโดยประเทศไทยมีการรณรงค์ ส่งเสริมให้กิจการทั้งภาคธุรกิจและกิจการที่มีใช้ ภาคธุรกิจ ประกอบกิจการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมตามทิศทางสากลโดยต้องยึดหลักกลยุทธ์ธุรกิจคู่สังคมอย่างมีคุณธรรม เพื่อสร้างคุณค่าและประโยชน์สุขแก่องค์กร ชุมชน ผู้มีส่วนได้เสีย สังคม สิ่งแวดล้อมและประเทศชาติอย่างแท้จริง นอกจากการประยุกต์ใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมและกลยุทธ์ธุรกิจคู่สังคม (อนันต์ชัย ยุทธประณม, 2556)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างรูปแบบการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอย่างเหมาะสมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เพื่อพัฒนารูปแบบของการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมหลักในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

เมื่อโลกธุรกิจได้เกิดการพัฒนาการและมีแนวคิดทางการจัดการในยุคต่าง ๆ ที่นำเสนอออกมาในบริบทของการเมือง เศรษฐกิจในยุคหนึ่ง ๆ และในปัจจุบันได้มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่ใหม่ ๆ ทางธุรกิจ นอกจากนั้นบริบททางสิ่งแวดล้อมจึงเป็นอีกหนึ่งประเด็นทางสังคมที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ

สำหรับประเทศไทยนั้นแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของไทยได้ถูกประยุกต์นำไปใช้ตามแนวทางแบบสากลรวมเข้ากับแนวคิดทางภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม คุณลักษณะของคนไทย วัฒนธรรมท้องถิ่นและหลักธรรมทางพุทธศาสนาของไทย โดยยึดถือหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่กันไป ด้วยเนื่องจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเสมือนรากฐานของความมั่นคงทำให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน มีความสมดุลและเป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน อีกทั้งองค์กรธุรกิจมีบทบาทและถูกคาดหวังจากสังคมในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ และผู้บริหารขององค์กรต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ โดยสามารถวัดผลได้ใน 3 มิติ คือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และจะนำองค์กรนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ (Cheng & Ahmad, 2010) ประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวนี้ทำให้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมีความเหมาะสมกับแต่ละสภาพสังคมและมีการดำเนินการที่มีความเป็นอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะของคนไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะซึมซับและช่วยปลูกฝังให้เกิดเป็นแนวปฏิบัติและค่านิยมที่ดีทั้งต่อองค์กรและต่อสังคม กล่าวคือ ส่งผลให้กิจการสามารถพึ่งพาตนเองได้และเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นได้ มีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ และมีความเป็นจิตสาธารณะ เป็นต้น

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจไม่ได้มุ่งแต่เพียงผลการดำเนินงาน ผลกำไรและการเจริญเติบโตของธุรกิจเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม ด้วยลักษณะระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมซึ่งมุ่งเน้นการแข่งขันแบบเสรีและให้ความสำคัญกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผลกระทบจากการขาดความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมจากการดำเนินงานนั้น เป็นหนึ่งในพันธะที่ธุรกิจจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยตรง เพื่อลดผลกระทบต่าง ๆ จากสังคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและชุมชนโดยรอบ และการส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

การนำแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibilities) มาใช้เพื่อลดผลกระทบต่าง ๆ จากการดำเนินธุรกิจนั้น เกิดการตั้งข้อสงสัยว่าสามารถก่อให้เกิดคุณค่าที่แท้จริงและการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นก่อให้เกิดประโยชน์และความยั่งยืนหรือไม่ หรือเป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์ในการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม “ธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องให้ความสนใจในการนำเสนอสินค้า หรือบริการของตนเอง ตั้งแต่เริ่มต้นในกระบวนการออกแบบไปจนถึงบริหารจัดการในการนำเสนอสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ต่อลูกค้า ผู้ใช้งานหรือผู้บริโภค ด้วยความ



ระมัดระวัง ไม่ให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ หรือความปลอดภัยที่คาดไม่ถึงที่อาจเกิดขึ้นได้” (เรวัต ตันตยานนท์, 2558)

การดำเนินธุรกิจโดยมุ่งหวังแค่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว อาจสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจได้ในระยะสั้น แต่การดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงผลกระทบเชิงลบต่อมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม ย่อมสะท้อนกลับมาในรูปแบบของการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนกว่า เพราะเมื่อสังคม ผู้คน มีความเป็นอยู่ที่ดี อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ก็จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ในระยะยาว สอดคล้องกับกรอบทิศทางพัฒนาของโลก ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ที่เรียกว่า “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” หรือ “เอสดีจี” (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่มีขึ้นในปี 2558 การดำเนินธุรกิจโดยมีเป้าหมายในการสร้างความยั่งยืนนั้น ต้องคำนึงถึงความเชี่ยวชาญ ทรัพยากร และขีดจำกัดขององค์กรมาสร้างให้เกิดเป็นคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้เกิดการกระบวนการการปรับตัวและการเปลี่ยนแปลงที่จะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่สามารถเกื้อหนุนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อตอบสนองต่อประเด็นปัญหาหรือความจำเป็นทางสังคม

ธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมเหล็กผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะ ซึ่งได้แก่ผลิตภัณฑ์ โลหะ โครงสร้าง ผลิตภัณฑ์โลหะที่เกี่ยวข้องอุปกรณ์จัดเก็บและลำเลียงผลิตภัณฑ์ที่ทำจากโลหะอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์โลหะแปรรูปและชิ้นส่วนโลหะและจำหน่ายโลหะและให้บริการแปรรูปโลหะครบวงจร รวมถึงจัดจำหน่ายวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมและสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภค อุตสาหกรรมเหล็กของไทยแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ คือกระบวนการผลิตที่ไม่ต่อเนื่องและไม่ครบวงจรยังต้องอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากประเทศ ผู้ร่วมทุนทำให้ในแต่ละปีประเทศไทยต้องนำเข้าวัตถุดิบผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์เหล็กสำเร็จรูปเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้อุตสาหกรรมเหล็กเป็นพื้นฐานที่มีความสำคัญในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศเป็นจำนวนมาก เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เฟอร์นิเจอร์ อาหาร กระป๋อง (ปาริชาติ วงศา, 2559)

แนวโน้มสถานการณ์เหล็กปัจจุบัน ในส่วนการผลิตจะทรงตัว คือ 6.19 ล้านตัน โดยความต้องการใช้เหล็กในประเทศอยู่ในช่วง 0-3% ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้ความต้องการใช้เหล็ก สูงขึ้นคือการลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐเนื่องจากการก่อสร้างของภาคเอกชนยังคง ชะลอตัวอยู่ เนื่องจากผู้บริโภคชะลอการซื้อและลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (สำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม, 2557) ความเสี่ยงของธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมเหล็ก คือ ภาระหนี้ที่สูงขึ้น ภาวะตกต่ำของอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดโลก เนื่องจากเศรษฐกิจโลก เติบโตไม่โดดเด่นเพียงพออีกทั้งอุตสาหกรรม เหล็กในประเทศ คาดจะถูกกระทบจากปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองในขณะนี้ยังมีภาวะล้นตลาดเหล็กในจีน ออกมาตีตลาดเหล็กในตลาดโลก (KELIVE, 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา เรื่อง รูปแบบการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ และเกี่ยวข้องกับการดำเนิน งานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับการพัฒนารูปแบบ ประกอบด้วย ผู้บริหารที่ดูแลและรับผิดชอบงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จากบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งได้รับรางวัลเกียรติยศแห่งความสำเร็จ มีความเป็นเลิศอย่างต่อเนื่อง ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 18 ท่าน และข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสกัดปัจจัยและดำเนินการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าทางสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐาน ฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์พบตัวแปรที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บริษัท (มหาชน) กลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

1. การประกอบธุรกิจของบริษัทจะต้องมีความเป็นธรรม ไม่มีพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก ไม่สนับสนุนการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ จัดระบบป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริตต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ

2. มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี บริษัทมีนโยบายและปฏิบัติตามหลักการดูแลกิจการที่ดีสื่อสารให้พนักงานทราบและถือปฏิบัติ มีความโปร่งใส

3. เคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม สนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนพนักงานให้ตระหนัก เห็นความสำเร็จและเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ ตลอดจนการผลิตของบริษัทจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

4. บริษัทมีรูปแบบหรือนวัตกรรมตลอดจนเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงการไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค มีกระบวนการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือมีการรับประกันความเสียหายและรับซื้อคืนสินค้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ปัญหาของสังคมและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีนโยบายและวิธีการในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค

5. บริษัทต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของพนักงานอย่างสม่ำเสมอสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ให้โอกาส



ที่เท่าเทียมกันแก่แรงงานทุกคน จ่ายค่าจ้างอย่างเป็นธรรม รวมถึงค่าล่วงเวลาตามที่กฎหมายกำหนด จัดให้มีการดูแลเรื่องสวัสดิการและผลประโยชน์แก่พนักงาน เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน

6. มีนโยบายและดำเนินกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการการประหยัดพลังงานและการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ มีนโยบายและมาตรการควบคุมการป้องกันการเกิดผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

7. การกำหนดกลยุทธ์ของการดำเนินงานต้องมีความสอดคล้องต่อธุรกิจและนโยบายบริษัท

8. ต้องมีการศึกษาให้ถ่องแท้ว่าธุรกิจในแต่ละรายการสามารถมีส่วนใด ที่สามารถช่วยเหลือกรอบการดำเนินงานเพื่อสังคมให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้บ้าง อาทิเช่น เงินทุน ความสามารถของบุคลากรนวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้นับเป็นต้นทุนแห่งการดำเนินกิจกรรมและโครงการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป

9. ต้องมีการสำรวจและรับฟังความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่าน เนื่องจากการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในการศึกษาความต้องการและกำหนดเป้าหมายในการตอบสนองให้บรรลุเป้าหมายตรงตามความต้องการที่แท้จริง เพื่อให้เกิดความมั่นใจได้ว่าจะได้รับประโยชน์สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นจากความรู้ความสามารถและทรัพยากรขององค์กร แต่จะต้องได้รับผลประโยชน์จากการนำความรู้ของชุมชนและทรัพยากร ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้

10. ต้องเล็งเห็นถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภายนอกต่าง ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายและพันธมิตรในการดำเนินโครงการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ประสบผลสำเร็จและแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

11. ผู้บริหารและพนักงานในองค์กร ต้องเล็งเห็นความสำคัญของการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีการปลูกฝังในจิตใจของพนักงานให้ได้มีส่วนร่วมในการสร้างความสำเร็จ ให้กับองค์กร

12. ปัจจัยหรือองค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมหลักในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมหลักในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.2 ค่าสถิติ และความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
1. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม					
1.1 บริษัทมีนโยบายการหลีกเลี่ยงการดำเนินงานที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์	4.33	5.00	0.66	0.67	เหมาะสม/ ได้
1.2 ส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี					
หลีกเลี่ยงพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
1.3 บริษัทไม่สนับสนุนการดำเนินการที่มีลักษณะเป็นการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์	3.78	4.00	1.00	0.22	เหมาะสม/ ได้
1.4 องค์การมีการจัดให้มีระบบการบริหารจัดการที่สามารถป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต หรือสามารถตรวจสอบพบได้โดยเร็ว รวมถึงมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ พร้อม					
กับให้ความเป็นธรรม หากเกิดกรณีดังกล่าวขึ้น	4.33	5.00	0.67	0.67	เหมาะสม/ ได้
1.5 รมรศให้กรรมการ ผู้บริหารและพนักงานเห็น					
ความสำคัญของการต่อต้านการทุจริต รวมทั้งการ					
ให้สินบนทุกรูปแบบ	4.00	4.00	0.94	0.00	เหมาะสม/ ได้
1.6 บริษัทมีการชำระภาษีถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่					
กฎหมายกำหนด	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
1.7 จ่ายค่าชดเชยสำหรับทรัพย์สินหรือลิขสิทธิ์ที่					
เข้าไปถือสิทธิหรือมีการนำมาใช้	4.43	5.00	0.57	0.57	เหมาะสม/ ได้
1.8 บริษัทไม่เคยได้รับการร้องเรียนหรือกระทำการ					
ใด ๆ ที่ขัดต่อกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา	4.43	5.00	0.57	0.57	เหมาะสม/ ได้
1.9 องค์การไม่เคยมีข้อพิพาททางด้านภาษีและ	4.11	5.00	1.16	0.89	เหมาะสม/ ได้
การค้า					
1.10 บริษัทไม่เคยมีข้อพิพาทหรือเข้าไปเกี่ยวข้องกับ					
กับการให้สินบนและ/หรือการคอร์รัปชัน	3.86	4.00	1.14	0.14	เหมาะสม/ ได้
2. การกำกับดูแลกิจการที่ดี					
2.1 บริษัทมีนโยบายและหลักปฏิบัติเกี่ยวกับการ					
ดูแลกิจการที่ดี	4.47	5.00	0.67	0.53	เหมาะสม/ ได้
2.2 บริษัทได้มีการจัดทำคู่มือกำกับดูแลกิจการของ					
บริษัท และ/หรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน					
และสื่อสารให้พนักงานทราบและถือปฏิบัติ	4.47	5.00	0.53	0.53	เหมาะสม/ ได้



องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
2.3 มีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติใน การเรียกประชุมผู้ถือหุ้นอย่างถูกต้องตามกฎหมาย	3.90	4.00	0.93	0.10	เหมาะสม/ ได้
2.4 บริษัทมีนโยบายเรื่องความขัดแย้งทาง ผลประโยชน์	4.11	5.00	0.99	0.89	เหมาะสม/ ได้
2.5 บริษัทมีนโยบายและวิธีการดูแลเรื่องการใช้ ข้อมูลภายใน รวมถึงมาตรการลงโทษ	4.27	5.00	0.84	0.73	เหมาะสม/ ได้
2.6 บริษัทมีการบริหารงานตามหลักจริยธรรมทาง ธุรกิจ	4.47	5.00	0.53	0.53	เหมาะสม/ ได้
2.7 บริษัทมีการแบ่งแยกประธานคณะกรรมการ และกรรมการผู้จัดการ	4.33	5.00	0.67	0.67	เหมาะสม/ ได้
2.8 องค์การมีการเปิดเผยข้อมูลคณะกรรมการ คณะกรรมการชุดย่อยและคณะอนุกรรมการของ บริษัท รวมทั้งบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
2.9 บริษัทมีการเปิดเผยค่าตอบแทนกรรมการ บริษัท และผู้บริหาร	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
2.10 บริษัทมีระบบการควบคุมภายในโดย คณะกรรมการตรวจสอบเห็นว่ามีความเพียงพอ	4.43	5.00	0.57	0.57	เหมาะสม/ ได้
2.11 บริษัทมีการตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอ	4.47	5.00	0.53	0.53	เหมาะสม/ ได้
2.12 บริษัทมีการเปิดเผยข้อมูลให้กับนักลงทุนและ ผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ อย่างโปร่งใสทันเวลา และ สามารถเข้าถึงได้	4.43	5.00	0.57	0.57	เหมาะสม/ ได้
3. การเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม					
3.1 การจัดกิจกรรม พื้นที่ที่มีการบริจา (Areas of focus) มีความหลากหลาย ไม่จำกัดแต่เพียงชุมชนรอบข้าง	3.89	4.00	0.79	0.11	เหมาะสม/ ได้
3.2 มีโครงการสนับสนุนพนักงานให้มีการบริจาค หรือเป็นอาสาสมัคร	3.67	4.00	0.67	0.33	เหมาะสม/ ได้
3.3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนในพื้นที่ดั้งเดิม	4.11	5.00	1.06	0.89	เหมาะสม/ ได้
3.4 บริษัทมีการจัดกิจกรรมทางสังคม หรือมีส่วน ร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและ สังคม	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
3.5 บริษัทมีคิค้นวิธีการที่จะลดและหยุด ผลกระทบในทางลบต่อชุมชน สังคมและ	3.80	4.00	0.93	0.20	เหมาะสม/ ได้

องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
สิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของ ธุรกิจ					
3.6 ให้การสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม	3.80	4.00	0.93	0.20	เหมาะสม/ ได้
3.7 มีส่วนร่วมรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนและ สังคมให้น่าอยู่	4.11	5.00	1.06	0.89	เหมาะสม/ ได้
3.8 บริษัทสนับสนุนให้ชุมชนและสังคม มีระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่าง ๆ อย่าง เพียงพอ เช่น การศึกษา สถานพยาบาล ถนน เป็น ต้น	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
3.9 สนับสนุนให้เกิดกระบวนการประชาธิปไตยที่ เหมาะสมและโปร่งใสโดยเคารพถึงสิทธิและปกป้อง ผลประโยชน์ของคนในชุมชน	3.89	4.00	0.79	0.11	เหมาะสม/ ได้
3.10 ส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรม เคารพในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม ช่วย อนุรักษ์ปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ท้องถิ่น	4.33	5.00	0.67	0.67	เหมาะสม/ ได้
3.11 ให้สิทธิพิเศษแก่คู่ค้าท้องถิ่น และนำไปสู่การ พัฒนาคู่ค้าเท่าที่ทำได้	4.20	5.00	0.93	0.80	เหมาะสม/ ได้
3.12 พิจารณาการให้การสนับสนุนการสร้างงาน ให้กับ คนในชุมชนท้องถิ่นอย่างเหมาะสม	3.89	4.00	1.04	0.11	เหมาะสม/ ได้
3.13 พิจารณาให้การพัฒนาเทคโนโลยีที่ชุมชน สามารถทำขึ้นเองได้ หรือเข้าร่วมกับองค์กรท้องถิ่นใน การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	3.78	4.00	0.95	0.22	เหมาะสม/ ได้
3.14 สนับสนุนการมีสุขภาพที่ดี และช่วยสร้าง ความตระหนักในเรื่องโรคที่อันตรายและวิธีป้องกัน ให้กับชุมชน	4.11	5.00	1.06	0.89	เหมาะสม/ ได้
4. นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม					
4.1 มีนโยบายผลิตสินค้าโดยคำนึงถึงการไม่ ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค	4.43	5.00	0.57	0.57	เหมาะสม/ ได้
4.2 มีกระบวนการเรียกคืนสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือมีการรับประกันความเสียหายและรับข้อ ร้องเรียน	4.20	5.00	0.93	0.80	เหมาะสม/ ได้



องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
4.3 ให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค ไม่ โฆษณาเกินจริง รวมถึงการให้คำปรึกษา	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
4.4 พัฒนาสินค้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วย แก้ปัญหาของสังคมและไม่ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อม รวมถึงช่วยในการประหยัดพลังงาน	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
4.5 ให้ข้อมูลที่อยู่ของบริษัท เบอร์โทรศัพท์ หรือ อีเมลล์	4.20	5.00	0.93	0.80	เหมาะสม/ ได้
4.6 นโยบายในการปฏิบัติต่อลูกค้าที่ได้อย่างเท่า เทียมกัน	4.27	5.00	0.84	0.73	เหมาะสม/ ได้
4.7 มีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าสินค้าปลอดภัยหรือมี การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างยุติธรรม	4.10	5.00	0.80	0.90	เหมาะสม/ ได้
4.8 ให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยที่สำคัญแก่ ผู้บริโภค โดยใช้สัญลักษณ์ที่เป็นสากลหรือร่วมกับ ข้อความเพื่อการสื่อสาร	4.20	5.00	0.93	0.80	เหมาะสม/ ได้
4.9 ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับขั้นตอนและ วิธีการใช้งานอย่างถูกต้อง	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
4.10 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำหนัก ราคา คุณภาพ และ เงื่อนไขการให้บริการอย่างถูกต้องครบถ้วน	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
4.11 หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุอันตรายหรือผลิตภัณฑ์ที่ กระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค	3.90	4.00	0.93	0.10	เหมาะสม/ ได้
4.12 ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ง่ายต่อ การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือง่ายต่อการกำจัด	3.67	4.00	0.67	0.33	เหมาะสม/ ได้
4.13 มีนโยบายและวิธีการในการรักษาข้อมูลส่วน บุคคลและการใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค	3.67	4.00	0.67	0.33	เหมาะสม/ ได้
5. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค					
5.1 มีการสำรวจความต้องการและความพึงพอใจ ของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	4.33	5.00	0.67	0.67	เหมาะสม/ ได้
5.2 บริษัทสนับสนุนให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท	4.33	5.00	0.67	0.67	เหมาะสม/ ได้
5.3 บริษัทสนับสนุนให้พนักงานเป็นอาสาสมัคร แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายนอกบริษัทโดย ไม่ถือเป็น วันลา	4.33	5.00	0.67	0.67	เหมาะสม/ ได้
5.4 ไม่หลบเลี่ยงภาระหน้าที่ของนายจ้างตาม กฎหมาย	4.11	5.00	0.99	0.89	เหมาะสม/ ได้

องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
5.5 ให้โอกาสที่เท่าเทียมกันแก่แรงงานทุกคน ไม่เลือกปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงตามคุณลักษณะ เชื้อชาติ สีผิว เพศ อายุ สัญชาติ ศาสนา แหล่งที่มาทางสังคม ชนชั้น สถานภาพสมรส รสนิยมทางเพศ และสถานะทางสุขภาพ	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
5.6 ให้ความสำคัญกับการจ้างงาน การพัฒนาอาชีพ การเลื่อนตำแหน่งและความก้าวหน้าของคนท้องถิ่นในประเทศที่ไปดำเนินการ	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
5.7 กำหนดนโยบายและเงื่อนไขการทำงานที่เป็นไปตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
5.8 จ่ายค่าจ้างอย่างเป็นธรรม รวมถึงค่าล่วงเวลา สอดคล้องตามที่กฎหมายกำหนด	4.20	5.00	0.93	0.80	เหมาะสม/ ได้
5.9 จัดให้มีการดูแลเรื่องสวัสดิการและผลประโยชน์แก่พนักงาน ตลอดจนเกษียณอายุ	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
5.10 ผลประโยชน์ที่ให้กับบุตรหรือพ่อแม่ของพนักงาน	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
5.11 เคารพต่อวันหยุดตามประเพณีนิยมและธรรมเนียมประจำชาติหรือศาสนา	3.90	4.00	0.93	0.10	เหมาะสม/ ได้
5.12 ส่งเสริมให้พนักงานมีดุลยภาพในการใช้ชีวิต ระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	3.67	4.00	0.67	0.33	เหมาะสม/ ได้
5.13 จัดให้มีนโยบายปกป้องพนักงาน ไม่กลั่นแกล้ง หรือลงโทษทางวินัยกับพนักงานที่มีการรายงานอย่างสุจริตต่อผู้บริหารหรือหน่วยงานของรัฐเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่ถูกต้องที่เกิดขึ้นภายในบริษัทธุรกิจ (Whistleblower protection)	3.67	4.00	0.67	0.33	เหมาะสม/ ได้
5.14 เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน ซึ่งครอบคลุมถึงการมีอิสระในการให้ความเห็นโดยปราศจากการแทรกแซง การได้รับข้อมูลหรือความคิดเห็นผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งจัดให้มีช่องทางการสื่อสาร เพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้เสียอย่างเสรี	3.55	4.00	0.74	0.45	เหมาะสม/ ได้
5.15 จัดให้มีนโยบายและระบบการทำงานที่มุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสม เช่น การมีระบบป้องกันมลพิษที่	3.70	4.00	0.90	0.30	เหมาะสม/ ได้



องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน การจัดให้มี สถานที่ทำงานที่สะอาดเพื่อความปลอดภัยจาก อันตรายที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากอุบัติเหตุและโรคภัย					
5.16 กำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่ปลอดภัยและ สื่อสารให้พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง	3.83	4.00	1.05	0.17	เหมาะสม/ ได้
5.17 มีการลดและจัดการความเสี่ยงโดยการบันทึก และสอบสวนอุบัติการณ์ ด้าน					
อาชีวอนามัยและความปลอดภัย	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
5.18 จัดให้มีการพัฒนาทักษะ การฝึกอบรม เพิ่มพูนศักยภาพ และเสริมประสบการณ์พนักงาน โดยเปิดโอกาสให้พนักงาน มีการเรียนรู้ และเลื่อน ตำแหน่งเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
5.19 ร้อยละของพนักงานหญิงที่เป็น คณะกรรมการ	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
5.20 ร้อยละของพนักงานหญิงที่เป็นผู้บริหาร	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
5.21 จำนวนการ strike ของพนักงาน ในรอบ 3 ปี ที่ผ่านมา	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
5.22 เคยมีประวัติเกี่ยวกับข้อพิพาทด้านแรงงาน หรือคดีแรงงาน ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
5.23 สนับสนุนและเคารพในการปกป้องสิทธิ มนุษยชน โดยหมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของตน เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิ มนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน หรือต่อต้านการใช้แรงงานเด็ก เป็นต้น	3.83	4.00	1.05	0.17	เหมาะสม/ ได้
5.24 มีแนวปฏิบัติด้านสิทธิมนุษยชนของบริษัทที่ เป็นแนวทางในการดำเนินงานภายในและที่ เชื่อมโยงกับบริษัท	4.00	4.00	0.88	0.00	เหมาะสม/ ได้
5.25 ส่งเสริมให้มีการเฝ้าระวังการปฏิบัติตาม ข้อกำหนดด้านสิทธิมนุษยชนภายในธุรกิจของตน และกระตุ้นให้มีการปฏิบัติตามหลักการสิทธิ มนุษยชนตามมาตรฐานสากล	3.78	4.00	1.00	0.22	เหมาะสม/ ได้
5.26 ให้เสรีภาพในการรวมกลุ่มหรือสมาคม และ การเจรจาต่อรองร่วมกัน	4.00	4.00	0.88	0.00	เหมาะสม/ ได้

องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
5.27 เคยถูกฟ้องร้องด้านสิทธิมนุษยชนจากประเทศที่บริษัทได้ดำเนินกิจการอยู่ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา	3.78	4.00	1.00	0.22	เหมาะสม/ ได้
6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม					
6.1 จัดให้มีระบบการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม	3.55	4.00	0.73	0.45	เหมาะสม/ ได้
6.2 มีการติดตาม วัดผล ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
6.3 ใช้เทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม	4.00	4.00	1.00	0.00	เหมาะสม/ ได้
6.4 ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการการประหยัดพลังงานและการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
6.5 ให้ความรู้และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและสาธารณสุข	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
6.6 จัดเตรียมแผนฉุกเฉินเพื่อจัดการปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้น	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
6.7 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและระบบสาธารณสุขแก่พนักงานและสาธารณชน	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
6.8 มีนโยบายและมาตรการในการควบคุมการปล่อยของเสียและมลพิษ รวมถึงสารเคมีต้องห้าม	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
6.9 มีการป้องกันการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะที่อาจทำให้เกิดการทำลายชั้นโอโซนจากกระบวนการหรือเครื่องมือเครื่องจักร ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ	4.38	5.00	0.61	0.62	เหมาะสม/ ได้
6.10 มีนโยบายและมาตรการควบคุมการป้องกันการเกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ และความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
6.11 ได้รับใบรับรองคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ISO 14001	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้



องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
6.12 มีความผิดทางกฎหมายสิ่งแวดล้อมใน 3 ปีที่ผ่านมา	4.00	4.00	0.88	0.00	เหมาะสม/ ได้
6.13 มีเหตุการณ์ที่ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม แต่ไม่ผิดกฎหมาย ใน 3 ปีที่ผ่านมา	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
7. การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม					
7.1 บริษัทมีการสร้างโอกาสในการพัฒนาไปสู่การค้นพบนวัตกรรมทางธุรกิจ	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
7.2 มีการสำรวจกระบวนการต่าง ๆ ของธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันว่าก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.11	5.00	0.81	0.89	เหมาะสม/ ได้
7.3 ศึกษาแนวทางแก้ไขเพื่อลดผลกระทบในทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการทำงานโดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจที่มีประโยชน์ขึ้น					
เริ่มจาก Process Innovation หรือ Product Innovation หรือ Service Innovation	4.20	5.00	0.77	0.80	เหมาะสม/ ได้
7.4 มีการเปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเองและต่อการพัฒนาชุมชนสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.89	4.00	1.05	0.11	เหมาะสม/ ได้
7.5 ดำเนินการเผยแพร่ผลงานและความสำเร็จด้านนวัตกรรม ในรูปแบบการจัดประชุม นิทรรศการและการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวด้านนวัตกรรมในธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม	4.50	5.00	0.50	0.50	เหมาะสม/ ได้
7.6 ดำเนินการเผยแพร่ผลงานและความสำเร็จด้านนวัตกรรม ในรูปแบบของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวด้านนวัตกรรมในธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
7.7 มีการวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมตลอดเวลาโดยเป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องอย่างไม่หยุดนิ่ง	4.11	5.00	0.93	0.89	เหมาะสม/ ได้

องค์ประกอบหลักและตัวบ่งชี้ย่อย	Mdn ≥3.50	Mo	IR หรือ Q3-Q1 ≤1.50	Mo- Mdn ≤1.00	ความ เหมาะสม/ ความเป็น ไปได้
7.8 ให้การสนับสนุน ยกระดับทักษะความสามารถ ด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัด จ้างผู้เชี่ยวชาญ การจัดการประชุมสัมมนา การพัฒนาความรู้ และแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลงานของคนใน บริษัท	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
7.9 มีการจัดทำแผนงานและเงินทุนสนับสนุนการ วิจัยและพัฒนานวัตกรรมโครงการใหม่ ๆ ในบริษัท	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม					
8.1 บริษัทมีการเผยแพร่การดำเนินงานด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในรายงาน ประจำปีของบริษัท	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
8.2 บริษัทเผยแพร่การดำเนินงานด้านความ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยจัดทำเป็น รายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคม (CSR Report)	4.27	5.00	0.81	0.73	เหมาะสม/ ได้
8.3 เผยแพร่การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านทางเว็บไซต์ของ บริษัท	4.20	5.00	0.89	0.80	เหมาะสม/ ได้
8.4 เผยแพร่การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	4.11	5.00	0.99	0.89	เหมาะสม/ ได้

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ประกอบการต้องประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม กล่าวคือ การบริหารจัดการหรือการดำเนินการธุรกิจต้องไม่มีพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก ไม่สนับสนุนการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ จัดระบบป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต ต่อด้านการทุจริตทุกรูปแบบ มีกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้แก่ บริษัทมีนโยบายและปฏิบัติตามหลักการดูแลกิจการที่ดีสื่อสารให้พนักงานทราบและถือปฏิบัติ มีความโปร่งใสเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนพนักงานให้ตระหนักถึงความสำเร็จและเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ ตลอดจน

การผลิตของบริษัทจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม จัดทำ นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม และต้องจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับผลการศึกษา Saha & Saha (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโรงงานอุตสาหกรรมเหล็ก ผลการศึกษาพบว่า โรงงานอุตสาหกรรมเหล็ก ได้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายโดยรวมในการดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยสำคัญในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมคือ ผู้ประกอบการหรือองค์กรต้องมีเป้าหมายของความยั่งยืน ยึดมั่นในค่านิยมหลักของจริยธรรมทางธุรกิจ และขับเคลื่อนพฤติกรรมทางจริยธรรมขององค์กร สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรโดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้และส่งเสริมความเป็นเลิศทางเทคโนโลยีโดยการป้องกันมลพิษ ดำเนินการผลิตแบบพึ่งพาตนเองนำพลังงานความร้อนที่เหลือจากการผลิตมาแปรรูปเป็นพลังงานไฟฟ้าเพื่อใช้โรงงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Shreedha Shah (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเหล็กในประเทศไทย พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นส่วนหนึ่งในการวัดความสำเร็จของบริษัท และชี้ให้เห็นระดับความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจเหล็กในประเทศไทยมีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการยกระดับสังคมและเศรษฐกิจของชุมชน โดยการดำเนินผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ด้านการศึกษา การสุขภาพ การบริจาคโลหิต และอื่น ๆ บริษัทที่ทำธุรกิจเหล็กมีความต้องการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมดีขึ้นโดยเชื่อมโยงกับปัญหาสังคมกับภาคธุรกิจ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาพัฒนารูปแบบการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน พบว่า รูปแบบการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ประการ คือ องค์ประกอบที่ 1 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม จำนวน 10 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 2 การกำกับดูแลกิจการที่ดี จำนวน 12 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 3 การเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม จำนวน 14 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 4 นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 13 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 5 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค จำนวน 27 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 7 การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม จำนวน 10 ตัวชี้วัด และองค์ประกอบที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 ตัวชี้วัด ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ชลลดา ศุภากรวิศิษฐ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การให้ความหมาย การมีส่วนร่วมและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด พบว่า รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมแก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบจากองค์กร การรักษามลประโยชน์ให้เกิดแก่คนในสังคม การคืนกำไรสู่สังคมและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรดำเนินอยู่ คือการส่งเสริมประเด็นทางสังคม

การตลาดเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน นอกจากนี้ยังพบข้อ ข้อยุทธประโยชน์จากผลการศึกษา คือการตระหนักและการมีจิตสำนึกต่อสังคมของผู้บริหารองค์กรจะก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ นโยบายและแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นและเมื่อใดก็ตามที่องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมกับกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรพร้อมทั้งปลูกจิตสำนึกอาสาสมัครให้แก่พนักงานเมื่อนั้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะประสบความสำเร็จ

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ประกอบการต้องประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมกล่าวคือ การบริหารจัดการหรือการดำเนินการธุรกิจต้องไม่มีพฤติกรรมการเล่นพรรคเล่นพวก ไม่สนับสนุนการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาหรือลิขสิทธิ์ จัดระบบป้องกันการจ่ายสินบนและทุจริต ต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ มีกำกับดูแลกิจการที่ดี ได้แก่บริษัทมีนโยบายและปฏิบัติตามหลักการดูแลกิจการที่ดีสื่อสารให้พนักงานทราบและถือปฏิบัติ มีความโปร่งใสเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม โดยสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนพนักงานให้ตระหนักถึงความสำเร็จและเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความเต็มใจ ตลอดจนการผลิตของบริษัทจะต้องไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม จัดทำ นวัตกรรมและการเผยแพร่ นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม และต้องจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับผลการศึกษา Saha & Saha (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโรงงานอุตสาหกรรมเหล็ก ผลการศึกษาพบว่า โรงงานอุตสาหกรรมเหล็ก ได้แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการปฏิบัติที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายโดยรวมในการดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และปัจจัยสำคัญในการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมคือ ผู้ประกอบการหรือองค์กรต้องมีเป้าหมายของความยั่งยืน ยึดมั่นในค่านิยมหลักของจริยธรรมทางธุรกิจ และขับเคลื่อนพฤติกรรมทางจริยธรรมขององค์กร สร้างภาพลักษณ์ขององค์กรโดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้และส่งเสริมความเป็นเลิศทางเทคโนโลยีโดยการป้องกันมลพิษ ดำเนินการผลิตแบบพึ่งพาตนเองนำพลังงานความร้อนที่เหลือจากการผลิตมาแปรรูปเป็นพลังงานไฟฟ้าเพื่อใช้โรงงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Shreedha Shah (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเหล็กในประเทศอินเดียพบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นส่วนหนึ่งในการวัดความสำเร็จของบริษัท และชี้ให้เห็นระดับความรับผิดชอบต่อสังคม ธุรกิจเหล็กในประเทศอินเดียมีความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องในการยกระดับสังคมและเศรษฐกิจของชุมชน โดยการดำเนินผ่านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ด้านการศึกษา การสุขภาพ การบริจาคโลหิต และอื่น ๆ บริษัทที่ทำธุรกิจเหล็กมีความต้องการกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมดีขึ้นโดยเชื่อมโยงกับปัญหาสังคมกับภาคธุรกิจ



วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาพัฒนารูปแบบการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน พบว่า รูปแบบการพัฒนาการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างยั่งยืน จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ประการ คือ องค์ประกอบที่ 1 การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม จำนวน 10 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 2 การกำกับดูแลกิจการที่ดี จำนวน 12 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 3 การเคารพสิทธิมนุษยชนและปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม จำนวน 14 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 4 นวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม จำนวน 13 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 5 ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค จำนวน 27 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 6 การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 ตัวชี้วัด องค์ประกอบที่ 7 การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม จำนวน 10 ตัวชี้วัด และองค์ประกอบที่ 8 การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 4 ตัวชี้วัด ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ชลลดา ศุภการวิศิษฐ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การให้ความหมาย การมีส่วนร่วมและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด พบว่า รูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงาน บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบจากองค์กร การรักษาลมประโยชน์ให้เกิดแก่คนในสังคม การคืนกำไรสู่สังคมและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรดำเนินอยู่ คือการส่งเสริมประเด็นทางสังคม การตลาดเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน นอกจากนี้ยังพบข้อ ข้อยุทธบัญญัติจากผลการศึกษา คือการตระหนักและการมีจิตสำนึกต่อสังคมของผู้บริหารองค์กร จะก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ นโยบายและแนวทางการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นและเมื่อใดก็ตามที่องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรพร้อมทั้งปลูกจิตสำนึกอาสาสมัครให้แก่พนักงานเมื่อนั้นกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรจะประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอในเชิงปฏิบัติ

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน และให้มีการดำเนินตามมากยิ่งขึ้น เช่น ธุรกิจที่มีแนวความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน ได้รับการลดหย่อนค่าใช้จ่ายบางอย่างได้ (ภาษี ค่าธรรมเนียม เป็นต้น) และอาจจัดตั้งหน่วยงานพิเศษเฉพาะเพื่อเป็นศูนย์กลางสนับสนุน ส่งเสริมแนะแนวทางให้กับองค์กรต่าง ๆ ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกำหนดบทลงโทษรุนแรงสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเหล็กที่ดำเนินธุรกิจแล้วก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมสังคมทั้งทางแพ่งและอาญา โดยในทางกฎหมายไม่ให้มีการยื่นอุทธรณ์เพื่อยืดเวลาให้พิจารณาไต่สวนจบแบบเบ็ดเสร็จ ถ้าผิดจริง มีผลต่อยึดทรัพย์โดยทันที บันทึกชื่ออยู่ในเครดิตทางกฎหมาย ซึ่งผู้ประกอบการทุกรายต้องผ่านการตรวจสอบอนุญาต เพื่อป้องกันไม่ให้หาช่องทางกระทำผิดซ้ำอีก

3. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ กรมโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร่วมมือกับภาคโรงงานอุตสาหกรรมเหล็ก โดยนำตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน ที่ได้จาก การวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการผลักดันนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อความยั่งยืน รวมถึงต้องผ่านการรับรอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้แก่ลูกค้า ส่งผลให้ธุรกิจมีมาตรฐานอันพึงประสงค์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาสถานการณ์ของโรงงานอุตสาหกรรมเหล็กไทยด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และโครงสร้างตลาด (Market Structure) เพื่อกำหนด แผนการตลาดและกลยุทธ์การตลาด ให้สามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอุตสาหกรรมและผู้บริโภค โดยรวม

2. ควรศึกษาผลการนำรูปแบบการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ได้นำรูปแบบไปปฏิบัติจริงในองค์กร

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จของการจัดการองค์กรแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น

เอกสารอ้างอิง

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร.

กรุงเทพฯ: ซัคเซส มีเดีย.

ชลลดา ศุภการวิศิษฐ์. (2556). การให้ความหมาย การมีส่วนร่วมและรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปาริชาติ วงศา. (2559). การเปิดเผยการควบคุมภายในตามกรอบงานโคโซ่ 2013 ของกลุ่มธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมเหล็กในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน. นนทบุรี: ริงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2558). การตัดสินใจทางธุรกิจเชิงปริมาณ. เชียงใหม่: เชียงใหม่ล้านนา.



- เรวัต ตันตยานนท์.(2558). ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/631298>
- สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย. (2560). *โครงการติดตามผลกระทบและแนวทางการปรับตัวของอุตสาหกรรมเหล็ก*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.isit.or.th>.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2557). *รายงานประจำปี 2557*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม.
- อนันต์ชัย ยุทธประณม และคณะ. (2557). *ไขความหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2562, จาก <https://www.set.or.th>.
- อนันต์ชัย ยุทธประณม. (2556). *แนวปฏิบัติด้านความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Cheng, W. L. & Ahmad J. (2010). Incorporating Stakeholders Approach in Corporate Social Responsibility (CSR): A Case Study at Multinational Corporations (MNCs) in Penang. *Social Responsibility journal*, 6(4), 593-610.
- Saha, J. & Saha, S.K. (2018). Sustainability and Corporate Social Responsibility in Green Steel Manufacturing-A Case Study. *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, 7(1), 86-92.

รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะ
เขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

New Public Management Model Affecting the Public Service
in Phuket City Municipality, Phuket Province

ธัชฎา มาศ อุไรวรรณ

Thatchadamas Uraiwan

คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Faculty of Agricultural Technology, Phuket Rajabhat University, Thailand

E-mail: thatchadamas.u@pkr.u.ac.th

Received: 2022-10-17; Revised: 2023-02-28; Accepted: 2023-03-02

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ 2) ศึกษาปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะ และ 3) สังเคราะห์หารูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ใช้วิธีวิจัยแบบผสม คือ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตการปกครองเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกแบบมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี เลขานุการนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี ประธานสภาเทศบาล ปลัดเทศบาล หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาล ผู้อำนวยการกอง และประธานชุมชน จำนวน 20 คน ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลแล้วนำมาเขียน เป็นข้อสรุปเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนการจัดบริการสาธารณะ โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะ ได้แก่ ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารแบบมืออาชีพ ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ และด้านเน้นการแข่งขัน มีประสิทธิภาพในการทำนาย และ 3) รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะค้นพบรูปแบบดังประเด็นดังนี้ การกำหนดนโยบาย เป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน ลดบทบาทและปรับเปลี่ยนโครงสร้างหน่วยงานให้มีขนาดเล็กลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างทีมผู้บริหาร รวมทั้งการประยุกต์ใช้วิธีการจัดจ้าง และการแข่งขันประมูลงานเพื่อลดต้นทุน ส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนาสมรรถนะ



ของตนเอง นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาให้บริการประชาชน เปิดโอกาสประชาชนให้เข้ามา
มีส่วนร่วมในการวางแผน พัฒนา และติดตามประเมินผล พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบอย่างเปิดเผย

คำสำคัญ: รูปแบบ, การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่, การจัดบริการสาธารณะ

Abstract

The objectives of this research were 1) study the factors of the concept of new public management, 2) study the factors in the concept of new public management that affect the provision of public services, and 3) synthesize to find a new public management model affecting the public service in Phuket City Municipality, Phuket province, using a mixed method of research, that is, quantitative research. The sample of the study consisted of 400 people from Phuket City Municipality, Phuket Province and a questionnaire was used as a research tool. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, stepwise multiple regression analysis and qualitative research using structured in-depth interviews with key informants including Mayor, Deputy Mayor, Mayor's Secretary, Mayor's Counselor, Municipal Council President, Municipal Clerk, Head of the Municipal Clerk's Office, Division Director, and 20 community presidents were selected by specific after that analyzing the data and writing a descriptive conclusion. The results reveal that 1) The factors of the concept of new public management in general, the opinions were high. The practice was moderate overall. 2) Factors in the concept of new public management that affect the provision of public services, such as cooperation between the public and private sectors, direct responsibility to the public, strategic operations, professional management, Metrics, Goals, and Results Focus, Customer and Service Provider, and Competitive and 3) The new public management model that affects the provision of public services is as follows: setting policies, clarifying organizational goals, reducing roles and restructuring smaller units to increase the ability to build management teams, as well as applying recruiting methods and competitive bidding to reduce costs, encourage personnel to develop their own competencies, and bringing information and communication technology to serve the people, provide opportunities for people to participate in planning, development, monitoring, and evaluation, as well as openly disseminating information to the public.

Keywords: Model, New Public Management, Public Service Provision

บทนำ

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 6 ได้กำหนดว่าการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ได้แก่ การบริหารราชการเพื่อบรรลุเป้าหมาย ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อสถานการณ์ ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ และมีการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ โดยรัฐมอบอำนาจให้หน่วยงานส่วนท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการท้องถิ่นด้วยตนเอง ภายใต้โครงสร้างการบริหารที่กฎหมายกำหนด ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจและหน้าที่ดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งหลักสำคัญในการจัดบริการสาธารณะตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมี 4 หลักการ คือ 1) หลักผลประโยชน์มหาชนของรัฐ 2) หลักความรับผิดชอบของท้องถิ่นในการจัดบริการ 3) ความสามารถของท้องถิ่น และ 4) หลักประสิทธิภาพในการจัดบริการ (สุภัชชา พันเลิศพาณิชย์, 2555) ส่งผลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทมากขึ้นในการจัดบริการสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการให้ประชาชนได้ปกครองและบริหารจัดการท้องถิ่นด้วยตนเอง

เทศบาล (Municipality) คือ หน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งของไทยได้รับผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ ภายหลังจากที่มีการออกพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ได้ส่งผลให้มีการกำหนดภารกิจและอำนาจหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเองไว้อย่างชัดเจน โดยแบ่งภารกิจและอำนาจหน้าที่ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ภารกิจและอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายเฉพาะ ซึ่งหมายถึงพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ.2496 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 13 พ.ศ.2552 โดยแบ่งออกเป็นหน้าที่ที่ต้องกระทำ และหน้าที่ที่อาจกระทำได้ เนื่องจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่งมีสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกันไป และภารกิจอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ภารกิจและอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ ที่ทางเทศบาลตำบลต้องกระทำและอาจกระทำได้ รวมทั้งภารกิจ และอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ ที่ได้รับจากการถ่ายโอนกระจายอำนาจมานั้น เรียกได้ว่าเป็นการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน (โกวิทย์ พวงงาม, 2559) ซึ่งสามารถสรุปและแบ่งออกด้านหลัก ๆ คือ ด้านระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการในชุมชน ด้านการรักษาความสงบเรียบร้อย ส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในชุมชน ด้านการสาธารณสุข อนามัย ครอบครัว และการรักษาพยาบาล ด้านการส่งเสริมอาชีพ การลงทุน การจ้างงานและการท่องเที่ยว ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณประโยชน์เป็นสำคัญ กล่าวคือ การจัดบริการสาธารณะจะต้องสอดคล้องและสนองต่อสภาพปัญหาและความต้องการส่วนรวมของประชาชนทุกคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นความต้องการของประชาชนที่จะมีชีวิตเป็นอยู่อย่างสุขสบาย และความต้องการที่จะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมนั้นอย่างปลอดภัย (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2554)



เทศบาลนครภูเก็ต เป็นรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นประเภทหนึ่ง มีอำนาจและหน้าที่ในการปกครองครอบคลุมพื้นที่ 2 ตำบลคือ ตำบลตลาดเหนือและตำบลตลาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ซึ่งการบริการแก่ประชาชนหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการจัดบริการสาธารณะเป็นบทบาทหน้าที่หลักที่สำคัญของเทศบาลที่จะต้องดำเนินกิจกรรมการบริการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ด้านการจัดระเบียบชุมชน/สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว และด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อที่จะตอบสนองการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของประชาชน ซึ่งมีบทบาทในฐานะของผู้รับบริการให้มีความพึงพอใจ มีความเป็นอยู่ที่ดี มีความสุข และเกิดความเสมอภาคกับประชาชนในทุกกลุ่ม โดยผลการจัดบริการสาธารณะของเทศบาลนครภูเก็ตในปีที่ผ่านมาพบว่า ประชาชนผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน ถึงแม้ว่าการจัดบริการสาธารณะของเทศบาลนครภูเก็ตจะทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจมากที่สุดก็ตาม แต่ก็ยังพบปัญหาความล่าช้าในการบริการบางด้าน เช่น การเก็บขยะบางพื้นที่ที่ยังทำไม่เรียบร้อย ทำให้ช่วงฝนตก เศษขยะเหล่านี้ลอยไปอุดตามตะแกรงระบายน้ำทำให้เกิดน้ำท่วมขัง การฉีดป้องกันยุงลายยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ปัญหาด้านระบบการสื่อสารภายในองค์การ เช่น การประชาสัมพันธ์ด้านงานจัดเก็บรายได้ยังไม่ทั่วถึง ทำให้ประชาชนไม่ทราบถึงขั้นตอน กระบวนการ อัตราในการเสียภาษี ตลอดจนวัน เวลา และสถานที่ในการจัดเก็บภาษี การทำบัตรประจำตัวประชาชน ประชาชนยังไม่ค่อยทราบถึงขั้นตอนในการปฏิบัติ ทำให้การให้บริการเกิดความล่าช้า ปัญหาด้านการบริหารงาน ขาดตัวชี้วัด และทิศทาง การควบคุมงบประมาณรายจ่ายที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามผลงานและโครงการ และปัญหาด้านการทำงานเชิงรุก (คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2564 : 61) จากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเทศบาลนครภูเก็ตจะต้องพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งสามารถรองรับกับความเปลี่ยนแปลงของโลกและเป็นรากฐานการพัฒนาที่สำคัญของประเทศ แนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุง และพัฒนาการบริหารงานของภาครัฐในปัจจุบัน

จากการนำหลักการดังกล่าวมาใช้ในองค์กรหรือหน่วยงาน และตรงกับหลักการแสวงสังคมในการจัดการบริการสาธารณะปัจจุบันจึงนำไปสู่ความสนใจในการศึกษา รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนต่อการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่และการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ตว่ามีความเป็นไปได้เพียงใด บรรลุตามตัวชี้วัดและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไร การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ตหรือไม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสู่การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ให้สอดคล้องกับการจัดบริการสาธารณะของท้องถิ่น รวมไปถึงการนำไปสู่การพัฒนา และปรับปรุงการบริหารท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่และการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อสังเคราะห์หารูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่จากการทบทวนวรรณกรรม การเรียนรู้แบบนิรนัย หรือ “Deductive Method” จากแนวคิดของออสบอร์นและเกเบิล (Osborne and Gaebler, 1992 อ้างถึงใน กริช เทียมสุวรรณ, 2560); ฮูด (Hood, 1991); ฮิวส์ (Hughes, 1998); อีแวน เฟอร์ไล (Ferlie et al, 1996); นอร์แมน (Norman, 2002); ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2551); ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิ (2554); สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2556); และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุทิน ทัดรัตน์ (2557); เพชรรัตน์ เอี่ยมสอาด (2559); กริช เทียมสุวรรณ (2560); กิตติพงษ์ พิพิธกุล, ภูวนิดา คุณผลิน และกนกอร บุญมี (2562); สุนารี สุกิจปาณีนิจ (2562); วิภาภัทร์ อินชัย (2562); อธิรุท ชะนิล และเกรียงไกร ช่างม่าน (2562) และไคเด็น (Caiden, 1991) นำมาสังเคราะห์เป็นตัวแปรอิสระประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารแบบมืออาชีพ 2) ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ 3) ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ 4) ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ 5) ด้านการมอบอำนาจและการกระจายอำนาจ 6) ด้านเน้นการแข่งขัน 7) ด้านการจัดการบริการทางการเงินที่คุ้มค่า ประหยัด และหารายได้ 8) ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน และ 9) ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

ในส่วนของการจัดบริการสาธารณะได้ศึกษาจากแผนปฏิบัติการกำหนดขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2545 ของสำนักงานคณะกรรมการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2558) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุธินี เจริญเครือ (2555); สมบูรณ์ ชมพุดผ่อง (2556); ณัฐพงษ์ สัมฤทธิ์เดชขจร (2557); รัฐกิจ หิมะคุณ (2557); วินัย วงศ์อาสา และภัชราภรณ์ ไชยรัตน์ (2559); ธัมมาภรณ์ ศรีเคลือบ และพัฒนศิณ สำเร็จรัมย์ (2559); ปิยะ กล้าประเสริฐ (2559); สุนารี สุกิจปาณีนิจ (2562); รัชนี นาแว (2563) และฉิษณารินทร์ เหลืองจิรโชติกาล (2564) นำมาสังเคราะห์เป็นตัวแปรตามประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต 3) ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม 4) ด้านการจัดระเบียบชุมชน/สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย 5) ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว และ 6) ด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น



ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตการบริหารท้องถิ่นของเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต แบ่งเป็นประชากรชาย จำนวน 36,874 คน และประชากรหญิง จำนวน 42,881 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 79,755 คน (สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตการปกครองเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้วิจัยคัดเลือกในลักษณะแบบเจาะจงโดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ฝ่ายบริหารที่มีภาระหน้าที่ตามอำนาจของท้องถิ่นในการจัดทำแผน โครงการ งบประมาณของเทศบาล 2) ฝ่ายนิติบัญญัติที่มีอำนาจหน้าที่ตามเทศบัญญัติและข้อบังคับเทศบาล 3) ฝ่ายข้าราชการและพนักงานท้องถิ่น และ 4) ประธานชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาล ได้จำนวน 20 คน ประกอบด้วย

2.1 ฝ่ายบริหาร ได้แก่ นายกเทศมนตรี จำนวน 1 คน รองนายกเทศมนตรี จำนวน 4 คน เลขานุการนายกเทศมนตรี จำนวน 2 คน และที่ปรึกษานายกเทศมนตรี 2 คน รวม 9 คน

2.2 ฝ่ายนิติบัญญัติ ได้แก่ ประธานสภาเทศบาล จำนวน 1 คน

2.3 ฝ่ายข้าราชการและพนักงานท้องถิ่น ได้แก่ ปลัดเทศบาล จำนวน 1 คน หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาล จำนวน 1 คน และผู้อำนวยการกอง จำนวน 6 คน รวม 8 คน

2.4 ประธานชุมชน ได้แก่ ประธานชุมชน จำนวน 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ (Checking) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารแบบมีอาชีพ ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ ด้านการมอบอำนาจและ การกระจายอำนาจ ด้านเน้นการแข่งขัน ด้านการจัดการบริการทางการเงินที่คุ้มค่า ประหยัด และหารายได้ ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน และด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดบริการสาธารณะ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ด้านการจัด

ระเบียบชุมชน/สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว และด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้ค่าคะแนน ดังนี้

- คะแนน 5 หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด
- คะแนน 4 หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก
- คะแนน 3 หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
- คะแนน 2 หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย
- คะแนน 1 หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยศึกษา และสังเคราะห์จาก เอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการนำปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาใช้ในการจัดบริการสาธารณะในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัด บริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1.1 ขออนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตถึงผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ติดต่อประสานงานกับผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต เพื่อนำหนังสือขอความอนุเคราะห์และแบบสอบถามไปแจกให้กับประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์และแบบสอบถามไปแจกพร้อมรับคืนด้วยตนเอง

1.3 แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ผู้วิจัยนำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ก่อนนำไปประมวลผลเพื่อหาค่าสถิติ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

แบบสัมภาษณ์เจาะลึกแบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้ (ไชย โพธิ์สิตา, 2554)

2.1 ขออนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตถึงผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 ติดต่อประสานงานกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเข้า สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง



การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้สถิติดังนี้

1.1 วิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percent)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่และการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยไว้ดังนี้ (Best, 1981 อ้างถึงใน ชัชวาล เรื่องประพันธ์, 2558)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.3 วิเคราะห์ปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Linear Regression Analysis) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ผู้วิจัยได้เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร บทสรุปที่ได้จากการบันทึกเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยลดทอนข้อมูลให้เหลือเฉพาะประเด็นการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

2.2 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการลดทอนข้อมูลแล้วมาจัดเป็นหมวดหมู่

2.3 การหาข้อสรุปและตีความ (Conclusion Interpretation) ผู้วิจัยพิจารณาความสอดคล้องและความแตกต่างของข้อมูลที่ได้จากการจัดระเบียบข้อมูล แล้วมาหาข้อสรุป และตีความในรูปแบบการพรรณนา

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รายละเอียดแต่ละด้านแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมและรายด้าน

ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านการบริหารแบบมีมืออาชีพ	3.63	0.80	มาก	1
2. ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์	3.52	0.74	มาก	4
3. ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์	3.57	0.79	มาก	2
4. ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ	3.54	0.83	มาก	3
5. ด้านการมอบอำนาจและการกระจายอำนาจ	3.43	0.79	มาก	5
6. ด้านเน้นการแข่งขัน	3.35	0.81	ปานกลาง	9
7. ด้านการจัดการบริการทางการเงินที่คุ้มค่า ประหยัด และหารายได้	3.37	0.89	ปานกลาง	8
8. ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน	3.38	0.80	ปานกลาง	7
9. ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	3.41	0.86	มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	0.73	มาก	

2. การจัดบริการสาธารณะในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง รายละเอียดแต่ละด้านแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดบริการสาธารณะในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมและรายด้าน

การจัดบริการสาธารณะในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการปฏิบัติ	ลำดับที่
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.38	0.88	ปานกลาง	2
2. ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต	3.30	0.85	ปานกลาง	5
3. ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม	3.37	0.89	ปานกลาง	3
4. ด้านการจัดระเบียบชุมชน/สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย	3.29	0.85	ปานกลาง	6
5. ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว	3.32	0.91	ปานกลาง	4
6. ด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.41	0.96	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34	0.83	ปานกลาง	



3. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 คำนวณน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวม (X_{tot})

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้า สมการตามลำดับความสำคัญ	B	S.E.	β	t	Sig
ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน (X_8)	0.256	0.065	0.247	3.917	0.000**
ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ (X_3)	0.334	0.063	0.319	5.268	0.000**
ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (X_9)	0.259	0.060	0.269	4.298	0.000**
ด้านการบริหารแบบมืออาชีพ (X_1)	0.250	0.061	0.243	4.120	0.000**
ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ (X_2)	-0.245	0.071	-0.219	-3.445	0.001**
ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ (X_4)	-0.193	0.056	-0.193	-3.472	0.001**
ด้านเน้นการแข่งขัน (X_6)	0.232	0.070	0.225	3.333	0.001**
ค่าคงที่				0.264	
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R)				0.832	
ประสิทธิภาพในการทำนาย (R^2)				0.693	
ประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว				0.687	
ความคลาดเคลื่อนในการทำนาย				0.4672	

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน (X_8) ด้านความรับผิดชอบต่อสาธารณะ (X_9) ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ (X_3) ด้านการบริหารแบบมืออาชีพ (X_1) ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ (X_2) ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ (X_4) และด้านเน้นการแข่งขัน (X_6) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.832 ประสิทธิภาพในการทำนาย ร้อยละ 69.30 ประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว ร้อยละ 68.70 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย ร้อยละ 46.72 โดยสามารถสร้างสมการการถดถอยในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_{tot} = 0.264 + 0.256(X_8) + 0.334(X_9) + 0.259(X_3) + 0.250(X_1) - 0.245(X_2) - 0.193(X_4) + 0.232(X_6)$$

จากสมการอธิบายได้ว่า หากเทศบาลนครภูเก็ตบริหารแบบเน้นการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน มีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ การปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ การบริหารแบบมืออาชีพ การเน้นลูกค้าและผู้รับบริการจะทำให้การจัดบริการสาธารณะเป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่หากเทศบาลนครภูเก็ตบริหารงานแบบมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ และเน้นการแข่งขันมากเกินไปอาจจะทำให้การจัดบริการสาธารณะไม่เป็นไปตามเป้าหมายเท่าที่ควร

4. รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต คือ การกำหนดนโยบาย เป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน ลดบทบาทและปรับเปลี่ยนโครงสร้างหน่วยงานให้มีขนาดเล็กลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างทีมผู้บริหาร รวมทั้งการประยุกต์ใช้วิธีการจัดจ้าง และการแข่งขันประมูลงานเพื่อลดต้นทุน ส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนาสมรรถนะของตนเอง นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาให้บริการประชาชน เปิดโอกาสประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน พัฒนา และติดตามประเมินผล พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบอย่างเปิดเผย

อภิปรายผล

1. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริหารแบบมืออาชีพ ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการ ด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ ด้านการมอบอำนาจและการกระจายอำนาจ และด้านความรับผิดชอบโดยตรงต่อสาธารณะ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ด้านการจัดการบริการทางการเงินที่คุ้มค่า ประหยัด และหารายได้ และด้านเน้นการแข่งขันตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารเทศบาลนครภูเก็ตมีความรู้ความสามารถในการบริหารงาน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดการปฏิบัติงาน ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่จำเป็น เพื่อลดระยะเวลาในการมาติดต่อราชการ ทำให้เทศบาลบรรลุเป้าหมายและตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานได้ ดังที่ อุดม ทุมโฆสิต (2556) ได้เสนอว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) เป็นรูปแบบการบริหารที่นำมาปรับใช้กับภาครัฐ เพื่อลดปัญหาต่าง ๆ โดยเน้นการทำงานที่ยึดผลลัพธ์เป็นหลัก มีการวัดผลลัพธ์ และค่าใช้จ่ายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือ ระบบราชการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพสูง เทียบเท่ากับมาตรฐานสากล เจ้าหน้าที่มีศักยภาพสูง และมีการบริหารจัดการทรัพยากรของภาครัฐอย่างประหยัด คุ้มค่า เหมาะสม ทำให้ระบบมีความคล่องตัว ยืดหยุ่นปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม และประชาคมโลก สนองตอบความต้องการและนำบริการที่ดีมีคุณภาพไปสู่ประชาชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทิน ทัดรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของตำรวจภูธรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จตามหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของตำรวจภูธรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. การจัดบริการสาธารณะในเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนด้านที่มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว ด้านงานส่งเสริมคุณภาพชีวิต และด้านการจัดระเบียบชุมชน/สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองที่มีลักษณะของความทันสมัยและเป็นเมืองนานาชาติที่ในขณะเดียวกันก็ดำรงศิลปะและ



วัฒนธรรมเป็นของตนเองได้อย่างเด่นชัด ทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัด จึงทำให้ภูเก็ตมีปัญหาหรือมีอุปสรรคในการจัดบริการสาธารณะในบางด้าน อาทิ ปัญหาการจราจรและโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่เพียงพอ ทั้งถนน ท่าเรือ หรือสนามบิน ปัญหาการบริหารจัดการน้ำเสียจากการพัฒนา ปัญหาขยะที่เพิ่มขึ้น และการบริหารจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ปัญหาการบริหารจัดการชายหาด เป็นต้น จากปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเทศบาลนครภูเก็ตจะต้องพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งสามารถรองรับกับความเปลี่ยนแปลง ดังที่ นันทวัฒน์ บรมานันท์ (2554) กล่าวว่า การบริการสาธารณะที่จัดทำโดยส่วนท้องถิ่นนั้น ได้แก่ บริการสาธารณะบางประเภทที่รัฐมอบหมายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้จัดทำเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในเขตท้องถิ่นนั้น ๆ โดยอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำบริการสาธารณะจะถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายจัดตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแต่ละประเภทและในพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 โดยการจัดทำบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นสามารถสรุปและแบ่งออกด้านหลัก ๆ คือ ด้านระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ในชุมชน ด้านการรักษาความสงบเรียบร้อย ส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินในชุมชน ด้านการสาธารณสุข อนามัย ครอบครัว และการรักษาพยาบาล ด้านการส่งเสริมอาชีพ การลงทุน การจ้างงานและการท่องเที่ยว ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสาธารณประโยชน์เป็นสำคัญ กล่าวคือ การจัดบริการสาธารณะจะต้องสอดคล้องและสนองต่อสภาพปัญหาและความต้องการส่วนรวมของประชาชนทุกคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นความต้องการของประชาชนที่จะมีชีวิตเป็นอยู่อย่างสุขสบาย และความต้องการที่จะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมนั้นอย่างปลอดภัย และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธินี เจริญเครือ (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่าการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ด้านการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ด้านความรับผิดชอบโดยตรงต่อสาธารณะ ด้านการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารแบบมีอาชีพ ด้านการเน้นลูกค้าและผู้รับบริการส่งผลในเชิงบวกต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต ส่วนด้านการมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ และด้านเน้นการแข่งขันส่งผลในทางลบต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต แสดงให้เห็นว่าถ้าเทศบาลนครภูเก็ตใช้การบริหารแบบมุ่งเน้นตัวชี้วัด เป้าหมาย และผลลัพธ์ และเน้นการแข่งขันมากเกินไปอาจจะทำให้การจัดบริการสาธารณะไม่เป็นไปตามเป้าหมายเท่าที่ควร แต่หากเทศบาลนครภูเก็ตบริหารแบบเน้นการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน มีความรับผิดชอบโดยตรงต่อสาธารณะ การปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ การบริหารแบบมีอาชีพ การเน้นลูกค้าและผู้รับบริการจะทำให้การจัดบริการสาธารณะเป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นเทศบาลนครภูเก็ตจึงได้ให้ความสำคัญของการปฏิบัติราชการอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยได้นำหลักการจัดการภาครัฐแนว

ใหม่มาประยุกต์ใช้ในหน่วยงาน เพื่อปรับปรุงการจัดการภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานในรูปแบบการบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ที่มุ่งเน้นปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภาครัฐไปสู่การทำงานเพื่อประชาชน โดยเฉพาะในการจัดบริการสาธารณะที่เน้นคุณภาพ ให้บริการที่รวดเร็ว โปร่งใส และสร้างความประทับใจให้กับประชาชนอันเป็นเสมือนลูกค้า การเปิดระบบราชการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม การเสนอความคิดเห็น ร่วมปฏิบัติงานและตรวจสอบผลการดำเนินงาน ดังนั้นการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจนำมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุง และพัฒนาการบริหารงานของภาครัฐในปัจจุบัน ดังที่ สุภชชา พันเลิศ พานิชย์ (2555) กล่าวว่า การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเป็นการบริหารราชการเพื่อบรรลุเป้าหมาย ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่า ในเชิงภารกิจของรัฐ ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อ สถานการณ์ ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับการตอบสนองความต้องการ และมีการประเมินผล การปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ โดยรัฐมอบอำนาจให้หน่วยงานส่วนท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการท้องถิ่น ด้วยตนเอง ภายใต้โครงสร้างการบริหารที่กฎหมายกำหนด ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจและ หน้าที่ดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการ พัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งหลักสำคัญในการจัดบริการสาธารณะตามแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นมี 4 หลักการ คือ 1) หลักผลประโยชน์มหาชนของรัฐ 2) หลักความรับผิดชอบของ ท้องถิ่นในการจัด บริการ 3) ความสามารถของท้องถิ่น และ 4) หลักประสิทธิภาพในการจัดบริการ ส่งผลให้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทมากขึ้นในการจัดบริการสาธารณะ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย ของ สุทิน ทัดรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของตำรวจภูธรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ส่งผลต่อความสำเร็จของตำรวจภูธร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของสมบูรณ์ ชมพูผดุง (2556) ศึกษาเรื่องการบริหารสาธารณะแนวใหม่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการสาธารณะแนวใหม่ขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ การบริการประชาชนในฐานะพลเมือง ความรับผิดชอบ ผลประโยชน์สาธารณะ และการให้คุณค่ากับคน

4. รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเขตเทศบาลนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต คือ การกำหนดนโยบาย เป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน ลดบทบาทและปรับเปลี่ยนโครงสร้าง หน่วยงานให้มีขนาดเล็กลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างทีมผู้บริหาร รวมทั้งการประยุกต์ใช้วิธีการจัดจ้าง และการแข่งขันประมูลงานเพื่อลดต้นทุน ส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนาสมรรถนะของตนเอง นำเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาให้บริการประชาชน เปิดโอกาสประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน พัฒนา และติดตามประเมินผล พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบอย่างเปิดเผย แสดงให้เห็นว่า เทศบาลนครภูเก็ตให้ความสำคัญกับการนำปัจจัยแนวความคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้กับ การจัดบริการสาธารณะของเทศบาล ซึ่งจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอนหนึ่งว่า “มีความสำเร็จ ในด้านการจัด การบริการสาธารณะมากขึ้น โดยการสร้างค่านิยมร่วมของทุกคน เพื่อเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร



ในการดำเนินงานเป็นทิศทาง โดยมีความมุ่งมั่นที่ทำให้คนในองค์กรจะร่วมกันบริหารงานไปด้วยกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน” ดังที่ อุดม ทุมโหมสิต (2556) ได้เสนอว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) หมายถึง รูปแบบการบริหารที่นำมาปรับใช้กับภาครัฐ เพื่อลดปัญหาต่าง ๆ โดยเน้นการทำงานที่ยึดผลลัพธ์เป็นหลัก มีการวัดผลลัพธ์ และค่าใช้จ่ายอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือ ระบบราชการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสูงเทียบเท่ากับมาตรฐานสากล เจ้าหน้าที่มีศักยภาพสูง และมีการบริหารจัดการทรัพยากรของภาครัฐอย่างประหยัด คุ่มค่า เหมาะสม ทำให้ระบบมีความคล่องตัว ยืดหยุ่นปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและประชาคมโลก สนองตอบความต้องการและนำบริการที่ดีมีคุณภาพไปสู่ประชาชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนารี สุกิจปาณีนิจ (2562) ศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเชิงผลสัมฤทธิ์ของเทศบาล อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่เหมาะสมคือ เทศบาลควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงานและมีการประเมินผลการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน มีการกระจายอำนาจ ทำงานเป็นทีมและทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ ใช้ทรัพยากรในการจัดทำบริการสาธารณะให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด และนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดทำบริการสาธารณะและเปิดช่องทางการสื่อสารหลากหลายช่องทาง เพื่อให้เข้าถึงประชาชนมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ผู้บริหารเทศบาลนครภูเก็ตควรมีการวางแผนการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ เช่น การจัดการอบรมสัมมนา การประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการบริหารเพื่อให้ได้ความรู้และประสบการณ์เพิ่มขึ้น อย่างเป็นระบบ อย่างน้อยปีละครั้ง

1.2 การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลนครภูเก็ตมีการดำเนินงานที่ยึดถือวัตถุประสงค์และผลสำเร็จของงานเป็นตัวตั้ง แต่ทั้งนี้เทศบาลควรมีการยืดหยุ่นกฎ ระเบียบ โดยเน้นผลสำเร็จของภารกิจมากกว่าเน้นในเรื่องของกระบวนการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

1.3 ผู้บริหารเทศบาลนครภูเก็ตควรมีการกระตุ้นบุคลากรให้ตระหนักถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และตัวชี้วัดการปฏิบัติงานในการจัดบริการสาธารณะตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้

1.4 การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลนครภูเก็ตควรมีการจัดระบบการให้บริการที่ทันสมัย มีความต่อเนื่อง มีความปลอดภัย ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น คำนึงถึงช่องทางการเข้ารับบริการที่สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว และไม่เลือกปฏิบัติ

1.5 การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของเทศบาลนครภูเก็ตควรเน้นการบริหารที่รับฟังประชาคม โดยการจัดประชุมร่วมระหว่างผู้ใหญ่บ้าน ผู้บังคับบัญชา คณะกรรมการชุมชน และตัวแทนประชาชน เพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของประชาชน นำมาปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น

1.6 การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามาจัดบริการสาธารณะแทนภาครัฐ เทศบาลนครภูเก็ตควรมีการผ่อนคลายกฎระเบียบที่เกี่ยวกับการผูกขาดในการให้บริการสาธารณะ เพื่อลดบทบาทของเทศบาลลง เพื่อให้การจัดบริการสาธารณะสามารถปฏิบัติงานได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น แต่ยังคงอยู่ภายใต้การควบคุมของเทศบาล

1.7 เทศบาลนครภูเก็ตควรมีการกำหนดงบประมาณให้สอดคล้องกับแผนงาน ขั้นตอน และระยะเวลาในการจัดบริการสาธารณะ เพื่อให้การใช้จ่ายงบประมาณตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชน และมีการประเมินเป็นระยะเพื่อให้เกิดความสอดคล้องของงบประมาณที่ใช้ไปเกิดความคุ้มค่า และประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน

1.8 เทศบาลนครภูเก็ตควรสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมลงทุนในการดำเนินการการจัดบริการสาธารณะให้มากขึ้นทั้งกระบวนการ นโยบาย แผน โครงการ และกิจกรรม โดยอาจทำข้อตกลงในแต่ละด้านและขอบเขตการปฏิบัติงานให้ชัดเจน

1.9 เทศบาลนครภูเก็ตควรเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงออกถึงความต้องการร่วมประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อผลประโยชน์สาธารณะและยอมรับเสียงส่วนใหญ่ นำผลที่ได้ไปปรับปรุง แก้ไขการจัดบริการสาธารณะให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

2.1 เทศบาลนครภูเก็ตควรให้ความสำคัญกับเรื่องชลประทานและแหล่งน้ำที่ใช้ในพื้นที่ให้มากขึ้น โดยมีการจัดสร้างระบบชลประทานและตรวจหาแหล่งน้ำเพิ่มเติมเพื่อให้มีน้ำไว้ใช้อย่างเพียงพอ

2.2 เทศบาลนครภูเก็ตควรมีการส่งเสริม สนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งในอาชีพ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพิ่มความรู้ ทักษะในการประกอบอาชีพ เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีอาชีพสร้างรายได้ รวมไปถึงช่วยแก้ไขปัญหาความยากจนในชุมชน

2.3 เทศบาลนครภูเก็ตควรรณรงค์ให้ประชาชนร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น ไม่เผาหญ้า ไม่บุกรุกที่ดินสาธารณะ ไม่ปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำ แยกขยะก่อนทิ้ง สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน เพื่อป้องกัน แก้อิทธิพล และบรรเทาความเดือดร้อนที่จะเกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน

2.4 เทศบาลนครภูเก็ตควรมีการติดตั้งระบบกล้องวงจรปิดอย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกพื้นที่ในชุมชน และสามารถตรวจสอบได้ง่าย

2.5 เทศบาลนครภูเก็ตควรให้การสนับสนุนผลผลิตในภาคการเกษตรของชุมชนในการส่งออกหรือแปรรูปผลผลิตดังกล่าว เพื่อส่งเสริมอาชีพ และพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว คนในชุมชนมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.6 เทศบาลนครภูเก็ตควรมีการสนับสนุนและพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ในชุมชน เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และอนุรักษ์ด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป



สรุป

จากการวิจัยสรุปได้ว่าเทศบาลนครภูเก็ตมีการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ได้เป็นอย่างดี มีการกำหนดนโยบาย เป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน ลดบทบาทและปรับเปลี่ยนโครงสร้างหน่วยงานให้มีขนาดเล็กลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการสร้างทีมผู้บริหาร รวมทั้งการประยุกต์ใช้วิธีการจัดจ้าง และการแข่งขันประมูลงาน เพื่อลดต้นทุน ส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนาสมรรถนะของตนเอง นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาให้บริการประชาชน เปิดโอกาสประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน พัฒนา และติดตามประเมินผล พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนทราบอย่างเปิดเผย ถึงแม้จะเกิดปัญหาการให้บริการสาธารณะบางประการ แต่เทศบาลนครภูเก็ตยังมุ่งมั่นที่จะพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานและการให้บริการสาธารณะให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งสามารถรองรับกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพงษ์ พิพิธกุล, ภูวนิดา คุณผลิน และกนกอร บุญมี. (2562). การจัดการภาครัฐแนวใหม่กับประสิทธิผล การบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 19(4), 189-198.
- กริช เทียมสุวรรณ. (2560). *การจัดการภาครัฐแนวใหม่ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองนมวัว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชน (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- โกวิทย์ พวงงาม. (2559). *การปกครองท้องถิ่นไทย: หลักการและมิติใหม่ในอนาคต* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ. (2563). *รายงานผลการวิจัยเชิงสำรวจประเมิน ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการงานบริการสาธารณะของเทศบาลนครภูเก็ต อำเภอ เมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563* (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. (2558). *สถิติพื้นฐาน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง.
- ณัฐพงษ์ สัมฤทธิ์เดชขจร. (2557). *การจัดระบบบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี: ศึกษา เฉพาะเขตอำเภอเมือง* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2551). *แนวคิด ทฤษฎีและหลักการรัฐประศาสนศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธัมมาภรณ์ ศรีเคลือบ และพัฒนศิณ สำเร็จรัมย์. (2559). *การบริการสาธารณะของเทศบาล ศึกษากรณีเทศบาล ตำบลเมืองบัว อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, ฉบับพิเศษ*, 500-512.

- ธิดารินทร์ เหลืองจิโรติกาล. (2564). การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่กับการจัดบริการสาธารณะของเทศบาลในจังหวัดชุมพร (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- ธีรยุทธ ชะนิล และเกรียงไกร ช่างม่าน. (2562). ทศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลอินทรี อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา. การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2 “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม”, วันที่ 5-6 สิงหาคม 2562 ณ หอประชุมเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550, 755-766.
- นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2554). มาตรฐานใหม่ของการจัดทำบริการสาธารณะระดับชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- ปิยะ กล้าประเสริฐ. (2559). การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดปทุมธานี. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(2), 215-227.
- เพชรรัตน์ เอี่ยมสอาด. (2559). การจัดการภาครัฐแนวใหม่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครสวรรค์ (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- รัฐกิจ หิมะคุณ. (2557). การบริหารจัดการกิจการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.). วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 17, 151-164.
- วินัย วงศ์อาสา และภัชราภรณ์ ไชยรัตน์. (2559). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการจัดบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลนาโพธิ์ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดอุดรธานี. วารสารการบริหารท้องถิ่น, 9, 83-99.
- วิภาภัทร์ อิน้อย. (2562). ปัจจัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของผู้ใหญ่บ้านในจังหวัดร้อยเอ็ด (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิ. (2554). การนำตัวแบบทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการภาครัฐเชิงรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 1(1), 51-62.
- สมบุญ ชมพูนุดม. (2556). การบริการสาธารณะแนวใหม่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2554). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. (2558). ความรู้เกี่ยวกับการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องสำหรับประชาชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2556). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2551-2555). กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี.
- สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต. (2565). เกี่ยวกับจำนวนประชากร. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2565, จาก https://www.phuketcity.go.th/files/com_develop/2019-10_5c1773888f4d8de.pdf



- สุทิน ทัดรัตน์. (2557). การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ของตำรวจภูธรจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- สุธินี เจริญเครือ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลปากน้ำปราณ อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- สุนารี สุกิจปาณีนิจ. (2562). รูปแบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ส่งผลต่อการจัดบริการสาธารณะเชิงผลสัมฤทธิ์ของเทศบาล อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- สุรัชชา พันเลิศพาณิชย์. (2555). บริการสาธารณะกับบทบาทขององค์กรส่วนท้องถิ่น. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2565, จาก <http://www.gotoknow.org/posts/422467>
- สุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2560). การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่: กระแสหลักของการเปลี่ยนแปลงในการบริหารงานภาครัฐ. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2565, จาก www.lppreru.com/.../download.php
- อุดม ทุมโฆสิต. (2556). เอกสารประกอบการสอนวิชา รอ.6004 องค์การสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Caiden, G. E. (1991). *Administrative Reform Comes of Age*. New York: Walter de Gruyter.
- Ferlie, E. et al. (1996). *The New Public Management in Action*. Oxford: Oxford University Press.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons?. *Public Administration*, 69(1), 3-19.
- Hughes, O.E. (1998). *Public management and administration* (2nded). New York: St. Martin's Press.
- Norman, F. (2002). *Public Sector Management*. London: Harvester Wheat sheaf.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rded). New York. Harper and Row Publications.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

กรณีศึกษา: ศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช

Factors Affecting Employee Performance

Case Study: Thanyarak Breast Center of Siriraj Hospital

สาลิณี ชัยวัฒนพร¹, สุนิสา พัทธมา² และ ฉันทิพย์ จำเดิมเผด็จศึก³

Salinee Chaiwattanaporn¹, Sunisa Padma² and Chantip Chamdermpadejsuk³

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด¹

นักวิจัยอิสระ²

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง³

Faculty of Business Administration and Technology, Stamford University, Thailand¹

Independent Researcher²

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand³

E-mail: salijung52@gmail.com¹, Nok-bam@hotmail.com², mysunshine899@gmail.com³

Received: 2022-09-01; Revised: 2023-03-17; Accepted: 2023-03-18

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช จำแนกตามลักษณะบุคคล/ลักษณะงาน โดยมีรูปแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ และใช้แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นกรอบการวิจัย และกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานผู้ปฏิบัติงานที่ศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช จำนวน 60 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 52 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานโดยทดสอบแบบ F-test และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่าพนักงานที่ศูนย์ถันยรักษ์โรงพยาบาลศิริราชกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี ระดับรายได้ คือ 15,001-25,000 บาท มากที่สุดและมีประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี มากที่สุด นอกจากนี้ผลการวิจัยตอบ 1) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช จำแนกตามลักษณะงานทั้ง 6 ด้านในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.12$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านความมั่นคง ($\bar{x} = 3.526$) ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว ($\bar{x} = 3.526$) ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ($\bar{x} = 3.199$) ด้านนโยบายและการบริหารงาน ($\bar{x} = 3.115$) ด้านโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{x} = 2.705$) ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{x} = 2.686$) 2) ปัจจัยลักษณะงานมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ



ความสำคัญ ดังนี้ ด้านนโยบายและการบริหารอยู่ในระดับมาก ($r = 0.752$) ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว ($r = 0.639$) ด้านความมั่นคง ($r = 0.623$) ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ($r = 0.450$) ด้านโอกาสความก้าวหน้าทางการเงิน (0.412) และด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ($r = 0.365$) โดยผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะว่า บริหารควรส่งเสริมในด้านความรู้ความสามารถและทักษะต่างๆ ของบุคลากรให้มีความรู้ความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ และควรสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากรเพื่อประโยชน์สำหรับองค์กรต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, ศูนย์ถันยรักษ์, โรงพยาบาลศิริราช

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the factors related to the performance of the employee's Breast Care Center, Siriraj Hospital, and (2) to study the efficiency of the performance of employees at Siriraj Hospital Breast Care Center by the individual/job, Center for Breast Care Employee Hospital. Research methods using survey research including population practitioners Breast Care Center, Siriraj Hospital, 60 determining sample of 52 patients using a questionnaire as a research tool. Data were analyzed using descriptive statistics frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics to f-test and Pearson correlation analysis.

Results research found that in employee Breast Care Center, Siriraj Hospital, the majority were females aged between 25 and 35. Education Level Bachelor's Degree is mostly income level 15,001 to 25,000 baht, and most have as 5-10 years of work experience as possible. In addition, the research results answered Objective 1, the work efficiency of the staff of the Thanyarak Center. Siriraj Hospital Classified by job characteristics, all six aspects were moderate ($\bar{x} = 3.12$). In the middle to a high level, Ranked in order of importance as follows: Security ($\bar{x} = 3.526$), work-life balance ($\bar{x} = 3.526$), relationship with supervisors ($\bar{x} = 3.199$), policy and administration ($\bar{x} = 3.115$), career advancement opportunities ($\bar{x} = 2.705$), compensation and welfare ($\bar{x} = 2.686$). Objective No. 2, job type factors were related to operational efficiency by prioritizing them in order of importance: Policy and administration were at a high level ($r = 0.752$), work. -life balance ($r = 0.639$), security ($r = 0.623$), compensation and welfare ($r = 0.450$), advancement opportunities in finance (0.412), and about supervisors ($r = 0.365$). The researcher suggested that the results of executive research should be promoted in terms of knowledge, competence, and skill of personnel to

have knowledge and expertise in the use of various information technology and should create morale for personnel. For the benefit of the organization in the future.

Keywords: Performance Efficiency, Thanyarak Center, Siriraj Hospital

บทนำ

ปัจจุบันนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรต่างๆ ทั้งองค์การภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งถือได้ว่า พนักงานเป็นทรัพยากรที่สำคัญและเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการบริหารงานองค์การให้สามารถทำงานบรรลุเป้าหมายได้ ดังนั้นผู้บริหารงานในองค์กร ควรที่จะมีการเอาใจใส่ดูแล และกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนผู้ปฏิบัติงานก็ต้องทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการขององค์การให้อย่างเต็มศักยภาพที่ตนเองมี ซึ่งจากการศึกษาของณัฐา กริทธิธ (2550) กล่าวว่า ในการบริหารงานของหน่วยงาน องค์การและสถาบันต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทรัพยากรบุคคลในหน่วยงานนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก องค์ประกอบหนึ่งที่จะทำให้หน่วยงานนั้น ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทรัพยากรในองค์การซึ่งประกอบด้วย (1) คน (2) เงิน (3) วัสดุ (4) อุปกรณ์ (5) อาคารสถานที่ (6) เทคโนโลยีที่มีบทบาทที่สำคัญยิ่งและสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ (2556) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานนั้น จะต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญ คือ (1) ปัจจัยทางด้านแรงจูงใจหรือความพึงพอใจในการทำงาน (2) ปัจจัยทางด้านทัศนคติและความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน (3) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะที่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน เป็นต้น

มูลนิธิถันยรักษ์ ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ได้จัดตั้งศูนย์ถันยรักษ์ขึ้นที่โรงพยาบาลศิริราช โดยความร่วมมืออย่างดียิ่งของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เปิดให้บริการตรวจวินิจฉัยเต้านมครบวงจร ตั้งแต่วันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2538 และเป็นสถานที่ให้การอบรมแก่แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ในเรื่องการวินิจฉัยมะเร็งเต้านม ด้วยความพร้อมทุกด้าน ได้แก่ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยได้มาตรฐานสากล ระบบควบคุมคุณภาพและประกันคุณภาพ เป็นแห่งแรกในประเทศไทย รวมทั้งมีรังสีแพทย์พยาบาล และเจ้าหน้าที่รังสีเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญ ตลอดจนการบริการอย่างมีคุณภาพ จึงทำให้ปัจจุบันศูนย์ถันยรักษ์ มีผู้มาใช้บริการกว่า 100,000 คน และได้รับความสนใจจากโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนส่งแพทย์และเจ้าหน้าที่รังสีเทคนิคเข้ามาศึกษาและดูงานเป็นจำนวนมาก ยิ่งไปกว่านั้นยังร่วมกับคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ทำการศึกษาวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการป้องกันและรักษามะเร็งเต้านมของ ผู้หญิงไทย ซึ่งศูนย์ถันยรักษ์ มีความตระหนักดีว่าในบรรดาทรัพยากรทางการบริหารทั้งหมดคนเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด ดังนั้นการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญมากทั้งในด้านการทำให้องค์การมีความมั่นคงและเจริญก้าวหน้าอันเป็นผลมาจากประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารทรัพยากรบุคคล การบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นองค์ประกอบและกระบวนการหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อระบบ

การบริหารอื่น ๆ ได้มาก หากมีระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีย่อมจะทำให้การบริหารงานในระบบต่าง ๆ ประสบความสำเร็จตามไปด้วย (ศูนย์ถันยรักษ์, 2537)

อนึ่ง ลักษณะการบริหารงานของมูลนิธิถันยรักษ์ (ศูนย์ถันยรักษ์, 2556) ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี พบว่าประสบปัญหาหลายด้านซึ่งถือว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ปัญหาด้านภาระงาน คือ ผู้ปฏิบัติงานที่จบมาใหม่นั้น ยังขาดความรู้ และทักษะเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน รวมถึงขาดการนิเทศงานหรือสอนงานจากผู้ปฏิบัติงานรุ่นก่อนหน้า อันจะส่งผลให้ผู้เข้ามาทำงานใหม่ เกิดความท้อแท้และมีทัศนคติในด้านลบต่อภาระงานที่ตนเองปฏิบัติ และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และทำให้พนักงานส่วนหนึ่ง ลาออก เป็นต้น 2) ปัญหาการขาดการวางแผนการทำงานเป็นทีม โดยทางมูลนิธิถันยรักษ์ฯ ไม่มีการดำเนินการในการวางแผนการทำงานเป็นทีม และมีการบริหารองค์การไม่เป็นแบบแผนราบ เพราะทางมูลนิธิถันยรักษ์ฯ เป็นองค์การที่มีขนาดใหญ่พอสมควร จึงมีการจัดองค์การเป็นลำดับขั้น ซึ่งในการทำงานของพนักงานจำนวนมาก ย่อมมีการจัดลำดับขั้นของบุคคล คือ ระดับหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชากับลูกน้องหรือผู้ใต้บังคับบัญชา และยังมีความสัมพันธ์ทางด้านข้างในแนวราบเดียวกัน เกิดความล่าช้าต่อการปฏิบัติงาน เป็นต้น 3) ปัญหาการขาดการส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยทางมูลนิธิถันยรักษ์ฯ ไม่มีการจัดการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงาน และพนักงานไม่มีใครที่จะเสนอแนะความคิดเห็นเกี่ยวกับงานต่างๆ เพราะพนักงานต่างคนต่างคิดว่า จะต้องทำงานตามหน้าที่ของตนเองเท่านั้น ซึ่งการปฏิบัติเช่นนี้ ถือได้ว่า เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมในการปฏิบัติงานทั้งระบบได้ 4) ปัญหาพนักงานและหัวหน้าหน่วยงาน ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ของการทำงานร่วมกันหรือขาดการบูรณาการ เพราะผู้ปฏิบัติงานทุกคนคิดว่า “หากตนเองปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างถูกต้อง ก็ไม่น่าจะก่อปัญหาให้เกิดขึ้นกับเพื่อนร่วมงานคนอื่น รวมถึงงานที่ทำก็จะมีประสิทธิภาพ” เป็นต้น

ผู้ศึกษาในฐานะที่เป็นผู้ปฏิบัติงานในองค์การแห่งนี้ จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์โรงพยาบาลศิริราช เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์การในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช จำแนกตามลักษณะบุคคล/ลักษณะงาน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช

สมมติฐานการศึกษา

1. พนักงานศูนย์ถันยรักษ์ที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

2.ปัจจัยลักษณะงาน มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานพนักงานศูนย์อนุรักษ์ที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

สลิต คำลาเลียง (2555) ได้ให้ความหมายต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ มวลมนุษย์ และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงานนั้น ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการบริการให้กับประชาชน โดย พิจารณาจาก (1) การให้บริการอย่างเท่าเทียม (2) การให้บริการอย่างรวดเร็วและทันเวลา (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (4) การให้บริการอย่างก้าวหน้า

ทิพาวิดี เมฆสุวรรณ (2555) กล่าวถึง ความหมายของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง ประสิทธิภาพมีความหมายรวมถึงผลิตภาพ และประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติ ตามแต่วัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา คือ (1) ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนของการผลิต ได้แก่ การใช้ทรัพยากรการบริหาร คือ คน เงิน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอย่างประหยัด คุ่มค่า และ เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด (2) ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการการบริหาร ได้แก่ การทำงาน ที่ถูกต้องได้มาตรฐาน รวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีที่สะดวกกว่าเดิม (3) ประสิทธิภาพในมิติของผลผลิตและผลลัพธ์ ได้แก่ การทำงานที่มีคุณภาพเกิดประโยชน์ต่อสังคม เกิดผลกำไร ทันเวลา ผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีต่อการทำงานและบริการเป็นที่พอใจของลูกค้า หรือผู้มารับบริการ

กัญญนันท์ ภัทรสรณ์ศิริ (2555) ได้ให้ความหมายของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานไว้ว่า ในการทำงานและบริหารงานมีปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ คือ ความพึงพอใจในการทำงาน ทั้งนี้เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการบริหารงานบุคคล ซึ่งจะเป็แรงผลักดันให้บุคคลทำงานด้วยความกระตือรือร้นและด้วยความสมัครใจอันจะมีผลทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายและเกิดประสิทธิภาพในที่สุด บุคคลในองค์การจะทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงหรือต่ำ เป็นผลมาจากความพึงพอใจในการทำงานของแต่ละคน ซึ่งสามารถตรวจวัดได้จากคุณภาพผลผลิตปริมาณงาน และบรรยากาศในการทำงาน องค์การใดก็ตามที่บุคลากรมีความพึงพอใจน้อย องค์การนั้นจะมีแต่ปัญหาเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาพัฒนางานไม่ได้ ในทางตรงกันข้าม องค์การใดที่บุคลากรองค์การมีความพึงพอใจสูง องค์การนั้นก็จะมีความมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง

ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การดำเนินงานตามกิจกรรม หรือตามภาระงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จมากที่สุดซึ่งประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้น จะมีผลหรือองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่าง ๆ เช่น การใช้ทรัพยากรทั้งคนและอุปกรณ์ได้อย่างเหมาะสม คุ่มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งมีการนำเทคนิคต่าง ๆ เข้ามาใช้เพื่อช่วยลดขั้นตอนการทำงานลงและเกิดความสะดวกมากขึ้นงานต่าง ๆ สามารถเสร็จได้ทันตามกำหนดเวลาที่วางไว้ และเกิดการสูญเสียต่อทรัพยากรน้อยที่สุด

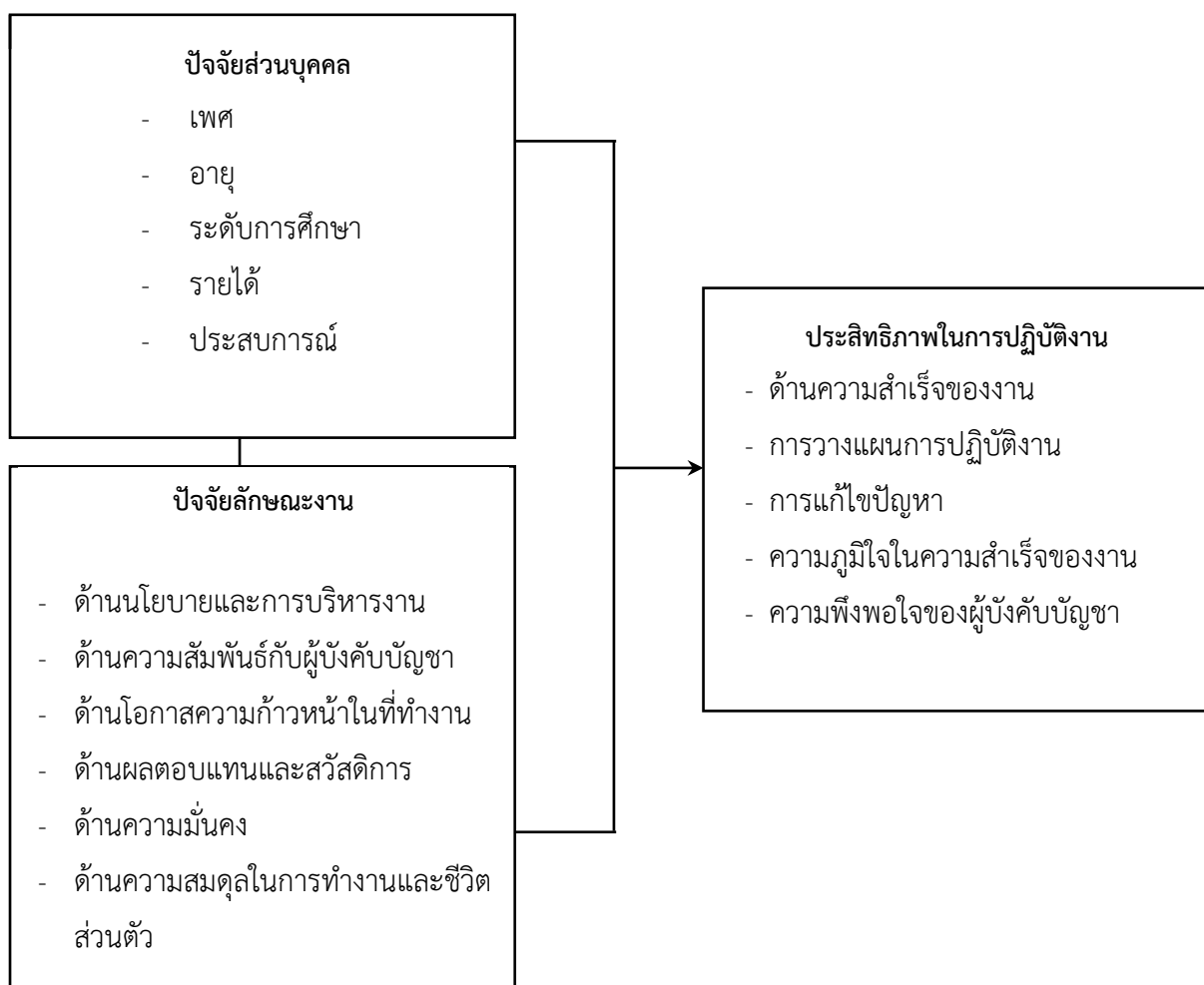


แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

นอกจากนี้ วิพุธ อ่องสกุล (2555) ได้มีแนวคิดเกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อดีตปัจจุบันอนาคต ซึ่งในอดีตนั้น แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเน้นที่ “คน” เป็นปัจจัยที่สำคัญ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) Work Simplification (2) Time And Motion Study (3) Ergonomics ส่วนในปัจจุบันนั้น จะมีการเปลี่ยนแนวคิดการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานไปเน้นที่ “กระบวนการ” แทนที่จะมีการพัฒนานคน ซึ่งสามารถใช้หลักการของ Process Improvement And Reengineering หรือการใช้หลักการประกันคุณภาพที่กระบวนการ TQM Six Sigma และหลักการของการพัฒนาบุคลากร รวมถึงการเน้นความร่วมมือของบุคลากรในองค์กรในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อเป็นการสร้างความเป็นผู้นำและผู้พัฒนาในองค์กรเพื่อการเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น ซึ่งในการปฏิบัติงานจะดีมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับผู้ปฏิบัติว่า จะได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งภายนอกและภายในมากน้อยเพียงใด ซึ่งถ้าผู้ปฏิบัติงานได้รับการตอบสนองมาก การปฏิบัติงานก็ย่อมมีประสิทธิภาพมากด้วยเช่นกัน โดยความต้องการภายนอกจะประกอบด้วย (1) รายได้หรือค่าตอบแทน (2) ความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน (3) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (4) ตำแหน่งหน้าที่ และความต้องการภายใน ประกอบด้วย (1) ความต้องการเข้าห่มุคณะ (2) ความต้องการแสดงความจงรักภักดี ความเป็นเพื่อนและความรักใคร่ เป็นต้น นอกจากนี้ ภูวนัย เกษมบุญชู (2550) นำเอาหลักการ 7S ของแมคคินซี (McKinsey 7 S Framework) คือ (1) กลยุทธ์ (Strategy) (2) โครงสร้าง (Structure) (3) ระบบ (System) (5) บุคลากร (Staff) (6) ความสามารถ (Skill) (7) ค่านิยม (Share Value) มาใช้เพราะถือได้ว่าเป็นแนวคิดที่สามารถใช้ได้กับเกือบทุกปัญหาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กรหรือทีมงาน โดยการนำ 7S ไปใช้วิเคราะห์ และปิดช่องว่างของความขัดแย้งและการทำงานแบบไม่มีประสิทธิภาพนั้นๆ เพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขาทั้งหมดสนับสนุนให้เกิดเป้าหมายร่วมกันและสร้างคุณค่าให้กับองค์กรและพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงสุด

กรอบแนวคิด

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะกำหนดกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์รักษารักษา โรงพยาบาลศิริราช โดยบูรณาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถแสดงได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากการศึกษาตัวแปรตามกรอบแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษามาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสมพิศ สุขแสน (2555); ญัตฐา กรีหิรัญ (2550) และสำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ (2556) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสังเคราะห์ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ (1) ปัจจัยทางด้านลักษณะบุคคล (2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน (3) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ฉันทนรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา โดยขอบเขตของเนื้อหาประกอบด้วย (1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านโอกาสความก้าวหน้าในที่ทำงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความมั่นคง ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว (2) ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร ด้านความรู้ตามภาระ



งานด้านความถูกต้องของงาน ด้านภาระงานที่ได้รับมอบหมาย ด้านกระบวนการในการทำงาน ด้านทรัพยากร และสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน และด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช จำนวน 60 คน โดยมีวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 52 คน โดยสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) เนื่องจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลในการตอบที่มีความสำคัญและต้องให้ผู้ตอบสนใจในการให้ข้อมูลแบบสอบถาม การสมัครใจในการให้ข้อมูลของการวิจัย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นจากแนวความคิดและผลงานการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการแบบตัวเลือก (Checklist) แบ่งได้เป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของปัจจัยทางด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษารายได้ ประสบการณ์ในการทำงาน ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ทำงาน ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ (Likert's rating scale) โดยค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุดไปจนถึงค่าเฉลี่ย 1.00- 1.49 แสดงว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด

งานวิจัยนี้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยนำข้อคำถามมาจากตัวแปรงานวิจัยและตรวจสอบความ การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คำนวณค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) อยู่ ระหว่าง 0.5-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่าง และ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ระดับ 0.70 ถือว่าเป็นแบบสอบถามที่เหมาะสมในการนำไปใช้ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง (Kajornnatthapol et al., 2020)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ข้างต้นและนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล มาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อนำข้อมูลมาสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติพื้นฐานการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยนำมาเพื่อบรรยายคุณสมบัติ หรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูลตัวแปร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยการหาความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

2) สถิติการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบจากโปรแกรม SPSS สถิติทดสอบที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้ ได้แก่ ทดสอบ T และทดสอบ F และสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจ กับปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	4	7.69
หญิง	48	92.31
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	1	1.92
25-35 ปี	41	78.85
36-45 ปี	7	13.46
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	3	5.77
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	3.85
ปริญญาตรี	43	82.69
ปริญญาโท	7	13.46
ระดับรายได้		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	14	26.92
15,001-25,000 บาท	21	40.38
25,001-35,000 บาท	13	25.00
มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	4	7.69
ประสบการณ์ในงาน		
ต่ำกว่า 5 ปี	17	32.69
5-10 ปี	23	44.23
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	12	23.08

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยนี้ จำนวน 52 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 92.31 มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 78.85 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 82.69 มีระดับรายได้ คือ 15,001-25,000 บาท มากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38 ประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี มากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 44.23



ตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยลักษณะงาน โดยภาพรวม

ปัจจัยลักษณะงาน	N=52		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านนโยบายและการบริหารงาน	3.115	0.660	ปานกลาง
2. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	3.199	0.684	ปานกลาง
3. ด้านโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	2.705	0.818	ปานกลาง
4. ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	2.686	0.748	ปานกลาง
5. ด้านความมั่นคง	3.526	0.634	มาก
6. ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว	3.526	0.665	ปานกลาง
ภาพรวมข้อมูลด้านปัจจัยลักษณะงาน	3.122	0.455	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าภาพรวมข้อมูลด้านปัจจัยลักษณะงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.122$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้

(1) ปัจจัยลักษณะงานด้านความมั่นคง ($\bar{x} = 3.526$) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการปฏิบัติงานตามที่ตนนัดจะทำงานมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ($\bar{x} = 3.769$) และหากทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบในหน้าที่จะทำให้ท่านมีกำลังใจในการทำงานต่อไป ($\bar{x} = 3.692$) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ หากท่านประสบปัญหาในการทำงานจะได้รับความช่วยเหลือจากองค์กร ($\bar{x} = 3.115$) อยู่ในระดับปานกลาง

(2) ปัจจัยลักษณะงานด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว ($\bar{x} = 3.526$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าคุณภาพร่างกายที่แข็งแรง ($\bar{x} = 3.692$) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านสามารถแบ่งเวลาให้กับการทำงานและให้กับชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 3.538$) และท่านมีความสุขในชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ($\bar{x} = 3.346$) อยู่ในระดับปานกลาง

(3) ปัจจัยลักษณะงานความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ($\bar{x} = 3.199$, $SD = 0.684$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าคุณและผู้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ($\bar{x} = 3.327$) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ท่านได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือ และสอนงานเป็นอย่างดีในการทำงานจากผู้บังคับบัญชาโดยตรง ($\bar{x} = 3.154$) และท่านได้รับมอบหมายงานที่มีความสำคัญ และมีความรับผิดชอบมากขึ้นตามอายุงานและเงินเดือน ($\bar{x} = 3.115$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

(4) ปัจจัยลักษณะงานด้านนโยบายและการบริหารงาน ($\bar{x} = 3.115$, $SD = 0.660$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าคุณโครงสร้างขององค์กรในปัจจุบัน เป็นโครงสร้างที่เป็นระบบ และนำไปสู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 3.154$, $SD = 0.872$) การมีส่วนร่วมในการประชุมกำหนดนโยบายและการบริหารงาน จะทำให้ท่านเกิดความเข้าใจในงาน และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 3.115$) และองค์กรมีการกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในทุกๆ ด้าน ($\bar{x} = 3.019$) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

(5) ปัจจัยลักษณะงานด้านโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{x} = 2.705$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การฝึกอบรมภายใน หรือภายนอกองค์กร ($\bar{x} = 2.962$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ การบรรจุ แต่งตั้ง หรือการเลื่อนตำแหน่งในหน่วยงานของท่าน ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ($\bar{x} = 2.596$) และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อพิจารณาขึ้นเงินเดือนมีความยุติธรรมและเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 2.558$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

(6) ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{x} = 2.686$) ตามลำดับอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การบรรจุ แต่งตั้ง หรือการเลื่อนตำแหน่งในหน่วยงานของท่าน ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นหลัก ($\bar{x} = 2.846$) และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อพิจารณาขึ้นเงินเดือนมีความยุติธรรมและเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 2.635$) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ท่านได้รับการสนับสนุนให้มีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เช่น การฝึกอบรมภายใน หรือภายนอกองค์กร ($\bar{x} = 2.577$) อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช	N=52		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความสำเร็จของงาน	3.529	0.667	มาก
2. ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน	2.936	0.784	ปานกลาง
3. ด้านการแก้ไขปัญหา	3.128	0.565	ปานกลาง
4. ด้านความภูมิใจในความสำเร็จของงาน	3.404	0.891	ปานกลาง
5. ด้านความพึงพอใจของผู้บังคับบัญชา	2.760	0.696	ปานกลาง
ภาพรวมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	2.760	0.696	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานข้อมูลด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.760$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้

1. ด้านความสำเร็จของงาน ($\bar{X} = 3.529$) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า งานที่กลุ่มตัวอย่างได้รับมอบหมาย มักจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ($\bar{X} = 3.558$) รองลงมา กลุ่มตัวอย่างสามารถวางแผนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้ ($\bar{X} = 3.500$) อยู่ในระดับมาก

2. ด้านความภูมิใจในความสำเร็จของงาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความภูมิใจในความสำเร็จของงานที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติ ($\bar{X} = 3.404$) อยู่ในระดับปานกลางด้านการแก้ไขปัญหา ($\bar{X} = 3.128$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

3. การแก้ไขปัญหา ($\bar{X} = 3.128$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ จนทำให้งานประสบความสำเร็จได้ ($\bar{X} = 3.750$) อยู่ในระดับมาก รองลงมา องค์การของกลุ่มตัวอย่างมีการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีมีมาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

($\bar{X} = 2.981$) และองค์การของกลุ่มตัวอย่างสามารถลดค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน แต่ยังคงคุณภาพของการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 2.654$) อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4. ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 2.936$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า องค์การของกลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนตามหลักการปฏิบัติงาน ในแต่ละหน้าที่ เพื่อให้้องค์การทำหน้าที่ได้อย่างราบรื่นและบรรลุจุดมุ่งหมาย ($\bar{X} = 3.019$) รองลงมาบุคลากรในองค์การของกลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามกฎและวินัยต่างๆ ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 2.904$) และองค์การมีการพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานและกำหนดเวลาปฏิบัติงานที่ชัดเจน ($\bar{X} = 2.885$) อยู่ในระดับปานกลาง

5. ความพึงพอใจของผู้บังคับบัญชา ($\bar{X} = 2.760$) อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้บังคับบัญชา มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่าง ($\bar{X} = 3.038$) รองลงมาองค์การของกลุ่มตัวอย่างมีการบริหารงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์สูงสุด ($\bar{X} = 2.962$) และองค์การมีระบบการบริหารงานแบบมุ่งเน้นการปฏิบัติงานที่มีมาตรฐานเป็นระบบมีความถูกต้องและเป็นลายลักษณ์อักษร ($\bar{X} = 2.760$) อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

พนักงานศูนย์ถ่วงยรัักษ์ที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

สมมติฐาน	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้		ประสบการณ์	
	T-Test	Sig.	F-test	Sig.	F-test	Sig.	F-test	Sig.	F-test	Sig.
ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	-2.695	0.010*	1.032	0.387	1.772	0.181	1.024	0.390	0.012	0.988

*หมายถึงระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สามารถอธิบายได้ดังนี้ ความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประสบการณ์การทำงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปฏิเสธผลการทดสอบตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

อย่างไรก็ตามความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านเพศมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($\text{Sig}=0.010$) แสดงให้เห็นว่ายอมรับผลการทดสอบตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยลักษณะงาน	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน		
	ค่า ความสัมพันธ์ (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ด้านนโยบายและการบริหารงาน	0.752**	0.000	มาก
ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.365**	0.008	ปานกลาง
ด้านโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0.412**	0.002	ปานกลาง
ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ	0.450**	0.001	ปานกลาง
ด้านความมั่นคง	0.623**	0.000	ปานกลาง
ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว	0.639**	0.000	ปานกลาง

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถอธิบายได้ดังนี้ ปัจจัยลักษณะงานมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยยอมรับการทดสอบตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ตั้งรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านนโยบายและการบริหารงาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($r = 0.752$)
2. ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.365$)
3. ด้านโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ผู้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.412$)
4. ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.450$)
5. ด้านความมั่นคง มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.623$)
6. ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.639$)

อภิปรายผล

1. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวข้องต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานศูนย์ถันยรักษ์ โรงพยาบาลศิริราช พบว่า



1.1 ด้านนโยบายและการบริหาร ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านนโยบายและการบริหารงานของนั้นทุกองค์กร ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญ เพราะนโยบายจะเป็นแนวทางที่ส่งผลต่อพนักงานปฏิบัติงาน เป็นการวางรากฐานที่ส่งผลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกันซึ่งได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธนิชา บัวขาว (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษาบริษัท ดรีม เซ็นเตอร์ จำกัด และงานวิจัยของยุริ ศิริชัยพัฒนา (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครหลังปรับปรุงโครงสร้างองค์กร และงานวิจัยของวันวิ รัตนสุนทร (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของผู้แทนยาบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทยาข้ามชาติ เอปซี ผลการศึกษาของทั้ง 3 ท่านเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ปัจจัยทางด้านนโยบายและการบริหารงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งในการทำงานกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีความแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยทางด้านนโยบายและการบริหารงาน เป็นปัจจัยด้านนี้ช่วยให้พนักงานยังคงทำงานอยู่และรักษาพนักงานไว้ไม่ให้ออกไปทำงานที่อื่น เมื่อไม่ได้จัดให้ พนักงานจะไม่พอใจและไม่มีความสุขในการทำงานของเพิ่มมากขึ้น

1.2 ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก เพราะการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร จะทำให้เกิดความสุขในการทำงาน ผู้บริหารหรือองค์กรจะต้องวางนโยบายเพื่อที่จะนำไปสู่การปฏิบัติงาน โดยการผ่านกระบวนการสั่งการ จากผู้บังคับบัญชาลงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา ดังนั้น การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชานั้นส่งผลในภาพรวมของการทำงานเป็นทีม ความเห็นอกเห็นใจ การได้รับความไว้วางใจ รวมถึงการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อให้งานที่ปฏิบัตินั้นราบรื่นและสัมฤทธิ์ผล ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ประกายดาว วงษ์ทองและคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกองอาคารสถานที่ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง และงานวิจัยของ ปริญญ์ สัตยธรรม (2550) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา: บริษัท วาย เอช เอส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผลการศึกษาของทั้ง 2 สองท่านเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานในบริษัทต่าง ๆ จะให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจกับผู้บังคับบัญชา โดยในหลายบริษัทที่พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นที่ต้องอาศัยปัจจัยทางด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีส่วนช่วยในการบริหารงาน เพราะในบางสายงานต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ผลงานออกมา มีประสิทธิภาพสูงสุด และปัจจัยทางด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา เป็นปัจจัยบำรุงรักษาที่จะช่วยให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.3 ด้านโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านโอกาสและความก้าวหน้าในหน้าที่การงานต้องขึ้นอยู่กับงานที่ปฏิบัติอยู่นั้นเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะรวมถึงประสบการณ์แสดงออกเพียงใด อีกทั้งโอกาสในการทำงานที่สังคมยอมรับว่ามีงานที่ปฏิบัติอยู่มีความสำคัญต่อองค์กร โดยผู้บริหารหรือองค์กรจะต้องให้ความสำคัญไม่ว่าจะเป็นในแง่การศึกษา การฝึกอบรม การพัฒนา การทำงานในสายงานที่ทำ สิ่งเหล่านี้จะบ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตที่

ทำให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่นั้นทำได้เต็มศักยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประกายดาว วงษ์ทองและคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกองอาคารสถานที่ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง และงานวิจัยของยุรี ศิริชัยพัฒนา (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครหลังปรับปรุงโครงสร้างองค์กร อีกทั้งงานวิจัยของวันวิ รัตนสุนทร (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการทำงานของผู้แทนยา บริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทยาข้ามชาติ เอปียี ผลการศึกษาของทั้ง 3 ท่านเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ความก้าวหน้าในการทำงาน เป็นปัจจัยที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานได้ เพราะพนักงานทุกคนย่อมมีความต้องการที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับมาสโลว์ (2555) ที่ได้กล่าวถึง แนวคิดความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์ ซึ่งได้กล่าวว่า ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เมื่อความต้องการทางสังคมได้รับการตอบสนองแล้ว คนเราจะต้องการสร้างสถานภาพของตัวเองให้สูงขึ้น มีความภูมิใจและสร้าง การนับถือตนเอง ขึ้นชมในความสำเร็จของงานที่ทำ ความรู้สึกมั่นใจในตัวเองและเกียรติยศ ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ ยศ ตำแหน่ง ระดับเงินเดือนที่สูง งานที่ท้าทาย ได้รับการยกย่องจากผู้อื่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน โอกาสแห่งความก้าวหน้าในงานอาชีพ เป็นต้น

1.4 ผลตอบแทนและสวัสดิการ ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการถือเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เพราะการที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับค่าจ้าง เงินเดือน ค่าตอบแทน หรือสวัสดิการผลประโยชน์อื่นๆ ที่เพียงพอส่งผลต่อการปฏิบัติงานเช่นกัน ซึ่งหากได้รับอย่างเพียงพอ และใช้อย่างพอเพียง ก็สามารถมีชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และอีกทั้งต้องเป็นธรรมอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตราพัชร กิรตินันท์ เจตน์ (2556) ศึกษาแบบการจัดสวัสดิการที่พึงประสงค์ของพนักงาน บริษัท เอ็น เอช เค พรินซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการที่บริษัทจัดให้นอกจากที่กฎหมายกำหนด สวัสดิการที่เป็นตัวเงิน โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ที่สำคัญคือ การมีค่าอาหารกรณีทำงานล่วงเวลา มีเงินกู้เพื่อการเคหะ-สงเคราะห์และมีเงินช่วยเหลือกรณีเสียชีวิต สวัสดิการที่ไม่เป็นตัวเงิน มีการตรวจสุขภาพ ประจำปีมีการจัดทำประกันชีวิตเป็นกลุ่มมีการให้บริการรถรับ-ส่งพนักงานบริษัทและการให้โอกาสพนักงาน ศึกษาดูงานต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์สิริ ทองปั้น (2554) ศึกษาเรื่องลักษณะการทำงาน ค่าจ้างและสวัสดิการที่ได้รับ ตลอดจนความพึงพอใจต่อค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานฝ่ายผลิตในโรงงานอิเล็กทรอนิกส์จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า การได้รับสวัสดิการด้านต่าง ๆ เช่น การอบรมความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ รวมถึงชุดทำงาน การเบิกค่ารักษาพยาบาลของตนเองและครอบครัว การทำประกันชีวิต การสมทบเงินเข้ากองทุน ประกันสังคมและกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แรงงานกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจด้านสวัสดิการ 3 อันดับแรก คือ ด้าน การช่วยเหลือ การออมของลูกจ้างในรูปการสมทบเงินเข้ากองทุนประกันสังคม และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ

1.5 ความมั่นคง ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความมั่นคงของมนุษย์นั้นทุกคนล้วนแล้วแต่แสวงหาความมั่นคงเพราะ ถือว่าความมั่นคงเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยว

ทั้งร่างกายและจิตใจ เพราะความมั่นคงจะสร้างรากฐานในการดำรงชีวิตของคนได้เป็นอย่างดี ปลอดภัย และมีความสุข ซึ่งนอกจากงานที่ทำนั้นจะช่วยเพิ่มพูนความรู้และความสามารถ รวมถึงประสบการณ์ที่ได้รับแล้ว ผู้บริหารหรือองค์กรยังมีส่วนช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสทางความก้าวหน้า และมีความมั่นคงในอาชีพ พร้อมทั้งโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น อันจะนำไปสู่การยอมรับจากสังคมเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Maslow (2555) พบว่า สิ่งที่มีมนุษย์ทุกคนต้องการมาก คือ ความเชื่อมั่นและความมั่นคงในการทำงาน และมนุษย์ทุกคนมักจะแสวงหาความมั่นคงทั้งทางด้านหน้าที่การงาน และความมั่นคงในด้านอื่น ๆ เช่น ความต้องการความมั่นคงในด้านความปลอดภัยในชีวิตในการปฏิบัติงาน เป็นต้น นอกจากความมั่นคงในการทำงานแล้ว ความมั่นคงในการดำรงชีวิตก็เป็นสิ่งสำคัญ

1.6 ความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านความสมดุลในการทำงานและชีวิตส่วนตัว ทั้ง 2 สิ่ง ต้องคู่ขนานไปพร้อมกัน เพราะชีวิตส่วนตัวก็ถือว่าเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่สามารถส่งผลต่อการทำงาน เพราะหากเราไม่สามารถจัดระเบียบของชีวิตได้ ย่อมส่งผลกระทบต่องานที่ทำ หากชีวิตส่วนตัวถูกวางแผนดี ดำเนินชีวิตอย่างมีแบบแผน ส่งผลดีต่อการทำงานปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น ซึ่งหากผู้บริหาร/องค์กรเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ชีวิตในการทำงานและชีวิตส่วนตัวนอกองค์กรอย่างสมดุล ไม่ได้รับความกดดันจากการปฏิบัติงานมากเกินไป โดยสามารถกำหนด หรือวางระเบียบอย่างง่าย อาทิ กำหนดชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม เพื่อหลีกเลี่ยงความกดดัน หรือความเคร่งเครียดอยู่กับงานจนไม่มีเวลาส่วนตัว หรือไม่มีเวลาในการใช้ชีวิตส่วนตัวอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิศาชล เรืองชู (2557) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีในองค์กรของพนักงานธนาคารต่างชาติแห่งหนึ่งในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า พนักงานมีความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวอยู่ในระดับดี โดยพนักงานสามารถแบ่งเวลาในการทำงาน เวลาส่วนตัว และเวลาให้กับครอบครัวได้อย่างเหมาะสม พนักงานสามารถวางแผนในกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตไว้ล่วงหน้าได้ และพนักงานมีเวลาพักผ่อนและดูแลสุขภาพตัวเองได้อย่างเพียงพอ ดังนั้น การสามารถบริหารจัดการเวลาให้เกิดความยืดหยุ่นในการทำงานที่เหมาะสมนั้น จะส่งผลให้พนักงาน สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมีผลการปฏิบัติงานที่ดีต่อตัวเองและองค์กรได้ดี นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของชนกันต์ เหมือนทัพ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน เนื่องจากหากพนักงานมีปัญหาในสถานที่ทำงานและขาดความสมดุลในชีวิตส่วนตัว จะส่งผลให้พนักงานเหล่านั้นเกิดการขาดสมาธิในการปฏิบัติงาน

2. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ศูนย์ถันยรักษ์ รพ. ศิริราช จำแนกตามลักษณะบุคคล/ลักษณะงาน ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน อันเป็นผลมาจากภาระงานของศูนย์ถันยรักษ์ กลุ่มตัวอย่างที่เพศชาย จะมีจำนวน 4 คนเท่านั้น และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่จะปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ขับรถ จึงเป็นเหตุผลทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นแตกต่างกับเพศชาย และเมื่อพิจารณาถึงภาระงานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และ

ประสบการณ์ในการปฏิบัติ มีความไม่แตกต่างกัน อันเป็นผลมาจากหน่วยงานหรือศูนย์อนุรักษ์ ยังมีได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานเท่าที่ควร เช่น ด้านนโยบายและการบริหารงาน ที่ยังไม่เอื้อต่อการสนับสนุนให้ปฏิบัติงานเกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน รวมถึงอัตราผลตอบแทน และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีข้อจำกัดในหลายด้าน รวมถึงภาระงานบางประเภท พนักงานไม่สามารถที่จะเลื่อนขั้นหรือเลื่อนตำแหน่ง รวมถึงปรับฐานเงินเดือนได้ จึงเป็นเหตุทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานลดลงอยู่ในระดับน้อยถึงระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) ด้านบริหารบุคลากร ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ควรส่งเสริมในด้านความรู้ความสามารถและทักษะต่าง ๆ ของบุคลากร ให้มีความรู้ความชำนาญในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ และควรสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากร เพื่อให้บุคลากรหรือพนักงานเกิดความพยายามในการปฏิบัติหน้าที่ภารกิจเกิดผลดีต่อการบริหารและการปฏิบัติงานอย่างสูงสุด
- 2) ด้านการปฏิบัติงานของพนักงานนั้น ศูนย์อนุรักษ์ควรมีการนำเอาเทคโนโลยีทันสมัยมาช่วยในการดำเนินการในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้พนักงานเกิดความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการปฏิบัติงาน
- 3) ด้านการสร้างขวัญกำลังใจ ศูนย์อนุรักษ์ควรมีการออกแบบระบบการประเมินรูปแบบใหม่เพื่อให้พนักงานที่ปฏิบัติงานสามารถปรับฐานเงินเดือนตามระดับความรู้ และทักษะที่เพิ่มขึ้น รวมถึงจะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นให้พนักงานคนอื่นได้มีการพัฒนาความรู้ และทักษะ อันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของศูนย์อนุรักษ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรให้มีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นนอกเหนือจากนี้ ที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เพื่อให้มีการศึกษาได้ครบถ้วนและพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์การ
- 2) ควรศึกษาวิจัย ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์การ
- 3) ควรศึกษาพฤติกรรมการบริหารงานของผู้บังคับบัญชาในระดับต่าง ๆ ว่ามีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- จิตราพัชร กิรตินันท์เจตน์. (2556). รูปแบบการจัดสวัสดิการที่พึงประสงค์ของพนักงาน บริษัท เอ็น เอชเคพีรีซิชั่น (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ชนกันต์ เหมือนทัพ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม, 4(2), 103-120.
- พิมพ์สิริ ทองปิ่น. (2554). การศึกษาค่าจ้างและสวัสดิการของพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จังหวัดลำพูน (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



- ณัฏฐา กริทธิธัญ. (2550). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธนิชา บัวขาว. (2548). ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน: กรณีศึกษาบริษัท ดรีม เซ็นเตอร์ จำกัด (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- นิศาชล เรืองชู. (2557). คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีในองค์กรของพนักงานธนาคารต่างชาติแห่งหนึ่งในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ .
- ประกายดาว วงษ์ทอง และคณะ. (2552). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกองอาคารสถานที่ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ค้นเมื่อ 18 มกราคม 2557, จาก <http://www.km.ru.ac.th/building/pradoc>
- ปริญญา สัตยธรรม.(2550). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณศึกษา : บริษัท วาย เอช เอส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภูวนัย เกษมบุญชู.(2550).ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการกองทัพอากาศ: ศึกษากรณีข้าราชการสังกัดกองเรือภาคที่ 1 (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยุริ ศิริชัยพัฒนา.(2548).ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครหลังปรับปรุงโครงสร้างองค์การ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วันวิ รัตนสุนทร.(2548). ความพึงพอใจในการทำงานของผู้แทนยาบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทยาข้ามชาติ เอปซี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิพุธ อ่องสกุล. (2555). แนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอดีต ปัจจุบัน อนาคต. อำนวยการศูนย์นวัตกรรมทางธุรกิจ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ. (2556). ทศนคติและความพึงพอใจในการทำงาน. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=315.0>
- ศูนย์ถันยรักษ์. (2537). ประวัติมูลนิธิตันยรักษ์ สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี. ค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.thanyarak.or.th/center.php>

การบริหารจัดการ และพฤติกรรมการรับรู้ และการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ป้องกัน การแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด

The Management and Cognitive Behavior and Decision Purchasing in the Equipment of Prevention the Transmission of COVID-19 in High-Risk Area

อัจฉริยา พุทธชินนอสกุล¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², อัครมณี สมใจ³, วิชิต สุรดิษฐ์⁴
และนลินี สุรดิษฐ์⁵

Atchareeya Bhuddhachinorossakul¹, Chandej Charoenwiriyaikul², Akramanee Somjai³,
Vichit Suradinkura⁴ and Nalinee Suradinkura⁵

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4,5}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4,5}

E-mail: chandej.ch@ssru.ac.th², suradinkurav@gmail.com⁴, nalinee.wachi@gmail.com⁵

Received: 2023-01-19; Revised: 2023-03-16; Accepted: 2023-03-18

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการบริการจัดการ การรับรู้และพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ควบคุมป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 (COVID19) ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยตารางเครจซี่และมอร์แกน รวมทั้งสิ้น จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่ได้จัดเตรียมไว้ กระจายไปตามแต่ละครัวเรือน ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต เขตละ 8 ครัวเรือน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า การบริการจัดการการรับรู้และพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ควบคุมป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 (COVID19) ของพื้นที่ควบคุมสูงสุดอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ไวรัสโควิด-19, การบริหารจัดการ, พื้นที่ควบคุมสูงสุด

Abstract

The purpose of this research was to study the level of management services. cognition and behavior and decision to buy protective equipment against Coronavirus 2019 (COVID19) of the highest controlled area using quantitative research methods The sample was people living in Bangkok. sample size Calculated from a simple sampling method. with Craigie and Morgan tables, a total of 400 people. Data were collected by using a questionnaire. prepared spread among each household Residents in Bangkok, 50 districts, 8 households per district,

analyzed by descriptive statistics. The results showed that Cognitive and Behavior Management Services And the decision to buy protective equipment against Coronavirus 2019 (COVID19) of the highest controlled area was at a high level.

Keywords: COVID-19, Management, High-Risk Area

บทนำ

เชื้อไวรัสโคโรนา (CoVs) มีรายงานการพบเชื้อมาตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1965 โดยสามารถติดเชื้อได้ทั้งในคน และสัตว์ เช่น หนู ไก่ วัว ควาย สุนัข แมว กระต่าย และสุกร ประกอบด้วยชนิดย่อยหลายชนิดและทำให้เกิดอาการแสดงในระบบต่าง ๆ เช่น ระบบทางเดินหายใจ (รวมถึงโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง หรือซาร์ส; SARS CoV) ระบบทางเดินอาหาร ระบบประสาท หรือระบบอื่น ๆ เชื้อไวรัสโคโรนา (CoVs) พบได้ทั่วโลก โดยในเขตอบอุ่น (temperate climates) มักพบเชื้อโคโรนาไวรัสในช่วงฤดูหนาวและฤดูใบไม้ผลิ การติดเชื้อโคโรนาไวรัสอาจทำให้เกิดอาการในระบบทางเดินหายใจส่วนบนได้ถึงร้อยละ 35 และสัดส่วนของโรคไขหวัดที่เกิดจากเชื้อโคโรนาไวรัสอาจสูงถึงร้อยละ 15 อาการติดเชื้อพบได้ในทุกกลุ่มอายุ แต่พบมากในเด็ก อาจพบมีการติดเชื้อซ้ำได้ เนื่องจากระดับภูมิคุ้มกันจะลดลงอย่างรวดเร็วภายหลังการติดเชื้อ (สมาคมโรคติดเชื้อในเด็กแห่งประเทศไทย, 2563)

รายงานข้อมูลสถานการณ์การติดเชื้อโควิด 19 ณ วันอังคารที่ 26 มกราคม 2564 ประเทศไทย ผู้ติดเชื้อสะสม 14,646 ราย (เพิ่มขึ้น 959 ราย) เป็นผู้ติดเชื้อในประเทศเพิ่มขึ้น 89 ราย เป็นผู้ติดเชื้อที่กลับจากต่างประเทศใน State quarantine เพิ่มขึ้น 22 ราย เป็นผู้ติดเชื้อจากการตรวจคัดกรองเชิงรุกวันนี้ 848 ราย ยอดผู้ติดเชื้อสะสมจากการตรวจคัดกรองเชิงรุกอยู่ที่ 5,532 ราย เสียชีวิตรวม 75 ราย ไม่มีผู้เสียชีวิตรักษาหายป่วยแล้ว 10,892 ราย ร้อยละ 74.37 มีผู้ป่วยกลับบ้านเพิ่มขึ้น 230 ราย รักษาอยู่ในโรงพยาบาล 3,679 ราย ผู้ติดเชื้อรายใหม่ภายในประเทศ 89 ราย แบ่งเป็น สมุทรสาคร 70 ราย กรุงเทพมหานคร 17 ราย สมุทรสงคราม 1 ราย อุบลราชธานี 1 ราย สำหรับผู้ติดเชื้อรายใหม่ที่เป็นผู้ที่เดินทาง มาจากต่างประเทศ เพิ่มขึ้นในวันนี้ 22 ราย และเข้า State quarantine โดยเข้ารับการรักษาที่กรุงเทพ 13 ราย ปทุมธานี 2 ราย ชลบุรี 3 ราย สมุทรปราการ 1 ราย และตาก 3 ราย

การบริหารจัดการ ของ BSI (British Standards Institution) ในภาวะการแพร่ระบาดจากโควิด-19 การบริหารจัดการเน้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ สุขภาพ และความปลอดภัยของทุกคนด้วยภารกิจนี้สถานประกอบการมีหน้าที่ในการป้องกันพนักงานจากไวรัสโควิด ซึ่งทำได้โดยการกำหนดนโยบายการจัดการสถานประกอบการ ต้องใช้นโยบายของตนเองที่เหมาะสมกับบริบทและความเสี่ยงเฉพาะของตน นอกจากนี้ปัญหาโควิดยังสามารถก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนบุคลากรได้ ภารกิจหลักของงานคือ การป้องกันพนักงานจากการเจ็บป่วยและร่วมวางแผนการเพื่อรองรับผลกระทบกรณีขาดแคลนแรงงาน ความเข้มงวดในการป้องกันเยียววขึ้นกับประเภทความเสี่ยงของกิจการ ความเข้มงวดในการมาตรการป้องกันมีความแตกต่างกันของแต่ละองค์กรตามความเสี่ยง ความเสี่ยงของกิจการแยกได้ตามกลุ่ม การจัดการตามความเสี่ยง งานความเสี่ยง

สูง 1) บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข 2) ผู้สัมผัสตรงกับผู้เดินทางจากต่างประเทศ รวมถึงผู้ประกอบการอาชีพกับชาวต่างชาติงานความเสี่ยงปานกลาง ผู้ทำงานที่สัมผัสกับบุคคลภายนอก เช่น พนักงานขาย อาจารย์ ร้านค้า และงานความเสี่ยงต่ำ ทำงานกับคนที่รู้จัก หรือพบคนแปลกหน้าน้อย โดยแนวทางสำหรับงานความเสี่ยงต่ำ ได้แก่ การจัดการงาน/บุคคล/ธุรการโดยรวม ให้ประเมินและเสนอแนวนโยบายการดำเนินการเกี่ยวกับระบบการแพร่ระบาดในเบื้องต้นเพื่อปกป้องและรักษาพนักงานทุกคน นโยบายการทำงานของพนักงานเรื่องการลา ให้ พัฒนาคำเนินการและสื่อสารเกี่ยวกับการผ่อนปรนและการป้องกันในสถานที่ทำงาน กระบวนการเฝ้าระวัง โดยพัฒนากระบวนการเฝ้าระวังการเจ็บป่วยของพนักงานที่เพื่อระบุและดำเนินการกับพนักงานมีอาการเจ็บป่วย กรณีพบพนักงานที่อาจป่วยโควิด-19 ให้จัดทำเกณฑ์ดำเนินการกรณีพบพนักงานที่อาจป่วยโควิด-19 รวมถึงการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสถานที่ของบริษัทที่สัมผัสกับกรณีที่สงสัยหรือได้รับการยืนยันโควิด-19 และการจัดการกับปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ให้มีการกำหนดเกณฑ์ไว้ ภายในหนึ่งวัน ภายในหนึ่งสัปดาห์ และภายในหนึ่งเดือน (สถาบันมาตรฐานอังกฤษ (BSI), online)

ดังนั้นผู้วิจัยพบว่า การบริหารจัดการ การรับรู้และพฤติกรรม และการตัดสินใจการซื้ออุปกรณ์อุปกรณ์ควบคุมป้องกันโควิด-19 เป็นปัจจัยสำคัญของจังหวัดความเสี่ยงสูงต่อการแพร่กระจายโควิด-19 จึงนำไปสู่การทำวิจัยเรื่องนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการ การรับรู้และพฤติกรรม และการตัดสินใจการซื้ออุปกรณ์ควบคุมป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 (COVID19) ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด

การทบทวนวรรณกรรม

พิทยา บวรวัฒนา (2556) การบริหาร หมายถึง เป็นเรื่องของการนำเอากฎหมายและนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติให้เกิดผลซึ่งเป็นหน้าที่ของข้าราชการที่จะทำงานด้วยความเต็มใจด้วยความเที่ยงธรรม และอย่างมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้

มัลลิกา ต้นสอน (2554) การบริหาร (Administration) หมายถึง การกำหนดแนวทางหรือนโยบาย การสั่งการ การอำนวยความสะดวก การสนับสนุนและการตรวจสอบให้ผู้ปฏิบัติสามารถดำเนินงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ได้ให้ความหมายการบริหารจัดการ คือ กระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหารคือ 1. การวางแผน (Planning) 2. การบริหารจัดการองค์การ (Organizing) 3. การชี้นำ (Leading) 4. การควบคุม (Controlling)

บุญทัน ดอกไธสง (2553) การบริหาร คือ การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล องค์การหรือประเทศหรือการจัดการเพื่อผลกำไรของทุกคนในองค์การ ซึ่งมีการกิจของผู้นำทางการบริหารจัดการ ปีเตอร์ เอฟ ดรัสเกอร์ Drucker (1957) เห็นว่าการบริหารจัดการ



คือ องค์การทางสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดผลผลิตเพื่อทำให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

กล่าวโดยสรุป การบริหารจัดการมีแนวคิดมาจากธรรมชาติของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคม ซึ่งจะต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่มโดยจะต้องมีผู้นำกลุ่มและมีแนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มเพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย

แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การรับรู้ไม่ได้เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดทาง พันธุกรรม แต่มีขึ้นได้ด้วยการเรียนรู้มาจากระบบการทางสังคม หรือการอยู่ร่วมกันในสังคม ของมนุษย์แต่ละคน การเรียนรู้ของคนจึงมีลักษณะธรรมชาติ เป็นไปตามรูปแบบของสังคม ที่เขามีชีวิตอยู่ ทำให้การรับรู้ของคนจึงมีลักษณะธรรมชาติ เป็นไปตามรูปแบบของสังคมที่เขามีชีวิตอยู่ ทำให้การรับรู้ของแต่ละคนอาจแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรู้ และการตอบสนองของตนเอง ดังที่จิตรา วุฒิสัทติกุล (จิตรา วุฒิสัทติกุล, 2549) ให้ความหมาย ของการรับรู้ว่าเป็นการสร้างความหมายจากระบบการ โดยการถอดรหัสสิ่งกระตุ้นที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้ข้อมูลบางอย่าง อาจขยายความได้ว่าการรับรู้ นั้น เกิดจากการ ที่เรสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ รอบตัวเราและจากการรับรู้ที่เรได้สร้างความรู้สึก เกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของเราขึ้นมา ทั้งนี้โดยผ่านกระบวนการทำงานของระบบประสาท สัมผัส และประสบการณ์ต่าง ๆ ในอดีต และสภาพความสนใจของแต่ละคนที่แตกต่างกัน ซึ่งรวมเรียกว่า เป็นกระบวนการรับรู้ โดยนัยนี้ความเป็นจริงของความสนใจของสิ่งหนึ่งสำหรับ แต่ละคนจึงอาจแตกต่างกันออกไป การรับรู้เป็นต้นตอที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรม บุคคลสามารถที่จะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ได้หลายวิธี เช่น โดยไม่ตั้งใจหรือวิธีตั้งใจ ทั้งอย่างมีระบบ และไม่มีระบบ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ มีทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมอยู่หลายทฤษฎี สำหรับทางด้านสังคมวิทยา เป็นศาสตร์ทางพฤติกรรม หรือพฤติกรรมศาสตร์ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ส่วนจิตวิทยาสังคมเป็น สาขาวิชาหนึ่งในกระบวนการวิชาต่าง ๆ ทางสังคมโดยศึกษาถึงพฤติกรรมของบุคคลอันเป็น ผลสืบเนื่องมาจากตัวกระตุ้นทางสังคม (สุนทรี โคมิน, 2553) ส่วนวิลเลียม กุสโลวิชฌ์กุล (วิลเลียม กุสโลวิชฌ์กุล, 2552) ได้ให้ความหมายพฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์ทำว่าสิ่งนั้น จะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การทำงานของหัวใจ กล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ พฤติกรรมจึงเป็นผลที่เกิดจากการทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลออกมาในรูปที่สังเกตไม่ได้

จากคำจำกัดความต่าง ๆ ของความหมาย ของพฤติกรรมที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของพฤติกรรมหมายถึง การกระทำหรือ กิจกรรมทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์กระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์ หนึ่ง ซึ่งอาจเป็นไปโดยไม่รู้สึกรู้สีกตัวหรือเป็นการกระทำที่มีจุดหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญ และไม่ใคร่ครวญ โดยมีความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติเป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมนั้นแสดงออกมาโดยที่บุคคลอื่น ๆ ที่อยู่รอบ ๆ สามารถสังเกตกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

ปิยะนุช เหลืองงาม (2552) ได้กล่าวว่าในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้อย่างน้อย 2 ประเภท ดังนี้

1) ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ คือ จะคำนึงว่าแนวทางการตัดสินใจ น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณของบุคคลแต่ละคนซึ่งอาจจะ คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้นการใช้ทฤษฎีนี้ ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใด ๆ ก็ตาม จึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะเป็นเครื่องกำหนดว่ามีปัญหานั้น ๆ น่าจะ หรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้องเหมาะสมที่สุด ซึ่งในทรรศนะของบุคคลอื่น ที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะเห็นว่าไม่ เหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีจึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง

2) ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรก กล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ ปัญหาหนึ่ง ๆ จะต้องกระทำอย่างไร จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ยื่น ขอบหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจ โดยใช้ทฤษฎีนี้จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใด หรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมี เหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ดังนั้นจึงได้มีการกำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการที่แน่นอน ตลอดจนมีการนำเอาเทคนิคสมัยใหม่ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการตัดสินใจด้วย เพื่อให้จะทำให้การตัดสินใจนั้น มีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด

ดังนั้นกล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติ และทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการ สถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดสรรทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

การป้องกันโรค เป็นการวางแผนและปฏิบัติ ตามมาตรการล่วงหน้าเพื่อ ป้องกันการเกิดโรคหรือปัญหาด้านสุขภาพก่อนที่จะเหตุการณ์ด้านสุขภาพที่ไม่พึงประสงค์ โดยได้แบ่งการป้องกันโรคออกเป็น 3 ระดับ คือ การป้องกันระดับปฐมภูมิ (Primary prevention) การป้องกันระดับทุติยภูมิ (Secondary prevention) การป้องกันระดับตติยภูมิ (Tertiary prevention)

1. การป้องกันระดับปฐมภูมิ (Primary prevention) ประกอบด้วยมาตรการในการป้องกันโรค เพื่อป้องกันการเกิดโรค หรือการบาดเจ็บในระยะก่อนที่จะกระบวนการเกิดโรคจะเริ่มขึ้น เช่น การ ฉีดวัคซีน ป้องกันโรค การแปรงฟัน การออกกำลังกาย การคาดเข็มขัด นิรภัย การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การสวมถุงยางอนามัย เป็นต้น

2. การป้องกันระดับทุติยภูมิ (Secondary prevention) ประกอบด้วยมาตรการในการป้องกันที่จะนำไปสู่การวินิจฉัยในระยะเริ่มแรกและการรักษาโรค หรือการบาดเจ็บอย่างทันทีเพื่อจำกัดขอบเขตของความพิการ และความรุนแรงของโรคตัวอย่างที่ชัดเจนของการป้องกันระดับทุติยภูมิคือการคัดกรองโดยบุคคลนั่นเอง



หรือโดยเจ้าหน้าที่ และการตรวจสุขภาพ เช่น การวัดความดันโลหิต การตรวจเลือด การตรวจด้านมด้วยตนเอง ชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง เนื่องจากไม่สามารถป้องกันการเกิดโรคได้เสมอไปโดยเฉพาะโรคไข้ เชื้อ การป้องกันระดับทุติยภูมิที่จะทำให้ค้นพบโรค หรืออาการของโรคตั้งแต่ต้น การป้องกันระดับนี้จึงมีความสำคัญ

3. การป้องกันระดับตติยภูมิ (Tertiary prevention) ประกอบด้วยมาตรการในการฟื้นฟูสุขภาพ หลังจากป่วย หรือบาดเจ็บ และได้ผ่านกระบวนการรักษาแล้วรวมทั้งมาตรการทางการ ศึกษาเพื่อลดการพึ่งพิงผู้อื่น (McKenzie, Neiger & Smeltzer, 2005)

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ปี 2564 จำนวน 5,666,264 คน (ศาลาว่าการกรุงเทพฯ 1, 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ได้มาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วย ตารางเจซีและมอร์แกน (Krejcie & Mogan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 รวมทั้งสิ้น จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่ได้จัดเตรียมไว้ กระจายไปตามแต่ละ ครั้วเรือน ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต เขตละ 8 ครั้วเรือน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบบสอบถามผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) 0.828

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างกระจายไป ตามแต่ละครั้วเรือน ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต เขตละ 8 ครั้วเรือน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ ระดับการบริหารจัดการ การรับรู้และพฤติกรรม และการตัดสินใจการใช้อุปกรณ์ควบคุมป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 (COVID19) ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด

ผลการวิจัย

ตาราง 1 การบริหารจัดการการป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด

การบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการวางแผนชุมชน	3.66	0.11	มาก	
การจัดทำแผนการป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.66	0.18	มากที่สุด	5

การบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
การพัฒนากรอบชุมชน ในเขตป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.80	0.04	มากที่สุด	1
การแผนส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนจัดปายเรียนรู้การป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.77	0.07	มากที่สุด	2
การแผนส่งเสริมสนับสนุนมีการจัดทำสื่อชุมชนป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.68	0.12	มากที่สุด	4
การแผนส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชนแจ้งข่าวสารป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.60	0.19	มากที่สุด	7
การแผนส่งเสริม สนับสนุนให้ครัวเรือนมีส่วนร่วมในเขตเคลื่อนที่ป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.62	0.16	มากที่สุด	6
การแผนส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชน มีส่วนร่วมในชุมชนป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.69	0.15	มากที่สุด	3
ด้านการจัดองค์กรชุมชน	4.31	.043	มากที่สุด	
มีแต่งตั้งคณะกรรมการชุมชน	3.69	0.13	มากที่สุด	5
มีการคัดเลือกครัวเรือนเข้าร่วมกรรมการชุมชน	3.63	0.09	มากที่สุด	6
มีการประชุมกรรมการชุมชน	3.77	0.11	มากที่สุด	4
มีการรวมชุมชนที่เป็นที่พึ่งครัวเรือน	5.00	0.00	มากที่สุด	1
มีการรวมการทำหน้าที่ด้วยความเสียสละ	3.86	0.23	มากที่สุด	3
กรรมการชุมชนดูแลเอาใจใส่ครัวเรือนประจัญตาติ	5.00	0.00	มากที่สุด	1
กรรมการรับรู้ความต้องการครัวเรือน	3.91	0.18	มากที่สุด	2
ด้านการอำนวยการหรือสั่งการ	4.44	0.82	มาก	
มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ทำงาน	3.90	0.29	มากที่สุด	3
ให้คำแนะนำเรื่องป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.93	0.07	มากที่สุด	2
ให้คำแนะนำการปฏิบัติตัวของครัวเรือน	5.00	0.00	มากที่สุด	1
ให้คำแนะนำและช่วยวางแผนการแก้ไขรายได้ครัวเรือน	5.00	0.00	มากที่สุด	1
ให้ความรู้และความเข้าใจเรื่องระเบียบปฏิบัติครัวเรือนชุมชน	3.80	0.38	มากที่สุด	5
ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการส่งเสริมอาชีพ	3.89	0.23	มากที่สุด	4
ด้านการประสานงาน	4.14	0.88	มาก	
แนวทางการส่งเสริมสนับสนุนตามแผนป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	4.21	0.80	มากที่สุด	2
สิ่งสนับสนุนการดำเนินงานส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชน	4.15	0.88	มากที่สุด	3
ผู้บริหารเขตมีส่วนร่วมในการดำเนินงานชุมชน	4.07	0.86	มากที่สุด	5
การติดตามและประเมินผลชุมชนป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	4.03	0.79	มากที่สุด	6
มีการกำหนดทิศทางการป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.99	1.39	มากที่สุด	7



การบริหารจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ผู้บริหารมีส่วนร่วมในการดำเนินงานป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	4.29	0.80	มากที่สุด	1
ประชาสัมพันธ์ข่าวสารป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	4.12	0.88	มากที่สุด	4
ด้านการควบคุมกำกับชุมชน	4.54	0.88	มากที่สุด	
มีการติดตามการกินอยู่ครวเรือน	3.66	0.18	มากที่สุด	5
มีการดูแลเอาใจใส่ตามแผนส่งเสริมคุณภาพชีวิต	3.80	0.04	มากที่สุด	1
มีการควบคุมกำกับพัฒนาชุมชน	3.77	0.07	มากที่สุด	2
ติดตามงบทโครงการป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.68	0.12	มากที่สุด	4
ส่งเสริมฟื้นฟูความรู้การป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.60	0.19	มากที่สุด	7
มีการวางเป้าหมายช่วยเหลือครวเรือน	3.62	0.16	มากที่สุด	6
เยี่ยมครวเรือนตามแผนป้องกันการแพร่เชื้อโควิด-19	3.69	0.15	มากที่สุด	3

จากตาราง 1 พบว่า กรุงเทพมหานครมีการบริหารจัดการด้านการควบคุมกำกับชุมชนมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54) รองลงมาคือ ด้านการอำนวยความสะดวกหรือสั่งการ ($\bar{X}$ = 4.44) ด้านการจัดองค์กรชุมชน ($\bar{X}$ = 4.31) ด้านการประสานงาน ($\bar{X}$ = 4.14) และด้านการวางแผนชุมชน ($\bar{X}$ = 3.66) ตามลำดับ

ตาราง 2 พฤติกรรมการรับรู้การป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19

พฤติกรรมการรับรู้	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
การรับรู้โอกาสเสี่ยงโรค	4.12	0.68	มาก	
การพบปะคนนอกครอบครัว	4.64	0.82	มากที่สุด	3
การเลี้ยงสัตว์	4.56	0.69	มากที่สุด	5
การชุมนุมรวมกลุ่ม	4.70	0.70	มากที่สุด	1
การรับประทานอาหารนอกบ้าน	4.68	0.75	มากที่สุด	2
การไปตลาดคนแออัด	4.61	0.78	มากที่สุด	4
การรับรู้อันตรายโรค	4.00	1.22	มาก	
มีอันตรายถึงชีวิต	4.64	0.82	มากที่สุด	1
อาจมีโรคแทรกซ้อนทำให้ตาย	4.56	0.69	มากที่สุด	2
ทำให้ระบบหายใจติดขัดหากออกซิเจนถึงตาย	4.32	0.41	มาก	2
ปอดถูกทำลายทำให้ตาย	4.42	0.53	มาก	3
การรับรู้ประโยชน์ป้องกันโรค	4.71	0.74	มากที่สุด	
ได้กลับมาดูแลตนเองให้ร่างกายแข็งแรง	4.88	0.82	มากที่สุด	1
ได้กลับมาดูแลความมั่นคงของครอบครัว	4.56	0.69	มากที่สุด	5
ได้กลับมาใส่ใจวิถีชีวิตครอบครัว	4.75	0.70	มากที่สุด	3

ได้กลับมาใส่ใจครอบครัวบุตรหลาน	4.61	0.78	มากที่สุด	4
ได้กลับมาเอาใจใส่อาคารบ้านเรือน	4.82	0.75	มากที่สุด	2
การรับรู้โอกาสการมีชีวิตวิถีใหม่	4.56	0.84	มากที่สุด	
เข้าใจการดำเนินชีวิตที่ไม่เสี่ยงอันตราย	4.56	0.69	มากที่สุด	4
ใช้ชีวิตนอกบ้านด้วยความระมัดระวัง	4.75	0.70	มากที่สุด	2
มีแผนการดำเนินชีวิตที่มั่นคง	4.61	0.78	มากที่สุด	3
ส่งเสริมสนับสนุนวิถีชีวิตของสมาชิกในครอบครัว	4.89	0.82	มากที่สุด	1
การรับรู้ประโยชน์การวางชีวิตอนาคต	4.36	0.62	มาก	
มีการวางแผนวิถีดำเนินชีวิตตนเอง	4.75	0.71	มากที่สุด	2
มีการวางแผนสนับสนุนวิถีดำเนินชีวิตครอบครัว	3.99	1.340	มาก	4
มีการแก้ไขปัญหาอุปสรรคของครอบครัว	3.93	0.94	มาก	5
มีการทบทวนวิถีชีวิตเดิมสร้างต่อเติมชีวิตวิถีใหม่	4.55	0.80	มากที่สุด	3
ใส่ใจสนับสนุนวางอนาคตสมาชิกในครอบครัว	4.89	0.82	มากที่สุด	1
ภาพรวมพฤติกรรมการรับรู้	4.35	0.82	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า ภาพรวมพฤติกรรมการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$) โดยมีการรับรู้ประโยชน์ป้องกันโรค ($\bar{X} = 4.71$) มากกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมาคือ การรับรู้โอกาสการมีชีวิตวิถีใหม่ ($\bar{X} = 4.56$) การรับรู้ประโยชน์การวางชีวิตอนาคต ($\bar{X} = 4.36$) การรับรู้โอกาสเสี่ยงโรค ($\bar{X} = 4.12$) และการรับรู้อันตรายโรค ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

ตาราง 3 การตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์การป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19

การตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
การตัดสินใจจากการจูงใจ	4.32	0.85	มาก	
ความจำเป็นของวัสดุอุปกรณ์ในชีวิตประจำวัน	3.43	0.93	ปานกลาง	3
การวางแผนจัดหาวัสดุอุปกรณ์พร้อมใช้รายเดือน	4.50	0.79	มากที่สุด	2
รายการวัสดุอุปกรณ์ที่ขาดแคลนต้องซื้อไว้	3.20	1.02	ปานกลาง	5
วัสดุอุปกรณ์ป้องกันโรคคุณภาพดีราคาถูก	4.95	1.04	มากที่สุด	1
วัสดุอุปกรณ์หายาก จึงต้องซื้อหาเก็บไว้ใช้	3.19	0.98	ปานกลาง	6
ซื้อวัสดุอุปกรณ์เผื่อแผ่เพื่อนบ้านที่ฐานะการเงินขัดข้อง	3.28	1.05	ปานกลาง	4
การตัดสินใจจากสถานะเศรษฐกิจ	4.22	0.96	มาก	
จำนวนเงินเก็บเงินออมสำหรับใช้กิจกรรมครอบครัว	4.34	0.89	มาก	2
รายได้ครัวเรือนสำหรับวางแผนใช้ประจำวัน	4.56	0.93	มากที่สุด	1



การตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ป้องกันการแพร่เชื้อไวรัส โควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
วางแผนให้มีรายได้เพิ่ม	3.37	0.89	ปานกลาง	4
การใช้เงินอย่างประหยัดรายวัน	3.28	0.97	ปานกลาง	5
การวางแผนเก็บออมเงิน	3.41	0.95	ปานกลาง	3
การตัดสินใจจากข้อมูลข่าวสาร	4.44	0.96	มาก	
แจกข้อมูลข่าวสารถึงครัวเรือน	4.43	0.89	มาก	2
ติดประกาศข่าวสารไว้ศูนย์กลางบ้าน	4.65	0.93	มากที่สุด	1
เยี่ยมบ้านโดยอาสาสมัครเขตเมืองให้ข่าวสาร	3.73	0.89	ปานกลาง	4
แจกแผ่นพับใบปลิว	3.82	0.97	ปานกลาง	5
ติดตามประเมินครัวเรือนได้รับข่าวสาร	3.51	0.95	ปานกลาง	3
ภาพรวมการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ป้องกัน	4.33	0.92	มาก	

จากตาราง 3 พบว่า ภาพรวมการตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์ป้องกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) โดยมีการตัดสินใจจากข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 4.44$) มากกว่าด้านอื่น ๆ รองลงมาคือ การตัดสินใจจากการจูงใจ ($\bar{X} = 4.32$) การตัดสินใจจากสภาวะเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.22$) ตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย การบริหารจัดการการป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด ทางด้านการควบคุมกำกับชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัยพร พัทธณมุล และคณะ (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนากรอบยุทธศาสตร์ ด้านสาธารณสุขเพื่อตอบสนองต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประเทศไทย โดยมีเป้าหมาย “ลดการติดเชื้อ ลดการป่วย และลดการตายจากโควิด 19” การดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ต้องครอบคลุม strategic area 7 ด้าน ได้แก่ 1) การติดตามสถานการณ์และแนวโน้มการระบาดของโรค 2) การกำหนดมาตรการทางสังคมตามสถานการณ์ปัจจุบัน และหลักฐานเชิงประจักษ์ 3) การกำหนดมาตรการทางสาธารณสุขเพื่อเฝ้าระวัง ป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรค 4) การเตรียมความพร้อม ศักยภาพและทรัพยากรของระบบบริการสุขภาพ 5) การส่งเสริมการจัดการความรู้ การวิจัยและพัฒนา 6) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและประชาชน 7) การบริหารจัดการเชิงบูรณาการเพื่อการจัดการกับการระบาดของโรค โดยเป็นการวิเคราะห์การดำเนินงานที่ผ่านมา พร้อมทั้งระบุส่วนขาดของการดำเนินงาน และให้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อไป เพื่อเป็นแนวทางสำหรับประเทศและพื้นที่ หากเกิดการระบาดในอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของธานี ชัยวัฒน์ และคณะ (2563) ที่ทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมว่าด้วยเส้นทางชีวิตและกิจกรรมร่วมของครัวเรือนไทยภายใต้สถานการณ์ COVID-19 กลุ่มคนในเขตเมือง กลุ่มคนจนเมือง กลุ่มคนในชนบทและกลุ่มคนในเขตชายแดนใต้ พบว่า ประชากรแต่ละกลุ่มมีความ



พยายามปฏิบัติตามมาตรการสาธารณสุขในที่สาธารณะไม่แตกต่างกัน แต่มีความสามารถในการปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวในบ้านแตกต่างกันอย่างมาก เนื่องจากข้อจำกัดทางกายภาพของตัวบ้าน อันเนื่องจากเศรษฐกิจของแต่ละครอบครัวและเมื่อมีการสำรวจพบว่า ประชากรกลุ่มที่มีรายได้น้อยต้องยอมเสี่ยงต่อการติดโรค จากการไม่ปฏิบัติตามมาตรการในสัดส่วนที่มากขึ้น เนื่องจากมีความจำเป็นต้องแสวงหารายได้ ดังนั้น มาตรการทางการคลังในการช่วยเหลือรายได้ของประชากรกลุ่มที่มีรายได้น้อยจึงมีความสำคัญต่อการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรคโควิด -19

พฤติกรรมการรับรู้การป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด ทางด้านการรับรู้ประโยชน์ป้องกันโรค มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภชา สิงห์วีธรรม และคณะ, (2563) ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้และพฤติกรรมในการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของทันตภิบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้โอกาสเสี่ยงจากการปฏิบัติงานและการรับรู้ความรุนแรงของโรค COVID-19 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการรับรู้ของหน่วยงานต่อการดำเนินงานควบคุมโรคอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้สถานที่ทำงานของทันตภิบาลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการป้องกันโรค COVID-19 ในประเด็นการรับประทานอาหารที่เพิ่งปรุงสุกใหม่ๆ ด้วยความร้อน และการหลีกเลี่ยงเข้าสถานที่ที่มีบุคคลพลุกพล่านหรือแออัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวมทั้งการรับรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมากกับพฤติกรรมในการป้องกันโรค COVID-19 ของทันตภิบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นควรมีการเตรียมความพร้อมและความรู้ให้กับทันตภิบาลในทุกหน่วยงาน เกี่ยวกับการป้องกันตัวเองสำหรับการป้องกันโรคติดเชื้อจากการปฏิบัติงานประจำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพร เนาว่าสุวรรณ และคณะ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความรุนแรงของโรคต่อบทบาทการดำเนินงานควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของ อสม. อยู่ในระดับมากที่สุด บทบาทการดำเนินงานควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชนของ อสม. อยู่ในระดับมาก และการรับรู้ความรุนแรงของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับบทบาทการดำเนินงานควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชนของอสม. และสามารถทำนายบทบาทการดำเนินงานควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชนของอสม. ได้ร้อยละ 17.30 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา ควรให้ อสม. มีความเข้าใจเกี่ยวกับโรคอุบัติใหม่โดยติดตามความเคลื่อนไหวสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างต่อเนื่อง และ ควรได้รับการฝึกฝนเกี่ยวกับกิจกรรมผ่อนคลายความเครียดตลอดจนวิธีการปรับตัว ทั้งในสถานการณ์ปัจจุบันและหลังสถานการณ์โรคมีแนวโน้มดีขึ้น เพื่อนำไปให้ความรู้แก่ประชาชนที่ได้รับผลกระทบ

การตัดสินใจซื้อวัสดุอุปกรณ์การป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ของพื้นที่ควบคุมสูงสุด ทางด้านการตัดสินใจจากข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นีอร อริโยทัย และคณะ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ความเชื่อมั่นในสถาบันเฉพาะทางด้านโรคติดต่ออันตราย และการตัดสินใจมารับบริการสุขภาพในช่วงการระบาดโรค COVID-19 พบว่า ความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างความเชื่อมั่นในสถาบันบำราศนราดูรกับการตัดสินใจมารับบริการสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านชื่อเสียง/ภาพลักษณ์



องค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง นอกจากนี้ยังพบความเชื่อมั่นทั้งหมดสี่ด้านสามารถร่วมทำนายการตัดสินใจมารับบริการสุขภาพของกลุ่มผู้ป่วย ARI Clinic ได้ร้อยละ 54.40 ในขณะที่กลุ่มผู้ป่วยนอกทั่วไปพบความเชื่อมั่นทั้งหมดห้าด้านที่ร่วมกันทำนายการตัดสินใจมารับบริการสุขภาพ ได้ร้อยละ 53.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นในช่วงการระบาดของโรค COVID-19 ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ สื่อสารองค์กรเพื่อผู้รับบริการยังคงมีความเชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดีในระดับมากที่สุด รวมทั้งแนะนำผู้อื่นและกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพร เนาว์สุวรรณ, นกษา สิงห์วีระธรรม และ นวพร ดำแสงสวัสดิ์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความรุนแรงของโรคต่อบทบาทการดำเนินงานควบคุมโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในชุมชนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในประเทศไทย. *วารสารสถาบันบำราศนราดูร*, 14(2), 92-103.
- จิตรา วุฒิสถิธิกุล. (2549). *การรับรู้ของลูกจ้างและนายจ้างต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของ สำนักงานประกันสังคม (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธานี ชัยวัฒน์ และคณะ. (2563). *เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมว่าด้วยเส้นทางชีวิตและกิจกรรมร่วมของครัวเรือนไทย ภายใต้สถานการณ์ COVID-19*. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- นกษา สิงห์วีระธรรม และคณะ. (2020). การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของทันตภิบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข. *วารสารสถาบันบำราศนราดูร*, 14(2), 104-115.
- นิอร อริโยทัย และคณะ. (2563). ความเชื่อมั่นในสถาบันเฉพาะทางด้านโรคติดต่ออันตราย และการตัดสินใจมารับบริการสุขภาพในช่วงการระบาดโรค COVID-19. *วารสารสถาบันบำราศนราดูร*, 14(2), 80-91.
- บุญทัน ดอกไธสง. (2553). *ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ยุคโลกาภิวัตน์ Global Paradigm of Public Management*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ปิยะนุช เหลืองงาม. (2552). *บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการเรียนวิทยาศาสตร์เรื่อง ภาวะโลกร้อน ตามแนวทางการสอนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคม (STS)*. (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2556). *การบริหารรัฐกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2554). *พฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- วลัยพร พัทธนฤมล และคณะ. (2562). *การพัฒนากรอบยุทธศาสตร์ด้านสาธารณสุขเพื่อตอบสนองต่อการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของประเทศไทย (รายงานวิจัย)*. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- วีไล กุศลวิศิษฐ์กุล และคณะ (2552). *สถิติและการวิจัยสำหรับวิทยาศาสตร์สุขภาพ. เอกสารการ สอนชุด หน่วยที่ 1-8 และหน่วยที่ 9-15 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ศาลาว่าการกรุงเทพฯ 1 กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2562). *สถิติด้านสังคม 2562*. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2564, จาก <http://www.bangkok.go.th/pipd/page/sub/18654>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *องค์การและการจัดการ ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันมาตรฐานอังกฤษ (BSI). *การบริหารจัดการทั่วไปในกรณีเหตุโควิด-19. BSI-GD-Series-Covid-04R0*. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bsigroup.com/globalassets/localfiles/en-th/covid-19remote-audit/gd-bsi-covidseries-04-.pdf>
- สมาคมโรคติดเชื้อในเด็กแห่งประเทศไทย. (2563). *องค์ความรู้เกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronaviruses)*. ค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2564, จาก <https://www.pidst.or.th/A215.html>
- สุนทรี โคมิน. (2553). *การพัฒนาแนวความคิดทฤษฎีจิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: เอราวิณ.
- Drucker, P.F. (1957). *The landmarks of tomorrow*. New York, NY: Harper & Row.
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- McKenzie, J. F., Neiger, B. L. & Smeltzer, J. L. (2005). *Planning, implementing, and evaluating health promotion programs*. San Francisco: Preson Education.

ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาล

ตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี

Satisfaction toward social welfare arrangements for the elderly in Tha Muang Municipality, Tha Muang District, Kanchanaburi Province

นัสวิภา เจริญธิติวังค์

Nutsvipa Charoenthitiwong

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: nutsvipa@gmail.com

Received: 2023-01-19; Revised: 2023-03-13; Accepted: 2023-03-15

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) ศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงที่มีรายชื่อในทะเบียนบ้าน ในเขตเทศบาลตำบลท่าม่วง จำนวน 332 คน โดยการสุ่มตัวอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ T - test, F - Test และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านรายได้ ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง ด้านที่พักอาศัย และด้านนันทนาการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านรายได้ ด้านที่พักอาศัย ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง และด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, สวัสดิการสังคม, ผู้สูงอายุ

Abstract

The research model is quantitative research. The population used in this study were 332 people aged 60 years and over, both male and female registered in the Tambon Tha Muang municipality by simple random sampling. Statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. T-test, F-test, and multiple comparison of mean. Satisfaction towards social welfare arrangements for the elderly in Tha Muang Municipality, Tha Muang District, Kanchanaburi Province. The overall picture is at a high level. When considering each side Found to be at the highest and highest level In descending order: health With the highest mean Was at the highest level, followed by income from building services and supporting networks. Social security Family, carer and protection Residential side And recreation Very level Had the lowest mean, respectively, the results of comparing personal factors in gender, age, education level. And average monthly income Affecting the satisfaction towards the provision of social welfare for the elderly Health, health, income, housing Recreation Social security Family, carer and protection And in the construction of services and networks to support The overall difference was statistically significant at 0.05.

Keywords: Satisfaction, Social welfare, The Elderly

บทนำ

ปัจจุบันผู้สูงอายุรู้จักวิธีการดูแลตนเองอย่างถูกวิธีมากขึ้น รวมทั้งการแพทย์และเทคโนโลยี มีอุปกรณ์เครื่องมือในการรักษาพยาบาลที่ทันสมัย สามารถลดอัตราการตายของจำนวนประชากรลงได้ ทำให้มีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้นและมีอายุยืนยาวมากขึ้น ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องรวมทั้ง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมีการเตรียมมาตรการรองรับต่อสถานการณ์ของผู้สูงอายุ และปรับกระบวนการทัศนคติเดิมจากที่มองผู้สูงอายุว่าเป็นภาระของสังคม ทำให้เป็นผู้ใช้ประโยชน์ ที่สะสมมาวนานให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม (วิพรรณ ประจวบเหมาะ และศิริวรรณ ศิริบุญ, 2553) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในแต่ละประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น เนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางสาธารณสุขภาวะโภชนาการการดูแลสุขภาพร่างกายที่ถูกต้อง (William & Sly, 1992) ล้วนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ประชากรคงจำนวนผู้สูงอายุ และเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุรายใหม่ด้วยปรากฏการณ์ด้านโครงสร้างประชากรสูงอายุดังกล่าวนี้ ประเทศไทยมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุสมบูรณ์ (Aged society) โดยคาดการณ์ว่า ในปี 2571 ผู้มีอายุเกิน 60 ปี ร้อยละ 23.5 จึงเป็นปีที่ทำให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556) โครงสร้างประชากรไทยกำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุว่าประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุถึง 1 ใน 4 ของประชากร และเป็นสังคมผู้สูงอายุสมบูรณ์ภายในช่วงปี พ.ศ. 2551-2571 สัดส่วนประชากรที่มี อายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.1 เป็นร้อยละ 23.5 หรือ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศ นอกจากนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ



เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2560) ระบุใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ว่าเมื่อประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ความเหลื่อมล้ำ และความไม่เสมอภาคมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น จากกระแสโลกาภิวัตน์ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่ผันผวนรุนแรง และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็วซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ ผลผลิตภาคการเกษตร และความมั่นคงของครัวเรือนมีความเปราะบาง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2558)

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้บัญญัติเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่นไว้ เป็นการเฉพาะตั้งแต่มาตรา 281 ถึงมาตรา 290 เพื่อกระจายอำนาจให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ว่า รัฐต้องให้ความสำคัญเป็นอิสระแก่ท้องถิ่นตามหลักแห่งการปกครองตนเองตาม เจตนารมณ์ของประชาชนในท้องถิ่น และส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการ จัดทำบริการสาธารณะ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ไข ปัญหาในพื้นที่รวมทั้งมีอำนาจหน้าที่โดยทั่วไป ในการดูแลประชาชนในท้องถิ่น และได้บัญญัติ เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการแก่ผู้สูงอายุไว้ดังนี้คือ มาตรา 53 บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์และ ไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพมีสิทธิได้รับสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกอันเป็นสาธารณะ อย่างสมศักดิ์ศรี และความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ มาตรา 80 (1) โดยสรุปคือรัฐ ต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านสังคม การสาธารณสุขการศึกษาและวัฒนธรรม ได้แก่ ค้ำครองและพัฒนา เด็ก และเยาวชน สนับสนุนการอบรมเลี้ยงดูและให้การศึกษาปฐมวัย ส่งเสริมความเสมอภาคของหญิงและชาย เสริมสร้างและพัฒนาความเป็นปึกแผ่นของสถาบันครอบครัวและชุมชน รวมทั้งต้องสงเคราะห์และจัด สวัสดิการให้แก่ผู้สูงอายุผู้ยากไร้ผู้พิการหรือทุพพลภาพและผู้อยู่ในสภาวะยากลำบาก ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และพึ่งพาตนเองได้

การจัดระบบสวัสดิการสังคมซึ่งเกี่ยวข้องกับการป้องกัน แก้ไขปัญหา การพัฒนาและการส่งเสริมความ มั่นคงทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และพึ่งตนเองได้ อย่างทั่วถึงเหมาะสม เป็นธรรมและให้เป็นไปตามมาตรฐาน ด้านสุขภาพอนามัย ด้านรายได้ ด้านที่พักอาศัย ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแล และการคุ้มครอง ด้านการสร้างบริการและ เครือข่ายการเกื้อหนุน โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิที่ประชาชนจะต้องได้รับและการมีส่วนร่วม ในการจัดสวัสดิการสังคมทุกระดับ ทำอย่างไรที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีศักยภาพได้มีโอกาสประกอบอาชีพ โดยใช้ความรู้ ความสามารถของตนหรือได้มีโอกาสในการทำประโยชน์ให้กับสังคม ครอบครัว ในลักษณะ ที่แตกต่างกันตามภูมิปัญญา ทักษะ ประสบการณ์ และความพึงพอใจ เพื่อให้สังคม ได้ตระหนักถึงคุณค่าของ ผู้สูงอายุในฐานะบุคคลที่มีประโยชน์ต่อสังคมและส่งเสริมให้คงคุณค่าไว้ ให้นานที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ของแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ที่กล่าวว่า “ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีไข่มุกด้อยโอกาสหรือเป็น ภาระต่อสังคมและถึงแม้ผู้สูงอายุจำนวนหนึ่ง จะประสบความสำเร็จทุกซีก และต้องการการเกื้อกูลจากสังคม และรัฐ แต่ก็ยังเป็นเพียงบางช่วงเวลา ของวัยสูงอายุเท่านั้น” และผู้สูงอายุที่มีคุณค่า และศักยภาพสมควรได้รับ การส่งเสริมและสนับสนุน ให้มีส่วนร่วมเป็นประโยชน์ต่อสังคม (วิพรรณ ประจวบเหมาะ, 2552)

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น แสดงว่าเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรีกำลังเผชิญกับปัญหา ประชากรผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เทศบาลซึ่งนับว่าเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดและมีบทบาทในการจัดสวัสดิการสังคมให้แก่ผู้สูงอายุในพื้นที่ ให้ตรงกับปัญหาและความพึงพอใจของผู้สูงอายุที่แท้จริง ถ้าหากเทศบาลซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการให้บริการและจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ ยังขาดนโยบายและแผนงานที่ชัดเจน มีข้อจำกัดของงบประมาณและทรัพยากร รวมถึงบุคลากรในหน่วยงานที่ขาดความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน ก็ไม่สามารถพัฒนางานด้านการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง เพื่อที่จะนำผลสรุปที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ไปกำหนดเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาการดำเนินงาน ด้านการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

คำถามการวิจัย

1. ผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง มีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมในด้านสุขภาพอนามัย ด้านรายได้ ด้านที่พักอาศัย ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง และด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุนอยู่ที่ระดับใด
2. ผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง มีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแตกต่างกันหรือไม่เมื่อเปรียบเทียบกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ขวัญดาว กล่ำรัตน์ (2554: 45) ได้กล่าวถึงความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า หมายถึงบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในร่างกาย จิตใจ และหน้าที่การงานทางสังคม โดยแต่ละคนจะปรากฏ



อาการเสื่อมแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับพันธุกรรม สิ่งแวดล้อม โรคภัยและภาวะโภชนาการของแต่ละบุคคล ทั้งเป็นผู้ที่ควรได้รับการช่วยเหลือ ดูแล อุปการะจากคนในครอบครัวและสังคมเพื่อให้มีความสุข

ศิริพันธุ์ สาสัตย์ (2551) ได้กล่าวว่า การสูงอายุเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน แม้ว่าการมีอายุสูงขึ้นจะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เช่น ผมหงอก ผิวหนังเหี่ยวย่น ฟันหลุดหมดแล้ว ต้องใส่ฟันปลอม หรือเริ่มมีความจำเสื่อม การเข้าสู่วัยสูงอายุจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับสภาพร่างกาย เชาวน์ปัญญา ระดับสุขภาพจิต กรรมพันธุ์หรือยีน ทักษะสติของแต่ละบุคคล ความสามารถในการจัดการกับความเครียดและความสามารถในการปรับตัวเข้าสู่วัยสูงอายุ และจากการประชุมสมัชชาโลกผู้สูงอายุที่กรุงเวียนนา เมื่อปี พุทธศักราช 2525 ได้มีมติว่า ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิง หลังจากนั้นประเทศไทยได้ยึดหลักเกณฑ์นี้ในการแบ่งวัยสูงอายุออกจากวัยผู้ใหญ่ รวมทั้งใช้เป็นเกณฑ์ในการเกษียณอายุของข้าราชการไทยที่อายุ 60 ปี ต่อมาพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พุทธศักราช 2546 มาตราที่ 3 ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ คือ ผู้สูงอายุ หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปี บริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2556) จำแนกความต้องการของผู้สูงอายุ ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ความต้องการพื้นฐาน คือ ความต้องการสากลที่ผู้สูงอายุในโลกต้องแสวงหาให้ได้มาเท่ากับเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชีวิตของผู้สูงอายุไม่ว่าจะอยู่ในสังคมวัฒนธรรมใด ๆ ก็ตามจากการสำรวจความต้องการพื้นฐานในวัฒนธรรมต่าง ๆ กันอาจจะสรุปได้ว่าผู้สูงอายุในโลกต่างมีความต้องการตรงกันที่จิตใจกล่าวคือ

1.1 ผู้สูงอายุพยายามมีชีวิตอยู่นานเท่าที่จะเป็นไปได้หรืออย่างน้อยก็อยู่ไปจนกว่าความพึงพอใจในสิ่งรอบตัวนั้นไม่มีความหมายหรือเมื่อถึงแก่ความตาย

1.2 ผู้สูงอายุพยายามรักษากายและสุขภาพทางร่างกายและทางสมองให้คงอยู่ให้มากที่สุด และใช้ประโยชน์จากพลังและศักยภาพดังกล่าวอย่างสูงสุดเท่าที่จะทำได้

1.3 ผู้สูงอายุพยายามป้องกันและดำรงไว้ซึ่งสิทธิพิเศษที่เคยเป็นในชีวิตวัยต้น เช่น ความรู้ ความชำนาญทรัพย์สินสมบัติเกียรติคุณและอำนาจ

2. ความต้องการขั้นสูงคือความต้องการซึ่งมีลักษณะเปลี่ยนแปลงง่ายอาจเป็นความต้องการ เฉพาะหน้าหรือระยะยาวหรือเป็นจุดหมายปลายทางของผู้สูงอายุเป็นความต้องการที่สอดคล้องกับ ลักษณะสังคมและวัฒนธรรมของผู้สูงอายุและจะถูกปรุงแต่งโดยวัฒนธรรมนั้น ๆ ด้วยเป็นลักษณะที่เข้ากับ วิถีชีวิตของผู้สูงอายุซึ่งเป็นผลจากการขัดเกลาของแบบแผนและบรรทัดฐานของสังคม

สายสวาท เกตราสุวรรณ (2552) ได้แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความต้องการการสนับสนุนจากครอบครัว (Family Support) ผู้สูงอายุเมื่อถูกปล่อยให้อยู่โดดเดี่ยว หรือแยกตัวอยู่คนเดียวขาดความมั่นคงทางอารมณ์และทางจิตใจรวมทั้งทางเศรษฐกิจจึงต้องหันไปพึ่งการ ช่วยเหลือจากบุคคลหรือองค์การสังคมสงเคราะห์ภายนอกครอบครัว ดังนั้น ผู้สูงอายุจึงมีความต้องการสนับสนุน จากครอบครัวดั้งเดิมของตนควบคู่ไปกับการช่วยเหลือจากภายนอกครอบครัวซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มอาสาสมัคร องค์การภาครัฐรัฐวิสาหกิจหรือองค์การภาคเอกชนทั้งที่เป็นองค์การศาสนาและองค์การที่มิใช่ศาสนาก็ได้

2. ความต้องการด้านการประกันรายได้โดยเฉพาะการประกันสังคมประเภทประกันชราภาพเมื่อ เข้าสู่ วัยชราภาพและเลิกประกอบอาชีพแล้วจะได้รับบำนาญชราภาพเพื่อช่วยให้สามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุข และมั่นคงปลอดภัยตามควรแก่อัตภาพในบั้นปลายของชีวิตไม่เป็นภาระของบุตรหลานและสังคม

3. ความต้องการมีชีวิตร่วมในชุมชนโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบางประเภทในสังคม สังคม จึงควรให้โอกาสแก่ผู้สูงอายุเหล่านี้ได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้นให้มีโอกาสได้ เรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาตนเองในการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในการปรับปรุง วัฒนธรรมและ ในการรักษาสุขภาพทั้งทางกายและจิตใจให้แข็งแรงอยู่เสมอ

4. ความต้องการที่จะลดความพึ่งพาคนอื่นให้น้อยลงถ้าหากครอบครัวและสังคมได้ส่งเสริมให้ ผู้สูงอายุ ได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในครอบครัวและสังคมแล้วจะเป็นการช่วยผู้สูงอายุให้รู้จักพึ่งตนเอง ไม่เป็น ภาระแก่สังคมในบั้นปลายของชีวิต

5. ความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุ (The Elderly of Social Needs)

5.1 ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวกลุ่มสังคมและสังคม (Sense of Belonging)

5.2 ความต้องการการยอมรับและความเคารพยกย่องนับถือจากบุคคลในครอบครัว และสังคม (Sense of Recognition)

5.3 ความต้องการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในสายตาของสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มของชุมชน และของสังคม (Sense of Importance)

5.4 ความต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลในครอบครัวชุมชนและสังคมและสามารถปรับตัว เองให้เข้ากับลูกหลานในครอบครัวและสังคมได้ (Better Relationships and Adaptation Adjustment)

5.5 ความต้องการการมีโอกาสทำสิ่งที่ตนปรารถนา (Sense of Opportunity)

6. ความต้องการทางกายและจิตใจ (Physical and Psychological Needs) เป็นความต้องการ ด้านพื้นฐานที่สุดในชีวิตมนุษย์เพราะเป็นสิ่งที่ธรรมชาติของร่างกายต้องการเพื่อเสริมสร้างร่างกายให้ดำรงอยู่ได้ ความต้องการด้านร่างกายได้แก่ความต้องการปัจจัย 4 คืออาหารเสื้อผ้าที่อยู่อาศัยและการรักษาพยาบาล ส่วนความต้องการด้านจิตใจเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นสัมผัสไม่ได้แต่รู้สึกได้ อาทิความต้องการ ความมั่นคงปลอดภัย (Security Needs) โดยเฉพาะความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัยปราศจาก ความวิตกกังวลหวาดกลัว และการมีสุขภาพกายและจิตที่ดีนอกจากนั้นยังมีความต้องการได้รับการยอมรับ นับถือ (Recognition Needs) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม และครอบครัวความต้องการมี โอกาสก้าวหน้า.(Opportunity Needs) โดยเฉพาะในเรื่องความสำเร็จของ การทำงานในบั้นปลายชีวิต

7. ความต้องการทางเศรษฐกิจผู้สูงอายุได้รับการช่วยเหลือทางการเงินจากบุตรหลานของตน เพื่อ สะสมไว้ใช้จ่ายในสภาวะที่ตนเองเจ็บป่วยผู้สูงอายุต้องการให้รัฐช่วยในการจัดหาอาชีพให้เพื่อเป็นการ เพิ่มพูน รายได้ทั้งนี้เพื่อตนเองจะได้มีบทบาททางเศรษฐกิจคือความต้องการที่จะช่วยตนเองเพื่อให้พ้นจาก สภาวะความ ปิ๊งคั้นทางเศรษฐกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน

จิรันตร วิกสูงเนิน (2553) กล่าวถึง แนวคิดในการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุไทย พิจารณาได้ จากอุดมการณ์ค่านิยม และการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุในอดีตจนถึงปัจจุบัน และพิจารณารูปแบบบริการสังคม



สำหรับผู้สูงอายุ แม้ว่าสังคมไทยได้กำหนดเป้าหมายที่สำคัญของการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ คือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุโดยมีแนวคิด ดังนี้

1) แนวคิดการสงเคราะห์ประชาชน (public assistance) เป็นแนวคิดที่สังคมไทยลอกเลียนมาใช้ในการจัดสวัสดิการให้กับกลุ่มผู้ด้อยโอกาส รวมทั้งผู้สูงอายุ โดยนำแนวคิดมาจากประเทศอังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ภายใต้ความเชื่อของรัฐบาลไทย

2) รูปแบบบริการแบบเก็บตก (residual model) และแบบสถาบันรัฐ (institutional model) มีอิทธิพลต่อการจัดบริการสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ โดยเริ่มจากปี พ.ศ. 2496 ที่รัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้จัดตั้งสถานสงเคราะห์คนชราบ้านบางแคขึ้นเป็นครั้งแรกภายใต้นโยบายสร้างชาติสร้างรัฐ เป็นแบบสงเคราะห์ประชาชน แนวคิดนี้มีอิทธิพลต่อการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

3) แนวคิดการลดการพึ่งพาบริการของรัฐ (deinstitutional model) โดยรัฐจัดการ บริการที่จำเป็นให้กับผู้สูงอายุในครอบครัว ชุมชน โดยผู้สูงอายุไม่ต้องเข้าไปอยู่ในสถานสงเคราะห์ ลักษณะนี้ได้แก่บริการเบี้ยยังชีพ

4) แนวคิดครอบครัวและชุมชนเป็นฐาน (family and community) โดยการสนับสนุนการให้ความสำคัญกับครอบครัวและการพัฒนาความเข้มแข็งของครอบครัว

5) แนวคิดการจัดสวัสดิการแบบรวบรวมในชุมชน (collective welfare) โดยการจัดสวัสดิการในลักษณะการรวมกลุ่มของคนในชุมชน

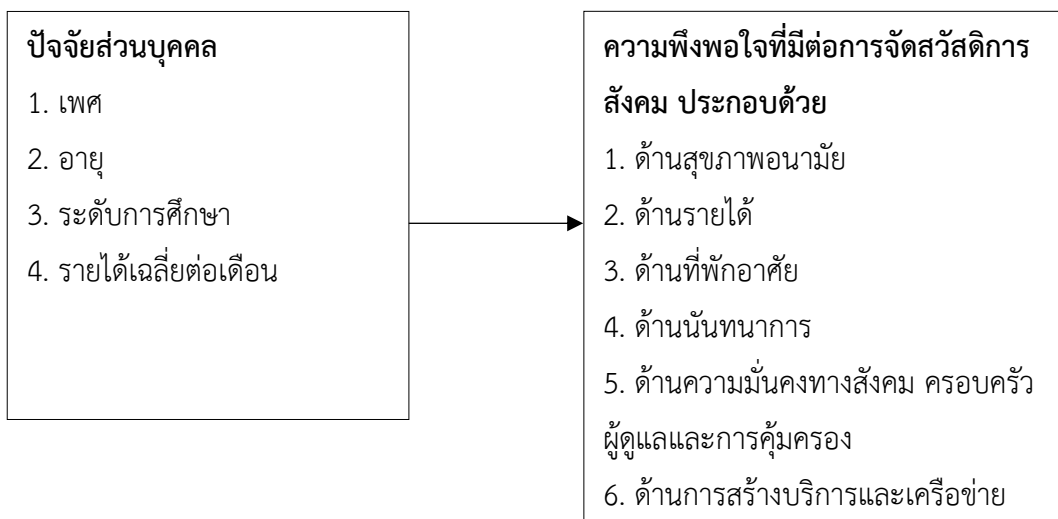
สรวิชัย ภูมิศิริ (2550) สรุปว่า สวัสดิการสังคมมีความหมายกว้างในฐานะบริการหรือโครงการทั้งภาครัฐและเอกชน จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมสภาพความเป็นอยู่หรือคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยไม่จำแนกฐานะและชนชั้น บริการสวัสดิการสังคมอาจแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1) สวัสดิการสังคมที่มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาความเดือดร้อน หรือบำบัดรักษาฟื้นฟู (remedial, supplemental, or rehabilitative social welfare) เช่น แก้ไขฟื้นฟูเด็กที่กระทำความผิดในสถานพินิจ รับผิดชอบสถานสงเคราะห์ จัดหาครอบครัวอุปการะ ปรับปรุงสภาพด้านกายภาพใน ชุมชนแออัด เป็นต้น

2) สวัสดิการสังคมที่มุ่งป้องกันปัญหา (preventive social welfare) เช่น การฝึกอบรมเยาวชน บริการสาธารณสุขมูลฐาน เป็นต้น

3) สวัสดิการสังคม ที่มุ่งพัฒนาศักยภาพ ความคิด จิตใจ ทักษะประชาชน (developmental social welfare) เช่น การฝึกอบรมและพัฒนาความเป็นผู้นำ การพิทักษ์สิทธิพื้นฐาน ประชาชน การพัฒนาชุมชน เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภوتاม่วง จังหวัดกาญจนบุรี” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภوتاม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งในบทนี้ จะกล่าวถึงวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการสร้างเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนสถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงที่มีรายชื่อในทะเบียนบ้านในเขตเทศบาลตำบลท่าม่วง จำนวน 1,963 คน (ข้อมูลจากงานทะเบียนราษฎรอำเภوتاม่วง ประจำเดือนมิถุนายน, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงที่มีรายชื่อในทะเบียนบ้านในเขตเทศบาลตำบลท่าม่วง จำนวน 332 คน โดยการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ Yamane (1970) ที่ความคลาดเคลื่อน (e) 0.05

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภوتاม่วง จังหวัดกาญจนบุรี มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพ ตามขั้นตอน ดังนี้



- 2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีวรรณกรรมและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยต่าง ๆ
- 2.2 กำหนดโครงสร้างเนื้อหาแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด
- 2.3 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด
- 2.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอให้อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ ความเข้าใจและการใช้ภาษาที่ถูกต้องเพื่อปรับปรุงแก้ไข
- 2.5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่ศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องและหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

3.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้ศึกษาได้ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรง และความครอบคลุมของเนื้อหาของข้อคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมาย ของการศึกษาค้างนี้หรือไม่ พร้อมนำข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข

3.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ เสนอประธานและกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบ ความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยใช้เกณฑ์ IOC (Index of Item Objective Congruence) ของแต่ละหัวข้อ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

3.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าม่วง ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.4 นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbac, 1990) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น ของข้อมูลได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .881

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปจัดพิมพ์ เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 332 ชุด กับผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลท่าม่วง โดยชี้แจงขั้นตอนและรายละเอียดทีละข้อคำถาม ตามแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามโดยประกอบด้วยข้อมูลเชิง ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนวิเคราะห์โดยสถิติเชิงบรรยายด้วยการใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภوتاม่วง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 6 ด้าน เป็นแบบตรวจคำตอบ (Check List) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert, 1932)

คะแนน	ระดับ
5 หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4 หมายถึง	ระดับมาก
3 หมายถึง	ระดับปานกลาง
2 หมายถึง	ระดับน้อย
1 หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภوتاม่วง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้การจัดสวัสดิการสังคมตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุในพื้นที่ต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาตรวจดูความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงหาค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภوتاม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ดังนี้

5.1 หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนจากการตอบแบบสอบถาม

5.2 แปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยยึดหลักเกณฑ์ประเมินค่าของ Best (1981, 89) ดังนี้

เกณฑ์การแปลความหมาย

4.50 - 5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.50 - 3.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุกับปัจจัยพื้นฐาน ส่วนบุคคล กรณี 2 กลุ่มใช้สถิติทดสอบที (T-Test) และกรณี 3 กลุ่มใช้สถิติทดสอบเอฟ (F-Test) โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และเมื่อทราบความแตกต่างของความแปรปรวนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ย รายคู่ด้วยวิธีการ LSD (Least Significant Difference)



ตอนที่ 4 สรุปข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุได้ตรงกับความต้องการที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรีต่อไป

ผลการการศึกษา

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา ด้านรายได้ ($\bar{X} = 4.48$) ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน ($\bar{X} = 4.46$) ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง ($\bar{X} = 4.46$) ด้านที่พักอาศัย ($\bar{X} = 4.36$) และด้านนันทนาการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ โดยภาพรวม

ความพึงพอใจที่มีต่อการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านสุขภาพอนามัย	4.60	0.53	มากที่สุด
2. ด้านรายได้	4.48	0.65	มาก
3. ด้านที่พักอาศัย	4.36	0.61	มาก
4. ด้านนันทนาการ	4.23	0.77	มาก
5. ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง	4.46	0.49	มาก
6. ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน	4.46	0.41	มาก
รวม	4.43	0.27	มาก

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน การเปรียบเทียบระหว่างเพศ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ในด้านสุขภาพอนามัย ด้านรายได้ ด้านที่พักอาศัย ด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง และด้านการสร้างบริการและเครือข่ายเกื้อหนุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3. ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี

3.1 ผู้สูงอายุมีความต้องการแพทย์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เข้ามาตรวจสุขภาพประจำปีโดยให้มีการเยี่ยมเยียนตามบ้าน รวมทั้งการบริการรักษาพยาบาลโดยไม่มีค่าใช้จ่ายส่วนเกินสำหรับผู้ป่วยทุกโรค

3.2 ให้มีการจัดเจ้าหน้าที่จากสถานีนามัยหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแนะนำการดูแลและรักษาสุขภาพอย่างทั่วถึง

3.3 ให้มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกหนังสือรับรองความพิการสำหรับผู้สูงอายุที่นอนอยู่กับที่ โดยไม่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาลเพื่อให้แพทย์ออกหนังสือรับรอง ความพิการ

3.4 ผู้สูงอายุที่เป็นผู้พิการบางส่วนต้องการให้มีการสนับสนุนผ้าอ้อมสำเร็จรูปให้เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัว

3.5 ให้มีการสนับสนุนรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุที่มีความยากลำบากในการเคลื่อนไหว รวมถึงให้มีที่นอนลม เตียงไฟฟ้าสำหรับผู้ป่วยนอนอยู่กับที่เพื่อลดปัญหาแผลกดทับ

3.6 ให้เทศบาลกำหนดนโยบายเพิ่มเบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุนอกเหนือจากระบบชั้นบันไดที่รัฐบาลจัดสรรให้ในปัจจุบันให้เป็นอัตราเดียวกันทั้งหมด คือ 1,000 บาทเนื่องจากสภาพทางเศรษฐกิจปัจจุบันค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น ทำให้เงินที่ได้รับไม่เพียงพอต่อการยังชีพ

การอภิปรายผล

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ตามความคิดเห็นของผู้สูงอายุ โดยภาพรวม ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านรายได้ ด้านการสร้างบริการและเครือข่าย เกื้อหนุน ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัวผู้ดูแลและการคุ้มครอง ด้านที่พักอาศัย และด้านนันทนาการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุขรา ศรีสุข (2557) การศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลลำทับ อำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลลำทับ อำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านนันทนาการ ด้านการศึกษา ด้านแก้ไขปัญหาความยากจน และด้อยโอกาส ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และด้านที่อยู่อาศัย มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษยา พาสุกศรี (2560) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการงานสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองอโยธยา อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ผลการบริหารจัดการงานสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองอโยธยา อำเภอมะนัง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาลอยู่ในระดับสูง รองลงมา ได้แก่ ด้านความมั่นคงทางสังคม ครอบครัว ผู้ดูแล และการคุ้มครอง ด้านการสร้างบริการและเครือข่ายการเกื้อหนุน ด้านที่อยู่อาศัย ด้านรายได้ และด้านนันทนาการ ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพระครูภัทรปัญญา



คุณ (2561) ได้ศึกษาความต้องการได้รับสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลหัวไทร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลหัวไทร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช มีระดับความต้องการได้รับสวัสดิการสังคม โดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ด้านความมั่นคงทางสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านนันทนาการ ด้านบริการสังคม และด้านการมีงานทำและการมีรายได้ ส่วนสวัสดิการสังคม และด้านที่อยู่อาศัย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ตามความคิดเห็นของผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ ต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุของเทศบาลตำบลท่าม่วง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพิชชาภา มณีวัฒน์ (2558) ศึกษาเรื่องความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาล ตำบลบ้านด่าน อำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ผลการเปรียบเทียบความต้องการของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลตำบลบ้านด่าน อำเภอรัฐประเทศ จังหวัดสระแก้ว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพหลัก สถานภาพการสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่พักอาศัย ต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนา อยู่สบาย (2557) ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในองค์การบริหารส่วนตำบลศิระจรเข้ร้อย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าผลการเปรียบเทียบความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในองค์การบริหารส่วนตำบลศิระจรเข้ร้อย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของชูศักดิ์ ต้นวงศ์เลิศ (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคม ตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือน จำนวนบุตร และผู้ช่วยเหลือดูแล ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคม โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้สูงอายุที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และสภาวะสุขภาพ ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง พบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีเพศ การศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ ผู้สูงอายุ โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเจ้าหน้าที่ที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน และสถานที่ปฏิบัติงานต่างกัน มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรส่งเสริมสนับสนุน กระตุ้นให้มีการรวมกลุ่มผู้สูงอายุ และจัดตั้งชมรมผู้สูงอายุ ในชุมชน เพื่อสะดวกในการช่วยเหลือผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ

1.2 ควรส่งเสริมสนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในครอบครัวผู้สูงอายุ เพื่อสร้างรายได้ให้กับ ครอบครัวผู้สูงอายุ

1.3 ควรส่งเสริมสนับสนุน ด้านอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุที่ยังมีสุขภาพอนามัยแข็งแรง

1.4 ควรจัดอบรมให้ความรู้ทางวิชาการให้แก่บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ สามารถช่วยเหลือและจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุของ เทศบาลอื่น ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรี

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ ของเทศบาลต่าง ๆ ของจังหวัดกาญจนบุรี หรือเปรียบเทียบ ระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ในภาคเดียวกัน

2.3 ควรมีการศึกษาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ

เอกสารอ้างอิง

เกตุขรรา ศรีสุข. (2557). ได้ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบล ลำทับ อำเภอลำทับ จังหวัดกระบี่ (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏ ภูเก็ต.

ขวัญดาว กล่ำรัตน์. (2554). ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตภูมิภาค ตะวันตกของ ประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิรันดร วิทสูงเนิน. (2553). ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วน ตำบล ในเขตอำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัย ราชภัฏธนบุรี.

ชมพูนุช พรหมภักดี. (2556). การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการ สำนักงาน เลขาธิการวุฒิสภา.

ชูศักดิ์ ต้นวงศ์เลิศ. (2556). ความพึงพอใจต่อการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ในเขตอำเภอ ท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย ราชภัฏธนบุรี.



- นันทนา อยู่สบาย. (2557). *ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในองค์การบริหารส่วนตำบลศิระจรเข้ นอย อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุษยา พาสุกี. (2560). *การบริหารจัดการงานสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาล เมืองอโยธยา อำเภอ พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- พระครูภัทรปัญญาคุณ (เวียง แซ่ฮ้อย). (2561). *ความต้องการได้รับสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาล ตำบลหัวไทร อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: สำนัก ทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชชาภา มณีวัฒน์. (2558). *ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลบ้านด่าน อำเภอรัญ ประเทศ จังหวัดสระแก้ว (การศึกษาปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. วิทยาลัยการ บริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิพรรณ ประจวบเหมาะ และศิริวรรณ ศิริบุญ. (2553). *ประชากรสูงอายุไทย*. กรุงเทพฯ: ทีคิวพี.
- วิพรรณ ประจวบเหมาะ. (2552). *การทบทวนและสังเคราะห์องค์ความรู้ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2545-2550*. กรุงเทพฯ: ทีคิวพี.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (2556). *สังคมวิทยาชุมชน: หลักการศึกษาวเคราะห์และปฏิบัติงานชุมชน*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สรวิษฐ์ ภูมิศิริ. (2550). *การพัฒนาและการเสริมสร้างบทบาทภารกิจการดูแลผู้สูงอายุในองค์การบริหาร ส่วนตำบลนาดินดำ อำเภอเมือง จังหวัดเลย (การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต)*. วิทยาลัย การปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สายสวาท เกตราสุวรรณ. (2552). *ความต้องการด้านสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ: ศึกษาเฉพาะกรณี จังหวัด ระยอง (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *ทิศทางของแผนพัฒนา เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ.
- Best, J.W. (1981). *Research in Education*. New Jersey: Prentice–Hall.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing (5th ed.)*. New York: Harper Collins Publishers.

- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.
- Yamane, T. (1970). *Statistic: an Introductory Analysis*. 2nd ed. New York: Harper & Row.
- William J. S., & Sly, D. (1992). *Economic aspects of structural change in the older population of the United States: 1982-2020*. New York: Academic Press.

ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี

The Social Welfare Management of the Elderly in Nonthaburi Municipality

ณีนนท์ ชัยสถาพร¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ³

Natenont Chaistapond¹, Chandej Charoenwiriyaikul² and Waraporn Dumrongkulsombat³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: pojprc@yahoo.com¹, chandej.ch@ssru.ac.th²

Received: 2023-01-18; Revised: 2023-03-08; Accepted: 2023-03-13

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกลุ่มประชากร ตัวอย่างคือผู้สูงอายุที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทยในเขตเทศบาลนคร จำนวน 381 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพรรณนา การทดสอบสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ทั้ง 6 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงลำดับเป็นรายด้านตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน และระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการแก้ปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส รองลงมาคือ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง ด้านนันทนาการ และด้านการศึกษา 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ แตกต่างกันทุกด้าน

คำสำคัญ: ความต้องการ, สวัสดิการสังคม, ผู้สูงอายุ

Abstract

The purposes of this research were to study 1) the level of the social welfare needs of the elderly in Nonthaburi Municipality; and 2) compare the social welfare needs of the elderly in Nonthaburi Municipality by personal factors. This research employed a quantitative research method. Data were collected by questionnaires from 381 elderly people over 60 years of age and have Thai nationality in Nonthaburi Municipality. The statistics were analyzed by t-test and One-way analysis of variance. The research findings were as follows: 1. the social welfare needs of the elderly in the six areas of Nonthaburi Municipality were at a high level. When sorting on one side by descending average, it was found at the highest level of 3 aspects.

The high level of 3 factors was: In addressing poverty and disadvantaged problems with the highest mean, followed by Health, Residential side, Social security and Protection, Recreation, and Education has the lowest average, 2. the sample had all individual factors; there is a need for the social welfare of the elderly, different on every aspect.

Keywords: Needs, Social Welfare, The Elderly

บทนำ

ประเทศไทยถือว่าเผชิญหน้ากับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตั้งแต่ พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ส่งผลให้รัฐบาลต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการดูแลและรักษาพยาบาลผู้สูงอายุที่มีสภาพร่างกายเสื่อมโทรมลงตามวัย ประกอบกับค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุมีรายได้เพื่อการใช้จ่ายที่ไม่เพียงพอต่อชีวิตประจำวัน รัฐบาลจึงออกนโยบายและกฎหมายด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 มีการใช้งบประมาณอยู่ที่ 278,925 ล้านบาท เพื่อเป็นการช่วยเหลือและพัฒนาผู้สูงอายุ โดยเฉพาะด้านการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ที่แม้ว่าจะมีเบี้ยยังชีพเป็นจุดเด่นของการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม แต่การใช้ช่วงอายุเป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มผู้สูงอายุเพียงอย่างเดียวกลับกลายเป็นจุดอ่อนของนโยบาย เนื่องจากต้องสูญเสียงบประมาณในการจ่ายเบี้ยยังชีพให้กับผู้สูงอายุที่ไม่จำเป็นและมีความต้องการสวัสดิการสังคมด้านอื่นมากกว่า เช่น ระบบการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ เป็นต้น (ศุภวจิ ภาษิตานนท์, 2560)

การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็วของสังคมไทย ย่อมส่งผลให้วิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องรวมทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีการเตรียมมาตรการออกมารองรับอย่างทันทั่วทั้งที่พร้อมที่จะก้าวทันต่อสถานการณ์ของผู้สูงอายุ ซึ่งผู้สูงอายุมักถูกมองว่าเป็นทรัพยากรที่เสื่อมสภาพแล้ว ต้องได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น แต่ในความเป็นจริงแล้ว ผู้สูงอายุ คือ แหล่งสะสมความรู้และประสบการณ์ของคนรุ่นหลัง ที่ยังมีศักยภาพสามารถช่วยเหลือพัฒนาสังคมและประเทศชาติอีกกลุ่มหนึ่ง ผู้สูงอายุควรได้รับการฟื้นฟูด้วยเหตุผลอย่างน้อย 3 ประการ คือ ในฐานะกลุ่มที่มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนสูงขึ้น ในฐานะที่เป็นคลังปัญญาของกลุ่มชน และในฐานะเรื่องวัฒนธรรมไทย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กลุ่มนี้ของประเทศให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี จะนำมาซึ่งความสุขทั้งกายและใจ และจะเกิดขึ้นเมื่อคนนั้นได้รับการตอบสนองความต้องการของตน (เกษม แก่นบุญ, 2552)

เทศบาลนครนนทบุรี เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลในการสร้างหลักประกันรายได้แก่กลุ่มผู้สูงอายุ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่เมืองผู้สูงอายุ จึงเป็นประเด็นท้าทายในศตวรรษที่ 21 เห็นได้จากโครงการศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุที่สร้างขึ้นมาสอดรับกับนโยบายและมาตรการต่างๆ เพื่อพัฒนาการบริการผู้สูงอายุในชุมชนเขตเทศบาลนครนนทบุรี พร้อมทั้งสนับสนุนให้ผู้สูงอายุดำรงชีวิตได้อย่างมั่นคงและมีศักดิ์ศรี อาจกล่าวได้ว่า เทศบาลนครนนทบุรีเป็นต้นแบบเมืองที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุแห่งหนึ่งของประเทศไทย (เทศบาลนครนนทบุรี, 2562) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ



ศึกษา ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี เพื่อจะนำองค์ความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายและแผนพัฒนางานสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรม

ความต้องการของผู้สูงอายุ (Need of the Elderly)

องค์การสหประชาชาติ (United Nations) (สุรกุล เจนอบรม, 2541) ได้ให้คำจำกัดความของผู้สูงอายุว่าเป็นบุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และมีการแบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มี ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ
2. ระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ
3. ระดับสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super-aged Society) หมายถึง สังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) (นันทกานต์ แสงพิทักษ์, 2555) ได้กำหนดว่าผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยแบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ผู้สูงอายุตอนต้น (Elderly) มีอายุระหว่าง 60 - 74 ปี
2. คนชรา (Old) มีอายุระหว่าง 75 - 90 ปี
3. คนชรามาก (Very Old) มีอายุเกินกว่า 90 ปีขึ้นไป

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ของประเทศไทย (ศุภวดี ภาษิตานนท์, 2560) ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้สูงอายุ ในมาตรา 3 ว่าเป็นบุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย โดยใช้เกณฑ์อายุและสุขภาพในการกำหนดกลุ่มผู้สูงอายุในสังคมไทย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60 - 69 ปี) เป็นช่วงที่ยังมีพลังช่วยเหลือตนเองได้
2. ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70 - 79 ปี) เริ่มขึ้นสู่วัยเสื่อม กล่าวคือ เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ และมีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง

3. ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) กล่าวคือ เข้าสู่วัยเสื่อม เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะ เสื่อมสภาพ และอาจมีภาวะทุพพลภาพ

กรมกิจการผู้สูงอายุ ได้จำแนกผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม เพื่อการดูแลผู้สูงอายุในด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ สภาพแวดล้อม และบริการสาธารณะ มีดังนี้

1. กลุ่มติดสังคม หมายถึง เป็นผู้มีสุขภาพดี และสามารถอยู่ตามลำพังได้
2. กลุ่มติดบ้าน หมายถึง เป็นผู้ที่ต้องการผู้ช่วยเหลือ ดูแลในชีวิตประจำวัน
3. กลุ่มติดเตียง หมายถึง เป็นผู้ที่ต้องการการดูแลระยะยาว ด้านการรักษาพยาบาลและสวัสดิการสังคม

ผู้สูงอายุจะมีลักษณะเฉพาะตัว มีความเป็นปัจเจกของตน และจะยิ่งเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นคุณสมบัติที่มีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์หรือเฉพาะของผู้สูงอายุ ซึ่งจะพบในผู้สูงอายุแต่ละคนแตกต่างกันไป ส่งผลให้ความต้องการของผู้สูงอายุมีความแตกต่างกัน และหากไม่ได้รับการตอบสนอง ย่อมก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาอย่างแน่นอน โดยมีนักวิชาการที่เกี่ยวข้องได้เสนอความต้องการของผู้สูงอายุ ไว้ดังนี้ (ลูกกุ้ง จาตเมือง, 2560)

ความต้องการของผู้สูงอายุ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ความต้องการพื้นฐาน คือ ความต้องการที่เป็นสากล ที่ผู้สูงอายุทั่วโลกต้องแสวงหาให้ได้มา จึงเท่ากับเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชีวิตของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมวัฒนธรรมใดๆ ก็ตาม จากการสำรวจความต้องการพื้นฐานในวัฒนธรรมต่าง ๆ กัน อาจสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุทั่วโลก ต่างมีความต้องการตรงกัน ที่จิตใจ กล่าวคือ

1.1 ผู้สูงอายุพยายามมีชีวิตอยู่นานเท่าที่จะเป็นไปได้ หรืออย่างน้อยก็อยู่ไปจนกว่าความพึงพอใจในสิ่งรอบตัวนั้นไม่มีความหมาย หรือเมื่อถึงแก่ความตาย

1.2 ผู้สูงอายุพยายามรักษาพลังและศักยภาพทางร่างกายและทางสมอง ให้คงอยู่ให้มากที่สุด และใช้ประโยชน์จากพลังและศักยภาพดังกล่าวอย่างสูงสุดเท่าที่จะทำได้

1.3 ผู้สูงอายุพยายามป้องกันและดำรงไว้ซึ่งสิทธิพิเศษที่เคยเป็นในชีวิตวัยตน เช่น ความรู้ความชำนาญ ทรัพย์สินสมบัติ เกียรติคุณ และอำนาจ

2. ความต้องการขั้นสูง คือ ความต้องการซึ่งมีลักษณะเปลี่ยนแปลงง่ายอาจเป็นความต้องการเฉพาะหน้าหรือระยะยาว หรือเป็นจุดหมายปลายทางของผู้สูงอายุเป็นความต้องการที่สอดคล้องกับลักษณะสังคมและวัฒนธรรมของผู้สูงอายุ และจะถูกปรุงแต่งโดยวัฒนธรรมนั้นๆ ด้วยเป็นลักษณะที่เข้ากับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นผลจากการขัดเกลาของแบบแผนและบรรทัดฐานของสังคม

ความต้องการของผู้สูงอายุ ยังสามารถแบ่งได้อีกดังนี้ (สายสวาท เกตราสุวรรณ, 2542)

1. ความต้องการสนับสนุนจากครอบครัว (Family Support) ผู้สูงอายุ เมื่อถูกปล่อยให้อยู่โดดเดี่ยว หรือแยกตัวอยู่คนเดียว จะขาดความมั่นคงทางอารมณ์และจิตใจ รวมทั้งทางเศรษฐกิจ จึงต้องหันไปพึ่งการช่วยเหลือจากบุคคลหรือองค์การสังคมสงเคราะห์ภายนอกครอบครัวดั้งเดิมของตนควบคู่ไปกับการช่วยเหลือ



จากภายนอกครอบครัว ซึ่งอาจจะเป็นกลุ่มอาสาสมัคร องค์การภาครัฐรัฐวิสาหกิจ หรือองค์การภาคเอกชน ทั้งที่เป็นองค์การศาสนาและองค์การที่มีใช้ศาสนาก็ได้

2. ความต้องการด้านการประกันรายได้ โดยเฉพาะการประกันสังคมประเภทประกันสุขภาพเมื่อเข้าสู่วัยชราภาพและเลิกประกอบอาชีพแล้ว จะได้รับบำนาญชราภาพ เพื่อช่วยให้สามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุข และมั่นคงปลอดภัยตามควรแก่อัตภาพในบั้นปลายของชีวิต ไม่เป็นภาระของบุตรหลานและสังคม

3. ความต้องการมีชีวิตร่วมในชุมชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบางประเภทในสังคม สังคมจึงควรให้โอกาสแก่ผู้สูงอายุเหล่านี้ ได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้น ให้มีโอกาสดูแลเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในการพัฒนาตนเอง หรือในการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ หรือในการปรับปรุงวัฒนธรรม และในการรักษาสุขภาพ ทั้งทางกายและจิตใจ ให้แข็งแรงอยู่เสมอ

4. ความต้องการที่จะลดความพึ่งพาคนอื่นให้น้อยลง ถ้าหากครอบครัวและสังคมได้ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในครอบครัวและสังคมแล้ว จะเป็นการช่วยให้ผู้สูงอายุให้รู้จักการพึ่งตนเอง ไม่เป็นภาระแก่สังคมในบั้นปลายของชีวิต

5. ความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุ (The Elderly of Social Needs)

5.1 ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวกลุ่มสังคมและสังคม (Sense of Belonging)

5.2 ความต้องการการยอมรับและความเคารพยกย่องนับถือจากบุคคลภายในครอบครัวและสังคม (Sense of Importance)

5.3 ความต้องการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในสายตาของสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มของชุมชนและสังคม (Sense of Recognition)

5.4 ความต้องการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลในครอบครัว ชุมชน และสังคมและสามารถปรับตัวเองให้เข้ากับลูกหลานในครอบครัวและสังคมได้ (Better Relationships and Adaptation Adjustment)

5.5 ความต้องการมีโอกาสทำสิ่งที่ตนปรารถนา (Sense of Opportunity)

6. ความต้องการทางกายและจิตใจ (Physical and Psychological) เป็นความต้องการด้านพื้นฐานที่สุดในชีวิตมนุษย์ เพราะเป็นสิ่งที่ธรรมชาติของร่างกายต้องการเพื่อเสริมสร้างร่างกายให้ดำรงอยู่ได้ ความต้องการด้านร่างกาย ได้แก่ ความต้องการปัจจัย 4 คือ อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และการรักษาพยาบาล ส่วนความต้องการด้านจิตใจเป็นสิ่งที่มองไม่เห็นสัมผัสไม่ได้แต่รู้สึกได้ อาทิ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Security Needs) โดยเฉพาะความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัยปราศจากความวิตกกังวลหวาดกลัว และการมีสุขภาพกายและจิตที่ดี นอกจากนั้นยังมีความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition Needs) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมและครอบครัวความต้องการมีโอกาสก้าวหน้า (Opportunity Needs) โดยเฉพาะในเรื่องความสำเร็จของการทำงานในบั้นปลายชีวิต

7. ความต้องการทางเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุได้รับการช่วยเหลือทางการเงินจากบุตรหลานของตน เพื่อสะสมไว้ใช้จ่ายในสภาวะที่ตนเองเจ็บป่วย ผู้สูงอายุต้องการให้รัฐช่วยในการจัดหาอาชีพให้เพื่อเป็นการเพิ่มพูนรายได้ ทั้งนี้เพื่อตนเองจะได้มีบทบาททางเศรษฐกิจ คือ ความต้องการที่จะช่วยตนเองเพื่อให้พ้นจาก

สภาวะความบีบคั้นทางเศรษฐกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการข้อที่ 2 และ 4 ดังกล่าวแล้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี จำนวน 58,237 คน (เทศบาลนครนนทบุรี, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคคลที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ตามพื้นที่ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี จำนวน 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลสวนใหญ่ ตำบลตลาดขวัญ ตำบลบางเขน ตำบลบางกระสอ และตำบลท่าทราย ขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดตามตารางสำเร็จรูปของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง 381 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวัดระดับความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี โดยพัฒนาและสร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุ แบบสอบถามผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) ระหว่าง .773 -.915

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อวิเคราะห์ระดับตัวแปรทุกตัวแปร โดยใช้คะแนนเฉลี่ยแบ่งระดับความต้องการเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามระดับความต้องการ โดยใช้เกณฑ์ของ เบสต์ (Best, 1997) การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ จะใช้ค่าสถิติที (t-test) ถ้าหากเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม

ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลนครนนทบุรี	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ ต้องการ
1. ด้านสุขภาพอนามัย	4.53	0.70	มากที่สุด
2. ด้านการศึกษา	3.58	0.71	มาก
3. ด้านนันทนาการ	3.64	0.99	มาก
4. ด้านที่อยู่อาศัย	4.50	0.39	มากที่สุด
5. ด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง	3.73	0.75	มาก
6. ด้านการแก้ปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส	4.91	0.33	มากที่สุด
รวม	4.14	0.64	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม ทั้ง 6 ด้าน มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน และมีความต้องการอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการแก้ปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.91$) รองลงมาคือด้านสุขภาพอนามัย ($\bar{X} = 4.53$) และด้านที่อยู่อาศัย ($\bar{X} = 4.50$) ส่วนด้านการศึกษา มีค่าเฉลี่ย ต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.58$)

ผลการเปรียบเทียบต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี กับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ความต้องการสวัสดิการสังคมกับเพศ

ความต้องการสวัสดิการสังคม ของผู้สูงอายุ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านสุขภาพอนามัย	ชาย	165	4.21	0.72	-7.42	0.00*
	หญิง	216	4.79	0.33		
ด้านการศึกษา	ชาย	165	3.69	0.61	1.29	0.19
	หญิง	216	3.60	0.48		
ด้านนันทนาการ	ชาย	165	3.49	0.79	-2.91	0.00*
	หญิง	216	3.79	0.74		
ด้านที่อยู่อาศัย	ชาย	165	4.51	0.26	0.72	0.47
	หญิง	216	4.49	0.31		

ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง	ชาย	165	3.74	0.65	-3.17	0.00*
	หญิง	216	4.01	0.53		
ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส	ชาย	165	4.95	0.17	0.54	0.95
	หญิง	216	4.94	0.16		
ภาพรวม	ชาย	165	4.09	0.39	-3.75	0.00*
	หญิง	216	4.26	0.25		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านนันทนาการ และด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง ส่วนอีก 3 ด้าน ได้แก่ สวัสดิการด้านการศึกษา สวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย และสวัสดิการด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ความต้องการสวัสดิการสังคม กับอายุ

ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุ	แหล่งความแปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านสุขภาพอนามัย	ระหว่างกลุ่ม	4	4.89	1.22	3.14	0.01*
	ภายในกลุ่ม	376	77.95	0.39		
	รวม	380	82.84			
ด้านการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	4	5.18	1.30	4.83	0.00*
	ภายในกลุ่ม	376	53.51	0.27		
	รวม	380	58.68			
ด้านนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	4	10.34	2.59	4.54	0.00*
	ภายในกลุ่ม	376	114.05	0.58		
	รวม	380	125.39			
ด้านที่อยู่อาศัย	ระหว่างกลุ่ม	4	1.78	0.45	5.89	0.00*
	ภายในกลุ่ม	376	15.22	0.08		
	รวม	380	17.02			



ความต้องการสวัสดิการสังคม ของผู้สูงอายุ	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านความมั่นคงทางสังคม และการคุ้มครอง	ระหว่างกลุ่ม	4	2.98	0.74	2.05	0.09
	ภายในกลุ่ม	376	71.19	0.35		
	รวม	380	75.76			
ด้านการแก้ไขปัญหา ความยากจนและด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	4	0.54	0.15	5.14	0.00*
	ภายในกลุ่ม	376	5.25	0.03		
	รวม	380	5.79			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.09	0.51	4.92	0.00*
	ภายในกลุ่ม	376	20.56	0.11		
	รวม	380	22.59			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านนันทนาการ ด้านที่อยู่อาศัย และด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ส่วนด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ความต้องการสวัสดิการสังคมในภาพรวม กับสถานภาพการสมรส

ความต้องการสวัสดิการสังคม ของผู้สูงอายุ	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านสุขภาพอนามัย	ระหว่างกลุ่ม	3	5.67	1.95	4.98	0.00*
	ภายในกลุ่ม	377	78.12	0.39		
	รวม	380	83.45			
ด้านการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3	0.79	0.25	0.84	0.47
	ภายในกลุ่ม	377	58.53	0.29		
	รวม	380	59.64			
ด้านนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.16	1.41	1.75	0.16
	ภายในกลุ่ม	377	122.45	0.62		
	รวม	380	125.38			
ด้านที่อยู่อาศัย	ระหว่างกลุ่ม	3	0.52	0.17	2.04	0.11
	ภายในกลุ่ม	377	17.36	0.08		

ความต้องการสวัสดิการสังคม ของผู้สูงอายุ	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
	รวม	380	17.92			
ด้านความมั่นคงทางสังคม และการคุ้มครอง	ระหว่างกลุ่ม	3	2.31	0.78	2.19	0.09
	ภายในกลุ่ม	377	72.65	0.36		
	รวม	380	74.23			
ด้านการแก้ไขปัญหา ความยากจนและด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	3	0.33	0.14	4.21	0.01*
	ภายในกลุ่ม	377	5.68	0.25		
	รวม	380	5.91			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.09	0.37	3.64	0.01*
	ภายในกลุ่ม	377	22.45	0.12		
	รวม	380	24.51			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย และด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ส่วนด้านการศึกษา ด้านนันทนาการ ด้านที่อยู่อาศัย และด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ความต้องการสวัสดิการสังคมในภาพรวม กับอาชีพ

ความต้องการสวัสดิการสังคมของ ผู้สูงอายุ	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านสุขภาพอนามัย	ระหว่างกลุ่ม	5	22.56	4.25	13.74	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	62.58	0.31		
	รวม	380	83.26			
ด้านการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	5	6.10	1.22	4.61	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	53.25	0.26		
	รวม	380	59.86			
ด้านนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	5	14.36	2.74	4.91	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	111.75	0.56		
	รวม	380	125.24			



ความต้องการสวัสดิการสังคมของ	แหล่งความ					
ผู้สูงอายุ	แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านที่อยู่อาศัย	ระหว่างกลุ่ม	5	1.14	0.23	2.82	0.01*
	ภายในกลุ่ม	375	16.58	0.08		
	รวม	380	17.69			
ด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง	ระหว่างกลุ่ม	5	9.02	1.79	5.49	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	65.48	0.33		
	รวม	380	74.34			
ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	5	0.27	0.06	1.92	0.10
	ภายในกลุ่ม	375	5.56	0.03		
	รวม	380	5.81			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	5.06	1.02	11.45	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	18.74	0.09		
	รวม	380	23.25			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกันจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านนันทนาการ ด้านที่อยู่อาศัย และด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง ส่วนด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ความต้องการสวัสดิการสังคม ในภาพรวม กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความต้องการสวัสดิการสังคมของ	แหล่งความ					
ผู้สูงอายุ	แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านสุขภาพอนามัย	ระหว่างกลุ่ม	5	16.65	3.43	10.14	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	67.61	0.34		
	รวม	380	83.26			
ด้านการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	5	4.21	0.84	3.15	0.01*
	ภายในกลุ่ม	375	55.12	0.25		
	รวม	380	59.47			

ความต้องการสวัสดิการสังคมของ ผู้สูงอายุ	แหล่งความ					
	แปรปรวน	n	SS	MS	F	Sig.
ด้านนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	5	5.56	1.21	1.85	0.11
	ภายในกลุ่ม	375	119.27	0.60		
	รวม	380	125.36			
ด้านที่อยู่อาศัย	ระหว่างกลุ่ม	5	0.93	0.19	2.33	0.04*
	ภายในกลุ่ม	375	17.51	0.08		
	รวม	380	17.79			
ด้านความมั่นคงทางสังคม และการคุ้มครอง	ระหว่างกลุ่ม	5	2.51	0.49	1.39	0.24
	ภายในกลุ่ม	375	72.31	0.36		
	รวม	380	74.24			
ด้านการแก้ไขปัญหา ความยากจนและด้อยโอกาส	ระหว่างกลุ่ม	5	0.09	0.02	0.62	0.69
	ภายในกลุ่ม	375	5.42	0.03		
	รวม	380	5.79			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	2.36	0.47	4.69	0.00*
	ภายในกลุ่ม	375	21.38	0.10		
	รวม	380	22.56			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวม มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความแตกต่างกัน จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา และด้านที่อยู่อาศัย ส่วนด้านนันทนาการ ด้านความมั่นคงทางสังคมและการคุ้มครอง และด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ไม่มีความแตกต่างกัน

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครนนทบุรี ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านการศึกษา ด้านนันทนาการ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านความมั่นคงในสังคมและการคุ้มครอง และด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมพิศ มีสุข (2554) ที่ได้ศึกษา ความต้องการเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในตำบลห้วยสำราญ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านสวัสดิการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามมีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล ด้านการสร้างบริการ



และเครือข่ายการเกื้อหนุนและ ด้านนันทนาการ ตามลำดับ ความคิดและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้สูงอายุเกี่ยวกับความต้องการสวัสดิการสังคมในตำบลห้วยสำราญ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ต้องการให้องค์การบริหารส่วนตำบล เพิ่มเบี้ยยังชีพให้กับผู้สูงอายุ รองลงมา คือให้องค์การบริหารส่วนตำบล จัดอบรมอาชีพให้กับผู้สูงอายุเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ และต้องการให้มีกองทุนเงินกู้สำหรับผู้สูงอายุ

สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิมนวล อยู่สบาย (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ในภาพรวม พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการสวัสดิการ ทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือด้านรายได้ และด้านที่อยู่อาศัย ส่วนด้านนันทนาการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ สถานภาพสมรส และรายได้ ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนอายุ การศึกษา และลักษณะที่อยู่อาศัย มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ด้านสุขภาพอนามัย ควรปรับปรุงให้โดยเพิ่มช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุเมื่อไปรับการรักษาที่สถานพยาบาล การตรวจสุขภาพประจำปี และบริการพาหนะรับ-ส่ง ผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้
2. ด้านการศึกษา มีควรให้ความรู้และฝึกอบรมอาชีพที่เหมาะสม หน่วยบริการให้การศึกษาค้นคว้าที่ในชุมชน และความรู้ที่เหมาะสมและที่จำเป็นด้านสุขภาพ ด้านศาสนา ด้านสวัสดิการที่รัฐจัดให้
3. ด้านนันทนาการ ควรจัดกิจกรรมนันทนาการในวันสำคัญ ศูนย์บริการผู้สูงอายุในแต่ละชุมชน และสถานที่หรือสวนสาธารณะ สนามกีฬา ที่พักผ่อน เหมาะสมและปลอดภัย
4. ด้านที่อยู่อาศัย ควรซ่อมแซมที่อยู่อาศัยให้กับผู้สูงอายุที่ยากไร้ขาดแคลน จัดสถานสงเคราะห์ให้ผู้สูงอายุโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และจัดหาหรือประสานหน่วยงานเพื่อให้บริการเครื่องนุ่งห่มและที่อยู่อาศัย
5. ด้านความมั่นคงในสังคมและการคุ้มครอง ควรมีชมรมฌาปนกิจสงเคราะห์สำหรับผู้สูงอายุ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่สาธารณะ และการช่วยเหลือผู้สูงอายุที่ได้รับอันตรายจากการถูกทารุณกรรมหรือแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบด้วยกฎหมาย และถูกทอดทิ้ง
6. ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส ต้องจัดสวัสดิการสังคม และสนับสนุนอาชีพเสริมให้ผู้สูงอายุมีความถนัดและมีรายได้เลี้ยงชีพเพิ่ม

เอกสารอ้างอิง

เกษม แก่นบุญ. (2552). *แนวทางในการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุในเขตเทศบาลตำบลหนองบอน อำเภอบ่อไร่ จังหวัดตราด* (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- เทศบาลนครนนทบุรี. (2562). *นครนนทบุรี: เมืองเพื่อผู้สูงอายุ ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเทศบาลนครนนทบุรี*. นนทบุรี: เทศบาลนครนนทบุรี.
- เทศบาลนครนนทบุรี. (2563). *พื้นที่ประชากร และจำนวนบ้านในเขตเทศบาลนครนนทบุรี*. ค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.nakornnont.go.th/content/general>
- นันทกานต์ แสงพิทักษ์. (2555). *ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลแสมสาร จังหวัดชลบุรี*. (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิมมวล อยู่สบาย. (2554). *ความต้องการสวัสดิการของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ลูกกุ้ง จาดเมือง. (2560). *ความต้องการสวัสดิการสังคมของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านนา อำเภอกะสอ จังหวัดสุโขทัย* (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- ศุภวดี ภาษิตานนท์. (2560). *การจัดสวัสดิการสังคมด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุของกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเขตบางแค* (การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมพิศ มีสุข. (2554). *การศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการของผู้สูงอายุในตำบลห้วยสำราญ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์*. ในการประชุมวิชาการเสนอมผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 23. วันที่ 23 - 24 ธันวาคม 2554. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สายสวาท เกตราสุวรรณ. (2542). *ความต้องการด้านสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุ: ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดระยอง* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). *วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย*. กรุงเทพฯ: นิชนแอตเวอร์ไทยซิงกรุ๊ป.
- Best, J. W. (1997). *Research in Education*. 3rd ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

การบริหารการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กร ในวิกฤตโรคระบาด

Change Management of Thai pilot and Organization

During Pandemic Situation

โสวรรณ ช้างศิริกุลชัย¹, วราภรณ์ เต็มแก้ว² และ อภิรดา นามแสง³

Sowan Changsirikulchai¹, Waraporn Temkaew² and Apirada Namsang³

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน^{1,2,3}

Master of Management in Aviation Management, Civil Aviation Training Center, Thailand^{1,2,3}

E-mail: ch.sowan@gmail.com¹

Received: 2023-01-18; Revised: 2023-03-20; Accepted: 2023-03-23

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของนักบินในประเทศไทยในวิกฤตโรคระบาดที่ได้รับผลกระทบในด้านการทำงาน การดำเนินชีวิต และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กร ในวิกฤตโรคระบาด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นนักบินผู้ควบคุมอากาศยาน นักบินผู้ช่วยจากสายการบินที่ให้บริการในประเทศไทย 7 สายการบิน รวมทั้งสิ้น 14 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลด้านเนื้อหาจากข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน และการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ เช่น ด้านรายได้ จากค่าตอบแทนที่ลดลง ส่งผลให้เกิดความเครียด ด้านการฝึกอบรม จะสามารถรักษาประสบการณ์จากการฝึกจากเครื่องบินจำลองแทน และการใช้ระบบออนไลน์ในการเรียนทบทวน ด้านเป้าหมาย ในทุกองค์กรมีแผนการรับมือกับวิกฤตโรคระบาดเพียงในระยะสั้น ด้านการรับมือกับโรคระบาดในผู้ที่ปฏิบัติการบินประสบปัญหาในการสวมหน้ากากอนามัยที่ส่งผลกระทบถึงเรื่องการสื่อสาร และ 2) แนวทางแนวทางการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กร ในวิกฤตโรคระบาด ได้แก่ แนวทางที่ 1 ด้านการส่งเสริมด้านความรู้ความสามารถให้กับบุคลากร แนวทางที่ 2 ด้านบริหารที่สนับสนุนให้พนักงานมีบทบาทต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร แนวทางที่ 3 ด้านการปรับปรุงแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมด้วย

คำสำคัญ: การบริหารการเปลี่ยนแปลง, นักบินไทย, วิกฤตโรคระบาด, การปรับตัว

Abstract

This research aims to study 1) The problems and obstacles of Thai pilots and 2) To suggest guidelines related with Change Management of Thai pilots and the organization during pandemic situation. This qualitative research has been collected by using purposive sampling

in total of 14 persons. The in-depth interview analysis data by Descriptive and Content Analysis has been conducted from Pilots in Command and Co-pilots from 7 airlines.

The research results were found as follows: 1) The problems that affect work and various lifestyles e.g., The income affects to the stress. For the training, pilots shall keep recency for flight experience by practicing in flight simulators and online recurrent training. For the organization's response plans, goals or plans for dealing with the short- and long-term pandemic crisis, it was found that all organizations has only a short-term plan to deal with the pandemic situation. For dealing with the epidemic, employees to wear masks at all times resulting in communication problems. 2) The recommendations for change management of Thai pilots and organizations in the pandemic situation consisted of 3 approaches which are 1) Knowledge and Ability Improvement for employees 2) Organization Adaptation for Change Management to encourage all employees to be a part of changing in the organization and 3) Business Adaptation with employees' involvement.

Keywords: Change Management, Thai Pilot, Pandemic, Adaptation

บทนำ

หากมองย้อนกลับไปในอดีต โลกของเรามีภาวะโรคระบาดเกิดขึ้นหลายครั้ง ตั้งแต่ปี ค.ศ. 165 โรคระบาด อันโทนีน (Antonine Plague) คือ โรคฝีดาษที่ระบาดในอาณาจักรโรมัน ค.ศ.1346 โรคระบาด กาฬโรค (The Black Death) เป็นโรคที่ทำให้มีผู้เสียชีวิตมากที่สุดชนิดไม่มีโรคใดเทียบติด ค.ศ. 2003 โรคซาร์ส (Severe Acute Respiratory Syndrome; SARS) เป็นโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันร้ายแรงที่อยู่ในตระกูลเดียวกับ “โคโรนาไวรัส” โดยพบเชื้อครั้งแรกที่มณฑลกว่างตุง ประเทศจีน และหลังจากนั้นจึงมีการแพร่ระบาดไปทั่วโลก การแพร่ระบาดของโรคซาร์ส ทำให้มีผู้เสียชีวิตในจีนประมาณ 349 ราย คร่าชีวิตผู้ป่วยทั่วโลก 774 ราย มีผู้ป่วยกว่า 8,098 คน (จงกลณี ดุ้ยเจริญ และคณะ, 2563) และล่าสุด ค.ศ. 2019 โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ Coronavirus Disease 2019

จากสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นในอดีตดังกล่าวย่อมเป็นสิ่งที่บ่งชี้ได้ว่า เป็นเหตุการณ์ที่ผลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ส่งผลต่อชีวิต ทรัพย์สิน และยิ่งไปกว่านั้นคือการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ในหลายภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับภาคอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งการเดินทางระหว่างประเทศต้องหยุดชะงักเนื่องจากบางประเทศได้ทำการปิดเมือง หรือปิดประเทศ (Lockdown) เพื่อไม่ให้เกิดการเดินทางเข้ามาแพร่เชื้อโรค ส่งผลให้หลายสายการบินทั่วโลกได้ยกเลิกเที่ยวบินในเส้นทางระหว่างประเทศร้อยละ 80-90 (ธนกร ณรงค์วานิช, 2563) มีการออกนโยบายการควบคุมโรคระบาด ขณะเดินทางด้วยอากาศยาน จึงส่งผลให้หลายสายการบินจะต้องปรับลดเที่ยวบิน หรือหยุดให้บริการชั่วคราว (กฤษฎา เสกตระกูล, 2563)



สำหรับอาชีพนักบินนั้นเป็นอาชีพที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการบิน เพราะเป็นอาชีพที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และปฏิเสธไม่ได้ว่าเป็นอาชีพที่มีความมั่นคงอย่างมาก แต่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์ดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญสภาพปัญหา และอุปสรรค สำหรับอาชีพนักบินไทยที่ประสบปัญหาเนื่องจากวิกฤตโรคระบาด เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละองค์กร นำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรที่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของนักบินในประเทศไทยในวิกฤตโรคระบาด ที่ได้รับผลกระทบในด้านการทำงาน และการดำเนินชีวิต
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กรในวิกฤตโรคระบาด

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัว

Williamson (นิภา คำภาฑู, 2547 อ้างถึงใน จุฑามาศ พงษ์สวัสดิ์, 2563) เป็นผู้นำทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบนำทางโดยมีความเชื่อที่ว่า มนุษย์นั้นย่อมมีสติปัญญา และมีเหตุผล นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่สามารถพัฒนาตัวเอง แต่จะต้องมีการอาศัยความช่วยเหลือจากบุคคลอื่น มนุษย์จะมีความสามารถปรับตัวได้ถ้าบุคคลนั้นมีการเข้าใจตัวเอง รู้จักสังคม และเข้าใจสังคม บุคคลนั้นย่อมเลือกแนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือวิธีการดำเนินชีวิตอย่างมีเหตุผล และทิศทางที่ถูกต้อง

Rogers (Rogers, 1972 อ้างถึงใน วัฒนรัตน์ คุณาพันธ์ สมโภชน์ อเนกสุข และดลดาว ปุณณานนท์, 2562). ผู้นำทฤษฎีที่ว่าด้วยตนเอง และทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบผู้รับเป็นศูนย์กลาง Rogers ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาบุคลิกภาพสู่ความมั่นคงมากกว่าแง่มุมอื่น จึงเน้นความสำคัญของตนเอง (Self) เป็นจุดหมายของการพัฒนาบุคลิกภาพ

Erikson (วารุณี แก้วบุญเรือง, 2557 อ้างถึงใน ธัญมาศ เล้าสกุล, 2561 เป็นนักจิตวิทยาทางสังคมได้กล่าวเกี่ยวกับการปรับตัวไว้ว่า กล่าวว่า ตั้งแต่แรกเกิดเป็นต้นไป บุคคลมีการพัฒนาทางอารมณ์เชิงสังคมและบุคลิกภาพ ไปจนตลอดชีวิต บุคคลในแต่ละช่วงวัยนั้น เป็นผู้ที่สามารถปรับตัวได้ขนาดไหน อยู่กับปัจจัยหลายประการ สิ่งที่สำคัญ คือ ปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในสภาพแวดล้อมนั้น

Roy (อรนุช ศรีคำ, 2555 อ้างถึงในธัญมาศ เล้าสกุล, 2561 กล่าวว่า การปรับตัวของบุคคลเป็นพฤติกรรมตอบสนอง เมื่อเจอกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะมาจาก ปัจจัยภายใน หรือภายนอก เพื่อคงไว้ซึ่งสภาพสมดุลของ ร่างกาย จิตใจ และสังคม เป็นผลให้เกิดภาวะสุขภาพที่ดี ซึ่ง Roy ได้ประยุกต์ทฤษฎีระบบมาใช้ (System Theory) ประกอบด้วย การนำเข้า (Input) การควบคุม (Control Process) การนำออก (Output) การย้อนกลับ (Feedback Process) ซึ่งสิ่งที่น่าสนใจนั้นหมายถึง สิ่งเร้า (Stimuli) สิ่งที่มากระตุ้น และระดับของการปรับตัว (Adaptive Level)

2. การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management)

John Kotter (ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร, 2564) เป็นศาสตราจารย์ด้านภาวะผู้นำ และการบริหารการเปลี่ยนแปลง วัตถุประสงค์ในการนำเสนอเรื่องของการจัดการการเปลี่ยนแปลงของ Kotter เพื่อเพิ่มความสามารถ และโอกาสความสำเร็จของบุคคลและคณะบุคคลในการสร้างการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทุกขั้นตอนในกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง มีความสำคัญ หากมีการข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง อาจส่งผลให้กระบวนการทั้งหมดประสบความล้มเหลวได้ กระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของ Kotter ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน คือ 1) มีการสร้างการยอมรับว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นความจำเป็นเร่งด่วน 2) สร้างกลุ่มบุคคลที่ช่วยส่งเสริมความร่วมมือ 3) ทำวิสัยทัศน์เพื่อการเปลี่ยนแปลง ให้ชัดเจน และถ่ายทอดความเข้าใจ 4) การสร้างวิสัยทัศน์ขององค์กร ให้เป็นที่ยอมรับ และเกิดการมีส่วนร่วม 5) กำจัดอุปสรรค 6) สร้างความสำเร็จให้กับเป้าหมายระยะสั้น 7) ต่อยอดการเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ และ 8) ให้การเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร

3. คำแนะนำด้านการฝึกอบรม สำหรับการเริ่มปฏิบัติการหลังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association; IATA) มีการให้คำแนะนำสำหรับหลังสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Guidance for Post-COVID Restart of Operations: CBTA Training Solutions Edition 2, 2020) โดยความสามารถของนักบิน (The pilot competencies) ที่สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association; IATA) แนะนำให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดล่าสุดขององค์การการบินระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization; ICAO) ด้านความสามารถของนักบิน มีดังนี้ การประยุกต์ใช้ความรู้ การประยุกต์ใช้ขั้นตอนและการปฏิบัติตามกฎระเบียบ การสื่อสาร การจัดการเส้นทางการบินบนเครื่องบิน ระบบอัตโนมัติ การจัดการเส้นทางบิน ความเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีม การรับรู้สถานการณ์ และการจัดการข้อมูลการจัดการภาระงาน รวมถึงการฝึกอบรมด้าน สถานการณ์ผิดปกติ สถานการณ์ฉุกเฉิน และการบริหารทรัพยากรบุคคลด้านการบิน

4. หลักสูตรการฝึกอบรมนักบิน ตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือน

ตามประกาศสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยเรื่อง หลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับผู้ประจำหน้าที่ในอากาศยาน-เครื่องบิน (Flight Crew Member Training Programmes-Airplane, 2559) กำหนดให้ผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศต้องดำเนินการในเรื่องเกี่ยวกับผู้ประจำหน้าที่ในอากาศยาน (Flight crew) ให้เป็นไปตามข้อกำหนดที่กรมการบินพลเรือนกำหนด โดยผู้ได้รับใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศต้องมีแผนการฝึกอบรมผู้ประจำหน้าที่ในอากาศยาน (Flight crew member training programs) และต้องจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคอากาศ (Ground and flight training) ที่มั่นใจได้ว่าผู้ประจำหน้าที่ในอากาศยานจะได้รับการฝึกอบรมอย่างเพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ ที่กำหนดซึ่งหลักสูตรดังกล่าวต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่กรมการบินพลเรือนประกาศกำหนดและได้รับการรับรอง

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์กับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยประเด็นที่สนใจศึกษาคือในด้านบริหารการเปลี่ยนแปลง โดยแต่ละองค์กรมีแผนการรับมือที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อนักบิน



ในองค์กร ด้านแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของนักบินในประเทศไทยที่ประสบปัญหาจากการดำเนินงานขององค์กร และการดำเนินชีวิตภายใต้วิกฤตโรคระบาด รวมถึงการนำข้อเสนอแนะจากหน่วยงานด้านการบิน ที่ให้คำแนะนำในการกลับมาปฏิบัติการบินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้นักบินดำรงความมั่นใจ และความรู้ เพื่อความปลอดภัยสูงสุดในการปฏิบัติงานในองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ นักบินผู้ควบคุมอากาศยาน และนักบินผู้ช่วย โดยมีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผ่านการกำหนดคุณสมบัติ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยต้องเป็นนักบินที่มีจำนวนชั่วโมงบินตามเกณฑ์ และมีใบอนุญาตผู้ประจําหน้าที่นักบิน จากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย จำนวนทั้งหมด 14 คน โดยแบ่งเป็น นักบินผู้ควบคุมอากาศยาน และนักบินผู้ช่วยสายการบินละ 1 คน ทั้งหมด 7 สายการบินที่ให้บริการในประเทศไทย

เครื่องมือในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบศึกษาค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured interview) โดยทำการสัมภาษณ์เดี่ยว จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบ สรุปพร้อมอธิบายเชิงพรรณนาตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร นำเสนอเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อ และได้หนังสือแนะนำตัว และขออนุญาตสัมภาษณ์ต่อต้นสังกัดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่าน เพื่อขอความร่วมมือ และผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่านด้วยตนเอง และเมื่อดำเนินการเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้ทำการถอดข้อมูลจากการจดบันทึก และบันทึกเสียง จากนั้นนำข้อมูลมารวบรวม และจัดกลุ่มตามประเด็นที่ศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ควบคู่กับกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว และคำแนะนำด้านการฝึกอบรม สำหรับการเริ่มปฏิบัติการหลังโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และตรงตามวัตถุประสงค์ในการศึกษามากที่สุดโดยจะทำการวิเคราะห์ผลประเมินผลการศึกษา และสรุปผลการศึกษา โดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนาถึงสภาพปัญหา ควบคู่กับแนวทางบริหารการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กรในวิกฤตโรคระบาด

ผลการวิจัย

1. ปัญหาและอุปสรรค ของนักบินในประเทศไทย

ผลการศึกษาสภาพปัญหา และอุปสรรค ที่นักบินไทยประสบในวิกฤตโรคระบาด ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงาน และการดำเนินชีวิต ดังต่อไปนี้

ด้านปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและการดำเนินชีวิตในด้านรายได้ การเผชิญกับความเครียด และการรับมือกับความเครียดที่เกิดขึ้น ด้านการทบทวนความรู้ที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ และประสิทธิภาพในการบินของนักบินที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโรคระบาด

การเดินทางทางอากาศที่หยุดชะงัก ย่อมส่งผลโดยตรงกับรายได้ที่ลดน้อยลง การที่มีชั่วโมงจากการปฏิบัติการบินที่ลดลงไป และการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ในการลดค่าใช้จ่ายขององค์กรโดยการ ปรับลดเงินค่าตอบแทนพนักงาน ปรับลดจำนวนพนักงานโดยการเลิกจ้าง การถูกพักงานชั่วคราว ซึ่งเห็นได้ชัดว่ากลุ่มนักบินอาวุโสที่มีตำแหน่งงานด้านบริหารควบคู่กับการปฏิบัติการบิน ประสบกับปัญหาด้านรายได้น้อยกว่านักบินที่มีประสบการณ์น้อย หรือนักบินที่สอง เนื่องจากเป็นวัยที่มีฐานะมั่นคงแล้ว ไม่มีภาระหนี้สิน และยังคงปฏิบัติงานในตำแหน่งอื่น ส่วนนักบินที่สองที่มีภาระงานเพียงแค่ทำหน้าที่ปฏิบัติการบินเพียงตำแหน่งเดียวจะเกิดความเครียดเนื่องจากรายได้ที่ลดลง และเวลาว่างที่มากขึ้น ส่วนการบรรเทาความเครียดนั้นมีหลากหลายความคิดเห็นไม่ว่าจะเป็น การเลี้ยงสัตว์ทำกิจกรรมกับครอบครัว ฝึกทำอาหาร หรือแม้แต่การจดบันทึกรายการที่เป็นปัญหาเพื่อจัดลำดับขั้นตอนเพื่อพร้อมกับการรับมือ ให้คลายความวิตกกังวลลง ส่วนการทบทวนความรู้ที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์ในระยะวิกฤตโรคระบาด เนื่องจากมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ทำให้ต้องมีการเรียนทบทวนภาคทฤษฎีผ่านระบบออนไลน์ และองค์กรให้ปรับการทำงานจากที่พักอาศัย (Work from home) พนักงานทุกคนจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพของตนเองเพื่อการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา บางองค์กรที่มีการจัดกลุ่มนักบิน ที่ยังคงปฏิบัติหน้าที่ และกลุ่มที่ต้องถูกพักงานชั่วคราว ดังนั้นรูปแบบการรักษาสถานของประสบการณ์การบินที่เป็นปัจจุบันย่อมแตกต่างกัน มีทั้งการได้ประสบการณ์จากการปฏิบัติการบินจริง และการฝึกฝนในเครื่องฝึกบินจำลอง โดยความคิดเห็นส่วนใหญ่จากนักบินในเรื่องประสิทธิภาพด้านการบินจากการฝึกในเครื่องช่วยฝึกบินจำลอง จะพบว่าความคล่องตัวในการประสานงานกับหน่วยต่าง ๆ จะขาดหายไป บางสถานการณ์จะสามารถพบได้ขณะทำการบินจริงเท่านั้น เช่น การส่งผลกระทบในการตัดสินใจ และการตระหนักในสถานการณ์ และกระบวนการ หลุด พลังเพลอ ข้อผิดพลาดได้

ด้านแผนการรับมือขององค์กร ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงกับพนักงาน ทั้งในด้านเป้าหมายหรือแผนการรับมือกับวิกฤตโรคระบาดในระยะสั้น/ระยะยาว ในแต่ละองค์กร

ทุกองค์กรมีแผนการการรับมือ หรือแผนการในการแก้ปัญหาในวิกฤตโรคระบาดระยะสั้น เช่น การลดจำนวนเที่ยวบินให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และมาตรการควบคุมโรคจากหน่วยงานต่าง ๆ การปรับลดเงินเดือนพนักงาน เปลี่ยนรูปแบบดำเนินธุรกิจเพื่อหารายได้เสริม การวางแผนการลงทุนกับผู้ร่วมลงทุน การวางแผนใช้เครื่องบินให้พอดีกับจำนวนนักบิน ส่วนในด้านแผนการรับมือระยะยาว ขององค์กร พบว่ามีเพียงบางองค์กรที่เตรียมแผนการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากวิกฤตโรค



ระบาด เช่น ปรับขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่นำระบบออนไลน์มาใช้ในการดำเนินการให้มากขึ้นกว่าเดิม และการปรับเปลี่ยนสวัสดิการของพนักงานไปอย่างถาวร หรือ การเตรียมเปิดเส้นทางบินในเส้นทางต่างประเทศหากสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดคลี่คลาย

ด้านการรับมือกับโรคระบาดที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรขององค์กร

จากมาตรการควบคุมโรคระบาดทำให้พนักงานทุกคนต้องสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา ซึ่งผู้ที่ปฏิบัติการบินประสบปัญหาคล้ายเคียงกันในเรื่องของการสื่อสาร เนื่องจากขณะทำการบินต้องมีการติดต่อประสานงานกับหอควบคุมการจราจรทางอากาศ พนักงานภาคพื้น หรือแม้แต่การเจรจาประสานงานภายในห้องควบคุมการบิน การสวมใส่หน้ากากอนามัย ส่งผลให้การรับฟังไม่ชัดเจน ต้องเพิ่มเสียงในการสนทนากัน และหากระยะการติดเชื้อโรคระบาดขณะเดินทางมาทำงาน นอกจากนั้นการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา พร้อมกับการสื่อสารควบคู่ไปด้วยนั้นทำให้เกิดความเหนื่อยง่าย และหายใจไม่สะดวก

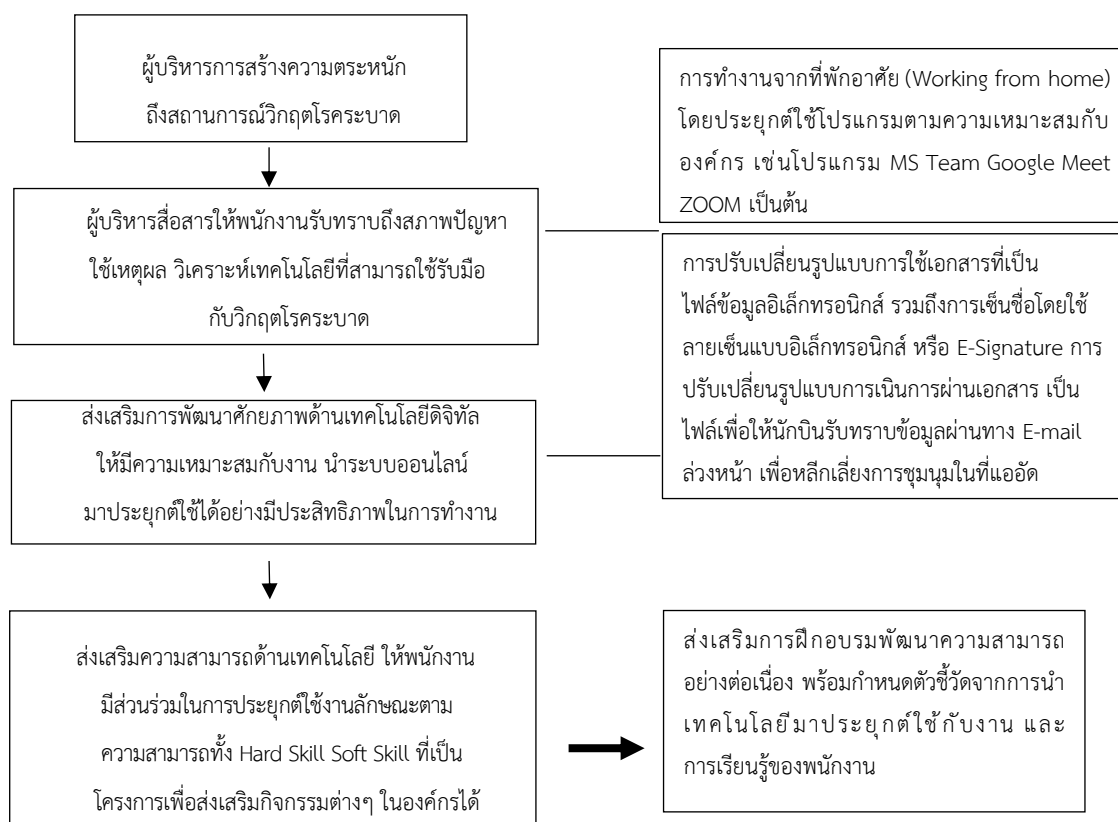
ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวขององค์กรต่อวิกฤตโรคระบาด

เรื่องการบริหารงาน และนโยบายที่นำมาใช้เพื่อรับมือกับปัญหานั้น ฝ่ายบริหารที่มีการดำเนินงานในด้านนโยบายปรับลดค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน มีการเจรจาให้พนักงานเข้าใจและพร้อมให้ความร่วมมือกันในยามภาวะวิกฤต มีการสื่อสารให้กำลังใจ และไม่ทอดทิ้งผู้ที่ถูกพักงานชั่วคราว จะสามารถรับมือกับปัญหา และการเปลี่ยนแปลงองค์กรได้ดีกว่าองค์กรที่ผู้บริหารมีนโยบายไม่ชัดเจน ไม่มีความชำนาญในการรับมือกับปัญหาของสภาวะวิกฤตโรคระบาด จะส่งผลให้พนักงานถูกปรับลดเงินเดือนอย่างต่อเนื่อง และเกิดการเลิกจ้างงานของพนักงานในองค์กร ชี้ให้เห็นว่าการร่วมมือ ร่วมใจของพนักงานในองค์กรนั้น ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร และแนวทางการจัดการของฝ่ายบริหาร เป็นตัวแปรสำคัญที่จะสามารถบ่งบอกได้ว่ารับมือกับปัญหาได้หรือไม่ แต่ทั้งนี้ในหลายองค์กรยังมีปัจจัยที่ไม่สามารถรับมือได้ คือ ราคาน้ำมัน การเกิดสงคราม นโยบาย หรือ มาตรการป้องกันโรคระบาด ทำให้สายการบินจำเป็นต้องปฏิบัติตาม เช่น การปิดน่านฟ้าชั่วคราว ส่งผลให้การปฏิบัติหน้าที่ต้องหยุดชะงักลง

2. นำเสนอแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลงของนักบินไทย และองค์กรในวิกฤตโรคระบาด

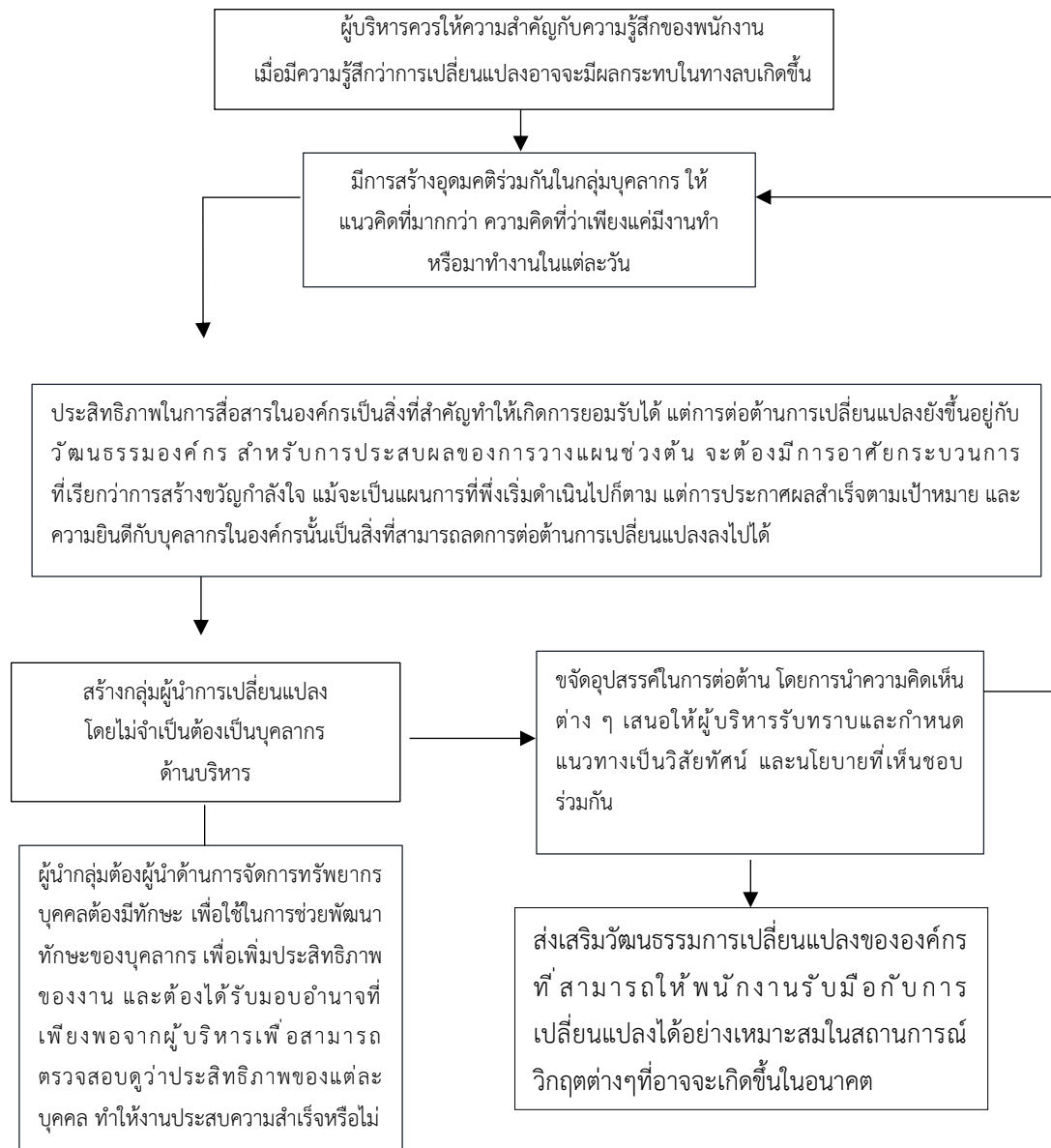
ผลการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประจำหน้าที่นักบิน จากสายการบินที่ให้บริการในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว และคำแนะนำด้านการฝึกอบรมนักบินหลังวิกฤตโรคระบาด พบว่า ยังมีบางประเด็นที่ควรนำไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของสายการบินให้ครอบคลุม เหมาะสม และตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ปฏิบัติการบิน เช่น สร้างความคิดการที่จะต้องเปลี่ยนแปลง เป็นเรื่องเร่งด่วน รวมถึงประเมินโอกาส และอุปสรรคต่าง ๆ การระบุนัยคุกคามที่อาจมีการเกิดขึ้นได้ในอนาคต การสร้างความร่วมมือกันเป็นหนึ่งเดียวสร้างกลุ่มงานเพื่อมีพลังในการทำงาน และมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างความตระหนักรู้ในความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง มุ่งความสำเร็จระยะสั้น และให้ความสำคัญกับเป้าหมายระยะสั้นมากกว่าเป้าหมายในระยะยาว เนื่องจากเป้าหมายระยะสั้นมีโอกาสล้มเหลวน้อยกว่า ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการกำหนดแนวทางที่องค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นประโยชน์ให้บุคลากรในองค์กรให้ยังคงสามารถปรับตัวกับวิกฤตโรคระบาด หรือสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างยั่งยืน ดังนี้

แนวทางที่ 1 ด้านการส่งเสริมด้านความรู้ ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กรในแต่ละหน้าที่รับผิดชอบที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับตัวในสถานการณ์ฉุกเฉิน (Knowledge and Ability Improvement) เพื่อให้เกิดการเสริมสร้างความรู้ความสามารถของพนักงานให้มีความสอดคล้องกับทิศทางกลยุทธ์ขององค์กรกับการเปลี่ยนแปลงหลังจากวิกฤตโรคระบาด



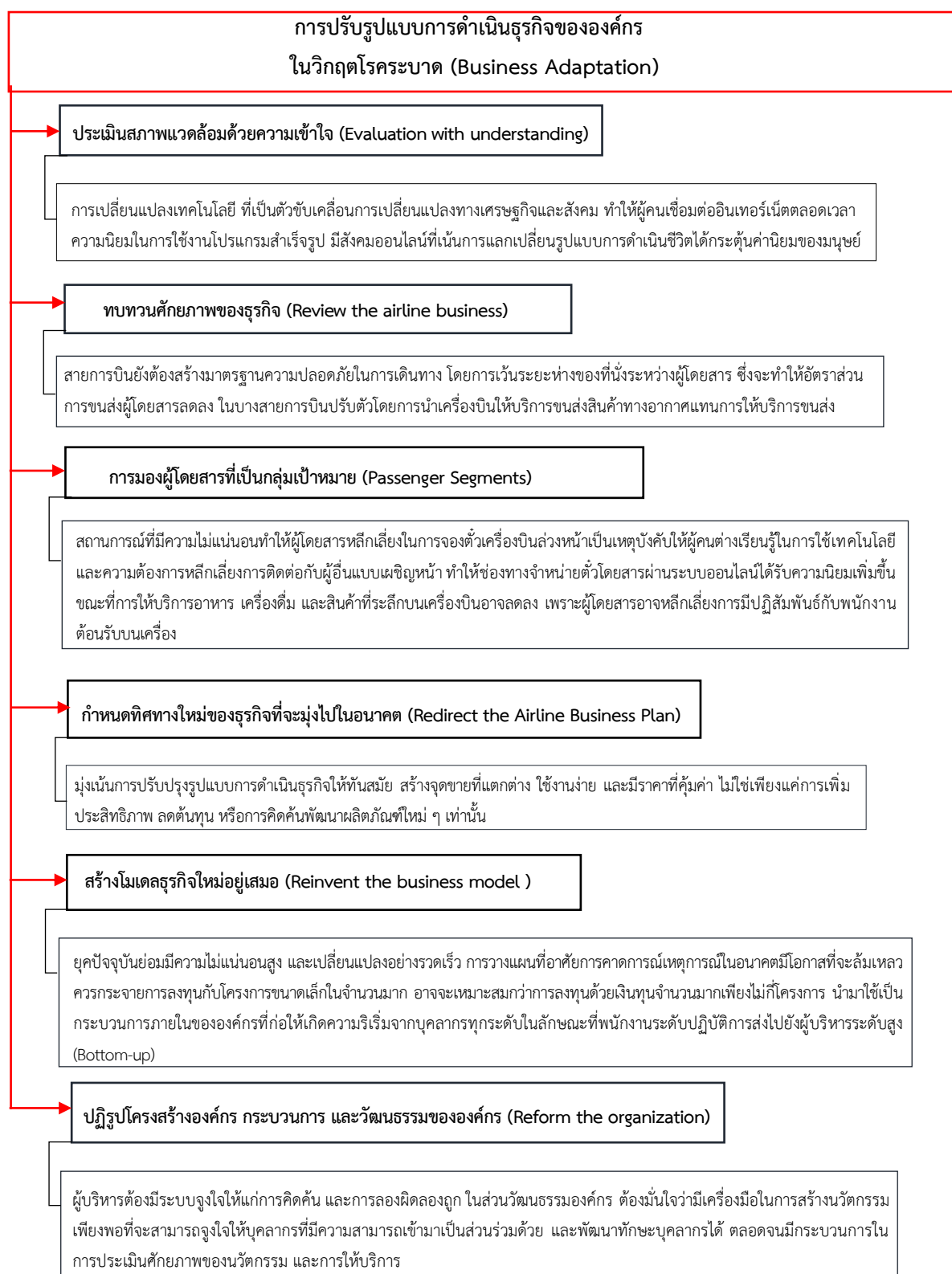
ภาพที่ 1 แนวทาง ด้านการส่งเสริมด้านความรู้ ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กร (Knowledge and Ability Improvement)

แนวทางที่ 2 ด้านบริหารจัดการในโครงสร้างบริหาร ในการสนับสนุนให้พนักงานมีบทบาทต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร (Organization Adaptation for Change Management) ผู้นำด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลต้องมีทักษะ เพื่อใช้ในการช่วยพัฒนาทักษะของบุคลากร การริเริ่มการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จ ต้องมีการเข้าใจต่อการต่อต้านของพนักงานซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จ และผู้นำต้องจัดการกับนวัตกรรมที่มาเป็นอุปสรรค โดยการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ การลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงโดยสร้างความรู้สึกระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจัดการกับผลกระทบของพนักงานที่เกิดจากการริเริ่มการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในความสำเร็จของการจัดการการเปลี่ยนแปลง



ภาพที่ 2 แนวทาง ด้านบริหารจัดการในโครงสร้างบริหาร ในการสนับสนุนให้พนักงานมีบทบาทต่อการรับมือ
กับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร (Organization Adaptation for Change Management)

แนวทางที่ 3 ด้านการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร ในวิกฤตโรคระบาด เพื่อสร้างรายได้
เสริมจากธุรกิจจากทางอื่นเพิ่มเติม (Business adaptation) โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมด้วย โดยมีการปรับแผน
ดำเนินธุรกิจให้ยืดหยุ่นขึ้น นำความคิดเห็นจากผู้โดยสารมาปรับใช้กับกลยุทธ์ใหม่



ภาพที่ 3 แนวทาง ด้านการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร ในวิกฤตโรคระบาด เพื่อสร้างรายได้ เสริมจากธุรกิจจากทางอื่นเพิ่มเติม (Business adaptation)



อภิปรายผล

การอภิปรายผลข้อค้นพบการวิจัยเรื่องการปรับตัวของนักบินไทย ในวิกฤตโรคระบาด ผู้วิจัยนำข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยมาอธิบายและหาความสอดคล้องโดยอธิบายข้อสนับสนุนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. สภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการดำรงชีวิต เนื่องจากวิกฤตโรคระบาดติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกส่งผลต่อภาคอุตสาหกรรมการบิน และนักบินได้รับผลกระทบต่อความมั่นคงในชีวิตตามมา ทั้งนี้สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs) (อนรรติ ฤทัยธรรม และรลิตา สังข์บุญนา, 2563) ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการตลอดเวลา ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นขั้น เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์จะมีความต้องการอื่น ในระดับต่อไป ทำให้นักบินต้องหาทางปรับตัวต่อสถานการณ์ในวิกฤตโรคระบาด

การปรับตัวในช่วงวิกฤตโรคระบาด และการรับมือกับความเครียด สภาพปัญหาขึ้นอยู่กับปัจจัยในแต่ละบุคคลที่มีแตกต่างกันออกไป ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการบินสูง ปฏิบัติงานมาเป็นเวลานานจะมีหน้าที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งอื่นในองค์กรเพิ่มเติม เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้นักบินมีความมั่นคงในอาชีพมากกว่านักบินที่มีภาระงานเพียงปฏิบัติการบินเพียงตำแหน่งเดียว นักบินที่มีตำแหน่งในด้านบริหาร นับเป็นบทบาทหนึ่งที่มีความมั่นคงในชีวิตที่เกิดจากความต้องการปัจจัยที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ ธัญมาศ เล้าสกุล (2561) พฤติกรรมที่แสดงออกในการปรับตัวเพื่อความสมดุลในชีวิต คือการปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ (Role Function Mode) อาทิเช่น การทำงานร่วมกับบุคคลอื่น การทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อดำรงไว้ต่อความมั่นคงทางสังคม นักบินที่มีความรู้ หรือความชำนาญด้านเทคโนโลยี สามารถนำความรู้เฉพาะทางสร้างโปรแกรมเพื่อช่วยพัฒนารูปแบบการทำงานในช่วงวิกฤตโรคระบาดเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายขององค์กรในการว่าจ้างบริษัทอื่น

รูปแบบการดำเนินงานขององค์กรเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากวิกฤตโรคระบาด ทุกสายการบินมีการปรับแผนดำเนินธุรกิจโดยใช้ประกาศมาตรการผ่อนปรนจากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย อนุญาตให้มีการขนส่งสินค้าทางอากาศโดยสามารถลดสินค้าไว้นที่นั่นผู้โดยสารได้ ทำให้รูปแบบการขนส่งสินค้าทางอากาศเป็นช่องทางสร้างรายได้ให้กับสายการบินสอดคล้องกับรัชตะ จันทรพาณิชย์ (2564) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับ ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินให้บริการขนส่งสินค้าที่จำเป็น เช่น อาหาร หน้ากากอนามัย ยารักษาโรค หรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ รูปแบบการให้บริการจึงเป็นลักษณะการขนส่งสินค้าโดยบรรทุกสินค้าบนที่นั่งผู้โดยสาร หรือการถอดที่นั่งผู้โดยสารเพื่อใช้พื้นที่บรรทุกสินค้าได้มากขึ้น นอกจากนี้แล้วการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ทางธุรกิจย่อมเกิดขึ้น การเรียนทบทวนภาคทฤษฎี มีการนำระบบออนไลน์มาใช้งาน โดยสื่อการเรียนการสอน เป็นการใช้เทคโนโลยีอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งการเรียนและการสอบ เพื่อให้ผู้เข้าเรียนสามารถเข้าระบบการเรียนทบทวนได้จากที่พักอาศัย สามารถป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในสถานที่ทำงานได้ สอดคล้องกับ สราวุฒิ ไทยสงค์ และคันสนีย์ จะสุวรรณ (2564) ศึกษาเรื่อง การบริหารงานบุคลากรโดยใช้เทคโนโลยีในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยผู้บริหารต้องอาศัยกลยุทธ์ในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพและเกิด



ประสิทธิผลมากที่สุดด้วยเช่นกัน แต่ขณะเดียวกันในบางวิชาที่มีการฝึกด้วยอุปกรณ์จริง เช่น การฝึกดับไฟ การฝึกอพยพทางน้ำ เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน จำเป็นต้องรวมกลุ่มพนักงานเพื่อ ทำการฝึกซ้อม แต่มีการจัดสรรให้เป็นกลุ่มขนาดเล็ก สอดคล้องกับ อมร เอื้อกิจ (2020) ศึกษาเรื่องการบริหารสถาบันอุดมศึกษา ภายใต้ภาวะวิกฤตเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แนวทางสำหรับการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การรับมือกับโรคระบาดที่ดีที่สุด คือ การเว้นระยะห่างระหว่างกันในสังคม (Social Distancing) ภาครัฐได้สร้างมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้ นำไปปรับใช้ แต่สามารถแก้ปัญหาได้เพียงระดับหนึ่ง เนื่องจากยังมีการเรียนรู้ที่ต้องมีการลงมือปฏิบัติจริง การทดลอง หรือการปฏิบัติงานเป็นกลุ่ม แต่การเรียนด้วยระบบออนไลน์ในบางรายวิชานั้นจะไม่ได้ รับ ประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น การทำกิจกรรมกลุ่มร่วมกันเพื่อละลายพฤติกรรมระหว่างเพื่อนร่วมงาน

การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรภายใต้ปัจจัยต่าง ๆ ในวิกฤตโรคระบาด ด้านการมีบทบาท ของผู้มีส่วนร่วมในองค์กรเห็นได้ชัดว่ายังคงเป็นนักบินที่มีตำแหน่งในการบริหารงานที่มีบทบาทเด่นชัด ในการรับมือกับวิกฤตโรคระบาด เพื่อเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรไปพร้อมเพียงกัน พนักงานทุกภาคส่วนต้องยินดีที่จะเป็นส่วนร่วมในการรับมือกับ การเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับ Leading Change (1996) โดย John Kotter อ้างถึงใน ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร (2564) นำเสนอเรื่องการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลง เพื่อเพิ่มความสามารถ และโอกาสความสำเร็จของบุคคลและคณะบุคคลในการสร้าง การเปลี่ยนแปลง ซึ่งทุกขั้นตอนในกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง มีความสำคัญ หากมีการข้ามขั้นตอน ใดขั้นตอนหนึ่งอาจส่งผลให้กระบวนการทั้งหมดประสบความล้มเหลวได้

2. การกำหนดแนวทางที่องค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นประโยชน์ให้บุคลากรในองค์กรให้ ยังคงสามารถปรับตัวกับวิกฤตโรคระบาด หรือสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมด้านความรู้ ความสามารถให้กับบุคลากรในองค์กรในแต่ละหน้าที่รับผิดชอบที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับตัว ในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อให้เกิดการเสริมสร้างความรู้ความสามารถของพนักงานให้มีความสอดคล้องกับ ทิศทางกลยุทธ์ขององค์กรกับการเปลี่ยนแปลงหลังจากวิกฤตโรคระบาด ด้านบริหารจัดการในโครงสร้างบริหาร ในการสนับสนุนให้พนักงานมีบทบาทต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ผู้นำด้านการจัดการ ทรัพยากรบุคคลต้องมีทักษะ เพื่อใช้ในการช่วยพัฒนาทักษะของบุคลากร การริเริ่มการจัดการการเปลี่ยนแปลง ที่ประสบความสำเร็จ และผู้นำต้องจัดการกับนวัตกรรมที่มาเป็นอุปสรรค โดยการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้านการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร ในวิกฤตโรคระบาด เพื่อสร้างรายได้เสริมจากธุรกิจจากทาง อื่นเพิ่มเติมโดยสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วม

สรุป

จากวิกฤตโรคระบาดติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทยพบว่าหนึ่งในอาชีพที่มีความมั่นคง ที่ประสบปัญหาในการทำงาน และการดำรงชีวิต คือ อาชีพนักบิน ซึ่งจากการศึกษาค้นพบปัญหา และอุปสรรค ในเรื่องรายได้ เป็นผลกระทบโดยตรงจากการปรับลดจำนวนเที่ยวบิน ขององค์กร เพื่อสอดคล้องกับการ เดินทางของจำนวนผู้โดยสารที่ลดลง รวมถึงมาตรการปิดน่านฟ้า และมาตรการป้องกันโรคระบาด การเว้น ระยะห่างทางสังคม ที่ออกโดยหน่วยงานต่าง ๆ ในแต่ละองค์กรมีรูปแบบการรับมือกับปัญหาดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็น



เป็นการปรับลดค่าตอบแทนพนักงาน เนื่องจากรายได้ขององค์กรที่ลดลง การปรับรูปแบบดำเนินธุรกิจ ขนส่งสินค้าทางอากาศ หรือมีการจำหน่ายสินค้าทางสื่อออนไลน์ นอกจากนี้จะเห็นว่าการฝึกอบรมทบทวน และการทำงานที่เปลี่ยนไป เนื่องจากมีการป้องกันการแพร่ระบาดในที่ทำงาน จึงมีการทำงานจากที่พักอาศัย (Work from home) โดยแต่ละองค์กรมีรูปแบบโปรแกรมที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งาน นอกจากนี้พนักงานที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการฝึกอบรมจะมีการเรียนทบทวนผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบิน หรือความรู้ที่ได้รับ แต่ขณะเดียวกันการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลาขณะปฏิบัติงาน ส่งผลต่อการสื่อสาร และทำให้เกิดความเหนื่อยง่าย ส่วนด้านประสิทธิภาพการบิน ที่ฝึกทบทวนในเครื่องปฏิบัติการบินจำลอง พบว่า มีข้อคิดเห็นในเรื่องประสิทธิภาพการบินที่แตกต่างกัน โดยนักบินกลุ่มแรกให้ความคิดเห็นว่าการปฏิบัติการบินทบทวนในเครื่องฝึกบินจำลองได้รับประสิทธิภาพไม่แตกต่างกันเนื่องจากเครื่องปฏิบัติการบินจำลองมีความทันสมัยเปรียบเสมือนเครื่องบินจริง ส่วนนักบินกลุ่มที่สอง ให้ความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพด้านการบินที่ได้รับจะขาดการฝึกฝนในด้านการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากในสถานการณ์จริงผู้ควบคุมอากาศยานต้องติดต่อกับหอบควบคุมอากาศยาน และพนักงานภาคพื้นในดำเนินนโยบาย และแนวทางบริหารองค์กรที่มีการรับมือกับวิกฤตโรคระบาดในแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารจะทำให้องค์กรสามารถรับมือกับปัญหา และมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรับมือกับวิกฤตโรคระบาดได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. สายการบินที่ประสบปัญหาในด้านการให้บริการในเส้นทางการบินต่างประเทศ โดยเฉพาะสายการบินที่เป็นการให้บริการเต็มรูปแบบ จะต้องมีการกำหนดเพดานราคาโดยสามารถเป็นการชักจูงผู้โดยสารกลับมาใช้บริการให้ได้จำนวนที่มากขึ้น เมื่อผู้โดยสารเปรียบเทียบราคาโดยสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ กับ สายการบินต้นทุนต่ำแล้ว จะสามารถเลือกรับบริการในราคาที่ย่อมเยาได้อย่างไม่เกิดความลังเล

2. สายการบินในประเทศไทย ควรมีการให้บริการขนส่งสินค้าทางอากาศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการขนส่งผลิตภัณฑ์ยา หรือเครื่องมือทางการแพทย์ ไม่ใช่เฉพาะในวิกฤตโรคระบาดเท่านั้น หากเพียงแต่ประยุกต์ใช้หลักการ และแนวทางขนส่งสินค้าอันตรายทางอากาศยาน เพื่อได้ให้ได้รับใบอนุญาตการขนส่งวัตถุอันตรายทางอากาศ เพื่อเป็นอีกหนึ่งวิธีการในการดำรงแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ถาวรให้กับองค์กรได้

3. สายการบินต้องมีการนำบทเรียนจากโรคระบาดในครั้งนี้มาเป็นตัวอย่างเพื่อหาจุดอ่อน หรือสิ่งที่ยากต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ในหาวิธีการที่รองรับให้เหมาะสมกับองค์กร

4. มาตรการจากภาครัฐ สำนักงานการบินพลเรือน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำมาปรับใช้กับสายการบินในวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เมื่อประเมินแล้วว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสม สามารถนำมาปรับเป็นมาตรการ หรือเป็นแนวทางถาวรของสายการบินได้

5. กระบวนการฝึกอบรม และการทำงานที่มีการนำระบบออนไลน์มาใช้ในวิกฤตโรคระบาดสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการจัดการปฏิกิริยาได้ เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ในการทบทวนความรู้ด้วยตนเองตลอดเวลา หรือการลดภาระการจัดเตรียมเอกสารโดยการใช้เอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ทดแทนกระดาษ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลง ที่ได้รับคำแนะนำจากพนักงานในองค์กรที่ประสบปัญหาโดยตรง ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับปัญหาที่เกิดจากวิกฤตโรคระบาดที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต โดยควรให้ความสำคัญกับนโยบาย และการบริหารงาน ซึ่งผู้บริหารควรให้การรับฟังกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นโดยตรงกับพนักงาน รวมถึงผู้บริหารควรมีความเข้าใจในการบริหารงานในธุรกิจการบิน สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ การนำเสนอแนวทางการบริหารการเปลี่ยนแปลง ในประเด็นที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ให้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องบางส่วน เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ จากปัญหา และอุปสรรคของนักบินไทย ในวิกฤตโรคระบาด กับกระบวนการบริหารการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการปรับตัว และการแนะนำแนวทางด้านการฝึกอบรมนักบิน แต่ยังไม่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้สามารถเป็นแนวทางที่ประยุกต์ใช้ได้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา เสกตระกูล. (2563). 7 แนวโน้มวิถีปกติใหม่ ธุรกิจการบินหลังยุคโควิด-19. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565, จาก <https://www.buesinesstoday.co/opinions/21/05/2020/38510>
- จกกลณี ตัญเจริญ และคณะ. (2563). การรับมือกับไวรัสโคโรนา COVID-19 ในงานสาธารณสุขมูลฐาน. วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีสรรพสิทธิประสงค์, 4(3), 1-20.
- จุฑามาศ พงษ์สวัสดิ์. (2563). การปรับตัวในการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา การเรียนการสอนภาษารัสเซียในโครงการรัสเซียศึกษา (ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญมาศ เล้าสกุล. (2561). การปรับตัวทางสังคมอย่างเหมาะสมของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ (รายวิชาการวิจัยรายบุคคล). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนกร ณรงค์วานิช. (2563). อุตสาหกรรมการบินจะผ่านไปอย่างไรกับโควิด-19. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2564). 8-Step Change Model [Kotter]. ค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565, จาก <https://drpiyanan.com/tag/change-management/>
- รัชตะ จันทรพาณิชย์. (2564). สถานการณ์โควิด-19: ผลกระทบและการปรับตัวของธุรกิจการบินจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19). วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคม, 13(1), 1-19.

- วันยรัตน์ คุณาพันธ์, สมโภชน์ อเนกสุข และคณดาว ปุณณานนท์. (2562). การศึกษากระบวนการปรับตัวที่มีประสิทธิผลสำหรับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 13(1), 95-105.
- สรารุณี ไทยสงค์ และศันสนีย์ จะสุวรรณ์. (2564). การบริหารงานบุคลากรโดยใช้เทคโนโลยีใน สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในองค์กร. *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2559). *Flight Crew Member Training Programmes - Airplane*. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2565, จาก <https://www.caat.or.th/th/archives/26135>
- อนรรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาท. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ชัมมิท แพลมมิ่ง โอโต บอดี เวอร์ค จำกัด. *วารสารรัชตภาคย์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 14(32), 170-180.
- อมร เอื้อกิจ. (2563). การบริหารสถาบันอุดมศึกษาภายใต้ภาวะวิกฤตเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19). *Journal of Buddhist Philosophy Evolved*, 4(2), 120-130.
- องค์การอนามัยโลก.(2563).*Coronavirus*. ค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2565, จาก <https://www.who.int/thailand/health-topics/coronavirus>
- International Aviation Transportation Association (IATA) (2020). *Guidance for Post-COVID Restart of Operations: CBTA Training Solutions Edition 2*. Retrieved March 13, 2022, from <https://www.iata.org/contentassets/c0f61fc821dc4f62bb6441d7abedb076/guidance-for-post-covid-restart-of-operations-cbta-training-solutions.pdf>

ผลกระทบและโอกาสช่องทางส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย:

กรณีศึกษาภาคตะวันออก

The Impact and Opportunities of Tourism in Thailand: A Case Study of the Eastern Region

แพรวา ธนะพิรุฬห์¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ อัครมณี สมใจ³

Parewa Tanapiroon¹, Chandej Charoenwiryakul² and Akramanee Somjai³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: chandej.ch@ssru.ac.th²

Received: 2023-01-18; Revised: 2023-03-21; Accepted: 2023-03-23

บทคัดย่อ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจากปี 2562 ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวที่สำคัญ คือ ธุรกิจท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ระดับผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย และ 2. ระดับโอกาสช่องทางส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชากรที่อาศัยในจังหวัดภาคตะวันออก ปี 2562 จังหวัดภาคตะวันออก 7 จังหวัด จำนวน 420 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางเครื่องชีและมอร์แกน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) ธุรกิจรถทัวร์โดยสารได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ ธุรกิจอาหาร และการจ้างงาน ตามลำดับ และ 2) ด้านบทบาทของภาคเอกชนสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ มีโอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย รองลงมาคือด้านการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีมาตรฐานและสุขอนามัย และอนุรักษ์ธรรมชาติ ด้านการจัดทำแผนเตรียมความพร้อมของแต่ละธุรกิจ และด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเอกชน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรวางแผนเพื่อลดผลกระทบและช่วยเสริมสร้างโอกาสช่องทางส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: ไวรัสโควิด-19, ธุรกิจท่องเที่ยว

Abstract

Thailand's tourism situation from the situation of the spread of the COVID-19 virus As a result, the number of foreign tourists who traveled to Thailand in the first quarter of 2020 decreased from the year 2019. The business that was mainly affected by the aforementioned



situation was the tourism business. The objectives of this research were to study 1. the level of impact on the tourism business in Thailand and 2. The level of opportunities and channels to promote Thailand's tourism business using quantitative research methods Data were collected by a questionnaire from the population living in the eastern provinces in 2019, 7 eastern provinces, totaling 420 people, by defining the sample using Krazy and Morgan tables. Analyzed by descriptive statistics. The results showed that 1) bus business was most affected by the spread of the COVID-19 virus, followed by hotel business, domestic and international tourism business, food business and employment respectively, and 2) The role of the private sector in building confidence among tourists and service users There is an opportunity to promote Thailand's tourism business, followed by support for community tourist attractions that meet standards and hygiene. and preserve nature in preparation of preparation plans for each business and the potential development of private personnel.

Keywords: COVID-19 Virus, Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ มากมาย สามารถสร้างงานรวมถึงการพัฒนาบุคลากร และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และจะยิ่งเพิ่มความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการจะพัฒนาให้ กลายเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของโลกได้ ซึ่งจากรายงานผลการจัดอันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด 10 อันดับแรก ที่จัดอันดับโดยองค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยวจากทั่วโลกใน ระหว่างปี พ.ศ. 2559 พบว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศมากเป็น อันดับที่ 9 ของโลก (จำนวน 32.6 ล้านคน) เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2558 ร้อยละ 8.9 ซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเป็นอันดับที่ 2 รองจาก ประเทศสเปน

จากการศึกษาผลกระทบธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย วิกฤตโควิด-19 เกิดการถดถอยของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงซึ่งสอดคล้องกับ สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของโควิด-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลให้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ลดลงร้อยละ 22.7 โดยธุรกิจ การบินและธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ในลำดับต้น ๆ จนทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการทุกด้าน ได้แก่ มาตรการด้านการเงินและ

การคลัง และการจ้างงานเพื่อบรรเทา ผลกระทบที่เกิดขึ้น พบว่า ประชาชนไทยมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง และมูลค่าการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในช่วงไตรมาส 1/2563 เป็นผลจากหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในประเทศที่เกิดการชะลอ และ ที่สำคัญคือ การระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่หรือโควิด-19 (Covid-19) ที่ส่งผลกระทบต่อ ความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงระดับผลกระทบและ โอกาสในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์สำหรับนำไปปรับปรุงพัฒนาเพื่อลดผลกระทบและสร้างโอกาสให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับโอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 ลดลงจาก ช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 ร้อยละ 38.01 โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชีย ตะวันออกมีจำนวนมากที่สุด 3.73 ล้านคน แต่ก็เป็นภูมิภาคที่มีจำนวน นักท่องเที่ยวลดลงในอัตราสูงสุดร้อยละ 46.12 จากช่วงเวลาเดียวกัน ของปี 2562 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย สูง 3 อันดับแรกคือ นักท่องเที่ยวจีน มาเลเซีย และ รัสเซีย ตามลำดับ และที่สร้างรายได้สูงสุดให้กับประเทศไทยยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจีน รองลงมา ได้แก่ รัสเซีย สหราชอาณาจักร มาเลเซีย ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกาและเยอรมัน ตามลำดับ แต่รายได้จากทุกประเทศลดลง เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2562 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีน ที่ลดลงถึงร้อยละ 63.96

กรุงเทพฯ ยังคงเป็น จังหวัดท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามมาด้วยภาคเหนือ และภาคตะวันตก ตามลำดับ แต่การใช้จ่ายส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพฯ ภาคใต้และ ภาคเหนือ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วโลก จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) ระบุว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกว่า จากผลกระทบของโควิด-19 ที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกเติบโตลดลงในไตรมาสแรกของปี 2563 ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน 2563 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเฉพาะในเดือนเมษายนลดลง มากถึงร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี 2562 ซึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่ทุกประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างใช้มาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างกันเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยธุรกิจการบินและธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบในลำดับต้น ๆ จนทำให้ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างดำเนินมาตรการทุกด้าน ได้แก่ มาตรการด้านการเงินและการคลัง

และการจ้างงานเพื่อบรรเทา ผลกระทบที่เกิดขึ้น พบว่า ประชาชนไทยมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง และมูลค่าการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในช่วงไตรมาส 1/2563 เป็นผลจากหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในประเทศที่เกิดการชะลอ และ ที่สำคัญคือ การระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 (Covid-19) ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นเหตุให้รัฐบาลประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อควบคุมการระบาดของโควิด-19

มาตรการหนึ่งที่สำคัญ คือ การปิดสถานที่ต่าง ๆ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว การห้ามการเดินทางระหว่างจังหวัดที่ไม่จำเป็น และการขอความร่วมมือสถานประกอบการให้พนักงานทำงานในที่พักอาศัย (Work from home) สถานการณ์การระบาดและมาตรการต่าง ๆ ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศให้ชะลอตัวอย่างรุนแรงโดยสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้มีการประกาศผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ไตรมาส 1/2563 ปรับตัวลดลงร้อยละ -1.80

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย การแพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีการประเมินพบว่า จะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยในปี 2563 ที่จะลดลง เหลือเพียง 18 ล้านคน หรือลดลงร้อยละ 54.6 และน่าจะส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงเศรษฐกิจไทย ที่มีการคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จะลงจากร้อยละ 2.7 เหลือร้อยละ -0.8 โดยมีแนวโน้มที่สถานการณ์จะกลับมาฟื้นตัวในช่วงไตรมาส 4 หากพิจารณาประเทศที่มีภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยอ้างอิงตัวเลขตามรายงาน ของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council : WTTC) จะเห็นว่า อุตสาหกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในปี 2561 สร้างเม็ดเงินให้กับเศรษฐกิจโลก ประมาณ 8.8 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นร้อยละ 10.4 ของกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั้งหมดของโลก แต่เมื่อนำสัดส่วนของธุรกิจการท่องเที่ยวใน GDP มาเปรียบเทียบกับพบว่า ประเทศที่ได้รับผลกระทบ จาก COVID-19 มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก คือ ประเทศไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 22 ของ GDP ของประเทศ (สยามรัฐออนไลน์, 2563)

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่อาศัยในจังหวัดภาคตะวันออก ปี 2562 จังหวัดภาคตะวันออก 7 จังหวัด ดังนี้ จังหวัดจันทบุรี 537,698 คน จังหวัดฉะเชิงเทรา 720,113 คน จังหวัดชลบุรี 1,558,301 คน จังหวัดตราด 229,958 คน จังหวัดปราจีนบุรี 494,680 คน จังหวัดระยอง 734,753 คน จังหวัดสระแก้ว 566,303 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยใน 7 จังหวัด ภาคตะวันออก การคำนวณขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ได้มาโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 รวมทั้งสิ้น จำนวน 420 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบบสอบถามผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) 0.797

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างกระจายไปตามแต่ละจังหวัด ที่อาศัยใน 7 จังหวัด ภาคตะวันออก แบ่งจำนวนเท่า ๆ กัน จังหวัดละ 60 คน เพื่อให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างคำนวณง่ายและสะดวก รวมทั้งสิ้น 420 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อวิเคราะห์ระดับผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และโอกาสช่องทางส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลการวิจัย

ระดับผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ธุรกิจท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ	4.66	0.62	มากที่สุด	
การลงทุนทางธุรกิจสายการบินปิดตัวลง	4.66	0.176	มากที่สุด	6
การผลิตของที่ระลึกปิดกิจการ	4.80	0.04	มากที่สุด	2
ตัวแทนการจัดทำตู้เครื่องบินยกเลิกกิจการ	4.77	0.074	มากที่สุด	3
การร่วมลงทุนการท่องเที่ยวต่างประเทศยกเลิก	4.68	0.115	มากที่สุด	5
ตัวแทนการจัดทำหนังสือเดินทางท่องเที่ยวปิดร้าน	4.60	0.185	มากที่สุด	8
ตัวแทนจำหน่ายปิดกิจการ	4.62	0.164	มากที่สุด	7
ยกเลิกการขายนำเที่ยว	4.69	0.146	มากที่สุด	4
บริษัทนำเที่ยวปิดตัวลง	4.81	0.162	มากที่สุด	1
ธุรกิจโรงแรม	4.68	0.43	มากที่สุด	
ยกเลิกการจองที่พัก	4.69	0.133	มากที่สุด	5
ยกเลิกการเดินทาง	4.63	0.090	มากที่สุด	6
เลื่อนการเดินทางไม่มีกำหนด	4.77	0.108	มากที่สุด	4
พนักงานโรงแรมลาออก	4.88	0.189	มากที่สุด	1
โรงแรมมีภาระค่าใช้จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าพนักงาน	4.86	0.253	มากที่สุด	2
โรงแรมยกเลิกการเข้าพักเพราะเข้าพักจำนวนน้อย	4.56	0.156	มากที่สุด	7
นักท่องเที่ยวขอต่อรองราคาเข้าพัก	4.55	0.154	มากที่สุด	8



ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
โรงแรมเกิดปัญหาภายในทางธุรกิจ	4.84	0.204	มากที่สุด	3
ธุรกิจรถทัวร์โดยสาร	4.74	0.82	มากที่สุด	
แข่งขันกันหลายบริษัท	4.90	0.288	มากที่สุด	2
ยกเลิกรายการเที่ยว	4.93	0.073	มากที่สุด	1
การลงทุนชะลอตัว	4.72	0.262	มากที่สุด	7
พนักงานลาออก	4.62	0.272	มากที่สุด	8
ค่าตอบแทนพนักงานลดลง	4.80	0.375	มากที่สุด	4
บริษัทร่วมลงทุนถอนหุ้นส่วน	4.89	0.233	มากที่สุด	3
กฎระเบียบภาครัฐเข้มงวด	4.76	0.226	มากที่สุด	5
ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษาสูงขึ้น	4.74	0.214	มากที่สุด	6
ธุรกิจอาหาร	4.64	0.62	มากที่สุด	
วัตถุดิบราคาสูง	4.61	0.80	มากที่สุด	8
กฎระเบียบภาครัฐเข้มงวด	4.65	0.88	มากที่สุด	5
การปรับตัวราคากลางไม่แน่นอน	4.67	0.77	มากที่สุด	4
พนักงานลาออก	4.73	0.74	มากที่สุด	2
ค่าจ้างค่าตอบแทนตกต่ำ	4.64	0.89	มากที่สุด	6
แหล่งปลูก ผลิตปิดตัวลง	4.89	0.88	มากที่สุด	1
การแข่งขันเอาเปรียบทางการลงทุน	4.72	0.72	มากที่สุด	3
ไม่มีความเป็นธรรมเท่าเทียมธุรกิจ	4.62	0.61	มากที่สุด	7
การจ้างงาน	4.56	0.58	มากที่สุด	
ค่าแรงต่ำ	4.66	0.176	มากที่สุด	5
ระเบียบข้อบังคับบริษัทจ้างงาน	4.80	0.04	มากที่สุด	1
ไม่มีแผนการจ้างงาน	4.77	0.074	มากที่สุด	2
พนักงานขาดแรงจูงใจ	4.68	0.115	มากที่สุด	4
พนักงานขาดทักษะมาตรฐาน	4.60	0.185	มากที่สุด	7
พนักงานการศึกษาต่ำ	4.62	0.164	มากที่สุด	6
พนักงานไม่มีบุคลิกภาพเหมาะสม	4.69	0.146	มากที่สุด	3
ปัญหาทางการเมือง	4.58	0.68	มากที่สุด	8

จากตารางที่ 1 พบว่า ธุรกิจรถทัวร์โดยสารได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.74, S.D. = 0.82) รองลงมาคือ ธุรกิจโรงแรม ($\bar{X}$ = 4.68, S.D. = 0.43) ธุรกิจท่องเที่ยวภายในและต่างประเทศ ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.62) ธุรกิจอาหาร ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.62) และการจ้างงาน ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

ระดับโอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า โอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย ด้านบทบาทของภาคเอกชนสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.71$, S.D = 0.74) รองลงมาคือ ด้านการสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีมาตรฐานและสุขอนามัย และอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.64$, S.D = 0.84) ด้านการจัดทำแผนเตรียมความพร้อมของแต่ละธุรกิจ ($\bar{X} = 4.56$, S.D = 0.68) ด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเอกชน ($\bar{X} = 4.44$, S.D = 0.22)

อภิปรายผล

ผลกระทบที่มีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทยพบว่า ธุรกิจรถทัวร์โดยสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.82) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผลกระทบการท่องเที่ยวทางด้านการธุรกิจทางบกที่รถทัวร์โดยสารได้รับผลกระทบมากที่สุดซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญเร่งด่วนของการท่องเที่ยวภาคตะวันออกของประเทศไทย จะต้องมีการต่าง ๆ เพื่อออกมาแก้ไขปัญหาการดำเนินธุรกิจรถทัวร์โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย วิเทพ วาตะวุฒิ และรักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ (2561) ศึกษาเรื่องบทบาทสายการบินเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นทุกวัน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ และอภิปรายถึงความสำคัญของบทบาทสายการบินเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากอุตสาหกรรมการบินเป็นตัวจักรหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เลือกช่องทางการเดินทางโดยเครื่องบิน วัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนใหญ่ โดยที่การท่องเที่ยวได้สร้างรายได้มหาศาลแก่ประเทศนั้น แต่ในทางกลับกันก็ได้สร้างความเสื่อมโทรมต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้นเช่นกัน ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้านบวกและด้านลบใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคมและ สิ่งแวดล้อม จากการกระทำของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน ผู้โดยสาร สายการบิน ผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่น หรือคนในท้องถิ่นนั้นเอง โดยสายการบินควรมีบทบาทในการสร้าง ความตระหนักและความตั้งใจร่วมมือทั้งต่อผู้บริหารสายการบิน และผู้โดยสารสายการบินเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน 3 มิติคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

โอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ทางด้านบทบาทของภาคเอกชนสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D = 0.74) ผู้วิจัยสรุปได้ว่า โอกาสส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทยทางด้านบทบาทของภาคเอกชนสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ มีความสำคัญและในปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างมาก ซึ่งขอเพียงภาครัฐมีการประสานของความร่วมมือ และรับการเป็นหุ้นส่วนจากภาคเอกชน สามารถทำให้การท่องเที่ยวในและต่างประเทศของประเทศไทย มีความมั่นคงยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรรัชฤช ศุทธิเวทิน และภูเกริก บัวสอน (2562) ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซดในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า 1) กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) แนวทางกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซดในเขต



กรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ การโฆษณาผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร การขายโดยบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. ควรมีการปรับตัวทั้งด้านส่วนผสมทางการตลาดและการจัดการทรัพยากร บุคคล จากผลการวิจัยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรปรับกระบวนการภายในของกิจการ ด้านส่วนผสมทางการตลาดควร เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ และมีการทดลองจัดทำโปรโมชั่นอยู่เสมอเพื่อกระตุ้นยอดขาย ด้านการจัดการทรัพยากร บุคคล ควรให้ความสำคัญ
2. ควรมีจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ ประกอบด้วยควรมีการขยายไหล่ทาง ซ่อมแซม ถนน แนวกันทางโค้ง ป้าย ไฟสัญญาณ ให้พร้อมใช้งาน รวมถึง มีมาตรการควบคุมความเร็วในการขับ
3. ควรมีการปรับเปลี่ยนรายการบ้างเพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยจะปรับให้อยู่ในจำนวนวัน และราคาที่พักท่องเที่ยวยอมรับได้
4. ด้านสายการบินควรมีบทบาทในการสร้าง ความตระหนักและความตั้งใจร่วมมือทั้งต่อผู้บริหารสายการบิน และผู้โดยสารสายการบินเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน 3 มิติคือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. ควรส่งเสริมกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
6. ควรส่งเสริมการดำเนินการปั่นจักรยานท่องเที่ยว จะเป็นโอกาสให้เกิดธุรกิจ ขึ้นมาใหม่ ซึ่งจะเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ ให้เกิดขึ้นกับคนในท้องถิ่น ในส่วนของภาครัฐควรมี การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสภาพแวดล้อมต่าง ๆ พร้อมกับการสนับสนุนกิจกรรมของคนใน ท้องถิ่น
7. จัดอบรมให้ความรู้กับคนในชุมชนเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความเข้าใจ จะได้เกิดการจัดการอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง สมดุลระหว่างทุกฝ่าย ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
8. ควรให้ความสำคัญด้านสวัสดิการพนักงาน และการวางแผนด้านแรงงานสัมพันธ์เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่บริษัทในระยะยาวเพื่อรองรับการเปิดอาเซียน และการดำเนินกิจการธุรกิจนำเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือ การโฆษณาผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร การขายโดยบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ และการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคา

2. ควรมีการศึกษาผลกระทบด้านผลการดำเนินงานของกิจการของธุรกิจท่องเที่ยวในด้านลูกค้าชาวต่างประเทศ เป็นแขก/นักท่องเที่ยว ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองในระดับมาก จึงส่งผลให้รายได้ / ยอดขายของกิจการได้รับ

3. ควรมีการศึกษาการแก้ไขปัญหา คือการหาทางออกร่วมกันระหว่างความสมดุลของความมั่นคงทางสุขภาพและสร้างศักยภาพในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

4. ควรมีการศึกษาผลกระทบทางการท่องเที่ยวต่อชุมชนรอบบริเวณอุทยานแห่งชาติพุเตย จังหวัดสุพรรณบุรี ผลกระทบทางการท่องเที่ยวด้านบวกที่มีผลมากที่สุด คือ เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- พรพรหมกฤษ ศุทธิเวทิน และภูเกริก บัวสอน. (2562). กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซตในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 11(1), 99-110.
- ภัทรพร อาวีขนากร. (2558). ปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิเทพ วาทะวุฒิ, รัชพงศ์ วงศาโรจน์. (2561). บทบาทสายการบินเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(1), 315-331.
- วุฒิพันธ์ สันติมิตร. (2557). การจัดการความเสี่ยงด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สยามรัฐออนไลน์. (2563). โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเป็นอันดับหนึ่งของโลก. ค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565, จาก <https://siamrath.co.th/n/146002>
- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970) Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565, จาก http://www.elfhs.ssru.ac.th/chantouch_wa/pluginfile.php/438/block_html/content/A7.pdf

ความต้องการเครื่องมือแพทย์ และปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์ เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Demand for Medical Equipment and Factors in the Production of Medical Devices When Entering the ASEAN Economic Community

ภักวัฒน์ วงษ์ระบือดอง¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ อัครมณี สมใจ³

Pakawat Wongrabuedangan¹, Chandej Charoenwiriya² and Akramanee Somjai³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: chandej.ch@ssru.ac.th²

Received: 2023-01-19; Revised: 2023-03-20; Accepted: 2023-03-23

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการเครื่องมือแพทย์ที่ต้องการเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่งานเวชกิจฉุกเฉิน และนักเทคนิคการแพทย์ ในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ในเขตจังหวัดชัยภูมิ 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลชัยภูมิ โรงพยาบาลภูเขียว และโรงพยาบาลแก้งคร้อ จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์แบบอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) เครื่องมือแพทย์ที่ต้องการเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มี 3 ประเภท ได้แก่ (1) เครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ ชนิดพกพาหรือหิ้วถือ (2) อุปกรณ์ช่วยฟังหรือเครื่องช่วยฟังระบบดิจิทัล และ (3) อุปกรณ์ข้อเท้าเทียม 2) ปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย (1) วัสดุที่ใช้ผลิตเครื่องมือ (2) ขนาดของเครื่องมือ และ (3) ความสะดวกในการใช้เครื่องมือ ดังนั้น บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรส่งเสริมและพัฒนาการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่มีคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง อันจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตด้านสาธารณสุขของประชาชนชาวไทยต่อไป

คำสำคัญ: ปัจจัยในการผลิต, เครื่องมือแพทย์, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Abstract

The objectives of this article are 1) to study the demand for medical devices when entering the ASEAN Economic Community and 2) to study the factors for producing medical devices when entering the ASEAN Economic Community. The research model is qualitative

research. Key informants are doctors, nurses, emergency medical personnel. and medical technologist In 3 large hospitals in Chaiyaphum Province, namely Chaiyaphum Hospital Phu Khiao Hospital and Kaeng Khro Hospital, totaling 18 people. The research tool was a structured interview. Data were analyzed using content analysis and descriptive writing was written. and inductive analysis.

The results showed that 1) There are 3 types of medical devices that are required when entering the ASEAN Economic Community, namely (1) automatic defibrillators. Portable or portable (2) hearing aids or digital hearing aids and (3) artificial knee joints. 2) Factors in the production of medical devices when entering the ASEAN Economic Community It consists of (1) the material used to manufacture the tool, (2) the size of the tool, and (3) the ease of use of the tool. Therefore, the production of quality medical devices should be promoted and developed to truly meet the needs. This will affect the quality of life in public health of Thai people in the future.

Keywords: Factors of Production, Medical Devices, ASEAN Economic Community

บทนำ

ในปัจจุบัน สถานการณ์ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้เปลี่ยนผ่านจากความตึงเครียดและการเผชิญหน้ามาสู่สภาวะที่มีเสถียรภาพ มีความมั่นคง และมีความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด จนกลายเป็นภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เป็นตัวอย่างการรวมตัวของกลุ่มประเทศที่มีบทบาทและพลังต่อรองในเวทีการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ภายใต้ชื่อ “สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations)” หรือ “อาเซียน (ASEAN)” มีสมาชิกรวม 10 ประเทศ ประกอบด้วย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศบรูไน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศลาว ประเทศกัมพูชา และประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างประเทศในภูมิภาค ดำรงไว้ซึ่งสันติภาพ เสถียรภาพ ความมั่นคงและปลอดภัยทางการเมือง สร้างสรรค์ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม บนพื้นฐานของความเสมอภาคและผลประโยชน์ร่วมกัน โดยมีประเทศต่าง ๆ ให้ความสนใจเสริมสร้างความสัมพันธ์และกระชับความร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียน ในฐานะคู่เจรจา (Dialogue Partner) ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย ประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน ประเทศรัสเซีย ประเทศอินเดีย ประเทศแคนาดา ประเทศสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ในความก้าวหน้าของอาเซียนมีปัจจัยสำคัญมาจากความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างประเทศสมาชิก โดยมีความร่วมมือที่สำคัญ ๆ ได้แก่ 1) ความร่วมมือทางการเมืองและความมั่นคง 2) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และ 3) ความร่วมมือเฉพาะด้าน



สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความได้เปรียบและมีจุดแข็งหลายด้านเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน ซึ่งพิจารณาได้จากขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาเศรษฐกิจในอาเซียนแล้วไทยอยู่ในลำดับต้น ๆ

ด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้คนเราหันมาใส่ใจกับสุขภาพกันมากขึ้น จำนวนผู้ใช้บริการทางการแพทย์ต่อปีจึงเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เครื่องมือทางการแพทย์ก็ต้องมีความพร้อมในการใช้งานและรองรับผู้ป่วยได้ทันทั่วทั้งที่ หรือแม้แต่การแพทย์ด้านความสวยงามก็เช่นเดียวกัน สำหรับประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่นำเข้าเครื่องมือแพทย์รายใหญ่ในอาเซียน ถึงจะไม่ใช่ประเทศผู้ผลิต แต่ก็ต้องเล็งเห็นว่ามีความต้องการของตลาดและสามารถใช้ประโยชน์สูงสุดและใช้อย่างคุ้มค่า และเครื่องมือแพทย์ (Medical device) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล ด้วยกรรมวิธีสมัยใหม่ในการรักษา เครื่องมือแพทย์เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ทำให้การรักษาหายเร็วขึ้น ผู้ป่วยเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาลน้อยวันลงจากเดิมอีกด้วย

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ร่วมกับแพทยสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้จัดสัมมนาเรื่อง “มาตรฐานเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ไทยในอาเซียน ปี 2015” เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 ณ ห้องประชุมแพทยสมาคมแห่งประเทศไทย เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในมาตรฐานเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ไทย รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ตลอดจนเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการไทยพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (วงการแพทย์, 2559)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเครื่องมือแพทย์ที่ต้องการเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การทบทวนวรรณกรรม

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์

เครื่องมือแพทย์ แบ่งเป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ (สุรินทร์ บำรุงผล, 2553)

1. อุปกรณ์ผ่าตัดและอุปกรณ์การแพทย์ เช่น มีดผ่าตัด กรรไกรผ่าตัด เครื่องวัดความดัน พรอทวัดไข้ เป็นต้น
2. บริภัณฑ์การแพทย์ เช่น เครื่องเอกซเรย์ เครื่องอัลตราซาวด์ เครื่องสลายนิ่ว เป็นต้น
3. วัสดุการแพทย์และวัสดุฝังในทางศัลยกรรม เช่น ถังมียางที่ใช้ทางการแพทย์ ผ้าก๊อช ซิลิโคน แผ่นตาข่ายฝังในสำหรับการผ่าตัดโรคไส้เลื่อน เป็นต้น
4. เครื่องมือแพทย์เฉพาะทาง เช่น ชุดน้ำยาตรวจการติดเชื้อเอชไอวี (HIV) ชุดตรวจน้ำตาลในปัสสาวะ เครื่องมือทันตกรรม เป็นต้น

ประเทศไทยถือว่าได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society) ในอาเซียนแล้ว ซึ่งประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีอยู่มากกว่า 7 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยอุตสาหกรรมที่จะได้รับผลประโยชน์ตามมาในการที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์และสาธารณสุข รวมถึงอุตสาหกรรมเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์ด้วย โดยที่รัฐบาลมีนโยบายที่จะยกระดับประเทศไทยให้เป็น “ศูนย์กลางทางการแพทย์ของเอเชีย” (Medical Hub of Asia) สิ่งที่จะต้องกระทำคือการพัฒนาให้กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์มีศักยภาพในการผลิตอุปกรณ์การแพทย์ขั้นสูงเพื่อทดแทนการนำเข้า และ/หรือ มีการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อเป็นบันไดก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในอนาคต สิ่งที่ประเทศไทยได้เปรียบคือการมีโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) จำนวน 28 แห่ง ซึ่งถือว่ามากที่สุดภูมิภาคอาเซียน สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพและมาตรฐานของโรงพยาบาลภายในประเทศ อีกทั้งแพทย์ไทยยังได้รับการยอมรับด้านความสามารถและมีแพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจำนวนมาก ขณะที่อัตราค่าบริการยังถือว่าต่ำกว่าประเทศสิงคโปร์ จึงเป็นเหตุผลหลายประการที่ประเทศไทยเหมาะที่จะเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ สำหรับรองรับผู้ป่วยและผู้สูงอายุ (กองบรรณาธิการ, 2559)

ภาครัฐ ถือเป็นกำลังหลักที่สำคัญอีกองค์การหนึ่ง ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ โดยมีภารกิจหน้าที่ด้วยการจัดตั้งหน่วยงานหรือคณะกรรมการร่วมเพื่อบูรณาการทั้งในระดับนโยบาย ยุทธศาสตร์ และระดับปฏิบัติการระหว่างภาครัฐและเอกชน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายเพื่อการวิจัยเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริม วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และวัสดุการสร้างต้นแบบ การพัฒนาเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตบุคลากรทางวิศวกรชีวการแพทย์และมีตำแหน่งงานรองรับในภาครัฐ การสร้างความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและงานวิจัยระหว่างภาครัฐและเอกชน การปรับปรุงระบบสิทธิบัตรและพระราชบัญญัติทรัพย์สินทางปัญญา การปรับโครงสร้างภาษีเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำวิจัยและการผลิตในประเทศ การพัฒนามาตรฐานการผลิต การพัฒนาศูนย์ปฏิบัติการทดลองวิจัยในสัตว์ การปรับเปลี่ยนบทบาทของคณะกรรมการอาหารและยา ให้เน้นการสนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการในการขึ้นทะเบียนนำเข้า ส่งออกและโฆษณา ลงทุนในการสร้างศูนย์การทดสอบมาตรฐานเครื่องมือแพทย์ เปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการลงทุน พร้อมส่งเสริมสถาบันทางการแพทย์ร่วมสนับสนุนการทำวิจัยทางคลินิก การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นภายในประเทศอันเกิดจากการวิจัยและพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการเบิกจ่ายใน 3 กองทุนสุขภาพ การยกเลิก/การงดเว้น/การแก้ไข ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ข้อ 60-62 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พัฒนาโครงสร้างทางโลจิสติกส์ การขนส่งต่าง ๆ สนับสนุนแหล่งเงินทุนระยะสั้นและระยะยาว หรือการร่วมลงทุน และเพิ่มความโปร่งใสในการทำธุรกิจ และการจัดการคอร์ปชั่นต่าง ๆ



วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่งานเวชกิจฉุกเฉิน และนักเทคนิคการแพทย์ ในโรงพยาบาลขนาดใหญ่ ในเขตจังหวัดชัยภูมิ รวม 3 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลชัยภูมิ โรงพยาบาลภูเขียว และโรงพยาบาลแก้งคร้อ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่งานเวชกิจฉุกเฉิน และนักเทคนิคการแพทย์ รวมจำนวน 18 คน ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

โรงพยาบาล	กลุ่มตัวอย่าง				รวม
	แพทย์	พยาบาล	เจ้าหน้าที่งาน เวชกิจฉุกเฉิน	นักเทคนิค การแพทย์	
โรงพยาบาลชัยภูมิ	2	2	1	1	6
โรงพยาบาลภูเขียว	2	2	1	1	6
โรงพยาบาลแก้งคร้อ	2	2	1	1	6
รวม	6	6	3	3	18

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ตั้งคำถามไว้ล่วงหน้าและมีความสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พร้อมคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือแพทย์ และปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ แล้วตีความหมายเชื่อมความสัมพันธ์และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่างๆ ให้มีความชัดเจนในแต่ละประเด็น

ผลการวิจัย

ความต้องการเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความต้องการเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ “การผลิตขึ้นใช้เองภายในประเทศเพื่อลดการนำเข้า และเพื่อการส่งออกจำหน่ายในกลุ่มประเทศอาเซียน” และเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า ชีตความสามารถหรือศักยภาพในการรักษาผู้ป่วยของแพทย์ในประเทศไทยไม่ด้อยไปกว่าประเทศอื่น และยิ่งในกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ประเทศนั้น องค์ความรู้และ

ประสิทธิภาพในการรักษาผู้ป่วยของแพทย์ไทยจะอยู่เป็นลำดับที่ 1 (หรือลำดับที่ 2 รองจากประเทศมาเลเซีย) มีความต้องการวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ที่จำเป็นอยู่ 3 ชนิด ดังนี้

1. เครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator: AED) ชนิดพกพา หรือหิ้วถือ

เครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ หรือเรียกชื่อกันอย่างง่ายคือเครื่องช็อตไฟฟ้าหัวใจ เป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ชนิดพกพาอย่างหนึ่ง ที่สามารถตรวจสอบภาวะหัวใจเต้นผิดจังหวะ ที่เป็นอันตรายถึงชีวิต ทั้งภาวะหัวใจเต้นแผ่วระรัวและภาวะหัวใจเต้นเร็วผิดปกติได้โดยอัตโนมัติ และยังสามารถให้การรักษาด้วยการช็อกไฟฟ้ากระตุกหัวใจ โดยใช้กระแสไฟฟ้าทำการหยุดภาวะการเต้นของหัวใจที่ผิดจังหวะ เพื่อให้หัวใจกลับมาเต้นใหม่ได้จังหวะที่ถูกต้อง ในส่วนของราคาของเครื่องกระตุกหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator : AED) ชนิดพกพาหรือหิ้วถือ ราคาต่อเครื่องประมาณ 80,000-100,000 บาท โดยเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ แต่หากสามารถผลิตได้เองในประเทศแล้ว ราคาจะลดลงถึง 50% คืออยู่ที่ประมาณเครื่องละ 40,000-50,000 บาท และเป็นที่เชื่อได้ว่าผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย กำลังศึกษาข้อมูลอยู่บ้างพอสมควร

2. อุปกรณ์ช่วยฟังหรือเครื่องช่วยฟังระบบดิจิทัล

เครื่องช่วยฟัง คือ เครื่องขยายเสียงให้ดังขึ้น ประกอบด้วย ไมโครโฟนเป็นตัวรับเสียง มีแอมป์รีไฟร์เป็นตัวขยายเสียงให้ดังขึ้น และมีลำโพงเป็นตัวปล่อยเสียงออกมา มีถ่านหรือแบตเตอรี่ก้อนเล็กเป็นตัวเก็บพลังงานและปล่อยพลังงาน รูปลักษณะของเครื่องช่วยฟัง แบ่งออกได้ 3 แบบ คือ 1) แบบกล่อง 2) แบบแขวนหลังหู และ 3) แบบใส่ในช่องหู ซึ่งมี 3 ขนาด คือ 3.1) ขนาดจิ๋วใส่ในรูหู 3.2) ขนาดเล็กใส่ในช่องหู และ 3.3) ขนาดใหญ่ใส่ในช่องหู

เครื่องช่วยฟัง แบ่งออกตามเทคโนโลยีได้ 2 แบบ คือ

1. แบบดิจิทัล คือ เครื่องช่วยฟังที่มีแอมป์รีไฟร์เป็นไมโครชิพ เหมือนกับชิพที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ จึงสามารถทำงานได้เร็วมากและทำงานได้หลายรูปแบบตามที่ออกแบบมา

2. แบบอนาล็อก คือ เครื่องช่วยฟังที่มีแอมป์รีไฟร์เป็นแบบเก่า

เครื่องช่วยฟัง เป็นวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์อย่างหนึ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้บกพร่องการได้ยินหรือพิการทางหู โดยเฉพาะในผู้สูงอายุซึ่งมีความต้องการมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยและในกลุ่มประเทศอาเซียนมีจำนวนที่เพิ่มขึ้น ประเทศไทยมีการนำเข้าจากต่างประเทศในแต่ละปี โดยคิดเป็นมูลค่าจำนวนมาก เครื่องช่วยฟังแบบดิจิทัลรุ่นดีๆ ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ราคาจะอยู่ที่เครื่องละ 13,000-15,000 บาท แต่หากสามารถผลิตได้เองในประเทศโดยใช้เทคโนโลยีที่คล้ายคลึงกับสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ราคาน่าจะอยู่ที่เครื่องละ 7,000-8,000 บาท จุดเด่นของอุปกรณ์ช่วยฟังหรือเครื่องช่วยฟังแบบดิจิทัลที่ทำงานเลียนแบบเสียงธรรมชาติโดยใช้ไมโครชิพที่ก้าวหน้าด้วยความเร็วถึง 64 บิท เพื่อการประมวลผลและตอบสนองที่รวดเร็ว และใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ก้อนเล็กๆ สามารถชาร์จบรรจุพลังงานด้วยระบบไฟฟ้าได้ คล้ายกับระบบของโทรศัพท์มือถือ ยังจะช่วยประหยัดค่าเปลี่ยนแบตเตอรี่ได้อีกด้วย ในส่วนของ



ลักษณะใบหูแต่ละคนจะแตกต่างกันและเป็นที่ยึดอุปกรณ์ช่วยฟังหรือเครื่องช่วยฟัง ซึ่งขั้วติดของเครื่องจะต้องสามารถปรับให้เข้ารูปใบหูของแต่ละคนได้ด้วย

3. อุปกรณ์ข้อเข้าขาเทียม

วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน มากกว่าร้อยละ 80 เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งจากประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในทวีปยุโรป หรือประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง และข้อเข้าของขาเทียมก็เป็นอุปกรณ์ทางการแพทย์อย่างหนึ่งที่มีการนำเข้าเช่นกัน ที่มีการพูดถึงอย่างต่อเนื่องในกลุ่มวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ คือ ข้อเข้าขาเทียมและส่วนประกอบภายใน ซึ่งเป็นการทำงานของแรงกลที่จะช่วยลดแรงในการงอขา ตามหลักทฤษฎีผู้ใช้จะไม่ต้องออกแรงมากและจะไม่มีอาการเจ็บปวดจากการกระแทกเมื่อก้าวเดินด้วยขาเทียมขณะสัมผัสกับพื้น ระบบสปริงจะช่วยยืดข้อเข้า และการปรับระบบหน่วงเพื่อป้องกันข้อเข้าเทียมพับงอเมื่อมีการงอขา ส่งผลให้ผู้ใช้ข้อเข้าขาเทียมสามารถเดินก้าวขาด้วยความมั่นคงและยังเพิ่มความมั่นใจในการใช้ชีวิตประจำวันอีกด้วย ถึงแม้ว่าจะมีองค์กรหรือมูลนิธิต่างๆ ที่ผลิตเฉพาะขาเทียมบริจาคให้แก่ผู้พิการขาขาด แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้พิการ ซึ่งมีขนาดของขาที่ไม่เท่ากัน สำหรับปัญหาที่ตามมาคือ ข้อเข้าของขาเทียมที่ยังไม่สามารถตอบสนองการเคลื่อนไหวของผู้พิการได้จริง

สำหรับวัสดุที่ใช้ผลิตข้อเข้าขาเทียม จะต้องใช้น้ำหนักเบา มีความแข็งแรง ทนทาน ปลอดภัยจากการกัดกร่อนและการเกิดสนิม เช่น วัสดุที่ผลิตจากโลหะสแตนเลส หรืออลูมิเนียม หรือเหล็กกล้าไร้สนิม เป็นต้น หากเป็นข้อเข้าขาเทียมที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงสั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศนั้น จะมีราคาถึงชุดละ 50,000-70,000 บาท แต่ถ้าสามารถผลิตได้เองในประเทศโดยใช้วัสดุและมีกลไกที่ใกล้เคียงกับนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว จะสามารถลดราคาลงได้เป็นอย่างมาก ราคาประมาณชุดละ 15,000-20,000 บาท ส่งผลดีแก่ผู้พิการขาขาดในประเทศไทย และยังสามารถทำตลาดส่งออกไปยังประเทศในอาเซียนได้

ปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. วัสดุที่ใช้ผลิตเครื่องมือ

ในปัจจุบัน โรงพยาบาลของรัฐในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์อย่างครอบคลุมและตามความจำเป็นสำหรับการใช้งานในแต่ละพื้นที่ โดยได้รับการจัดสรรเงินงบประมาณจากกระทรวงหรือใช้เงินงบประมาณจากการบริหารของโรงพยาบาลของแต่ละแห่ง เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่เป็นเครื่องหรือชิ้นส่วนใหญ่ๆ ซึ่งส่วนมากจะสั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ ในส่วนที่ผลิตได้เองในประเทศจะเป็นวัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีไม่มีความซับซ้อนมากเท่าใดนัก ทั้งที่มีขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โดยจะเน้นการผลิตจากวัตถุดิบหลักๆ ที่มีอยู่และหาได้ภายในประเทศ เช่น วัสดุชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ผลิตจากยางพารา ผลิตภัณฑ์จากกระบวนการ ปีโตรเคมี หรือผลิตภัณฑ์จากโลหะต่างๆ

ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูง เช่น วัสดุปลูกฝังต่างๆ (Implant) ซึ่งเป็นวัสดุอุปกรณ์ที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศแทบทั้งหมด ทำให้วัสดุและอุปกรณ์ทางการแพทย์ดังกล่าวมีราคาที่สูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้ป่วยที่มีฐานะยากจน ไม่สามารถที่จะได้รับการ

รักษาที่ถูกต้องและเหมาะสมได้ นอกจากนี้อุปกรณ์บางประเภทที่นำเข้าจากต่างประเทศมักได้รับการออกแบบให้ใช้กับผู้ป่วยที่เป็นชาวตะวันตก มีร่างกายที่ใหญ่โตมากกว่าผู้ป่วยชาวไทยหรือคนในกลุ่มประเทศอาเซียน จึงอาจทำให้มีปัญหาอุปสรรคในการรักษาผู้ป่วย เนื่องจากขนาดอวัยวะต่างๆ ด้านกายวิภาคจะไม่เท่ากัน และยิ่งจะส่งผลถึงประสิทธิภาพของการรักษาอีกด้วย

2. ขนาดของเครื่องมือ

เนื่องจากขนาดของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ที่จะต้องสั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตมักจะออกแบบโดยใช้ข้อมูลด้านกายวิภาคของผู้ป่วยที่เป็นชาวตะวันตกเป็นหลัก มักจะมีร่างกายและอวัยวะต่างๆ ที่ใหญ่โตมากกว่าผู้ป่วยชาวไทยหรือคนในกลุ่มประเทศอาเซียน จึงส่งผลทำให้มีปัญหาอุปสรรคอยู่บ้างในการรักษาพยาบาลผู้ป่วยบางส่วน ประกอบกับในปัจจุบัน ผู้ที่ใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาลผู้ป่วย ได้แก่ แพทย์ พยาบาล เจ้าพนักงานเวชกิจฉุกเฉิน และนักเทคนิคการแพทย์ โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นสุภาพสตรีซึ่งจะมีขนาดของมือที่เล็ก และในส่วนของผู้ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นผู้ชายก็เช่นเดียวกัน ขนาดของมือก็ไม่ได้ใหญ่โตมากเกินไป แต่ก็ยังเป็นเพียงเฉพาะบางส่วนบางชนิดเท่านั้น

โดยภาพรวมแล้ว ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตจะออกแบบวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ต่างๆ ไว้เป็นอย่างดีและเหมาะสมแล้ว แพทย์ พยาบาล เจ้าพนักงานเวชกิจฉุกเฉิน และนักเทคนิคการแพทย์ ที่เป็นผู้ใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ดังกล่าว จะคุ้นเคยกับขนาดของวัสดุอุปกรณ์ที่มีมาแต่เดิมเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็ยังพบปัญหาอยู่บ้างในความเหมาะสมกับการใช้ต่อผู้ป่วย หากจะเน้นการใช้สอยสำหรับผู้ป่วยชาวไทยหรือคนในกลุ่มประเทศอาเซียน ก็ควรจะปรับปรุงแก้ไขโดยการปรับลดขนาดของเครื่องมือให้เหมาะสมสำหรับผู้ใช้งานและผู้ป่วยอย่างแท้จริง

3. ความสะดวกในการใช้เครื่องมือ

สำหรับความสะดวกในการใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า จากผลการประชุมสัมมนาและข้อมูลเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า แพทย์ พยาบาล หรือผู้ที่ต้องใช้งานวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ มักจะมีความสะดวกและคุ้นเคยกับวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นอย่างดี โดยนับตั้งแต่ขณะเป็นนักศึกษาและต้องมีชั่วโมงฝึกงานอย่างสูง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ และการใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์กับผู้ป่วยที่แตกต่างกันไป ประกอบกับการผลิตได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีฟังก์ชันต่างๆ ให้เลือกใช้งานที่หลากหลาย ผู้ใช้งานจึงมีความสะดวกในการใช้งานเป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความต้องการเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ 1. เครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าแบบอัตโนมัติ (Automated External Defibrillator: AED) ชนิดพกพาหรือหิ้วถือ 2. อุปกรณ์ช่วยฟังหรือเครื่องช่วยฟังระบบดิจิทัล และ 3. อุปกรณ์ข้อเข้าขาเทียม วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน มากกว่าร้อยละ 80 เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งจาก



ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศในทวีปยุโรป หรือประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง มีราคาค่อนข้างสูงแต่ถ้าสามารถผลิตได้เองในประเทศโดยใช้วัสดุและมีกลไกที่ใกล้เคียงกับนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว จะสามารถลดราคาลงได้เป็นอย่างมาก ส่งผลดีต่อประเทศไทย และยังสามารถทำตลาดส่งออกไปยังประเทศในอาเซียนได้ สอดคล้องกับความคิดเห็นของ ประเสริฐ ศัลย์วิวรรณ์ (2559) ที่กล่าวถึงมาตรฐานเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ไทย ในการสัมมนาเรื่องมาตรฐานเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ไทยในอาเซียนไว้ว่า แพทย์จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัย คุณภาพ และความยั่งยืนของอุปกรณ์ที่ใส่เข้าไปในร่างกายของมนุษย์ ถ้าผู้ประกอบการสามารถทำได้และทำให้เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง จึงจะเกิดประโยชน์สูงสุดและมีความปลอดภัยต่อผู้ป่วย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยในการผลิตเครื่องมือแพทย์เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ 1. วัสดุที่ใช้ผลิตเครื่องมือ 2. ขนาดของเครื่องมือ และ 3. ความสะดวกในการใช้เครื่องมือ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่เป็นเครื่องหรือชิ้นส่วนใหญ่ๆ ซึ่งส่วนมากจะสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ ในส่วนที่ผลิตได้เองในประเทศจะเป็นวัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีไม่มีความซับซ้อนมากเท่าใดนัก ทั้งที่มีขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โดยจะเน้นการผลิตจากวัตถุดิบหลักๆ ที่มีอยู่และหาได้ภายในประเทศ เช่น วัสดุชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ผลิตจากยางพารา ผลิตภัณฑ์จากกระบวนการปิโตรเคมี หรือผลิตภัณฑ์จากโลหะต่างๆ สอดคล้องกับปิยะสกล สกลสัตยาทร (2559) โดยกล่าวว่ากระทรวงสาธารณสุขได้สนองรับนโยบายรัฐบาล โดยให้หน่วยงานในสังกัดจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือแพทย์ที่มียางพาราเป็นส่วนประกอบหลัก เพื่อกระตุ้นให้มีการนำยางพารามาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต

สำหรับความสะดวกในการใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ แพทย์ พยาบาล หรือผู้ที่ต้องใช้งานวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ มักจะมีความสะดวกและคุ้นเคยกับวัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นอย่างดี โดยนับตั้งแต่ขณะเป็นนักศึกษาและต้องมีชั่วโมงฝึกงานอย่างสูง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ และการใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์กับผู้ป่วยที่แตกต่างกันไป ประกอบกับการผลิตได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีฟังก์ชันต่างๆ ให้เลือกใช้งานที่หลากหลาย ผู้ใช้งานจึงมีความสะดวกในการใช้งานเป็นอย่างดี สอดคล้องกับวัชรพงศ์ พุทธิสวัสดิ์ (2559) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แพทย์จำเป็นต้องรู้วิธีการใช้เครื่องและอุปกรณ์การแพทย์ มีความสะดวกและความชำนาญในการใช้เครื่องมือเพื่อให้การรักษา โดยนอกจากที่จะต้องมีความกังวลในความปลอดภัยของผู้ป่วยแล้ว จึงสนับสนุนให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมทางเครื่องมือการแพทย์ให้มีความเหมาะสมกับผู้ใช้วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับเรื่องของเศรษฐกิจ เพื่อลดการนำเข้าและเพื่อการส่งออกสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. อุปกรณ์ผ่าตัดและอุปกรณ์การแพทย์ ได้แก่ มีดผ่าตัด กรรไกรผ่าตัด อุปกรณ์ดังกล่าวที่มีในโรงพยาบาลจะมีความคงทน สามารถทำความสะอาดโยผ่านระบบฆ่าเชื้อโรคแล้วนำกลับมาใช้ได้อีก แต่บางชนิดใช้ได้เพียงครั้งเดียวแล้วต้องทิ้ง หากจะมีผู้ผลิตออกจำหน่ายก็ควรปรับปรุงในเรื่องราคาให้ถูกลง เพื่อแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันเอง ทั้งการจำหน่ายในประเทศ และส่งออกต่างประเทศเพื่อนบ้าน

อุปกรณ์วัดไข้แบบเดิมถึงยังคงมีใช้กันอยู่ แต่ก็ไม่เป็นการสะดวกเพียงพอ จึงควรปรับปรุงคุณภาพที่มีความเที่ยงตรงในการวัดอุณหภูมิและความทนทาน ควรให้มีระบบวัดไข้ด้วยการใช้คลื่นและเป็นแบบดิจิทัลโดยใช้พลังงานจากถ่านก้อนเล็ก ซึ่งจะไม่สัมผัสกับตัวผู้ป่วย แต่ควรจะต้องปรับปรุงในเรื่องราคาให้ถูกลงอีกด้วย

2. บริภัณฑ์การแพทย์ ได้แก่ เครื่องเอกซเรย์ เครื่องอัลตราซาวด์ เครื่องสลายนิ่ว เครื่องบริภัณฑ์เหล่านี้จะมีความคงทน แต่ก็ยังขาดผู้ที่มีความชำนาญในการใช้เครื่องอยู่บ้าง ปัญหาที่พบได้ จะเป็นการเสื่อมสภาพของชิ้นส่วนเล็กๆ ในระบบเครื่องที่เสื่อมสภาพไปตามอายุการใช้งาน จึงควรมีการติดตามดูแลหรือให้บริการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง

3. วัสดุการแพทย์และวัสดุฝังในทางศัลยกรรม ได้แก่ ถุงมือยางทางการแพทย์ ผ้าก๊อช ซิลิโคน แผ่นตาข่ายฝังในสำหรับการผ่าตัดโรคไส้เลื่อน วัสดุเหล่านี้เป็นสิ่งที่ใช้ครั้งเดียว จะมีความสิ้นเปลืองอย่างสูง แต่ก็มีผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมากที่จะต้องแข่งขันด้านการตลาด ควรจะปรับปรุงในเรื่องของราคาที่ไม่สูงเกินไปและให้บริการหลังการจัดซื้อของผู้ประกอบการ (ติดตามบริการหลังการขาย) วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตจะต้องหาได้ง่ายในประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากยางพารา

4. เครื่องมือแพทย์เฉพาะทาง ได้แก่ ชุดน้ำยาตรวจการติดเชื้อเอชไอวี (HIV) ชุดตรวจน้ำตาลในปัสสาวะ วัสดุเหล่านี้เป็นสิ่งที่ใช้ครั้งเดียว จะมีความสิ้นเปลืองอย่างสูง แต่ก็มีผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมาก ควรจะปรับปรุงในด้านราคาที่ไม่สูงและการบริการของผู้ประกอบการ รวมถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ง่ายภายในประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการ. (2559). *อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ไทย ติดปีกทะยานสู่อาเซียน*. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2565, จาก http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/tn230a_p04-8.pdf
- ประเสริฐ ศัลยวิวรรณ์. (2559). *ความต้องการของแพทย์ ผู้ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์. บันทึกคำกล่าวแสดงความคิดเห็นในการจัดสัมมนา เรื่องมาตรฐานเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ไทยในอาเซียนปี 2015*. ค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2565, จาก <http://www.wongkarnpat.com/viewpat.php?id=1718#.VvyWUZx97IU>
- ปิยะสกล สกลสัตยาทร. (2559). *นโยบายกระทรวงสาธารณสุขช่วยชาวสวนยาง จัดซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มี ยางพาราเป็นวัตถุดิบสำคัญมากขึ้น*. ค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2565, จาก <http://www.hfocus.org/content/2016/01/11516>
- วงการแพทย์. (2559). *ความต้องการของแพทย์ ผู้ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์*. ค้นเมื่อ 19 เมษายน 2565, จาก <http://www.wongkarnpat.com/viewpat.php?id=1718#.VvyWUZx97IU>
- วัชรพงศ์ พุทธิสวัสดิ์. (2559). *ความต้องการของแพทย์ ผู้ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์. บันทึกคำกล่าวแสดงความคิดเห็นในการจัดสัมมนา เรื่องมาตรฐานเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ไทยในอาเซียนปี 2015*. ค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2565, จาก <http://www.wongkarnpat.com/viewpat.php?id=1718#.VvyWUZx97IU>



สุรินทร์ บำรุงผล. (2553). การคาดการณ์ประมาณกำลังคนและยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคน ด้านการผลิต
อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒน
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา

The success of Development Strategy of Nakhon Ratchasima Municipality

มยุรภัสส์ พัชรทรัพย์ไพศาล¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และอัครมณี สมใจ³

Mayurapas Patcharasappaisan¹, Chandej Charoenwiriyaikul² and Akramanee Somjai³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: mt-sellings@hotmail.com¹, chandej.ch@ssru.ac.th²

Received: 2023-01-18; Revised: 2023-03-22; Accepted: 2023-03-24

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จำนวน 384 ราย วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติที ในการเปรียบเทียบข้อมูลระหว่าง 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในการเปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทั้ง 4 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้านการยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ และด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ ตามลำดับ และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นเพียงปัจจัยเดียว คือ ผู้มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นด้วยในด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ มากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

คำสำคัญ: ความสำเร็จ, ยุทธศาสตร์การพัฒนา, เทศบาลนคร

Abstract

The purposes of this research were to study 1. the level of public opinion on Success of the Nakhon Ratchasima Municipality Development Strategy, and 2. Compare the success level of the Nakhon Ratchasima Municipality Development Strategy by personal factors. This research employed a quantitative method, data was collected by questionnaires from 384 people in Nakhon Ratchasima Municipality, the statistics were analyzed by t-test for comparing between the 2 groups, and one-way analysis was used to compare the data from



3 groups or more. The research findings were as follows: 1. Overall success of the 4 areas of Nakhon Ratchasima Municipality development strategy is at a high level, including, the management of natural resources and the environment sustainably, enhancing the capability of providing comprehensive and comprehensive service, the development of a well-being society, and enhancing the economy for quality growth; and 2. Compare the success, by personal factors are different, had opinions on every aspect of success, no different, except those who had education below bachelor's degree, had an opinion on the development of a well-balanced society than those with a postgraduate education.

Keywords: The Success, Development Strategic, Municipality

บทนำ

เทศบาลเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นที่มีความเหมาะสมที่สุดรูปแบบหนึ่งสำหรับประเทศไทย ในปัจจุบัน ซึ่งทำหน้าที่ในการให้บริการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเทศบาล (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดเทศบาลออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร โดยเทศบาลทั้ง 3 ประเภทนี้ จะมีโครงสร้างองค์การที่เป็นทางการเหมือนกัน แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ สภาเทศบาล ทำหน้าที่เป็นฝ่ายนิติบัญญัติ และนายกเทศมนตรี ทำหน้าที่เป็นฝ่ายบริหารกิจการของเทศบาล โดยอำนาจหน้าที่ของเทศบาลจะต้องจัดทำบริการสาธารณะ เพื่อแก้ไขปัญหาของประชาชนหรือตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชนในเขตเทศบาล

เทศบาลมีอำนาจหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของประชาชน โดยการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาล การจัดให้มีการบำรุงรักษา ทางบก ทางน้ำ และทางระบายน้ำ การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ การสาธารณูปโภค และการก่อสร้างอื่น ๆ การสาธารณูปการ การส่งเสริม การฝึก และการประกอบอาชีพ การพาณิชย์และการส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดการศึกษา การสังคมสงเคราะห์ การพัฒนาคุณภาพชีวิต เด็ก สตรี คนชรา และผู้ด้อยโอกาส การบำรุงรักษา ศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น การส่งเสริมการศึกษา การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาค สิทธิเสรีภาพของประชาชน และเรื่องที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ อีกด้วย สำหรับการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของเทศบาลตามกฎหมายว่าด้วยเทศบาลและกฎหมายว่าด้วยการกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น จะต้องกระทำไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนในเขตพื้นที่ของเทศบาลนั้น ๆ การจัดทำงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง การตรวจสอบ การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของทางราชการ (ประยูร กาญจนดุล, 2545)



เทศบาลนคร นครราชสีมา ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อให้มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์การพัฒนาดังกล่าวครอบคลุมส่วนท้องถิ่น แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนา จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ 3) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และ 4) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ (เทศบาลนครนครราชสีมา, 2562) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานตามแผนพัฒนาเทศบาลนครราชสีมา (พ.ศ. 2561-2565) เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยนี้ไปเสนอแนะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและประชาชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของบุคคลที่ต้องการจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่ขัดขวาง และพยายามหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาเพื่อนำตนเองสู่ความสำเร็จ (McClelland, 1953) เช่นเดียวกัน เมอร์เร่ (Murray, 1938) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะพยายามต่อสู้กับอุปสรรค ต้องการสำเร็จด้วยความมีมาตรฐานดีเลิศและเหนือกว่าบุคคลอื่น ดังนั้น การที่บุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะช่วยให้ประสบความสำเร็จได้ในหลายๆ ด้าน นอกจากนี้ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ยังเป็นคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้บุคคลประสบความสำเร็จในการทำงานและการดำเนินชีวิตส่วนตัวได้ (Wiener, 1973)

Herzberg (1959) ได้กล่าวถึง กฎแห่งความสำเร็จ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้นั้น เราก็จะมาทราบถึงความสำเร็จที่เป็นกฎอยู่แล้วเราทุกคนจะต้องเข้าไปเพื่อแก้ปัญหา หรือเพื่อพิจารณาให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ เพราะเป็นด้านแรกที่จะต้องก้าวต่อไปเพื่อเอาชนะตัวเอง เอาชนะเวลาในแต่ละวันของตนเอง และจงใช้เวลาทุกนาทีให้มีค่ามากที่สุด เพราะถ้าเราไม่ตั้งใจทำงานต่าง ๆ ให้ทันต่อเวลา ก็ยิ่งทำให้เสียเวลาไปโดยเปล่าประโยชน์เป็นอย่างมากที่สุด ดังนั้น เวลาในทุก ๆ วินาที หรือทุก ๆ นาที เป็นสิ่งที่มีค่าอยู่เสมอ จึงควรคิดให้ดีกว่าก่อนในการตัดสินใจทำงานอะไรต่าง ๆ ก็จะส่งผลให้เป็นประจักษ์สู่ความสำเร็จต่อไปในอนาคตได้ แนวคิดทฤษฎีที่



เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในทั้ง 2 ส่วน นั่นคือ ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ Herzberg ได้ศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล เขาได้ศึกษาถึงความต้องการของคนในองค์กร หรือการจูงใจจากการทำงาน โดยเฉพาะเจาะจง โดยศึกษาว่าคนเราต้องการอะไรจากงาน คำตอบก็คือ บุคคล ต้องการความสุขจากการทำงาน มีสาเหตุปัจจัยสองกลุ่ม คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) และปัจจัย ค้ำจุน (Maintenance or Hygiene Factors)

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบ และรักงานที่ปฏิบัติ เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.1 ความสำเร็จในงานที่ทำของบุคคล (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลใด ๆ สามารถ ทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกัน ปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลื้มในผลสำเร็จของงานนั้น

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจาก ผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนี้อาจจะอยู่ในรูป ของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการแสดงออกอื่นใดที่ก่อให้เกิดถึงการยอมรับ ในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างหนึ่งอย่างใดบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความ สำเร็จ ในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself) หมายถึง งานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทนายให้ลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบ โดยลำพัง แต่ผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมาย ให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ โดยไม่มีการตรวจสอบหรือควบคุมอย่าง ใกล้ชิดมากเกินไป

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง ได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลใน องค์กร การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่ม หรือได้รับการฝึกอบรม

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กรบุคคลในองค์กรจะเกิดความไม่ชอบ งานขึ้น และเป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล

2.1 เงินเดือน (Salary) หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่ พึงพอใจของบุคลากรที่ทำงาน

2.2 โอกาสได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility of Growth) หมายถึง การที่บุคคลได้รับการ แต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงาน แล้วยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าใน ทักษะวิชาชีพด้วย

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation Superior, Subordinate and Peers) หมายถึง การติดต่อทั้งกิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน

2.4 สถานะทางอาชีพ (Status) หมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี

2.5 นโยบายและการบริการ (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์การ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

2.6 สภาพการทำงาน (Working Conditions) หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้

2.7 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี อันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ เช่น การที่บุคคลถูกย้ายไปทำงานในที่แห่งใหม่ ซึ่งห่างไกลจากครอบครัว ทำให้ไม่มีความสุข และไม่พอใจกับการทำงานในที่แห่งใหม่

2.8 ความมั่นคงในการทำงาน (Security) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

2.9 วิธีการปกครองบังคับบัญชา (Supervision-Technical) หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการทำงาน หรือความยุติธรรมในการบริหาร

จากทฤษฎีสองปัจจัย สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ เป็นสิ่งที่คนต้องการ เพราะเป็นแรงจูงใจในการทำงาน องค์ประกอบที่เป็นปัจจัยจูงใจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ทำให้คนเกิดความสุขในการทำงาน โดยมีความสัมพันธ์กับกรอบแนวคิด ซึ่งจะทำให้ประสบแก่ความสำเร็จได้ในอนาคต

ยุทธศาสตร์การพัฒนา

เทศบาลนครนครราชสีมา (2562) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้ในแผนพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา (พ.ศ. 2561-2565) จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ 3) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และ 4) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา รวมจำนวน 129,633 คน (เทศบาลนครนครราชสีมา, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยการสุ่มแบบชั้นภูมิตามเขตการปกครองการเลือกตั้ง



สมาชิกสภาเทศบาลนครนครราชสีมา รวม 4 เขตเลือกตั้ง (จำนวน 90 ชุมชน) หลังจากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ขนาดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดตามตารางสำเร็จรูปของ เครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน แบ่งเก็บข้อมูลใน 4 เขตเลือกตั้ง โดยผู้วิจัยเลือกสุ่มเขตเลือกตั้งละ 3 ชุมชน รวมเป็น 12 ชุมชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา โดยพัฒนาและสร้างแบบสอบถามขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามให้เลือกตอบ (checklist) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามโดยแบ่งระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ออกเป็น 5 ระดับ (Likert scale) จำนวน 26 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา เป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ค่าการตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัดโดยรวม พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha, α) อยู่ ระหว่าง .773 -.915

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ออกแบบขึ้นมาเพื่อทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์สภาพทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติอนุมาน ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ภายใต้สมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกินกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 41 - 60 ปี และมีอายุ 61 ปี ขึ้นไปตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้น ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาคือระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ขณะเดียวกันส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ สำหรับ

รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท รองลงมาคือรายได้ 15,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 45,000 บาท ตามลำดับ ส่วนรายได้ต่อเดือน 45,001 - 60,000 บาท และ 60,001 บาท ขึ้นไป มีเพียงส่วนน้อย

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การบริหารการพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา

ตาราง 1 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมาในภาพรวม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ สำเร็จ
1. ด้านการยกระดับขีดความสามารถ ในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง	3.79	0.63	มาก
2. ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ	3.73	0.64	มาก
3. ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	4.01	0.61	มาก
4. ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโต อย่างมีคุณภาพ	3.42	0.63	ปานกลาง
รวม	3.74	0.62	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน มีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำเร็จอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน และมีเพียง 1 ด้าน ที่มีความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมาคือด้านการยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ($\bar{X} = 3.79$) และด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.73$) ส่วนด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 3.42$)

ผลการเปรียบเทียบความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา กับปัจจัยส่วนบุคคล

ตาราง 2 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา กับเพศ

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์						
การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
ด้านการยกระดับขีดความสามารถในการ ให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง	ชาย	187	3.88	0.28	-1.46	0.96
	หญิง	197	3.92	0.29		

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์						
การพัฒนาเทศบาลนคร	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p
นครราชสีมา						
ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ	ชาย	187	3.99	0.31	-0.57	0.54
	หญิง	197	4.01	0.32		
ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	ชาย	187	4.06	0.32	0.22	0.42
	หญิง	197	4.05	0.30		
ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ	ชาย	187	3.45	0.30	-0.68	0.57
	หญิง	197	3.48	0.32		
ความสำเร็จในภาพรวม	ชาย	187	3.83	0.14	-1.17	0.27
	หญิง	197	3.84	0.13		

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา กับอายุ

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์	แหล่งความแปรปรวน					
การพัฒนาเทศบาลนคร		n	SS	MS	F	p
นครราชสีมา						
ด้านการยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุม และทั่วถึง	ระหว่างกลุ่ม	3	0.28	0.09	1.12	0.34
	ภายในกลุ่ม	380	30.87	0.08		
	รวม	383	31.16			
ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.09	0.03	-0.32	0.80
	ภายในกลุ่ม	380	35.86	0.10		
	รวม	383	35.96			
ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	ระหว่างกลุ่ม	3	0.21	0.07	0.72	0.53
	ภายในกลุ่ม	380	35.63	0.09		
	รวม	383	35.85			
ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.09	0.03	0.33	0.80
	ภายในกลุ่ม	380	35.41	0.09		
	รวม	383	35.51			

ความสำเร็จในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.04	0.01	0.77	0.51
	ภายในกลุ่ม	380	6.69	0.01		
	รวม	383	6.73			

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 5 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา กับระดับการศึกษา

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์ การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	p
ด้านการยกระดับขีดความสามารถ ในการให้บริการอย่างครอบคลุมและ ทั่วถึง	ระหว่างกลุ่ม	2	0.01	0.01	0.08	0.91
	ภายในกลุ่ม	381	31.14	0.08		
	รวม	383	31.16			
ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมี คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.91	0.45	4.01	0.01*
	ภายในกลุ่ม	381	35.04	0.09		
	รวม	383	35.96			
ด้านการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	ระหว่างกลุ่ม	2	0.07	0.03	0.36	0.69
	ภายในกลุ่ม	381	35.77	0.09		
	รวม	383	35.85			
ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจ สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.01	0.01	0.01	0.98
	ภายในกลุ่ม	381	35.50	0.09		
	รวม	383	35.51			
ความสำเร็จในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.04	0.02	1.29	0.27
	ภายในกลุ่ม	381	6.68	0.01		
	รวม	383	6.73			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ด้านการยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ มีความเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตาราง 6 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา กับสถานภาพสมรส

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์ การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	p
ด้านการยกระดับขีดความสามารถ ในการให้บริการอย่างครอบคลุม และทั่วถึง	ระหว่างกลุ่ม	2	4.84	0.19	2.26	0.10
	ภายในกลุ่ม	381	82.26	0.08		
	รวม	383	87.10			
ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมี คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.03	0.01	0.15	0.85
	ภายในกลุ่ม	381	35.92	0.10		
	รวม	383	35.96			
ด้านการบริหารจัดการ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.16	0.02	0.27	0.75
	ภายในกลุ่ม	381	57.16	0.09		
	รวม	383	58.32			
ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจ สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.38	0.19	1.96	0.14
	ภายในกลุ่ม	381	35.12	0.09		
	รวม	383	35.51			
ความสำเร็จในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.02	0.01	0.56	0.57
	ภายในกลุ่ม	381	6.71	0.01		
	รวม	383	6.73			

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 7 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา กับอาชีพ

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์ การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	p
ด้านการยกระดับขีดความสามารถ ในการให้บริการอย่างครอบคลุม และทั่วถึง	ระหว่างกลุ่ม	5	3.56	0.17	1.95	0.15
	ภายในกลุ่ม	378	79.42	0.07		
	รวม	383	80.15			
ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมี คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.05	0.14	0.21	0.75
	ภายในกลุ่ม	378	34.2	0.12		
	รวม	383	33.65			

ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.04	0.12	0.26	0.82
ทรัพยากรธรรมชาติ	ภายในกลุ่ม	378	51.13	0.10		
และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	รวม	383	54.2			
ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	5	0.68	0.21	1.86	0.14
สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ	ภายในกลุ่ม	378	34.14	0.11		
	รวม	383	32.16			
ความสำเร็จในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.05	0.02	0.52	0.59
	ภายในกลุ่ม	378	5.74	0.04		
	รวม	383	5.32			

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 8 ความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา กับรายได้ต่อเดือน

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์ การพัฒนาเทศบาลนคร นครราชสีมา	แหล่งความ แปรปรวน	n	SS	MS	F	p
ด้านการยกระดับขีดความสามารถ ในการให้บริการอย่างครอบคลุม และทั่วถึง	ระหว่างกลุ่ม	4	5.84	0.19	2.18	0.12
	ภายในกลุ่ม	379	83.28	0.18		
	รวม	383	87.14			
ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมี คุณภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.23	0.06	0.16	0.84
	ภายในกลุ่ม	379	34.91	0.12		
	รวม	383	34.86			
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.18	0.04	0.27	0.74
ทรัพยากรธรรมชาติ	ภายในกลุ่ม	379	58.14	0.11		
และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	รวม	383	56.31			
ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	4	0.38	0.21	1.95	0.16
สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ	ภายในกลุ่ม	379	32.12	0.09		
	รวม	383	34.52			
ความสำเร็จในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	0.04	0.06	0.59	0.62
	ภายในกลุ่ม	379	5.92	0.03		
	รวม	383	6.13			

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การเปรียบเทียบความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวข้างต้น แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประมวล เกตรา (2550) ได้ศึกษาความคิดเห็นของคณะกรรมการชุมชนต่อการพัฒนาของเทศบาลตำบลเกษตรวิสัย อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า การพัฒนาของเทศบาลตำบลเกษตรวิสัย อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ตามความคิดเห็นของคณะกรรมการชุมชน โดยรวมมีการพัฒนาอยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นของคณะกรรมการชุมชนที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อการพัฒนาของเทศบาลตำบลเกษตรวิสัย อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า คณะกรรมการชุมชน ที่มีเพศและระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่าง แต่คณะกรรมการชุมชนที่มีอายุแตกต่างกันโดยรวมมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาของเทศบาลตำบลเกษตรวิสัย อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน

เมื่อแยกแต่ละปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ มีความเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ด้านการยกระดับขีดความสามารถในการให้บริการอย่างครอบคลุมและทั่วถึง และคุณภาพการประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้มากยิ่งขึ้น
2. ด้านการพัฒนาสังคมน่าอยู่อย่างมีคุณภาพ ต้องพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เนื่องจากมีความสำเร็จที่น้อยอยู่ คือ การจัดการห้องสมุดเคลื่อนที่ และการจัดหาอาหารเสริม (นม) ให้แก่เด็กด้อยโอกาส
3. ด้านการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ระบบไฟฟ้าส่องสว่างบนถนน และซอยต่าง ๆ ควรรักษามาตรฐานการปฏิบัติงานในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง
4. ด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ ควรพัฒนาปรับปรุงยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมาในด้านนี้ทุกข้อให้ดียิ่งขึ้นไปอีก โดยเฉพาะการจัดเก็บภาษีรายได้/ค่าธรรมเนียมอย่างทั่วถึง การสร้างเครือข่ายผู้ผลิตสินค้า OTOP และชุมชน และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลนครนครราชสีมา. (2562). *แผนพัฒนาเทศบาลนครนครราชสีมา พ.ศ. 2561-2565*. นครราชสีมา: สำนักปลัดเทศบาล.
- เทศบาลนครนครราชสีมา. (2563). *ประวัติความเป็นมา*. ค้นเมื่อ 14 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.koratcity.go.th/page/history>
- ประมวล เกตรา. (2550). *ความคิดเห็นของคณะกรรมการชุมชนต่อการพัฒนาของเทศบาลตำบลเกษตรวิสัย อำเภอกเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด* (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ประยูร กาญจนดุล. (2545). การจัดระเบียบการปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตยสภา*, 27(1), 30-31.
- Herzberg, F., et al. (1959). *The Motivation to work*. New York: John Wiley and Sons.
- Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- McClelland, D.C. (1953). *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Murray, H.H. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University Press.
- Weiner, B. (1973). *Theory of motivation*. Los Angeles: California Rand McNally.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Buying Decision Process of Condominium in Bangkok

มนีรัตน์ สุวรรณเกต¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ³ และ นลินี สุรดิษฐ์⁴
Maneerat Suwannaket¹, Chandej Charoenwiriyakul², Waraporn Dumrongkulsombat³
and Nalinee Suradinkura⁴

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: mammanyamoney@hotmail.com¹, chandej.ch@ssru.ac.th²

Received: 2023-01-30; Revised: 2023-03-23; Accepted: 2023-03-25

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้า และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประชากรในการวิจัยคือผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้า อยู่ในระดับมาก และ 2) ภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ ความภักดีต่อตราสินค้า และส่วนประสมทางการตลาด

คำสำคัญ: กระบวนการตัดสินใจ, คอนโดมิเนียม, ภาพลักษณ์

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the levels of buying decision process of condominiums in Bangkok, marketing mix, image, and brand loyalty; and 2) study factors influencing buying decision process of condominium in Bangkok. This research employed a quantitative research methodology. The research sample consisted of 400 condominium buyers in Bangkok area. Data were collected with the use of a questionnaire and analyzed with descriptive statistics, and multiple regression analysis. The findings showed that: 1) buying decision process of condominiums in Bangkok, marketing mix, image, and brand loyalty were rated at a high level; and 2) image had the greatest influence on buying decision process of

condominium in Bangkok, followed by brand royalty, and marketing mix.

Keywords: Buying Decision Process, Condominium, Image

บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยทั่วไป และยังมีอิทธิพลต่อมนุษย์ทั้งในด้านความมั่นคงทางจิตใจ การสร้างสัมพันธ์ในครอบครัว รวมทั้งมีบทบาทในการดำรงชีวิตอย่างที่คุณคนขาดไม่ได้ ปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีจึงมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามการเพิ่มปริมาณประชากรมนุษย์ อีกทั้งความเป็นอยู่ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป จากครอบครัวขยายก็กลายเป็นครอบครัวเดี่ยว โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ เศรษฐกิจในเขตเมือง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557)

คอนโดมิเนียมถือเป็นโครงการที่คนนิยมซื้อเป็นที่พักอยู่อาศัยกันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะคนในเมืองหลวง เนื่องจากมีราคาไม่แพงมากนัก และคอนโดมิเนียมส่วนใหญ่มักจะสร้างขึ้นในที่ชุมชนการเดินทางค่อนข้าง สะดวกสบาย มีโครงการของคอนโดมิเนียมเกิดขึ้นมากมาย หลากหลายระดับ บางที่มีราคาแพงกว่าบ้านเดี่ยวเสียอีก เพราะรูปแบบของคอนโดมิเนียมที่มีให้เลือกมากมาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมเหมือนกับบ้านและบางที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า แต่คอนโดมิเนียม บางโครงการเน้นในเรื่องของภูมิทัศน์เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อในทุกกลุ่ม (ธงชัย ชูสุน, 2556)

ดังนั้น ที่อยู่อาศัยในเมืองจึงเป็นความต้องการของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชากรในวัยทำงาน ในสภาวะที่มูลค่าที่ดินในกรุงเทพมหานครมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับมูลค่าที่ดินในต่างจังหวัด จึงทำให้ที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมได้เข้ามามีบทบาทในปัจจุบัน เห็นได้จากการก่อสร้างคอนโดมิเนียมที่เพิ่มขึ้นในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ให้กับประชากรในเมืองที่ต้องการหาที่พักอาศัย ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบครัน ยกตัวอย่าง เช่น ความสะดวกในเรื่องการคมนาคม ใกล้แหล่งชุมชน มีความปลอดภัยสูง รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจเพื่อให้ตรงตามความต้องการของตนเองมากที่สุด อีกทั้งยังเป็นการออมและเป็นการลงทุนระยะยาวรูปแบบหนึ่ง และรวมถึงยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมอีกด้วย ดังนั้น ปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งผู้ซื้อต้องมีการพิจารณาองค์ประกอบหลายด้าน เช่น พิจารณาทำเลที่ตั้ง โครงการที่น่าเชื่อถือ ราคา และรูปแบบห้องชุด เป็นต้น

เมื่อสภาพสังคม เศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปทั้งทางด้านการดำเนินชีวิต การทำงาน และการศึกษา ทำให้ต้องมีการย้ายที่อยู่ เพื่อให้เกิดความสะดวกมากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจคอนโดมิเนียมจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นตัวเลือกของลูกค้ากลุ่มนี้ ซึ่งธุรกิจนี้ มีรายได้มาจากการขายห้องชุด ที่นิยมประกอบธุรกิจนี้ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะผู้ประกอบการมองว่าธุรกิจคอนโดมิเนียมเป็นธุรกิจที่มั่นคง ซึ่งตามหลักความเป็นจริงนั้น ณ ปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้ มีการแข่งขันที่สูง เนื่องจากมีทั้งผู้แข่งขันรายใหม่ ผู้แข่งขันรายเดิม และธุรกิจอพาร์ทเมนต์เข้ามาแข่งขัน ดังนั้น การที่จะประกอบธุรกิจนี้จะต้องมีการปรับตัวในหลาย ๆ ด้าน เช่น การบริการที่รวดเร็ว การออกแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อดึงดูดกลุ่ม



ลูกค้าที่ไม่นิยมหรือตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ ยังเป็นที่ต้องการ และสามารถเติบโตได้เรื่อย ๆ อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะมีการสร้างกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจคอนโดมิเนียมอยู่ได้อย่างมั่นคงและ ระยะยาว ควรจะได้มีการประเมินสภาพความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ณภัทร พุเกียรติ, 2561)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจในธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ นำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน และพัฒนาโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค และใช้ประกอบการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงเชิงธุรกิจในด้านการตลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้า
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (stages of the buying decision process)

จากการวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อที่เกี่ยวกับประเภทสินค้า ผู้ประกอบการจะสอบถามผู้บริโภคว่า รู้สึกคุ้นเคยกับหมวดสินค้านั้นๆ หรือไม่ ความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้านั้นเป็นอย่างไร และผู้บริโภครู้สึกพอใจกันมากน้อยเพียงไรหลังจากการซื้อ ซึ่งแต่ละวิธีในกระบวนการซื้อของผู้บริโภค มีรายละเอียด ดังนี้ (Kotler, 2003)

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักถึงปัญหา กระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ โดยผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างภาวะความต้องการที่แท้จริงและพึงปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ ภาวะการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่า การเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น เช่น การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นๆ และในระดับถัดมา บุคคลอาจเข้าสู่การค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น โดยการอ่านหนังสือ โทรศัพท์ถามเพื่อน และยังเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้า

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเชิงเปรียบเทียบและทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้น ๆ ในขั้นตอนสุดท้ายอย่างไร ความจริงคือ กระบวนการประเมินผลข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจไม่ใช่เรื่องง่าย หรือเป็นกระบวนการเพียงกระบวนการเดียว ผู้บริโภคทุกคนหรือแม้กระทั่งเพียงคนเดียวจะมีกระบวนการประเมินเพื่อการตัดสินใจหลายกระบวนการด้วยกัน และแบบกระบวนการประเมินของผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพื้นฐานอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยอาศัยจิตใต้สำนึกและมีเหตุผลสนับสนุน



ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ ในขั้นตอนการประเมินผลทางเลือกนี้ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้าต่าง ๆ ที่มีอยู่ในทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ ผู้บริโภคอาจสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับความพอใจหรือไม่พอใจในระดับหนึ่งระดับใด งานของนักการตลาดไม่ใช่จะจบลงหลังจากที่ผลิตภัณฑ์ได้ถูกขายออกไปแล้ว แต่นักการตลาดต้องคอยตรวจสอบความพอใจหลักการซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย ได้แก่ กิจกรรมหลักการซื้อ การใช้ และการจัดการหลักการซื้อ

ส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2003) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix หรือ 7Ps) เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็น หรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (utility) คุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องจ่าย หรือเสียไปเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

3. สถานที่ (place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ จากองค์กรหรือผู้ผลิตไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด คือ สถาบันทางการตลาด อาจจะเป็นคนกลางต่าง ๆ ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้า เป็นต้น

4. การส่งเสริมทางการตลาด (promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการหรือความคิดต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึก ออกมาโดยทางพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (non-personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายเครื่องมือ องค์กรอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication: IM) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า คู่แข่งขัน ผลิตภัณฑ์ โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) ที่มุ่งหมายกระตุ้น



ความต้องการซื้อของผู้บริโภค (consumer) คนกลาง (trade) และพนักงานขาย (sale forces) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation: PR), การตลาดทางตรง (direct marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (direct response advertising) และการตลาดเชื่อมต่อหรือ การโฆษณาเชื่อมต่อ (online marketing)

5. บุคลากร (people) หมายถึง บุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการทั้งหมดซึ่งรวมไปถึงพนักงาน ผู้ให้บริการ ซึ่งได้จากการคัดเลือก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการรับบริการมากขึ้น แตกต่าง เนื่อคู่แข่ง ซึ่งพนักงานควรมีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า อย่างมีความ น่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่าง เนื่อคู่แข่ง

6. กระบวนการ (process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้าซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และความประทับใจของลูกค้า (customer satisfaction) รวมถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ การทักทายและการต้อนรับลูกค้าที่มาติดต่อ

7. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ปรากฏ ให้ผู้บริโภคได้ เห็นทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ซื้อขายผลิตภัณฑ์ หรือสถานที่อื่น ๆ ที่เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (บริษัท)

ภาพลักษณ์

อรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) กล่าวว่า ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร สถาบัน สินค้า หรือ ธุรกิจต่าง ๆ เพราะเป็นมูลค่าที่แฝงอยู่เป็นภาพที่สร้างความเชื่อให้กับบุคคล ซึ่งจะดีหรือไม่ดีก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ แสดงให้สังคมได้รับรู้ผ่านการดำเนินงาน และการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ การสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหาภัยเกิดวิกฤตการณ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ก็เท่ากับ วางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นหนา เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้นองค์กรย่อมไม่สั่นคลอนมากนัก และสามารถ แก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

การที่ภาพลักษณ์มีความสำคัญมากในปัจจุบัน สืบเนื่องมาจากเหตุผลหลายอย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น การที่สินค้าบริการต่าง ๆ มีมากขึ้น เกิดการแข่งขันกันเพื่อครองใจลูกค้า ในวงการการเมือง นักการเมือง หรือ พรรคการเมือง ก็ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อันจะทำให้ประชาชนยอมรับและ เลือกให้เข้าไปมีส่วนในการบริหารประเทศ หรือในองค์กรและสถาบันต่าง ๆ หากมีภาพลักษณ์ที่ดี ก็จะทำให้เกิดความไว้วางใจและได้รับความร่วมมือในกิจกรรมขององค์กร (รัตนาวดี ศิริทองถาวร, 2556)

ความภักดีต่อตราสินค้า (brand loyalty) คือ การที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหนึ่งไม่ว่าจะ เกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และ/หรือ ตรงใจผู้บริโภค และเกิดการซื้อซ้ำต่อเนื่องตลอดมาอย่างลูกค้ามีความ ภักดีต่อตราสินค้ามากเท่าใด มูลค่าโดยรวมของตราสินค้า (brand value) นั้น ก็จะมีค่าเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และการที่ลูกค้ามีความภักดีสูงต่อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งก็ยิ่งหมายถึง โอกาสในการสร้างความมั่นคงให้กับ ตราสินค้านั้น ทั้งในแง่ยอดขาย การบริหารต้นทุนในการทำธุรกิจที่ต่ำลง โอกาสในการทำกำไรที่มากขึ้น รวมถึง

โอกาสในการขยายตลาดของตราสินค้าให้กว้างขวางมากขึ้น ดังนั้นการสร้างความรักดีในตราสินค้าจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญทางการตลาด (บุริม โอทกานนท์, 2553)

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร กรณิไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชบัญชา, 2550)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร กรณิไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชบัญชา, 2550) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันการสูญเสียของแบบสอบถามเนื่องจากอาจมีคุณสมบัติของแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มแบบสอบถามเป็นตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaires) ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ประกอบไปด้วยคำถามประเภทต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ซื้อคอนโดมิเนียม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของที่อยู่อาศัยเดิม ขนาดพื้นที่ใช้สอยของคอนโดมิเนียมที่ต้องการ แหล่งข้อมูลที่ใช้ค้นหาข้อมูลคอนโดมิเนียมที่สนใจ ระยะเวลาที่ใช้ตัดสินใจซื้อ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมคำถามทั้งหมด 11 ข้อ

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่/ ที่ตั้ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ โดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจากการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (rating scale) ซึ่งใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert scale) มีจำนวน 43 ข้อ

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ เป็นคำถามปลายปิด มีจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความรักดีต่อตราสินค้า สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความรักดีต่อตราสินค้าเป็นคำถามปลายปิด มีจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 กระบวนการตัดสินใจซื้อ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นคำถามปลายปิด มีจำนวน 15 ข้อ

แบบสอบถามผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) มีค่าระหว่าง 0.787 ถึง 0.909 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.926

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ซื้อคอนโดมิเนียมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ตามเขตต่าง ๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับกระบวนการตัดสินใจ ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์และความภักดีต่อตราสินค้า

2. การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ทำการทดสอบด้วยการถดถอยพหุ (multiple regression analysis) เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่/ที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ 2) ภาพลักษณ์ และ 3) ความภักดีต่อตราสินค้า

ผลการวิจัย

ระดับกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้า

ตารางที่ 1 กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
การตระหนักถึงปัญหา	4.08	0.83	มาก
การค้นหาข้อมูล	4.12	0.98	มาก
การประเมินทางเลือก	4.25	0.85	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.85	0.86	มาก
พฤติกรรมหลังการซื้อ	3.99	0.73	มาก
กระบวนการตัดสินใจซื้อ	4.06	0.85	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.83$, $\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.98$, $\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.85$, $\bar{X} = 3.85$, $SD = 0.86$, $\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.73$, ตามลำดับ)

ตารางที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	4.07	0.73	มาก
ราคา	4.02	0.74	มาก
สถานที่/ ที่ตั้ง	4.01	0.74	มาก
การส่งเสริมการตลาด	3.81	0.84	มาก
บุคลากร	3.89	0.75	มาก
กระบวนการ	4.00	0.80	มาก
ลักษณะทางกายภาพ	3.98	0.82	มาก
ส่วนประสมทางการตลาด	3.97	0.77	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์, ราคา, สถานที่/ที่ตั้ง, การส่งเสริมการตลาด, บุคลากร, กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.73$, $\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.74$, $\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.74$, $\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.84$, $\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.75$, $\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.80$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 3 ภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มั่นใจในชื่อเสียงของบริษัท	3.93	0.79	มาก
2. การอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีขึ้น	3.94	0.77	มาก
3. ภาพลักษณ์ของคอนโดมิเนียมมีความทันสมัยสวยงาม	3.92	0.74	มาก
4. ความมีชื่อเสียงของบริษัทจะทำให้ได้รับการบริการที่ดี	3.91	0.81	มาก
5. ชื่นชอบภาพลักษณ์ของคอนโดมิเนียมจากการโฆษณาของบริษัท	3.99	0.75	มาก
ภาพลักษณ์	3.94	0.77	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.77$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คอนโดมิเนียมมีภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมากทุกรายการ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ชื่นชอบภาพลักษณ์ของคอนโดมิเนียมจากการโฆษณาของบริษัท ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.75$) การอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้ดูดีขึ้น ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.77$) มั่นใจในชื่อเสียงของบริษัท



($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.79$) ภาพลักษณ์ของคอนโดมิเนียมมีความทันสมัย สวยงาม ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.74$) และความมีชื่อเสียงของบริษัทจะทำให้ได้รับการบริการที่ดี ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความภักดีต่อตราสินค้า

ความภักดีต่อตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เมื่อต้องการเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม จะนึกถึงคอนโดมิเนียมนี้ก่อนเสมอ	3.99	0.83	มาก
2. แนะนำผู้อื่นให้มาเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมนี้เสมอ	3.98	0.84	มาก
3. คอนโดมิเนียมนี้เป็นอันดับหนึ่งหรืออันดับต้นๆ	3.91	0.81	มาก
4. ให้ความสนใจกับคำแนะนำของพนักงานเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม	3.96	0.83	มาก
5. ในครั้งต่อไป ถ้าต้องการเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม จะเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมนี้	3.86	0.80	มาก
ความภักดีต่อตราสินค้า	3.94	0.82	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ความภักดีต่อตราสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความภักดีต่อตราสินค้า อยู่ในระดับมากทุกรายการเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เมื่อต้องการเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม จะนึกถึงคอนโดมิเนียมนี้ก่อนเสมอ ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.83$) แนะนำผู้อื่นให้มาเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมนี้เสมอ ($\bar{X} = 3.98$, $SD = 0.84$) ให้ความสนใจกับคำแนะนำของพนักงานเกี่ยวกับคอนโดมิเนียม ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.83$) คอนโดมิเนียมนี้เป็นอันดับหนึ่งหรืออันดับต้น ๆ ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.81$) และในครั้งต่อไป ถ้าต้องการเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียม จะเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมนี้ ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 0.80$) ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	VIF
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่ (Constant)	1.506	0.180		8.373	0.000	
ส่วนประสมทางการตลาด	0.126	0.048	0.123	2.597	0.010*	1.319
ภาพลักษณ์	0.275	0.045	0.325	6.076	0.000*	1.680
ความภักดีต่อตราสินค้า	0.187	0.042	0.234	4.480	0.000*	1.601

R Square = 0.326
 Std. Error of the Estimate = 0.0310
 Durbin-Watson = 2.008
 F = 63.796 Sig. = 0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.319-1.680 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 แสดงว่า ไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันสูงระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity)

จากการวิเคราะห์ตามตารางที่ 5 พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับ ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เมื่อส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้าเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 32.60

อภิปรายผล

1. ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นฤตย์อร ศรีคงแก้ว (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดทั้งหมด สามารถพยากรณ์การตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคต้องการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ตนเองตามกำลังความสามารถ โดยซื้อสินค้าแล้วเกิดความคุ้มค่า ซึ่งง่ายตรงความต้องการของตนก็ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่ง่ายขึ้น



2. ภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญประภา ทาใจ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภคมีความไว้วางใจ และเห็นภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทแล้วจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพและชื่อเสียงของคอนโดมิเนียมจึงส่งผลให้ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น

3. ความภักดีต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยศิริลักษณ์ เพชรภา (2557) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความภักดีต่อตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภคมีความภักดีต่อตราสินค้า ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อคอนโดมิเนียมไม่ว่าจะเกิดจากความเชื่อมั่น การนึกถึง และ/หรือตรงความต้องการผู้บริโภค จึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมนี้ในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์ และความภักดีต่อตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นเพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวเพื่อนำไปใช้ โดยเรียงตามลำดับสัมประสิทธิ์การถดถอยดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อกระบวนการเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยมีสมรรถนะในการบริหาร มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค เช่น ผู้ประกอบการควรโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการโดยให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ผู้ประกอบการควรมีใบอนุญาตในการก่อสร้าง และควรปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้รับไว้ในสัญญา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจกับผู้บริโภค

2. จากผลการวิจัยพบว่า ความภักดีต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า โดยการสร้างความแตกต่างและความประทับใจตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราสินค้าช่วยให้ผู้อยู่อาศัยจะมีทัศนคติที่ดีและมีความภักดีต่อตราสินค้า

3. จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้ประกอบการหรือเจ้าของตราสินค้าจัดส่วนประสมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยจำแนกเป็นรายด้านดังนี้



3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการรับประกันห้องชุดพักอาศัยที่เหมาะสม ขนาดพื้นที่ใช้สอยในห้องเพียงพอต่อการพักอาศัย มีการออกแบบที่อยู่อาศัยโดยคำนึงถึงการประหยัดพลังงาน คุณภาพงานก่อสร้าง วัสดุที่ใช้ในการสร้างมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

3.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาเหมาะสมกับตราสินค้าคอนโดมิเนียม กำหนดเงินดาวน์และทำสัญญาเช่า ตั้งราคาให้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง เหมาะสมกับคุณภาพวัสดุ ค่าใช้จ่ายส่วนกลางมีความเหมาะสม และมีราคาเหมาะสมกับขนาดห้องและพื้นที่ใช้สอย

3.3 ด้านสถานที่/ที่ตั้ง ผู้ประกอบการควรเลือกสภาพแวดล้อมโดยรอบที่ตั้งโครงการมีความปลอดภัย ใกล้สถานที่ทำงาน/สถานที่ศึกษา ใกล้ระบบขนส่งมวลชน

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีส่วนลดเงินสดให้เพิ่มเติม มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงโปรโมชั่นผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลายและทั่วถึง และมีของแถมต่าง ๆ ให้เหมาะสม เมื่อทำการซื้อคอนโดมิเนียม

3.5 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการต้องมีจำนวนพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ประจำมีเพียงพอสำหรับให้บริการ มีบริการสถาปนิกและมัณฑนากรให้คำแนะนำการต่อเติมและตกแต่งพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ต้องแต่งกายสุภาพเรียบร้อย พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ต้องมีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ มีความสามารถในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ และช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี

3.6 กระบวนการ ผู้ประกอบการต้องมีระบบการให้บริการมีความสะดวก และรวดเร็ว มีกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน

3.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ สำนักงานขายควรมีการตกแต่ง และสภาพแวดล้อมของพื้นที่เยี่ยมชมรอบโครงการอย่างสวยงาม มีการจัดที่รับรองลูกค้าเพียงพอ ห้องตัวอย่างมีการตกแต่งและใช้วัสดุถูกต้องตรงกับห้องจริง และภายในโครงการมีบรรยากาศที่ดี สวยงาม ร่มรื่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านค่านิยม เป็นต้น

2. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกที่พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดในการบริหารคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

3. ควรศึกษาในพื้นที่เมืองใหญ่ ๆ อื่น เพื่อศึกษาว่าแต่ละพื้นที่นั้น ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ณภัทร พุเกียรติ. (2561). *แรงขับเคลื่อนการแข่งขันที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธงชัย ชูสุน. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นฤตย์อร ศรีคงแก้ว. (2558). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 15*, 89-101.
- บุริม โอทกานนท์. (2553). *CEM-การตลาดเชิงประสบการณ์*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล.
- เพ็ญประภา ทาใจ. (2556). ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*, 3(4), 508-524.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). *การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริลักษณ์ เพชรภา. (2557). *การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2557). *ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.onde.go.th/view/1>
- อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่* (การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาด ของธุรกิจออนไลน์

A Causal Relationship Model of Factors Affecting the Effectiveness of Online Business Marketing Communications

ปริญญานิรัตน์คุณ¹ และ ไพโรจน์ วิลานุช²

Parinya Nilrattanakul¹ and Pairote Wilainuch²

สาขาวิชานิติศาสตร์การตลาด, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย^{1,2}

Marketing Communication, The University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand^{1,2}

E-mail: ceopop@gmail.com¹

Received: 2023-03-20; Revised: 2023-03-28; Accepted: 2023-03-29

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ และ 2) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เวชสำอาง จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเนะ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน และผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาดการตลาดออนไลน์ ผู้ดูแลระบบของแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียงและกลุ่ม Youtuber จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) โมเดลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดธุรกิจออนไลน์ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้

คำสำคัญ: รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ, การสื่อสารการตลาด, ธุรกิจออนไลน์



Abstract

The objectives of this study were to 1) study the factors affecting online business marketing communications and 2) develop a causal relationship model of the factors affecting online business marketing communications. It is mixed research, including quantitative research Data were collected using a questionnaire with the reliability of the entire questionnaire equal to 0.92 from 400 entrepreneurs of electronic commerce, dietary supplements, and cosmetic products. It used the Taro Yamane formula and qualitative research by conducting in-depth interviews and discussions with two groups of key informants, ten entrepreneurs and those with knowledge and expertise in marketing communications. Online marketing Administrators of famous platforms and 10 Youtuber groups analyzed data using a packaged program to find the frequency, percentage, mean, and standard deviation and Structural Equation Model Analysis (SEM).

The research found that: 1) the factors affecting online business marketing communications. The overall average was at a high level. The factor with the highest average was the digital marketing mix factors, followed by technology acceptance factor and Information technology design factor respectively, with a significant at 0.01. 2) A causal relationship model, the factors that are effective in online business marketing communications, are consistent with empirical data and are reliable and acceptable.

Keywords: A Causal Relationship Model, Marketing Communications, Online Business

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้โลกในปัจจุบันเปรียบเสมือนโลกที่ไร้พรมแดนผ่านสื่อกลางที่เรียกว่า “อินเทอร์เน็ต” โดยการนำเอาประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน ใช้บริการผ่านอุปกรณ์กันอย่างแพร่หลายไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ เป็นต้น และมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันจำนวนประชากรทั้งโลกอยู่ที่ 7,750 ล้านคน จำนวนมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4,540 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 59 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และมีบัญชีสื่อสังคมออนไลน์จำนวน 3,800 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 49 ของประชากรทั้งหมด ในประเทศไทยมีคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศคิดเป็นร้อยละ 75 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ร้อยละ 59 เมื่อเปรียบเทียบทวีปต่าง ๆ ทั่วโลกก็ยังพบว่าทวีปเอเชียมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือคิดเป็นร้อยละ 45 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด (World internet users statistics, 2020) จากผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2562) พบว่า กิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เวลาในการเข้าถึงมากที่สุด คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และ



อินสตาแกรม (Instagram) มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงที่มีการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) มากเป็นอันดับ 1 ของโลกสาเหตุที่สื่อสังคมออนไลน์มีผู้เข้าใช้เป็นจำนวนมากนั้น อาจเป็นเพราะว่าเป็นเครือข่ายที่สามารถโยงใยไปได้ทั่วโลกโดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ เป็นสื่อที่ความมีปฏิสัมพันธ์ ผู้ใช้สามารถโต้ตอบระหว่างกันโดยตรงได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เป็นการสื่อสารแบบสื่อประสมผู้ใช้สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อทางเสียงข้อมูลภาพนิ่งอินเทอร์เน็ต สามารถลดข้อจำกัดในการสื่อสารที่มีอยู่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบเดิมอีกทั้งยังช่วยเชื่อมประสานสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบเดิมที่มีอยู่หลายประเภทให้รวมเข้าเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่สมบูรณ์ได้ (ธวัชชัย แม่นศรี, 2562)

ที่ผ่านมาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของไทยได้เติบโตแบบก้าวกระโดด ปัจจัยที่สำคัญมาจากการที่ธุรกิจต่างๆ มองว่าเวลานี้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการขายหลักในการเข้าถึงผู้บริโภคอีกทั้งยังมีการเข้ามาของผู้ให้บริการจากต่างประเทศทำให้เกิดการแข่งขันด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังจะเห็นได้จากร้านค้าออนไลน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหลากหลายธุรกิจในประเทศไทยที่หันมาใช้ช่องทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในการทำการค้า นอกจากนี้ปัจจัยอีกส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางอินเทอร์เน็ตส่งผลให้ประเทศไทยมีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ จากนั้นผลการสำรวจยังพบว่า การซื้อของทางออนไลน์ หรือการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยังคงติดอันดับ 1 ใน 5 ของการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยโดยมีผู้ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ร้อยละ 51.3 เพิ่มขึ้นจากปี 2560 ที่มีผู้ซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ร้อยละ 50.8 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดรูปแบบหนึ่งคือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านรูปแบบดิจิทัล (DIMC : Digital Integrated Marketing Communication) ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่กำลังสร้างรายได้อย่างมหาศาลเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลและสร้างการความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สร้างความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าหรือบริการในการสร้างตราสินค้าสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคผ่านโลกอินเทอร์เน็ต โดยใช้หลักการด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านการขายสินค้าหรือบริการและอื่น ๆ ผ่านผู้ให้บริการด้านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) โดยเฉพาะไลน์ (Line) ที่พบว่า คนไทยมีการใช้งานมากกว่า 30 ล้านคน ที่ให้ผู้บริโภคใช้ค้นหาข้อมูลในการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการตั้งแต่เริ่มค้นหาข้อมูลเพื่อวางแผน การเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการ การเปรียบเทียบความแตกต่างและราคาไปจนถึงสิ้นสุดการเลือกใช้บริการรวมถึงการบอกเล่าประสบการณ์หลังจากการใช้บริการ เช่น การประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย ในแต่ละเดือนผ่านทางอินสตาแกรม หรือจะเป็นการโปรโมทผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก หรือแม้แต่การตลาดโดยสร้างคลิปวิดีโอต่าง ๆ ของแต่ละแห่ง การโพสต์รูปภาพผ่านทางโซเชียลมีเดียของตัวเอง เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดสามารถเห็นผ่านได้จากเว็บไซต์โซเชียลมีเดียสมาร์ตโฟน ที่สามารถเพิ่มศักยภาพการทำตลาด ทั้งวงกว้างและแบบตัวต่อตัว รวมไปถึงการทำตลาดแบบบอกต่อ (ธวัชชัย แม่นศรี, 2562) ดังที่ อนัญญา เชียงกุล และภัทรภร



สังขปริชา (2565) ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ในการเลือกทำการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ และผลงานตามลำดับ และในกระบวนการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้บริโภคจะดูที่ราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นคุณภาพสินค้า การสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์เพื่อความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์และสร้างแบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุดในการดำเนินธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา (Survey and Development Research) มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์และพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ โดยอาศัยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อสำรวจข้อมูลและพัฒนารูปแบบด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM) และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีขอบเขตด้านเนื้อหา ดังนี้ 1) แนวคิดการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย การออกแบบรูปลักษณ์ (Appearance) การออกแบบเนื้อหา (Content) การออกแบบชุมชนดิจิทัล (Community) การผลิตตามคำสั่ง (Customization) การออกแบบการติดต่อสื่อสาร (Communication) การออกแบบการเชื่อมต่อเว็บไซต์ (Connection) และการออกแบบการทำธุรกรรม (Commerce) 2) แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) เจตคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) 3) แนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) 4) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล (DIMC : Digital Integrated Marketing Communication) ประกอบด้วย การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Advertising) การขายโดยใช้พนักงานผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Personal Selling) การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Sale Promotion)

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Publicity And Public Relation) และการตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Direct Marketing)

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การออกแบบเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- สมมติฐานที่ 2 การออกแบบเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
- สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
- สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล
- สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

องค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO, 1998) ได้กล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การผลิต การกระจายการตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: E-commerce) หมายถึง การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก ทุกสถานที่ที่สามารถเชื่อมต่อระบบคอมพิวเตอร์ที่สามารถทำธุรกรรมได้ และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาเพราะสามารถทำการค้าได้ตลอดชั่วโมงผ่านระบบอัตโนมัติ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นธุรกรรมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีการถ่ายโอนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2556)

ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยที่ (พรพรรณ รัตนตรัยวงศ์, 2553) ได้สรุปประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ธุรกิจกับผู้ซื้อปลีกหรือบีทูซี (B-to-C = Business-to-Consumer) คือ ประเภทที่ผู้ซื้อปลีกใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าจากธุรกิจที่โฆษณาอยู่ในอินเทอร์เน็ต
2. ธุรกิจกับธุรกิจหรือบีทูบี (B-to-B = Business-to-Business) คือ ประเภทที่ธุรกิจกับธุรกิจติดต่อซื้อขายสินค้ากันผ่านอินเทอร์เน็ต
3. ธุรกิจกับรัฐบาลหรือบีทูจี (B-to-G = Business-to-Government) คือ ประเภทที่ธุรกิจติดต่อกับหน่วยราชการ
4. รัฐบาลกับรัฐบาลหรือจีทูจี (G-to-G = Government to Government) คือ ประเภทที่หน่วยงานรัฐบาลหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งติดต่อกับหน่วยงานรัฐบาลอีกหน่วยงานหนึ่ง

5. ผู้บริโภคกับผู้บริโภคหรือซีทูซี (C-to-C = Consumer-to-Consumer) คือ ประเภทที่ผู้บริโภคประกาศขายสินค้าแล้วผู้บริโภคอีกรายหนึ่งก็ซื้อไปเช่น ที่อีเบย์ดอทคอม (Ebay.com) เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถจ่ายเงินให้กันทางบัตรเครดิต

ข้อดีของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2559)

1. การซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ สามารถตัดปัญหายุ่งยากในเรื่องของการต่อรองราคาและตัดปัญหาเกี่ยวกับนายหน้า เพราะมีเพียงแค่รหัสบัตรเครดิตที่เปิดบัญชีกับธนาคาร ท่านก็สามารถซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตได้

2. ข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) บุคคลอื่นไม่สามารถเปิดอ่านได้นอกจากผู้จัดทำหมายเท่านั้น

3. เพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ ลดต้นทุน และเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็ก มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคก็มีทางเลือกมากขึ้นด้วย

4. ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงร้านค้า หรือผ่านพ่อค้าคนกลาง (Harris, 2009)

5. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่น หรือมีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ เช่น ฟังตัวอย่างเพลง อ่านเรื่องย่อของหนังสือ หรือชมบางส่วนของ VDO ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้ซื้อที่มีข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น ในกรณีที่เป็นการสั่งซื้อแบบดิจิทัลฟอร์ม (Digital Form) จะสามารถส่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทันที

6. ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าทั่วโลกได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ ค่าใช้จ่ายการจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานอื่น ๆ ได้อีกด้วย

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาด มีส่วนสำคัญต่อการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจขององค์กรซึ่งต้องมีการจัดทำกลยุทธ์ หรือแผนการปฏิบัติที่วางไว้เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ เป็นแนวทางที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งตอบคำถามง่ายๆ สองประการคือ องค์กรจะเข้าไปแข่งขันที่ไหน และ องค์กรจะแข่งขันในธุรกิจนั้นอย่างไร ดังที่ Tawak (2021) ให้ความหมายของคำว่า กลยุทธ์ คือ แผนหรือบางสิ่งที่ยึดเหนี่ยวกับทิศทางข้อเสนอแนะของการกระทำในอนาคต เส้นทางที่จะเดินจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง หรืออื่น ๆ สอดคล้องกับ Hitt, Ireland และ Hoskisson (2019) ให้ความหมายของกลยุทธ์ ไว้ว่า เป็นการหลอมรวมและการร่วมมือของข้อตกลงและการกระทำ ซึ่งออกแบบมาเพื่อแสวงประโยชน์จากจุดแข็ง และความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนหรือแนวทางขององค์กร ที่จะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน กลยุทธ์จึงเป็นการวางแผนหรือแนวทางขององค์กร ที่จะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

Kotler & Keller (2016) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการไว้ว่า เป็นแนวคิดของการบูรณาการด้วยความพิถีพิถันของธุรกิจบนความร่วมมือกับช่องทางการสื่อสารการตลาดในช่องทาง

ต่าง ๆ ให้เกิดความชัดเจน สม่่าเสมอและเที่ยงตรงของเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและตราสินค้า มีความชัดเจนจนเป็นหนึ่งเดียวกันและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพสูงสุดต่อธุรกิจและตราสินค้า

การสื่อสารการตลาดดิจิทัล หรือการสื่อสารการตลาดแบบออนไลน์ ผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่ออินเทอร์เน็ต แอคทิฟ ซึ่ง Kitchen & Pelsmacker (2004) ได้ให้ความหมายของการตลาดออนไลน์ไว้ว่าเป็นการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ในโปรแกรมการสื่อสารทางการตลาด สอดคล้องกับ Belch & Belch (2017) ได้กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีการผสมผสานระหว่างคุณลักษณะของสื่อหลาย ๆ ประเภท เข้าด้วยกัน โดยเป็นทั้งสื่อสำหรับการสื่อสารที่ช่วยให้บริษัทสามารถสร้างการตระหนักรู้ให้ข้อมูล และส่งผล โน้มน้าวเจตคติ รวมทั้งส่งผ่านวัตถุประสงค์ด้านการสื่อสารอื่น แต่สำหรับบางคนแล้วอินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่มีการตอบสนองโดยตรงได้อีกด้วย ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถซื้อและขายสินค้าผ่านระบบ E-Commerce ได้ วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ด้านการสื่อสารที่บริษัทต่าง ๆ ต้องการบรรลุผลได้แก่ สร้างการตระหนักรู้ การสร้างความ สนใจ การเผยแพร่ข้อมูล สร้างภาพลักษณ์ สร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่ง และกระตุ้นการทดลองใช้อินเทอร์เน็ต และการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการอีกทั้งอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหนึ่งของการสื่อสารการตลาดแบบ บูรณาการ เป็นการใช้เว็บไซต์ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler & Keller, (2016) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ ทางการตลาด หมายถึง การสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุม และสนองความต้องการของ ลูกค้าให้พึงพอใจ และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อม เพื่อทำให้กิจการ อยู่รอด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2560) กล่าวถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ว่าหมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งเครื่องมือทางการตลาดประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งนักการตลาดจะเรียกปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดว่า 4P's จะมีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ซึ่งหมายถึง การดำเนินการของบริษัทในการเลือกตลาดเป้าหมายเฉพาะ และสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เป็น กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ส่วนประสมการตลาดในการเสนอปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา (Survey and Development Research) โดยอาศัย แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อสำรวจข้อมูลและพัฒนารูปแบบด้วยเทคนิค การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ในกรุงเทพมหานคร ที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 309,525 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566)



กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) เมื่อคาดคะเนขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วยความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ จะได้ขนาดตัวอย่างรวม 400 คน และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม รวม 20 คน ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารแพลตฟอร์ม ธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เวชสำอาง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 10 คน
2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาด การตลาดออนไลน์ ผู้ดูแลระบบของแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง และ กลุ่ม Youtuber จำนวน 10 คน ซึ่งใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยกำหนดคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังนี้

2.1 นักวิชาการ อาจารย์ผู้สอนหลักสูตรด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด หรือการสื่อสารการตลาด หรือผู้ที่จบการศึกษาทางด้านการบริหารธุรกิจ การตลาด หรือการสื่อสารการตลาด ในระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน

2.2 ผู้ดูแลระบบของแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง เช่น ผู้ดูแลแพลตฟอร์ม Shopee, Kaidee จำนวน 4 คน

2.3 กลุ่ม Youtuber ที่มียอดผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaire) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (Oneshot Case Study) ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะของคำถามเป็นแบบระบุรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล ส่วนที่ 3 รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัล ซึ่งลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) แบบลิเคิร์ต (Likert) (น้อยสุดได้ 1.00-1.80 คะแนน, น้อยได้ 1.81-2.60 คะแนน, ปานกลางได้ 2.61-3.40 คะแนน, มากได้ 3.41-4.20 คะแนน และมากที่สุดได้ 4.21-5.00 คะแนน) โดยการแปลความแต่ละระดับใช้อันตรภาคชั้นช่วงความกว้าง 0.80 (ชูใจ คูหารัตนไชย, 2551)

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) จำนวน 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารแพลตฟอร์ม ธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เวชสำอาง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 10 ท่าน เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์

ฉบับที่ 2 ใช้ในการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นกลุ่มนักวิชาการที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาด การตลาดออนไลน์ ผู้ดูแลระบบของแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง และกลุ่ม Youtuber จำนวน 10 คน เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล เพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นการคาดการณ์แนวโน้มในช่วง 10 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2565-2575) เกี่ยวกับแนวทางหรือรูปแบบวิธีการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ว่ามีแนวโน้มจะเป็นอย่างไร เพราะเหตุใด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยการใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาในข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (Item Objective Congruence Index: IOC) ถ้า IOC มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่าผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านตัดสินใจให้ข้อนี้มีความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัดอย่างสมบูรณ์ ถ้าค่าดัชนี IOC เท่ากับ -1 แสดงว่าผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านตัดสินใจให้ข้อนี้ไม่มีความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัดอย่างสมบูรณ์

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่วัดปัจจัยที่ส่งผลการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach, 2003) ถ้าผลค่าเครื่องมือที่มีค่าความเที่ยงแบบสอดคล้องภายในมากกว่า 0.5 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และ AMOS ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่มีประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ และการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจ ปัจจัยที่ส่งผลการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อการทดสอบแบบจำลองและสมมติฐานการวิจัยเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ อาศัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุจาก กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ เพื่อตรวจสอบว่า ข้อมูลที่ได้ตรงกับการสร้างความสัมพันธ์ตามทฤษฎีหรือไม่ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2551) ส่วนค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน ได้แก่ χ^2/df , GFI, AGFI, CFI, TLI, PGFI, RMSEA และ RMR (Brown and Cudeek, 1993; Hu and Betler, 1999; Arbuckle, 1995; Bollen, 1989)

3. วิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่ม เพื่อสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ พบว่า ปัจจัยที่มีประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์



ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ ส่วนตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในช่วง 3.78 ถึง 4.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าปกติอยู่ในช่วง .61 ถึง .97 เมื่อพิจารณาความเบ้ของข้อมูล พบว่า ส่วนมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -.33 ถึง -1.00 ซึ่งมีค่าเป็นลบ ทุกตัว กล่าวคือข้อมูลเบ้ทางซ้ายเล็กน้อยถือว่าข้อมูลเรียงตัวเป็นโค้งปกติอย่างสมบูรณ์ ส่วนการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล มีค่าความเบ้เท่ากับ -1.23 ซึ่งหมายถึง ข้อมูลเบ้ทางซ้ายปานกลางแต่ยังคงเรียงตัวเป็นโค้งปกติในระดับที่ยอมรับได้ ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าความโด่งพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -.40 ถึง .93 กล่าวคือ ข้อมูลค่อนข้างเกาะกลุ่มในระดับที่เหมาะสมไม่กระจายตัวมากเกินไป ยกเว้นการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัลและการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล มีค่าความโด่งเท่ากับ -1.52 และ -1.40 ซึ่งหมายถึง ข้อมูลค่อนข้างเกาะกลุ่มแน่นแต่ยังเป็นระดับที่ยอมรับได้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และความโด่งของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ โดยรวมและรายด้าน

ตัวแปร	Mean	S.D.	Sk	Ku	ระดับ
ปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (DIT)	3.88	0.89	-0.98	0.40	มาก
ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	3.92	0.87	-0.88	0.12	มาก
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (DMM)	3.95	0.76	-0.65	0.32	มาก
ปัจจัยการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (DMC)	3.93	0.73	-1.00	1.63	มาก

ปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (DIT) กับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด มีค่าเท่ากับ .89 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) กับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (DMC) มีค่าเท่ากับ .84 ปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (DIT) กับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (DMC) มีค่าเท่ากับ .83 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (DMM) กับการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (DMC) มีค่าเท่ากับ .80 ส่วนตัวแปรคู่ที่สัมพันธ์กันต่ำที่สุดคือ ปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (DIT) กับด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีค่าเท่ากับ .77 โดยทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้อยู่ในช่วง .457-.932 ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือการออกแบบชุมชนดิจิทัล (DCmn) กับการออกแบบเนื้อหา (DCten) มีค่าเท่ากับ .93 รองลงมาคือการออกแบบการทำธุรกรรม (DCmc) กับเจตคติที่มีต่อการใช้ (TAtt) มีค่าเท่ากับ .90 ส่วนตัวแปรคู่ที่สัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือการออกแบบรูปลักษณ์ (DCtex) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา (MPri) มีค่าเท่ากับ .46 โดยทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ ผลการวิเคราะห์โมเดลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดธุรกิจออนไลน์ พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้ และได้สร้างรูปแบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดดิจิทัลพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการ

สื่อสารการตลาดดิจิทัลหรือกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีประสพความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์ CAP FC ประกอบด้วย

2.1 C: Commerce Cost ได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณาขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ และเลือกสื่อสังคมออนไลน์ หรือ แพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล ต้องคำนึงถึงงบประมาณในการทำโฆษณา

2.2 A: Admin Communication ได้แก่ กลยุทธ์การขายโดยพนักงานผ่านสื่อดิจิทัล ผู้ประกอบการเตรียมพนักงานแชทตอบคำถามลูกค้าได้อย่างครบถ้วน และการใช้ Chatbot สำหรับตอบคำถามพื้นฐาน เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้ข้อมูล

2.3 P: Platform Marketing Mix ได้แก่ การส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล สามารถทำได้จากการพัฒนาช่องทางออนไลน์ของตนเองและทำการส่งเสริมการขายผ่านแพลตฟอร์มที่มีชื่อเสียง เช่น Shopee Lazada

2.4 F: Follower Consumer ได้แก่ การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างผู้ติดตาม เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญของการตลาดในสื่อดิจิทัล หากมีจำนวนผู้ติดตามมากการประชาสัมพันธ์ก็จะได้ผลลัพธ์มาก

2.5 C: Communication Social Media ได้แก่ การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล คือ การเลือก Social Media ที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มหมาย

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดธุรกิจออนไลน์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คู่ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือปัจจัยด้านการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี รองลงมาคือ ปัจจัยการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย ส่งผลต่อประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดธุรกิจออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กนกวรรณ กลั้ววงศ์ (2562) ที่ได้ศึกษาพบว่า เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาดที่มีประสิทธิผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ สุณิสา ตรงจิตร (2559) ที่ได้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) พบว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์และการนำเสนอสินค้า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยความภักดีในตราสินค้า ปัจจัยด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้ข้อมูลข่าวสารโปรโมชั่น ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้บริการส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงตราสินค้า และปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ของสินค้าการบริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



2. ผลการวิเคราะห์โมเดลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดธุรกิจออนไลน์ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ มีหลายปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มีหลายปัจจัย ดังเช่น ตราสินค้าให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าช่องทางอื่น ๆ โดยเลือกใช้เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ดังนั้นจึงเลือกช่องทางออนไลน์ในการสร้างตัวตนให้เป็นที่รู้จัก และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจที่ทำให้การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การเข้าใจตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ การเข้าใจกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย การสื่อสารที่ชัดเจน การเข้าถึงทุกช่องทางที่ผู้บริโภคอยู่ วิธีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านช่องทางออนไลน์ 3 ประเภท ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ของตราสินค้าเอง (Owned Media) ช่องทางที่ทำให้เกิดการกลับเข้าสู่ตราสินค้าโดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย (Earned Media) และช่องทางที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสื่อสาร (Paid Media) กระบวนการในการผลิตสื่อออนไลน์ของธุรกิจ ประกอบด้วย การศึกษาแนวโน้มหรือทิศทางของกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รู้จักและเข้าใจอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รู้จักและเข้าใจจุดเด่นหรือข้อแตกต่างของผลิตภัณฑ์สร้างเนื้อหาที่เหมาะสมและเลือกช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมส่วนแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย การสร้างเรื่องราวให้กับผลิตภัณฑ์ การนำเสนอสื่อในรูปแบบที่แตกต่าง มีความคุ้มค่า สร้างตัวตนในสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับศึกษาของพนิดา อ่อนลออ (2559) ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ทำให้ลาซาด้า (Lazada) ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า การบริหารงานการตลาดออนไลน์ของลาซาด้า มีความแตกต่างจากการตลาดแบบออฟไลน์อยู่ค่อนข้างมาก จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนหลักการบริหารการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดออนไลน์ จึงต้องเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับการบริหารการตลาดออนไลน์ของลาซาด้า คือต้องมีการดำเนินงานแบบสังเกตสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม โดยลาซาด้า จะดูสภาพการณ์ทิศทางการตลาดออนไลน์ก่อนที่จะวางแผนกลยุทธ์ในขั้นต่อไป ซึ่งจากการดูสภาพการณ์ของการตลาดออนไลน์แล้ว พบว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการทั้งหลายต่างหากลยุทธ์ทางการตลาดมาเพื่อทำให้เว็บไซต์เป็นที่นิยมและให้ธุรกิจออนไลน์ของตนเองนั้นประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้ และด้วยความที่ลาซาด้ามีการสร้างจุดแข็งด้วยการเป็นธุรกิจที่ครบวงจร จึงทำให้ภาพลักษณ์ในการเป็นผู้นำทางการตลาดออนไลน์ หรือ e-Commerce ของลาซาด้าเป็นอันดับหนึ่งมายาวนาน โดยลาซาด้ามีการบริหารการตลาดด้วยการใช้ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์หรือหลักการตลาด 6P เป็นหลักสำคัญในการบริหารการตลาดออนไลน์ ในส่วนการสื่อสารการตลาดของลาซาด้า มีการวางแผนในการทำการสื่อสารการตลาดโดยเน้นการสื่อสารการตลาดโดยให้ความสำคัญด้านเนื้อหา รวมทั้งระบบการซื้อสินค้าที่สะดวกสบายและรวดเร็ว มีการนำเครื่องมือทางการตลาดมาใช้สื่อสารและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์โดยเลือกสื่อออนไลน์หรือสื่อในบริษัทที่มีอยู่แล้วเนื่องจากเว็บไซต์ของลาซาด้าเองนั้นก็เป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยม รวมถึงมีผู้เข้าชมจำนวนมาก จึงทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมายจึงทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับการประเมินผลความสำเร็จจะมีการประเมินจากยอดขายเป็นหลัก และเริ่มมีการ

ประเมินผลจากจำนวนผู้เข้าชมและผู้สั่งซื้อที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย ด้านรูปแบบและลักษณะของเว็บไซต์ เว็บไซต์ลาซาต้าที่ดำเนินการในลักษณะของธุรกิจออนไลน์หรือเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเต็มรูปแบบนั้นถูกออกแบบมาเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกของลูกค้า เน้นแนวคิดแบบ User-Centered

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยพบว่าการยอมรับเทคโนโลยี การออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิภาพต่อการสื่อสารการตลาดธุรกิจออนไลน์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการสื่อสารการตลาดโดยคำนึงถึงปัจจัยทุกด้าน และจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและนำสิ่งที่ได้มาประยุกต์ใช้กับสื่อออนไลน์ในช่องทางและรูปแบบต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เพื่อรักษาลูกค้าเดิมที่มีอยู่ ควบคู่ไปกับการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่นั้นเอง

1.2 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการสร้างเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย มีความชัดเจน แต่มีความน่าสนใจและน่าสนใจเพียงพอที่จะทำให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายยอมรับ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดคุณค่าของตราสินค้าและผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันกับกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดของธุรกิจออนไลน์ และหากกลยุทธ์หรือแนวทางในการสื่อสารการตลาดให้ประสบความสำเร็จ เท่านั้นดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพถึงสภาพหรือปัญหาของการทำธุรกิจออนไลน์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ หรือปัจจัยเกี่ยวกับจริยธรรมธุรกิจ ที่อาจมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารการตลาด

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ กลั้ววงศ์. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี และส่วนประสมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีเครื่องประดับผ่านสื่อออนไลน์ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลรายจังหวัด ประจำเดือนธันวาคม 2565.

ค้นเมื่อ 17 กุมภาพันธ์ 2566, จาก https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1984

ชูใจ คูหารัตนไชย. (2551). สถิติเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สาขาสถิติประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.

ธวัชชัย แม่นคร. (2562). กลยุทธ์การนำเสนอสารของเฟซบุ๊กแฟนเพจบริษัททัวร์ชั้นนำของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2551). *การวิจัยและพัฒนาตัวบ่งชี้คุณธรรมจริยธรรม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม.
- พนิดา อ่อนลออ. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ทำให้ลาซาด้า (Lazada) ประสบความสำเร็จ*. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรพรรณ รัตนธวัช. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตจังหวัดปทุมธานี* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2556). *E-commerce และ online marketing*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). *กลยุทธ์การตลาด: การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์อินบิสสิเนสเวิลด์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2562). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2561*. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2559*. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- สุณิสา ตรงจิตร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนัญญา เชียงกุล และภัทรกร สังขปรีชา. (2565). *การสื่อสารการตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการจ้างงานเอเจนซีโฆษณา*. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*, 21(1), 196-209.
- Arbuckle, J. J. (1995). *AMOS user's guide*. Chicago: Small Waters.
- Belch, G. E. & Belch, M. A. (2017). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. (19th ed.). Irwin: McGraw-Hill.
- Brown, M. W. & Cudeek, R. (1993). *Alliterative ways of assessing model fit, in texting structural equation model*. New Jersey: Sage.
- Cronbach, L. J. (2003). *Essentials of Psychological Testing*. (5thed.). New York: Harper Collins Publishers, Inc.
- Harris, M. H. (2009). Entrepreneurship and Innovation in e-Commerce. *Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering*, 32(1), 92.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic management: Competitiveness and globalization*. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing.
- Hu, Y., & Betler, R. (1999). Measuring destination attractiveness: A contextual approach. *Journal of Travel Research*, 32, 25-34.
- Kitchen, P. J., & Pelsmacker, T. (2004). The emergence of IMC: A theoretical perspective. *Journal of Advertising Research*, 44(1), 20-31.

- Kotler & Keller. (2016). *Marketing management: The millennium*. (14th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Tawk, C. (2021). *The Manager's Roles as Defined by Henry Mintzberg*. Retrieved September 5, 2022, from <https://www.meirc.com/articles/the-managers-roles-as-defined-by-henry-mintzberg>
- World internet user statistics. (2020). *Internet user in the world*. Retrieved December, 22 2022, from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- World Trade Organization. (1998). *Definition of electronic commerce*. Retrieved September 5, 2022, from https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/ecom_e.htm
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน
ในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Factors Explaining the Variation of Stock Returns of Listed Companies in the
SET50 Index in the Stock Exchange of Thailand

กัลยานี ภาคอัท¹, ชยงการ ภมรมาศ² และ โยธิน ทวีกิตikul³

Gallayane Parkatt¹, Chayongkan Pamornmarst² and Yothin Thavikitikul³

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช¹

ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร²

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช³

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand¹

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Mahanakorn University of Technology, Thailand²

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand³

E-mail: gallayan@gmail.com¹

Received: 2023-01-18; Revised: 2023-03-29; Accepted: 2023-03-30

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 2) วิเคราะห์ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาจากประชากรคือ บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ที่มีข้อมูลครบถ้วนตามเงื่อนไขของการศึกษา จำนวน 22 บริษัท ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2559 ถึงเดือนธันวาคม 2563 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 มีค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 0.90 ในขณะที่ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดประมาณร้อยละ 5.26 และ -0.48 และ 2) อัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี ขนาดของกิจการ และอัตราเงินเฟ้อ คือ ปัจจัยสำคัญที่อธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

คำสำคัญ: ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์, บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the stock returns of listed companies in the SET50 Index in the Stock Exchange of Thailand and 2) to analyse factors explaining the variation of stock returns of listed companies in the SET50 Index in the Stock Exchange of Thailand. This study focused on all listed companies in the SET50 Index with complete data and according to the study conditions for 22 companies. The study was from January 2016 to December 2020. Data were analysed using descriptive statistics and Time-series regression.

The results informed that 1) the average return of listed companies in the SET50 Index was approximately 0.90 percent while the maximum and the minimum were 5.26 and -0.48 percent, respectively. 2) Price to Earnings ratio, Price to Book Value ratio, firm size and inflation were the important factors in explaining the variation of stock returns of listed companies in the SET50 Index in the Stock Exchange of Thailand.

Keywords: Factors Explaining the Variation of Stock Returns, Listed Companies in the SET50 Index, The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

นักลงทุนที่เลือกลงทุนในหลักทรัพย์หรือมองว่าการลงทุนในหลักทรัพย์เป็นรูปแบบหนึ่งของการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูง ณ ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ ย่อมมีความปรารถนาที่จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ที่สูงกว่าครั้งก่อน หรือสูงขึ้น หรือได้รับผลตอบแทนที่ดี แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ลงทุนก็ต้องยอมรับว่าความปรารถนาดังกล่าวอาจไม่เกิดขึ้นในทุกครั้งของการลงทุน เนื่องจากการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ซึ่งสะท้อนจากการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยจากการดำเนินงานของธุรกิจ และปัจจัยจากข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

นักลงทุนหรือผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก็เช่นกัน เมื่อเลือกลงทุนในหลักทรัพย์ย่อมคาดหวังจะได้รับผลตอบแทนใน 2 ลักษณะคือ เงินปันผลและกำไรจากการขายหลักทรัพย์ ซึ่งขึ้นอยู่กับโอกาสและภาวะของตลาดหลักทรัพย์ อย่างไรก็ตามนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์มีหลายประเภท ประเภทหนึ่งที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยมหรือใช้กลยุทธ์เชิงรับจะให้ความสนใจเลือกลงทุนในบริษัทจดทะเบียนที่จัดอยู่ในกลุ่มดัชนี เช่น กลุ่มดัชนี SET50 หรือกลุ่มดัชนี SET100 ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นบริษัทที่มีคุณสมบัติที่ดี มีความมั่นคงทางการเงินและเชื่อถือได้ว่า ไม่เป็นลักษณะหุ้นเก็งกำไร การเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ย่อมเป็นเหตุเป็นผล และจากช่วงเวลาที่ผ่านมาการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ซึ่งสะท้อนถึงการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่จัดอยู่ในกลุ่มดัชนี SET50 เป็นลักษณะแนวโน้ม (Trend) มากกว่าลักษณะขึ้นๆ ลงๆ (Fluctuate) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) เนื่องจากได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานของกิจการและภาวะเศรษฐกิจ ที่สำคัญคือ บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50

เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 50 บริษัท ที่หลักทรัพย์ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในกลุ่มดัชนี SET50 โดยการได้รับคัดเลือกจะต้องผ่านเกณฑ์ที่ตลาดหลักทรัพย์กำหนด กล่าวคือ ตลาดหลักทรัพย์ จะคัดเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalization) และสภาพคล่องในการซื้อขายสูงสุด 50 อันดับแรก โดยไม่นำหลักทรัพย์ที่ถูกขึ้นเครื่องหมาย SP เกิน 20 วัน มารวมคำนวณและสัดส่วนผู้ถือหลักทรัพย์รายย่อยไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของทุนชำระแล้ว ตลาดหลักทรัพย์จะมีการทบทวนรายชื่อหลักทรัพย์ใน SET50 เป็นประจำทุกๆ 6 เดือน ดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่งานวิจัยนี้จะศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้าง โดยเฉพาะปัจจัยจากการดำเนินงานของกิจการและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้วงานวิจัยนี้ยังเป็นการต่อยอดงานวิจัยของกัลยานี ภาคอัฐ, ชยการภมรมาศ และโยธิน ทวีกิตติกุล (2565) และมีความแตกต่างจากงานวิจัยในอดีตหลายประการคือ เป็นการวิเคราะห์ความสามารถของปัจจัยการดำเนินงานและปัจจัยทางเศรษฐกิจในการอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ เป็นการวิเคราะห์รายบริษัทและอธิบายการวิเคราะห์เป็นรายหมวดธุรกิจเป็นการศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ไม่ใช่ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ และเป็นการวิเคราะห์ในช่วงเวลาที่ครอบคลุมทั้งภาวะปกติและภาวะที่ธุรกิจ/กิจการต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นการยืนยันแนวคิดของตัวแบบทางการเงิน เพิ่มองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการด้านการลงทุนในหลักทรัพย์ และเพิ่มหลักฐานของปัจจัยที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ได้เกิดขึ้นมากว่าห้าทศวรรษแล้ว โดยเริ่มต้นจาก Sharpe (1964) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงและผลตอบแทนของหลักทรัพย์ เขาได้อธิบายโดยใช้ตัวแบบการประเมินราคาสินทรัพย์ทุน (The Capital Asset Pricing Model: CAPM) ที่อธิบายว่า ค่าเบต้าหรือความเสี่ยงที่มีระบบเป็นปัจจัยเดียวที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ จากการเสนอแนวคิดของ Sharpe (1964) เป็นผลให้นักวิจัยในช่วงเวลานั้นพยายามค้นหาหรือทดสอบเพื่อยืนยันว่า ยังมีอีกหลายปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ได้ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจ ดังเช่นงานวิจัยของ Basu (1977) ที่เป็นนักวิจัยคนแรกที่ยืนยันความสัมพันธ์ทางลบของอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E ratio) กับผลตอบแทนของ

หลักทรัพย์ Basu (1983) ได้นำปัจจัยขนาดของกิจการมาทดสอบและพบความสัมพันธ์ทางลบกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์เช่นกัน ต่อมาในปี 1985 Goodman and Peavy ได้พบว่าหุ้นที่มีอัตราส่วนราคาต่อกำไรต่ำสามารถสร้างกำไรเกินปกติได้

ในช่วงเวลาใกล้เคียงกันการค้นพบปรากฏการณ์ P/E Effect ของ Basu (1977) Ross (1976) ได้เสนอแนวคิดของทฤษฎีอาบิพราจ (Arbitrage Pricing Theory: APT) ที่อธิบายว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยมหภาคที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ โดยตัวแบบที่ Ross นำเสนอเป็นลักษณะ Multi Factors Model อย่างไรก็ตาม Ross ก็ได้สรุปชัดเจนว่าปัจจัยใดที่สามารถอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน จากนั้นงานวิจัยหลายฉบับได้มุ่งค้นหาปัจจัยที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ โดยเฉพาะปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยทางการเงินหรือปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งผลของการค้นพบมีทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกัน จนในปี 1992 และ 1993 Fama and French ได้รายงานผลการวิจัยที่เป็นปรากฏการณ์สำคัญคือ อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (P/B ratio) มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ กล่าวคือ หุ้นที่มีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีต่ำให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าหุ้นที่มีอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีสูง (P/B Effect) ส่วนขนาดของกิจการ (Firm Size) ก็มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์เช่นกัน ส่วนความเสี่ยงของธุรกิจหรือค่าเบต้าไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์เลย ซึ่งเป็นการขัดแย้งกับแนวคิดของแบบจำลอง CAPM

หลังจากตัวแบบทางการเงินทั้งสามตัวแบบได้นำเสนอแนวคิดที่แตกต่างกัน เป็นผลให้นักวิจัยที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับปัจจัยที่อธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ เกิดมุมมองหลายมุมมอง เช่นการทดสอบความมีประสิทธิภาพของตลาด (Fama, 1970) การยืนยันปรากฏการณ์ Size Effect (Banz, 1981) การรายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของ Kothari, Shanken and Sloan, (1995) และความสัมพันธ์ของขนาดของกิจการกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของ Jones (2004) ความสนใจของนักวิจัยและงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา ในประเทศแถบยุโรป ออสเตรเลีย เอเชีย และแอฟริกา โดยเฉพาะประเทศที่เป็น Emerging Market เช่น Iqmal and Putra (2020); Sugiyanto, Nugraha, Disman and Waspada, (2020); Khan, Gul and Ali, (2017) และ Issahaku, Ustarz and Domanban, (2013) ได้รายงานว่าอัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ ในขณะที่ Duy and Phuoc (2016) สรุปว่าขนาดของกิจการสามารถอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ โดยมีความสัมพันธ์ทางลบกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในทางตรงกันข้าม Hou and Dijk (2019) ได้รายงานว่าขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ส่วน Lestari and Usman (2021), Sukesti and et. al., (2021) และ Chhajer, Mehta and Gandhi, (2020) ได้กล่าวว่าขนาดของกิจการไม่มีผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ สำหรับกัลยาณี ภาควัต, ชยงการ ภมรมาศ และโยธิน ทวีกิตกุล (2565) และ Bintara, Renalita and Tanjung, (2019) ได้รายงานว่าอัตราส่วนราคาต่อกำไรสามารถอธิบาย



ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีไม่สามารถอธิบายได้ จนกระทั่งปัจจุบันงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถอธิบายผลตอบแทนของหลักทรัพย์ก็ยังได้รับความสนใจจากนักวิชาการและนักวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร การวิจัยนี้ศึกษาจากประชากรคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี SET50 ที่มีข้อมูลครบถ้วนสำหรับการวิจัย ไม่มีค่าเป็นลบ และดำเนินงานต่อเนื่องในช่วงเวลาทำการวิจัย ซึ่งจากเงื่อนไขดังกล่าวจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 22 บริษัท จาก 9 หมวดธุรกิจทั้งหมดที่ได้รับการเลือกอยู่ในกลุ่มดัชนี SET50 ทั้งนี้ โดยนับจำนวนบริษัทในกลุ่มดัชนี SET50 ในปี 2563 ย้อนหลังไปถึงปี 2559 รวมระยะเวลา 5 ปี หรือ 60 เดือน ซึ่งครอบคลุมระยะเวลาการดำเนินงานตามปกติ และช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในปลายปี 2562 ถึงปี 2563

2. เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิโดยเป็นข้อมูลรายเดือนของปัจจัยที่อธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ได้แก่ อัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (PB) ขนาดของกิจการ (Mcap) อัตราเงินเฟ้อ (INF) อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ (Exc) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) และราคาปิดรายเดือนของหลักทรัพย์ รวมทั้งเงินปันผลจ่ายต่อหุ้น สำหรับระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 ถึงเดือนธันวาคม 2563 ข้อมูลของปัจจัยหรือตัวแปรทั้งหมดเป็นข้อมูลลักษณะอนุกรมเวลา ซึ่งได้ผ่านการทดสอบความนิ่งของข้อมูลแล้วด้วยวิธี Augmented Dicky-Fuller Test

3. คำนวณผลตอบแทนรายเดือนของหลักทรัพย์ สำหรับระยะเวลา 60 เดือน ของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งปรับด้วยเงินปันผลแล้ว แสดงการคำนวณได้ดังนี้

$$RT_t = \left[\frac{(P_t - P_{t-1}) + D_t}{P_{t-1}} \right] \times 100$$

เมื่อ

RT_t = ผลตอบแทนรายเดือนของหลักทรัพย์ ณ เดือนที่ t

P_t = ราคาปิดของหลักทรัพย์ ณ วันสุดท้ายของเดือนที่ t

P_{t-1} = ราคาปิดของหลักทรัพย์ ณ วันสุดท้ายของเดือนก่อนหน้าเดือน t

D_t = เงินปันผลจ่ายต่อหุ้นของหลักทรัพย์ i ในเดือนที่ t

4. คำนวณค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด ของผลตอบแทนของหลักทรัพย์

5. ใช้สมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ โดยการใช้สมการถดถอยดังกล่าวจะใช้ศึกษารายบริษัท และเพื่อขจัดปัญหาอันอาจเกิดขึ้นจากการใช้สมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา การวิจัยนี้ได้ใช้ Pearson Correlation เพื่อขจัดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) และใช้วิธีของ Newy - West เพื่อแก้ไขส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวประมาณค่า โดยคำนึงถึงความไม่คงที่ของความแปรปรวนในตัวแปรสุ่ม

คลาดเคลื่อน (Heteroscedasticity) และความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) สมการถดถอยแสดงได้ดังนี้

$$RT_t = \alpha_0 + \alpha_1 PE_t + \alpha_2 PBV_t + \alpha_3 MCap_t + \alpha_4 INF_t + \alpha_5 Exc_t + \alpha_6 PII_t + \varepsilon_t$$

(1)

เมื่อ

RT_t	=	ผลตอบแทนรายเดือนของหลักทรัพย์ ณ เดือนที่ t
PE_t	=	อัตราส่วนราคาต่อกำไรในเดือนที่ t
PBV_t	=	อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีเดือนที่ t
$MCap_t$	=	ขนาดของกิจการในเดือนที่ t
INF_t	=	อัตราเงินเฟ้อในเดือนที่ t
Exc_t	=	อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐในเดือนที่ t
PII_t	=	ดัชนีการลงทุนภาคเอกชนในเดือนที่ t
$\alpha_1 - \alpha_6$	=	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร
ε_t	=	ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 : พ.ศ. 2559 – 2563

ตัวแปร	Mean	S.D.	Max	Min
ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ (%)	0.90	1.19	5.26	-0.48

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) ของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งพบว่าผลตอบแทนเฉลี่ยรายเดือนของบริษัทจดทะเบียนมีค่าร้อยละ 0.90 (S.D. = 1.19) หรือร้อยละ 10.80 ต่อปี ในขณะที่ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดคิดเป็นร้อยละ 5.26 และ -0.48

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การอธิบายผลจะอธิบายในลักษณะภาพรวมของหมวดธุรกิจ ซึ่งใช้ผลของสมการถดถอยรายบริษัทของแต่ละหมวดธุรกิจ (ดังตารางที่ 2 ถึง 23) อธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

2.1 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียน 2 บริษัทคือ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (CPF) และบริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (TU) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 ผลของสมการถดถอยบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) (CPF)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
CPF	C	-3.5354	2.1120	-1.6740	0.1000
	PE	0.0248	0.0086	2.8988	0.0054*
	PBV	-1.1842	0.1219	-1.5110	0.1367
	MCAP	0.2826	0.1741	1.6229	0.1105
	Exc	0.0113	0.0116	0.9762	0.3334
	INF	-0.0235	0.0185	-1.2716	0.2091
	PII	-0.0813	0.1343	-0.6056	0.5474

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ผลของสมการถดถอยบริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (TU)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
TU	C	-4.3342	3.7871	-1.1444	0.2576
	PE	0.0043	0.0025	1.7285	0.0897**
	PBV	-0.1988	0.1638	-1.2132	0.2304
	MCAP	0.4460	0.3352	1.3304	0.1891
	Exc	0.0020	0.0055	0.3616	0.7191
	INF	0.0103	0.0136	0.7587	0.4514
	PII	-0.1000	0.0660	-1.5162	0.1354

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 2 และ 3 ผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า อัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) คือ ปัจจัยเดียวที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.10 โดยอัตราส่วนราคาต่อกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราส่วนราคาต่อกำไรเพิ่มขึ้น ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนจะเพิ่มขึ้นด้วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2.2 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียน 3 บริษัทคือ บริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) (EGCO) บริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (RATCH) และบริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) (TTW) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 4 – 6

ตารางที่ 4 ผลของสมการถดถอยบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) (EGCO)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
EGCO	C	-0.1873	1.7898	-0.1046	0.9171
	PE	0.0001	0.0011	0.0788	0.9375
	PBV	0.0869	0.1229	0.7068	0.4828
	MCAP	0.0060	0.1388	0.0435	0.9655
	Exc	0.0084	0.0079	1.0558	0.2958
	INF	-0.0502	0.0214	-2.3513	0.0225*
	PII	-0.0542	0.1142	-0.4741	0.6374

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ผลของสมการถดถอยบริษัท ราช กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (RATCH)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
RATCH	C	-9.5962	4.4966	-2.1341	0.0375
	PE	0.0028	0.0027	1.0309	0.3073
	PBV	-0.4917	0.2815	-1.7465	0.0865**
	MCAP	0.8886	0.4080	2.1781	0.0339*
	Exc	0.0036	0.0065	0.5478	0.5862
	INF	-0.0477	0.0163	-2.9184	0.0052*
	PII	0.0130	0.0945	0.1373	0.8913

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 6 ผลของสมการถดถอยบริษัท ทีทีดับบลิว จำกัด (มหาชน) (TTW)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
TTW	C	-1.6847	1.9944	-0.8447	0.4021
	PE	0.0088	0.0083	1.0622	0.2930
	PBV	0.0157	0.0288	0.5447	0.5882
	MCAP	0.1251	0.1597	0.7816	0.4370
	Exc	0.0109	0.0075	1.4534	0.1520
	INF	0.0024	0.0154	0.1565	0.8762
	PII	-0.0469	0.0708	-0.6624	0.5106

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 – 6 ผลของสมการถดถอยรายงานว่ อัตราเงินเฟ้อ (INF) ขนาดของกิจการ (Mcap) และอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (PBV) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 0.10 โดยอัตราเงินเฟ้อและอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีมีความสัมพันธ์ทางลบกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่ขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราเงินเฟ้อและอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะลดลง แต่เมื่อขนาดของกิจการใหญ่ขึ้นหรือเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์



2.3 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ประกอบด้วย บริษัทจดทะเบียน 2 บริษัทคือ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (ADVANC) และบริษัทอินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) (INTUCH) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 7 และ 8

ตารางที่ 7 ผลของสมการถดถอยบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (ADVANC)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
ADVANC	C	-1.2869	2.2905	-0.5618	0.5766
	PE	0.0025	0.0056	0.4413	0.6608
	PBV	0.0090	0.0041	2.1983	0.0323*
	MCAP	0.1162	0.1705	0.6817	0.4984
	Exc	0.0057	0.0075	0.7652	0.4475
	INF	-0.0164	0.0112	-1.3680	0.1771
	PII	-0.1167	0.0856	-1.3634	0.1785

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 8 ผลของสมการถดถอยบริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) (INTUCH)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
INTUCH	C	-1.8659	2.1175	-0.8812	0.3822
	PE	-0.0005	0.0055	-0.0836	0.9337
	PBV	0.1800	0.0094	1.9153	0.0609**
	MCAP	0.2088	0.1553	1.3438	0.1847
	Exc	-0.0043	0.1231	-0.3476	0.7295
	INF	-0.0212	0.0119	-1.7853	0.0799**
	PII	-0.1258	0.0813	-1.5469	0.1278

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 7 และ 8 ผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (PBV) และอัตราเงินเฟ้อ (INF) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ 0.10 โดยอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะลดลง ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2.4 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียน 2 บริษัทคือ บริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTC) และบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (SAWAD) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 9 และ 10

ตารางที่ 9 ผลของสมการถดถอยบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTC)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
KTC	C	3.8863	2.1760	1.7860	0.0798
	PE	0.0324	0.0104	3.1228	0.0029*
	PBV	-0.0414	0.0452	-0.9161	0.3638
	MCAP	-0.1814	0.1033	-1.7555	0.0850**
	Exc	-0.0330	0.0217	-1.5171	0.1352
	INF	-0.0323	0.0534	-0.6048	0.5479
	PII	-0.2273	0.2708	-0.8395	0.4049

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 10 ผลของสมการถดถอยบริษัท ศรีสวัสดิ์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (SAWAD)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
SAWAD	C	-3.4818	2.5847	-1.3471	0.1837
	PE	-0.0003	0.0058	-0.0591	0.9531
	PBV	0.0003	0.0218	0.0130	0.9897
	MCAP	0.2660	0.1413	1.8825	0.0653**
	Exc	0.0272	0.0277	0.9845	0.3298
	INF	-0.0282	0.0301	-0.9367	0.3532
	PII	-0.0622	0.1227	-0.5069	0.6143

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 9 และ 10 ผลของสมการถดถอยรายงานว่ ขนาดของกิจการ (Mcap) และอัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 และ 0.05 โดยขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัท SAWAD และ KTC ตามลำดับ ส่วนอัตราส่วนราคาต่อกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่ออัตราส่วนราคาต่อกำไรเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2.5 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจธนาคาร ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียน 5 บริษัทคือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BBL) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (KBANK) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTB) บริษัท เอสซีบี เอกซ์ จำกัด (มหาชน) (SCB) และบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (TISCO) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 11 – 15

ตารางที่ 11 ผลของสมการถดถอยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BBL)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
BBL	C	2.5417	2.3512	1.0810	0.2846
	PE	0.0467	0.0147	3.1739	0.0025*
	PBV	-0.1300	0.3071	-0.4235	0.6737
	MCAP	-0.1834	0.1879	-0.9762	0.3334
	Exc	0.0053	0.0061	0.8714	0.3875
	INF	-0.0125	0.0134	-0.9332	0.3550
	PII	-0.1516	0.1467	-1.0339	0.3059

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12 ผลของสมการถดถอยธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (KBANK)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
KBANK	C	2.6730	2.2107	1.2091	0.2320
	PE	0.0284	0.0214	1.3270	0.1902
	PBV	0.0217	0.1665	0.1305	0.8967
	MCAP	-0.2097	0.1722	-1.2180	0.2286
	Exc	0.0052	0.0126	0.4106	0.6830
	INF	-0.0036	0.0150	-0.2442	0.8080
	PII	-0.0983	0.1541	-0.6379	0.5263

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 13 ผลของสมการถดถอยธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTB)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
KTB	C	2.1271	1.8663	1.1397	0.2595
	PE	0.0094	0.0083	1.1292	0.2639
	PBV	0.2483	0.1965	1.2637	0.2119
	MCAP	-0.2077	0.1509	-1.3766	0.1744
	Exc	-0.0034	0.0084	-0.4012	0.6899
	INF	-0.0023	0.0117	-0.1930	0.8477
	PII	0.0537	0.1237	0.4337	0.6663

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 ผลของสมการถดถอยบริษัท เอสซีบี เอกซ์ จำกัด (มหาชน) (SCB)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
SCB	C	7.2825	3.2500	2.2407	0.0293
	PE	0.0492	0.0184	2.6680	0.0101*
	PBV	0.2936	0.2010	1.4612	0.1499
	MCAP	-0.6072	0.2701	-2.2484	0.0287*
	Exc	-0.0030	0.0125	-0.2412	0.8103
	INF	-0.0052	0.0118	-0.4406	0.6613
	PII	-0.0360	0.1543	-0.2333	0.8164

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 ผลของสมการถดถอยบริษัท ทีสโก้ไฟแนนเชียลกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (TISCO)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
TISCO	C	-0.0790	2.0921	-0.0377	0.9700
	PE	0.0478	0.0189	2.5328	0.0143*
	PBV	-0.1928	0.1276	-1.5114	0.1366
	MCAP	0.0080	0.1517	0.0527	0.9582
	Exc	-0.0041	0.0133	-0.3101	0.7577
	INF	-0.0001	0.0217	-0.0070	0.9945
	PII	0.0008	0.1431	0.0054	0.9957

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 – 15 ผลของสมการถดถอยรายงานว่ อัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) และขนาดของกิจการ (Mcap) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอัตราส่วนราคาต่อกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่ขนาดของธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่ออัตราส่วนราคาต่อกำไรเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าขนาดของกิจการใหญ่ขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะลดลง ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2.6 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจการแพทย์ ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียน 2 บริษัทคือ บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) (BDMS) และบริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) (BH) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 16 และ 17

ตารางที่ 16 ผลของสมการถดถอยบริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) (BDMS)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
BDMS	C	-0.1003	1.2937	-0.0775	0.9385
	PE	0.0031	0.0020	1.5549	0.1259
	PBV	0.0315	0.0156	2.0215	0.0483*
	MCAP	0.0392	0.1044	0.3752	0.7090
	Exc	-0.0206	0.0072	-2.8662	0.0059
	INF	-0.0305	0.0323	-0.9433	0.3498
	PII	-0.0015	0.1346	-0.0112	0.9911

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 ผลของสมการถดถอยบริษัท โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด (มหาชน) (BH)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
BH	C	-1.7741	1.2415	-1.4291	0.1589
	PE	0.0093	0.0031	3.0060	0.0040*
	PBV	-0.0248	0.0162	-1.5327	0.1313
	MCAP	0.1857	0.1123	1.6526	0.1043
	Exc	-0.0063	0.0103	-0.6102	0.5443
	INF	-0.0311	0.0114	-2.7297	0.0086*
	PII	-0.0671	0.1271	-0.5281	0.5996

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 และ 17 ผลของสมการถดถอยรายงานว่ อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (PBV) อัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) และอัตราเงินเฟ้อ (INF) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจการแพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีและอัตราส่วนราคาต่อกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่ออัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีและอัตราส่วนราคาต่อกำไรเพิ่มขึ้น ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะลดลง ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2.7 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจพาณิชย์ ประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียน 3 บริษัท คือ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (CPALL) บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (GLOBAL) และบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (HMPRO) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 18 – 20

ตารางที่ 18 ผลของสมการถดถอยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (CPALL)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
CPALL	C	2.1052	1.1520	1.8274	0.0733
	PE	0.0117	0.0048	2.4451	0.0178*
	PBV	-0.0039	0.0088	-0.4377	0.6634
	MCAP	-0.1364	0.0829	-1.6451	0.1059
	Exc	-0.0009	0.0092	-0.0986	0.9218
	INF	-0.0366	0.0176	-2.0781	0.0426*
	PII	-0.1205	0.0911	-1.3224	0.1917

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 19 ผลของสมการถดถอยบริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (GLOBAL)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
GLOBAL	C	2.4209	1.7823	1.3583	0.1801
	PE	0.0100	0.0037	2.7065	0.0091*
	PBV	-0.0030	0.0292	-0.1014	0.9196
	MCAP	-0.0052	0.1588	-0.0327	0.9741
	Exc	-0.0143	0.0121	-1.1813	0.2427
	INF	-0.0594	0.0592	-1.0039	0.3200
	PII	-0.4592	0.2904	-1.5813	0.1197

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 ผลของสมการถดถอยบริษัท โฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (HMPRO)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
HMPRO	C	-0.3344	1.7113	-0.1954	0.8458
	PE	0.0160	0.0044	3.5987	0.0007*
	PBV	-0.0336	0.0175	-1.9182	0.0605**
	MCAP	0.0827	0.1442	0.5733	0.5688
	Exc	0.0067	0.0073	0.9195	0.3620
	INF	-0.0309	0.0291	-1.0615	0.2933
	PII	-0.2265	0.1299	-1.7446	0.0869

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากตารางที่ 18 – 20 ผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า อัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี (PBV) และอัตราเงินเฟ้อ (INF) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.10 โดยอัตราส่วนราคาต่อกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีและอัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราส่วนราคาต่อกำไรเพิ่มขึ้น ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีและอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะลดลง ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

2.8 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ประกอบด้วย บริษัทจดทะเบียน 2 บริษัทคือ บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) (CPN) และบริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) (LH) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 21 และ 22

ตารางที่ 21 ผลของสมการถดถอยบริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) (CPN)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
CPN	C	1.4251	1.7556	0.8117	0.4206
	PE	0.0019	0.0022	0.8459	0.4014
	PBV	0.0262	0.0282	0.9290	0.3571
	MCAP	-0.0716	0.1364	-0.5251	0.6017
	Exc	-0.0038	0.0118	-0.3249	0.7465
	INF	-0.0063	0.0243	-0.2601	0.7958
	PII	-0.1174	0.1609	-0.7294	0.4690

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 22 ผลของสมการถดถอยบริษัท แลนด์แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน) (LH)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
LH	C	-0.6346	1.9474	-0.3260	0.7458
	PE	0.0020	0.0066	0.3056	0.7611
	PBV	-0.0020	0.0764	-0.0267	0.9788
	MCAP	0.0895	0.1783	0.5019	0.6178
	Exc	-0.0004	0.0065	-0.0649	0.9485
	INF	0.0045	0.0164	0.2737	0.7854
	PII	-0.0833	0.1549	-0.5378	0.5930

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 และ 22 ผลของสมการถดถอยให้ข้อมูลว่า ไม่มีปัจจัยใดสามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.9 บริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้างประกอบด้วย บริษัทจดทะเบียน 1 บริษัท คือ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (SCC) ผลของสมการถดถอยแสดงได้ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ผลของสมการถดถอยบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (SCC)

Stock	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
SCC	C	-5.5168	1.7240	-3.1999	0.0023
	PE	0.0273	0.0050	5.4862	0.0000*
	PBV	-0.0572	0.0527	-1.0835	0.2835
	MCAP	0.3466	0.1214	2.8586	0.0061*
	Exc	0.0073	0.0074	0.9807	0.3312
	INF	-0.0406	0.0135	-3.0013	0.0041*
	PII	0.1037	0.0804	1.2902	0.2026

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 ผลของสมการถดถอยรายงานว่ อัตราส่วนราคาต่อกำไร (PE) ขนาดของกิจการ (Mcap) และอัตราเงินเฟ้อ (INF) สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในหมวดธุรกิจวัสดุก่อสร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยอัตราส่วนราคาต่อกำไรและขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งอธิบายได้ว่าเมื่ออัตราส่วนราคาต่อกำไรและขนาดของกิจการเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะลดลง ส่วนปัจจัยอื่นไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น อาจสรุปได้ว่า

1. อัตราผลตอบแทนเฉลี่ยของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 คือร้อยละ 0.90 ในขณะที่ผลตอบแทนสูงสุดและต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 5.26 และ -0.48 ตามลำดับ ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. อัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี ขนาดของกิจการ และอัตราเงินเฟ้อ คือปัจจัยสำคัญที่อธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 โดยสรุปแต่ละหมวดธุรกิจได้ดังนี้ (เป็นการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

หมวดธุรกิจ	ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์			
	อัตราส่วนราคาต่อกำไร	อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี	ขนาดของกิจการ	อัตราเงินเฟ้อ
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	✓			
ธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค		✓	✓	✓
ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร		✓		✓
ธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์	✓		✓	
ธุรกิจธนาคาร	✓			

หมวดธุรกิจ	ปัจจัยอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์			
	อัตราส่วนราคาต่อกำไร	อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี	ขนาดของกิจการ	อัตราเงินเฟ้อ
ธุรกิจการแพทย์	✓	✓		✓
ธุรกิจพาณิชย์	✓	✓		✓
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์				
ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง	✓		✓	✓

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผลตอบแทนรายเดือนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 เฉลี่ยร้อยละ 0.90 ซึ่งค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นกลุ่มบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์ราคาของหลักทรัพย์จึงมีสภาพคล่องในการซื้อขายสูง ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จึงสูงด้วย ส่วนอัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีและขนาดของกิจการที่พบว่า สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยปัจจัยดังกล่าวคือ อัตราส่วนราคาต่อกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวก ในขณะที่อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีและขนาดของกิจการมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบกับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยานี ภาคอิต, ชยการ ภมรมาศ และโยชิน ทวีกิตติกุล (2565); Bintara, Renalita and Tanjung, (2019); Hou and Dijk (2019); Basu (1977); Fama and French (1993) และ Duy and Phuoc (2016) ซึ่งเป็นไปได้เนื่องจากบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 เป็นบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกคุณสมบัติมาแล้วว่าเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงดี มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง มีผลการดำเนินงานที่เชื่อถือได้ มีนโยบายการจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้น และเป็นกิจการขนาดใหญ่ จึงทำให้นักลงทุนที่เลือกลงทุนสามารถยอมรับความเสี่ยงได้ ประกอบกับการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์อยู่ในลักษณะแนวโน้มมากกว่าความผันผวน จึงเป็นผลให้เมื่อเป็นกิจการขนาดใหญ่ อัตราส่วนราคาต่อกำไร และอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้น ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนเหล่านั้นเพิ่มขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาที่ทำวิจัยยังได้พบปรากฏการณ์ P/B Effect และ Size Effect ในหลักทรัพย์กลุ่มดัชนี SET50 โดยมีบางบริษัทซึ่งมีขนาดของกิจการเล็กกว่าบริษัทอื่น มีค่าอัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีต่ำ แต่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูง อาจเป็นเพราะแม้เป็นบริษัทขนาดไม่ใหญ่มาก แต่ได้รับการคัดเลือกและจัดอยู่ในกลุ่มดัชนี SET50 จึงถือว่าเป็นบริษัทที่มีคุณภาพเชื่อถือได้ นักลงทุนจึงเลือกลงทุน ประกอบกับบริษัทอาจมีการจ่ายเงินปันผลทุกปี จึงเป็นผลให้ผลตอบแทนที่นักลงทุนได้รับจากการถือหลักทรัพย์มี 2 ลักษณะคือ เงินปันผลที่มีอัตราสูงและกำไรจากการขายหลักทรัพย์เพิ่มสูงขึ้นด้วย แม้อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชีจะมีค่าต่ำและขนาดของกิจการไม่ใหญ่มาก

ส่วนอัตราเงินเฟ้อเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีความสัมพันธ์ทางลบกับ



ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นไปได้เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราเงินเฟ้อแสดงถึงค่าครองชีพของประชาชนในขณะนั้น ถ้าอัตราเงินเฟ้อลดลงแสดงว่าค่าครองชีพไม่ได้เพิ่มขึ้น มูลค่าที่แท้จริงของเงินเป็นไปตามปกติ ประชาชนหรือนักลงทุนยังมีรายได้เพียงพอสำหรับการใช้จ่ายใช้สอยและการลงทุน เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ ซึ่งอาจมีการลงทุนในหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น มีกิจกรรมการซื้อขาย เกิดสภาพคล่องในตลาดหลักทรัพย์ ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จึงเพิ่มขึ้น เมื่ออัตราเงินเฟ้อลดลง สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐและดัชนีการลงทุนภาคเอกชน ที่งานวิจัยพบว่าไม่สามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน อาจเป็นเพราะช่วงเวลาที่ทำการวิจัยภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยชะลอตัวและเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในช่วงแรก แต่ละบริษัทยังปรับตัวไม่ทัน ต้องลดงบประมาณลงทุนหรือปรับรูปแบบการดำเนินงาน การลงทุนในโครงการต้องชะลอ รวมทั้งการทำธุรกรรมระหว่างประเทศต้องหยุดดำเนินงานชั่วคราว ปัจจัยทั้งสองจึงไม่ส่งผลต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

การอธิบายข้อเสนอแนะจะแยกอธิบายเป็น 2 ประเด็นคือ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย จากผลการวิจัยที่พบว่าอัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี ขนาดของกิจการ และอัตราเงินเฟ้อ มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนและนักลงทุนควรดำเนินการดังนี้

1.1 ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ควรจัดการการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะด้านการเงินและการลงทุน และด้านอื่น ๆ เพื่อพยายามทำให้ราคาตลาดของหลักทรัพย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

1.2 ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี SET50 ควรติดตามและให้ความสนใจกับอัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี ขนาดของกิจการ และอัตราเงินเฟ้อ รวมทั้งการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนและการจัดการทางการเงินของบริษัท

1.3 นักลงทุนควรนำปัจจัยอัตราส่วนราคาต่อกำไร อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าตามบัญชี ขนาดของกิจการ และอัตราเงินเฟ้อ เข้ามาใช้ประกอบการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์หลักทรัพย์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

2.1 นักวิจัย นักวิชาการ หรือผู้สนใจ อาจใช้ผลการวิจัยเพื่อเป็นฐานขยายงานวิจัยใหม่ หรือต่อยอดงานวิจัย เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ เช่น การทดสอบปัจจัยที่ใช้คาดการณ์ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ การขยายประชากรเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การใช้ปัจจัยเดียวกันในการเปรียบเทียบ 2 ตลาดหลักทรัพย์

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้วิธีวิจัยหรือตัวแบบทางการเงินอื่นที่แตกต่างจากงานวิจัยนี้ เช่น ใช้ Panel Data Analysis แบบ Fixed Effect หรือ Random Effect เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยานี ภาคออต, ชยงการ ภมรมาศ และ โยธิน ทวีกิตติกุล. (2565). ปัจจัยเศรษฐกิจและการเงินในฐานะปัจจัยคาดการณ์ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่มดัชนี sSET ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(49), 146-163.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานประจำปี 2565*. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- Banz, W. (1981). The Relationship between Return and Market Value of Common Stocks. *Journal of Financial Economics*, 9, 3-18.
- Basu, S. (1977). Investment Performance of Common Stocks in Relation to their Price-Earnings Ratios: A Test of the Efficient Market Hypothesis. *The Journal of Finance*, 32, 663-682.
- Basu, S. (1983). The Relationship between Earnings Yield, Market Value and Return for NYSE Common Stocks. *Journal of Financial Economics*, 12, 129-156.
- Bintara, R., Renalita, P. and Tanjung, S. (2019). Analysis of Fundamental Factors on Stock Return. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(2), 49-64.
- Chhajer, P., Mehta, V. and Gandhi, V. (2020). Factors Influencing Stock Returns: Evidence From National Stock Exchange, India, *International Journal of Management*, 11(5), 631-643.
- Duy, N. and Phuoc, N., (2016). The Relationship between Firm Sizes and Stock Returns of Service Sector in Ho Chi Minh City Stock Exchange. *Review of European Studies*, 8(4), 210-219.
- Fama, E. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *Journal of Finance*, 25, 383-417.
- Fama, E. and French, K. (1992). The Cross-Section of Expected Stock Returns. *The Journal of Finance*, 47(2), 427-465.
- Fama, E. and French, K. (1993). Common Risk Factors in the Returns on Stocks and Bonds. *Journal of Financial Economics*, 33, 3-56.
- Goodman, D. and Peavy, J. (1985). The Risk Universal Nature of the P/E Effect. *Journal of Portfolio Management*, 11(4), 14-16.
- Hou, K. and Dijk, M. (2019). Resurrecting the Size Effect: Firm Size, Profitability Shocks, and Expected Stock Returns. *The Review of Financial Studies*, 32(7), 2850-2889.
- Iqmal, F. and Putra, I. (2020). Macroeconomic Factors and Influence on Stock Return That Impact the Corporate Values. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 9(1), 68-75.



- Issahaku, H., Ustarz, Y. and Domanban, P. (2013). Macroeconomic Variables and Stock Market Returns in Ghana: Any Causal Link?, *Asian Economic and Financial Review*, 3(8), 1044-1062.
- Jones, C. (2004). *Investment and Management*. (9thed.). U.S.A.: John Wiley & Sons.
- Khan, R., Gul, F., and Ali, E., (2017). Factors Influencing Stock Returns in Listed Firms of Karachi Stock Exchange, *A Research Journal of Commerce, Economics, and Social Sciences*, 11(2), 248-251.
- Kothari, S., Shanken, J. and Sloan, R., (1995). Another Look at the Cross-Section of Expected Stock Returns. *The Journal of Finance*, 50(1), 185-224.
- Lestari, H. and Usman, B. (2021). Factors Affecting Stock Return of Manufacturing Companies in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 169, 112-118.
- Ross, S. (1976). The Arbitrage Theory of Capital Asset Pricing. *Journal of Economic Theory*, 13(3), 341-360.
- Sharpe, W. (1964). Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. *Journal of Finance*, 19(3), 425-442.
- Sugiyanto, S., Nugraha, N., Disman, D., and Waspada, I. (2020). The Effect of Fundamental Factors on Stock Return: An Empirical Study In Financial Institutions Listed on Indonesia's Stock Exchange. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(2), 5425-5434.
- Sukesti, F., Ghozali, I., Fuad, F., Almasyhari, A., and Nurcahyono, N., (2021). Factors Affecting the Stock Price: The Role of Firm Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 165-173.

Bollywood Film - Induce (2010 – 2020) Tourist Motivation, The Case of Thailand

Natwalai Niankhaw

Integrated Tourism and Hospitality Management, National Institute of Development Administration, Thailand

Email: natwalai.nia@gmail.com

Received: 2023-01-18; Revised: 2023-03-30; Accepted: 2023-03-31

Abstract

India is among the largest countries in the world, which means that it is a potential market for countries like Thailand to attract their population for a holiday visit. Sceneries and attracts attract not only tourists but also film-making companies. There are countless Indian films shot in Thailand. Therefore, this study aims to investigate film-induced tourism in Thailand among Indian tourists by looking at the relationship between motivation, destination image, and (re)visit intention. The population of this study will be Indian Bollywood film viewers in Mumbai; the number of samples in this study is 220.

The SEM findings show that motivation directly affects destination image and (re)visit intention, respectively, which offer a positive influence. The positive impact means that if motivation increases, destination image and (re)visit intention will also increase. On the other hand, if motivation decreases, destination image and revisit purpose will decrease. Moreover, the findings suggested that reason indirectly influences (re)visit intention, and destination image directly affects (re)visit goal. Likewise, the relationship follows the same direction, which means that if destination image increases, (re)visit intention will also increase, and vice versa. Based on these findings, it can also be implied that the destination image can be considered as a partial mediator variable between motivation and (re)visit intention. The influence of destination is only partial, as motivation also directly affects (re)visit intention while also impacting (re)visit meaning through destination image.

Keywords: Bollywood, Tourist, Motivation, Revisit

Introduction

India is one of the world's largest countries, with a large population; also, according to the National Council of Applied Economic Research (2018), it is anticipated that by 2026, the number of middle-class Indians, who are capable of spending money on travel, will reach 547

million. Economists at Mumbai University in India defined the middle class as consumers spending between \$2 and \$10 per capita daily. Roughly half of India's 1.3 billion populations is now middle class. The expansion of the middle class in India will boost domestic consumption and continue to grow the country's outbound tourism (Roy, 2018). According to Sandhya Keelery (2020), as one of the largest cinema hubs in the world, the city of Mumbai is especially relevant in this context as the birthplace of Bollywood. With this popularity, a well-established film hub known as Bollywood is a good platform allowing outbound tourism to grow. Bollywood is ranked the third biggest film industry of the world and each year 1,500-2,000 Indian movies are produced and shown (Mittal & Anjaneyaswamy, 2013). Scenes on the films can widely pass into the audiences' eyes. This makes audience's awareness of the locations in those scenes. This is the incident called film-induced tourism. An evidence proving the efficiency of film-induced tourism took place from late 20th century when Bollywood films shot in Switzerland named Chandni, Darrand and Dilwale Dulhania Le Jayenge by Yash Raj Films aroused the trend of outbound tourism attracting Indian tourists to take a tour called Enchanted Journeys, ranging from seven to nineteen days in Switzerland. Launched in 2010, this special tour gives the tourists an opportunity to visit all locations where those films were shot (Tagliabue, 2010).

With the onset of the coronavirus (COVID-19) pandemic in late 2019, going to cinema seems to be a risky exposure to the disease; however, this cannot stop people to find a way to release their stress and maintain their lifestyle of film enjoyment. People change their way to entertain themselves by moving to the virtual world and digital platform (Erin Duffin, 2020). This means Indian people are still falling in love with films and this industry is still blooming without the pandemic boundary. Hopefully, when an effective treatment and vaccination are successfully developed, outbound tourism will return to its blooming time again after people have been eagerly waiting for the time to travel. In case of Thailand, from 2013-2018 the Ministry of Tourism and Sports held an annual event called "Thailand International Film Destination Festival (TIFDF) to promote Thainess, capacity of Thai film making team, and potential locales for film making. These altogether will attract film producers from all over the world to make their films in the country with a hope to increase national income and decentralize money to different parts of Thailand and to business sectors.

There are many factors making Thailand one of the tourist's destinations such as unbeatable taste of food, exotic culture, nightlife, and variety of activities. But, one thing which must not be overlooked is the beauty of natural and man-made tourist's attractions which

are suitable to become the locations for film making. Ministry of Tourism and Sports (2016) mentioned clearly that tourism is related to film industry and other entertainment media business. According to Mr. Anan Wongbenjarat, Director General for Department of Tourism, stated that for the first quarter of 2018, Thailand was a location for a great number of music videos, films, TV series, commercials, and documentary. Of this number, around 500 Indian films were shot in Thailand and this added almost 800 million baht into Thai economy (Manager Online, 2018; Khaosod, 2018).

As knowing that film is a part of Indian way of life and a great number of Indian tourists coming to Thailand, there is no official evidence indicating their motivation. Moreover, this research is to make a difference to the film-induced tourism of Thailand because this research is not focusing on destination choice, preference, and impacts but the relationship between film-induced tourism and motivation to visit Thailand. After understanding this relationship, tour agents will be able to offer activities suiting Indian tourists' preference such as launching tour programs or packages which bring them to the shooting locations, adding any activities related to the films, highlighting gimmick learned from the films, etc. All of these not only allow inbound tour agents in Thailand to make greater profit, but they also activate tourism industry of Thailand as a whole. In addition, the findings of this study will be helpful for travel agencies and other related businesses to enhance their ability to deal with the possible number of Indian tourists going to visit Thailand and to satisfy their needs properly after COVID-19 and rejuvenation of Thai tourism.

Research Objectives

1. To explore the factors of motivation of Indian people, Bollywood film watching, and decision to travel to Thailand.
2. To study the influences of motivation of Indian people and Bollywood film watching on decision to travel to Thailand.

Literature Review

Definition of Tourism

The definition of tourism has been coined by a significant number of scholars and academicians. Chaudhary (2010) defined tourism as “a business activity connected with providing accommodation, services, and entertainment for people visiting a place for pleasure, recreation, leisure, business, and so on.” World Tourism Organization (1995, as cited in McCartney, 2013) described tourism as “activities of persons traveling to and staying in places



outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes.” World Tourism Organization (2018) elaborated tourism as “a social, cultural, economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes.” In sum, tourism is where people (tourists) spend their time at places out of their neighborhood for any purpose; consequently, from the definitions above, tourism mainly involves a home or destination, people or tourists, and activity. However, according to Venu, Vijayakumar, and Saroop (2017), tourism can be defined differently depending on viewpoints. For economics, tourism can be economic activity facilitates economic growth of certain regions or places. From business viewpoint, it can be any activities serving tourists’ demands in a destination. In tourism planner’s point of view, tourism is a tool developing economy and changing society. From the above definitions, it can be seen that one more element has been added into the prior assumption and the new coming element is purpose. Therefore, from the mentioned definitions, it can be concluded that tourism involves four elements: individual (tourist), activity, purpose, and destination.

Film-induced Tourism

Movie and tourism, for some people, are standing at two different corners of the universe; while, for others, they are related and one of the concepts linking these two different matters together is film-induced tourism. Firstly, Klug (2001) focused the result of film-induced tourism and coined the definition in the way that the impact of film on the audience as “tourist visits to a destination or attraction as a result of the destination featured on the cinema screen, video or television” (Busby & Klug, 2001). From the above definition, we can see that the main focus is on the effect on the audience of the destination shown on motion media.

Relation between Film and Tourism

When a movie is shown on screen or on other sources of media, the audience or the viewers can, whether intentionally or not, behold scenes containing pictures of places used as location. Seeing the magnificent scenes shown in media such as advertisement or movie is a factor arousing the audience to visit the shooting locations or so called tourist’s destinations (Lin & Huang, 2008). The films function as brochures advertising the locations and increase the demand of tourists to visit the destinations (Lomine & Edmunds, 2007). Basanez (2011) stated that the scenery of the landscape depicted in movies linked to the culture of that place makes the main motivators to visit a location, also that promotional tools are important for

tourists in helping them on decision making (Basanez, 2011). Film-induced tourism is a growing situation which is encouraged by the growth of overseas traveling and the development of media industry, create new ones and therefore, it can be said, in other way, that if film is used to be a means of tourism promotion, tourist attractions in that particular country need to be illustrated positively. In addition, the more frequent the viewers see the destination, the more intention the viewers have to visit the destination portrayed. In other words, when viewers prefer watching the film, those destinations are sent to the viewers' eyes. This also has great impact on film viewer involvement.

Film Tourists' Motivation

It is difficult to pinpoint a clear-cut reason or factor for a tourist to take a tour to somewhere because of some reasons (Busby & Klug, 2001). First, there are more than one type of tourism as mentioned earlier in the previous section. Second, different people are affected by different factors. However, the focus of this study is to learn the direct force driving tourist to travel, or motivation, which is derived from watching Bollywood films. In other words, it is to understand the needs and desires that affect the propensity to travel of the tourists after watching the films (Young & Young, 2008). There are many people trying to make use of different concepts and theories to examine the motivation of film's tourists; for example, Dann (1981) explained the motivation of the film tourist based on the push-pull paradigm. Then, in 2020, Kozak (2009) also tried to make use of the push-pull paradigm to search for the factors affecting tourist's motivation and it was found from the samples of the study that the push factors included the intangible and intrinsic desires of the tourist while the pull factors were the attractiveness of the destination and tangible characteristics of the destination. Kim (2007) concluded that tourists are possibly pushed to travel to a destination by the desire and are pulled by tangible attractions of the destinations.

Bollywood Films and Travel Motivation

Hudson and Ritchie (2009) comparatively mentioned visual, vocal and celebrity effects from films in the similar way to product placement that can influence the viewer's purchase behavior. They stated that films will facilitate the destination images of the locations in the films and will thus drive tourist behavior. Motion pictures are crucial indirect experience which increases awareness of destinations and inspiring people to travel (Burns, Palmer, & Lester, 2001). In case of India, Mittal and Anjaneyaswamy (2013) stated that "it is widely believed that nothing unites India more than cricket and Bollywood." Located in the northwest of the State of Maharashtra of India, on a piece of land covering 520 acres, Bollywood was intentionally



established by the state government in 1911 to become the largest film city in India. Bollywood is a gigantic production studio where all required props and scenes for film production.

However, with the growth of film industry and desire to find authentic locations for film making, many Indian film producers explore and choose places out of India for shooting their films. According to Ministry of Tourism and Sports (2018) and Tourism Australia (2012), Thailand have been one in the top countries for Indian film makers to select for producing their films and a lot of the Bollywood movies were produced at the locales in Thailand. Although films are made out of India or Bollywood, the film makers are still Indian so the films are considered products of Bollywood. Baker (2007) claimed that films positively and powerfully influence on tourism. Films increase film watchers' recognition on the locales and they help tourists choose where to visit for their next holiday (Baker, 2007). This agrees with a claim by Cineswami (2012) stating the influence of films on Indian film watchers that Indian love watching Bollywood films and Bollywood films are in their hearts, and the films they watched have a great impact on Indians when they make decision for their holiday destination (Cineswami, 2012). Mittal and Anjaneyaswamy (2013) indicated a greater number of Indian people, especially Indian middle class, having traveled to foreign countries to explore the world outside their own neighborhood or country and to learn new experience in different destinations. Thank to films portraying scenes made in foreign countries, people have made their travel decisions to the locations and destinations featured on the films they have watched. Even not all, some of the film watchers were enticed to pack their luggage to visit the destinations believed to be the locations in the films. This may be a reason for travel agents or tourism related organizations to try as hard as possible to make use of promotional films; but, according to Cineswami (2012), movies are more real and more effective in capturing the film watchers' attention because it is considered neutral with no commercial seduction hidden. Therefore, it can be claimed that film is a major factor motivating Indian film watchers to make their travel decision.

From the review above, it can be concluded that decision making process for a tourist is similar to a person who is going to do shopping. It seems to be complicated, and it depends on many factors from the tourist himself and from external factors learned. In addition, it can be seen that advertisement plays its part in last two steps of travel purchase process: purchase decision and post-purchase evaluation. As film can be used as an advertisement to promote destinations, it is an important advertising tool needed to pay crucial attention to the purchase

- 1) TCP motives have direct impacts on destination image from film watching (H1: a).
- 2) TCP motives have direct impacts on decision to (re)visit Thailand (H1: b).
- 3) Destination image from Bollywood film watching has direct impacts on decision to (re)visit Thailand (H1: c).
- 4) TCP motives have indirect on decision to (re)visit Thailand through destination image from film watching (H1: d).

```

graph LR
    A([A TCP motives]) -- "(H1: a)  
(H1: d)" --> B([B Decision image from film watching])
    A -- "(H1: b)" --> C([C Decision to visit Thailand])
    B -- "(H1: c)  
(H1: d)" --> C
  
```

Figure 1 Research Conceptual Framework



Research methodology

Population and Samples

Population of this study will be Indian Bollywood film viewers in Mumbai because it is the location where Bollywood is located. To specify the sample size, the number of samples in this study is 220. This number is from the sampling method of multivariate analysis which states that the number of samples must be equal to 20 times of manifest variables (Angsuchote et al., 2011). In this study, there are 11 manifest variables (motives in TCP model); therefore, 20 times of the number of manifest variables is equal to 220. The study will be conducted within the 4th quarter of 2020-1st quarter of 2021

Validity and Reliability

The Validity Test, to check the instrument's validity, the developed questionnaire will be examined by three experts in the field to see the index of item objective by each question item. If any item is found incongruent, that particular item will be amended. And reliability Test, After the experts approve the questionnaire, a reliability test will be conducted. With 20 questions, Cronbach's alpha of the destination image is 0.959, which is well above the threshold level. Cronbach's alpha of 0.911 for the seven questions of (re)visit intention also shows strong reliability. The questionnaire will be sent to 30 individuals with equivalent attributes to the samples. Cronbach's alpha will be used to examine the reliability at the Alpha Coefficient value of more than 0.70 (Nunnally, 1978).

Data Collection

The questionnaire will be sent to the alliance travel agents in Mumbai, India. The customers of those agents will be asked for permission to respond the questionnaire. During this time, objectives of this research will be clearly informed. If they are agreed, they will be asked for their e-mail address; so that, the researcher can send the questionnaire through the given e-mail addresses. It is possible to reach the estimated amount of 240 within 1 month based on the unofficial record kept by the researcher before the pandemics. The completely responded questionnaire sets will be checked again for their completeness before statistic process and analysis.

Statistic Process and Data Analysis

The data gained from the completely responded questionnaire will be processed using statistic data analysis package to learn mean and standard deviation of each question item. After that, Confirmatory Factor Analysis (CFA) will be conducted followed by Structural Equation Model (SEM) by AMOS. (Andriotis & Agiomirgianakis, 2010)

Results

1. Descriptive Statistics the 1) Motivation (TCP Model), participants, on average, stated neutral to all of the first statements of the outer layer of the TCP model. The mean score is “I traveled/want to travel to Thailand to seek daring experiences (stimulation).” Likewise, the second statement on the outer layer of the TCP model, stating that I traveled/want to travel to Thailand to experience fashionable places (social status),” can also be interpreted as neutral. 2) Destination Image from Film Watching, the overall grand mean of the destination image is 3.66. The sentence with the highest mean score is “Thailand has pleasant weather,” “There is a high standard of living in Thailand,” “Reliable local transport is available in Thailand,” and “It seems to me that Thai standards of cleanliness and hygiene are high.” And 3) (Re)visit Intention. The overall mean of this variable is 3.54. The statement with the highest mean score is “I would visit Thailand rather than any other tourism destination,” followed by “A Bollywood movie shot in Thailand increased my interest in a future (re)visit to Thailand,” “Once I had seen a Bollywood movie shot in Thailand, I felt that had to come to Thailand” “After watching a Bollywood movie shot in Thailand, I have always wanted to visit the locations in Thailand where the movie was filmed.”

2. Based on the SEM findings, motivation has a direct effect on destination image and (re)visit intention at a significance level of 0.01 at a coefficient of 0.312 and 0.191, respectively, which show a positive influence. The positive influence means that if motivation increases, destination image and (re)visit intention will also increase. On the other hand, if motivation decreases, destination image and revisit intention will decrease. Moreover, the findings suggested that motivation has an indirect influence on (re)visit intention at a coefficient of 0.133. Thus, having a total effect of 0.324. Destination image also have a direct effect on (re)visit intention at a significance level of 0.01 at a coefficient of 0.427. Likewise, the relationship follows the same direction, which means that if destination image increases, (re)visit intention will also increase, and vice versa. Based on these findings, it can also be implied that the destination image can be considered as partial mediator variable between motivation and (re)visit intention. The influence of destination is only partial as motivation also has direct influence on (re)visit intention while also have influence on (re)visit intention through destination image. The finding is consistent with multiple studies. Researchers explains that film has strong impact on destination image and motivation, and visit intention as it enables viewers with visual media that they can relate to (Butler & Boys, 2000). Moreover, research also suggested that film creates the sense of awareness about the destination to the



viewers (Wong et al., 2021). Furthermore, scholars also suggested that film help enhance attractiveness of a destination as film usually shot a prestige location. Thus, enhancing the positive destination image and ultimately influences visit intention (Beeton, 2005; Connell, 2012; Riley et al., 1998). In another words, these autonomous and organic representations assist to influence consumer views of locations, which in turn helps to raise awareness and depict the place in a favourable manner (Gartner, 1994).

Confirmatory Factor Analysis (CFA)

As shown in Figure 2, the researcher has modified the variables in other words, the section examined the link between these variables by using a technique known as Confirmatory Factor Analysis (CFA). Composite Reliability (CR), which has a value that has to be more than 0.60, and Average Variance Extraction (AVE), which has a value that needs to be greater than 0.50 are the two primary criteria that are used throughout the analytical process. In addition, the criteria for determining whether a model is a good fit for the data collected in this study include the Chi-square test, which requires a p-value of more than 0.05, the Confirmatory Factor Index (CFI), which requires a value of more than 0.95 for a good fit, and the Root Mean Square Error Approximation (RMSEA), which requires a value of more than 0.08 for an excellent fit. The following sub-sections provide a presentation of the findings from the analysis of the measurement model. As shown in the model, these measurements have been fulfilled.

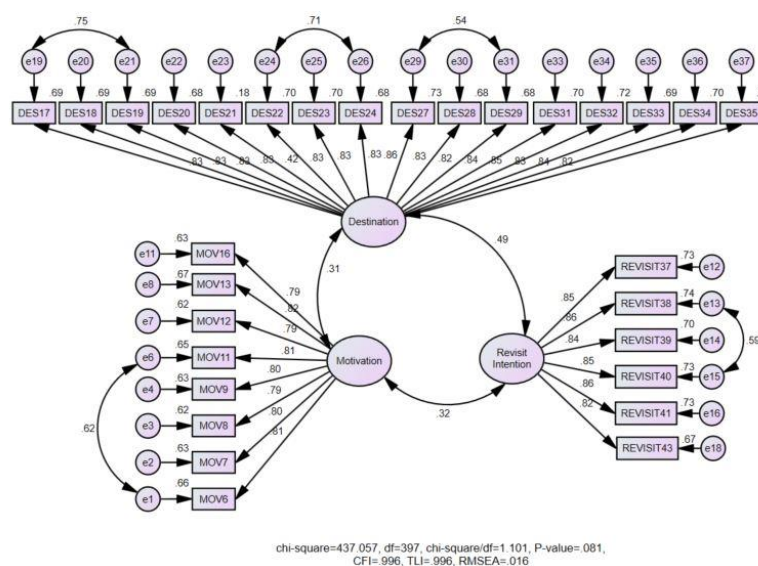


Figure 2 CFA Model Summary

Results obtained from master validity plugins command in AMOS show that there are statistically significant relationships between the three variables. Moreover, the finding also shows that destination image is a partial mediator between motivation and (re)visit intention.

Table 1 Validity Analysis

	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	Mov	Rev	Des
Mov	0.935	0.641	0.105	0.935	0.801		
Rev	0.938	0.715	0.237	0.938	0.324***	0.846	
Des	0.969	0.662	0.237	0.972	0.312***	0.487	0.813

Both Figure 4.2, and Table 4.20 shows that the goodness of fit index of the model is illustrated by $X^2=437.057$, $df=397$, $X^2/df=1.101$, $p=0.081$, $CFI=0.996$, $TLI=0.996$, $RMSEA=0.016$. These values exceeded the threshold level, which means that further analysis can be performed.

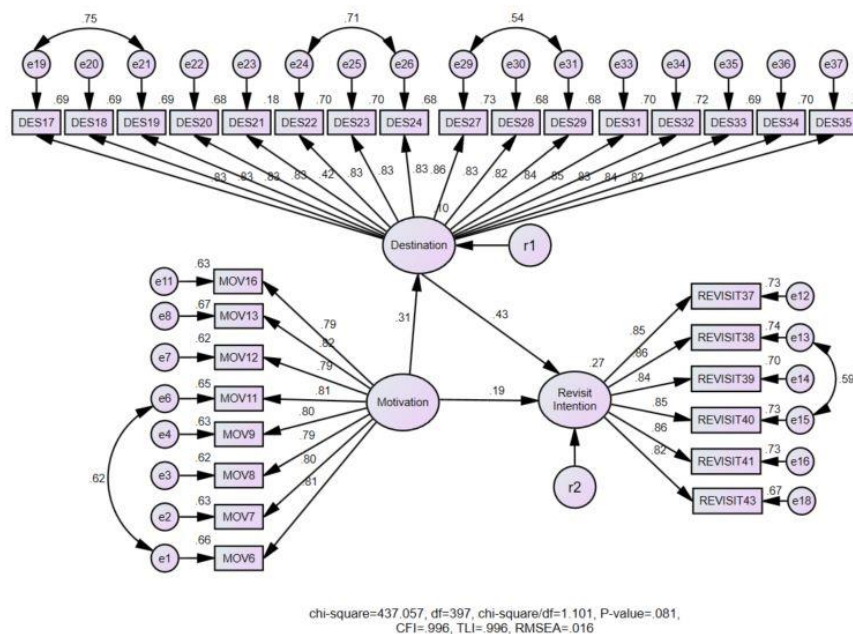


Figure 3 SEM Model Summary

Table 2 Finding and Interpretation of Goodness of Fit for (Re)visit Intention Model

Goodness of Fit Index	Threshold	Findings	Interpretation
1) Chi-Square (X^2), P-Value	$p>0.05$	0.081	Accepted
2) Chi-Square (X^2)/df	<2.00	1.101	Accepted
3) CFI	≥ 0.95	0.996	Accepted
4) TLI	≥ 0.95	0.996	Accepted
5) RMSEA	<0.08	0.016	Accepted



Table 2 shows that there is a direct effect (DE) of motivation on destination image with a significant level of 0.01. Moreover, motivation also have total effect (TE) on destination image at a significant level of 0.01. Likewise, motivation also have direct effect, indirect effect (IE), and total effect on (re)visit intention all at a significant level of 0.01. Destination image has direct effect on revisit intention while also has total effect on revisit intention at a significant level of 0.01.

Table 3 Relationship between Different Variables

(Antecedents)	Variable (Consequences)					
	Destination Image			Revisit Intention		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
Motivation	0.312**	-	0.312**	0.191**	0.133**	0.324**
Destination	-	-	-	0.427**	-	0.427**

Table 4 Summary of Hypotheses Testing

	Hypothesis	Result
H1:a	TCP motives have direct impacts on destination image from film watching	Accepted
H1:b	TCP motives have direct impacts on decision to (re)visit Thailand	Accepted
H1:c	Destination image from Bollywood film watching has direct impacts on decision to (re)visit Thailand	Accepted
H1:d	TCP motives have indirect effect on decision to (re)visit Thailand through destination image from film watching	Accepted

Discussion

Based on the SEM findings, motivation has a direct effect on destination image and (re)visit intention at a significance level of 0.01 at a coefficient of 0.312 and 0.191, respectively, which show a positive influence. The positive influence means that if motivation increases, destination image and (re)visit intention will also increase. On the other hand, if motivation decreases, destination image and revisit intention will decrease. Moreover, the findings suggested that motivation has an indirect influence on (re)visit intention at a coefficient of 0.133. Thus, having a total effect of 0.324. Destination image also have a direct effect on

(re)visit intention at a significance level of 0.01 at a coefficient of 0.427. Likewise, the relationship follows the same direction, which means that if destination image increases, (re)visit intention will also increase, and vice versa. Based on these findings, it can also be implied that the destination image can be considered as partial mediator variable between motivation and (re)visit intention. The influence of destination is only partial as motivation also has direct influence on (re)visit intention while also have influence on (re)visit intention through destination image. The finding is consistent with multiple studies. Researchers explains that film has strong impact on destination image and motivation, and visit intention as it enables viewers with visual media that they can relate to (Butler & Boys, 2000). Moreover, research also suggested that film creates the sense of awareness about the destination to the viewers (Wong et al., 2021). Furthermore, scholars also suggested that film help enhance attractiveness of a destination as film usually shot a prestige location. Thus, enhancing the positive destination image and ultimately influences visit intention (Beeton, 2005; Connell, 2012; Riley et al., 1998). In another words, these autonomous and organic representations assist to influence consumer views of locations, which in turn helps to raise awareness and depict the place in a favourable manner (Gartner, 1994).

Suggestion

The Suggestions from the Research

1. The government should have measures to promote in various aspects, including taxes, benefits facilitation and coordination for those who request to film in Thailand. In addition to measures to promote foreign film shooting in Thailand or incentive, if spending in Thailand of 100 million baht or more, 20% will be refunded.

2. Ministry of Tourism and Sports should go to roadshows at major film festivals around the world to present to Thailand It is a shooting destination of all kinds for filmmakers, producers and investors from around the world who travel to the event.

The Suggestions for the Further Research

1. study can also explore how different film genre effect motivation, destination image of Thailand, and (re)visit intention among Indian. In addition, this study only conducted by considering films that has been shot in Thailand.

2. study can also be done to explore the influences of well-known Thai films among Indian population to see how the film from Thailand influences motivation, destination image of Thailand, and (re)visit intention.

3. study can perform to investigate the influences of Thai actress in Bollywood movie on the influences of motivation, destination image of Thailand, and (re)visit intention. This is because several Thai actors and actress have been involved in Indian cinema market. One of the well-known actresses is Pinky, Savika Chaiyadej.

References

- Angsuchote, S. et al. (2011). *Statistical analysis for social science and behavioral science research: Techniques for using LISREL* (3rd ed). Bangkok: Charoen Dee Munkong Printing.
- Baker, B. (2007). *Destination branding for small cities: The essentials for successful place branding*. Portland, Oregon: Creative Leap Books.
- Basanez, M. (2011). *A world of three cultures: Honor, achievement and joy*. New York: Oxford University Press.
- Beeton, S. (2005). *Film-induced tourism*. Clevedon: Channel View Publications.
- Burns, P. M., Palmer, C. P. & Lester, J. A. (2001). *Tourism and visual culture: Theories and concepts*. UK: CABI Organization.
- Busby, G. & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316-332.
- Butler, R. W., & Boys, S. W. (2000). *Tourism and national parks: Issues and implications*. UK: John Wiley & Sons.
- Chaudhary, M. (2010). *Tourism marketing*. New York: Oxford University Press.
- Cineswami. (2012). *Cuba, Ireland milk Salman Khan's 'Ek Tha Tiger' magic*. Retrieved June, 3 2022, from <http://www.bollywoodlife.com/newsgossip/cuba-ireland-milk-salman-khans-ek-tha-tiger-magic/>
- Connell, J. (2012). Film tourism-evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33, 1007-1029.
- Gartner, W. (1994). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2, 191-216.
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2009). Branding a memorable destination experience: The case of brand Canada. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 217-228.
- Kozak, M., & Decrop, A. (2009). *Handbook of tourist behavior: Theory & practice*. New York: Routledge.
- Huang, C-C, & Kin, T-C. (2008). Understanding knowledge management system usage antecedents: An integration of social cognitive theory and task technology fit. *Information & Management*, 45(6), 410-417.

- Lomine, L., & Edmunds, J. (2007). *Key Concepts in Tourism*. New York: Palgrave Macmillan.
- McCartney, G. (2013). *Introduction to tourism management: An Asian perspective*. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Mittal, N., & Anjaneyaswamy G. (2013). Film induced tourism: A study in Indian Outbound Tourism. *Atna, Journal of Tourism Studies*, 8(2), 37-54.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Riley, R., Baker, D., & Doren, C. S. V. (1998). Movie-induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.
- Roy, A. (2018). The middle class in India from 1947 to the present and beyond. *Education About Asia*, 23(1), 32-37.
- Thapthep, P., & Rohani, H. (2022). *Destination space in film, a sense of the viewer's perspective of how film destination contributes to the promotion of Thai tourism: A study in selected films*. Tourism Culture & Communication.
- Tourism Australia. (2012). *Summary of tourism Australia's 2020 India strategic plan*. Retrieved June, 3 2022 from <http://www.tourism.australia.com/documents/Markets/India2020-June2012.pdf>
- Venu, V., Vijayakumar, B. & Saroop, R.B. (2017). *An introduction to the business of tourism*. Sage Publications.
- Wong, I. A., Song, Y. C., & Zhang, C. (2021). Not all films are created the same: Understanding the cross-level effect of movie ratings on destination image creation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(4), 356-367.

ความแปลกใหม่ของสินค้าที่พัฒนาจากวัตถุดิบอันเป็นภูมิปัญญาประจำท้องถิ่น:
กรณีศึกษาข้าวเกรียบสมุนไพรประจำท้องถิ่นของชาวชุมชนสระแจง
อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

The Novelty of Product Novelty Combined with Local Wisdom on Consumer
Attitudes and Purchase Intentions: Sa Chaeng Sub district, Bang Rachan
District, Singburi Province

ปรณวัฒน์ ชูวิเชียร¹, หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ², พาโชค เลิศอัศวภัทร³,
ภัทรวิทย์ อยู่วัฒนะ⁴ และ นิมิตร พลเยี่ยม⁵

Pannawat Chuvichian¹, Hathaipan Soonthornpipit², Phachok Lertsawaphat³,
Pattaravis Yoowattana⁴, and Nimitr Phonyiam⁵

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4,5}

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4,5}

E-mail: pannawat.ch@ssru.ac.th¹, hathaipun.so@ssru.ac.th², phachok.le@ssru.ac.th³,

pattaravis.yo@ssru.ac.th⁴, nimitr.ph@ssru.ac.th⁵

Received: 2023-03-20; Revised: 2023-03-30; Accepted: 2023-03-31

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาและตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความแปลกใหม่ ทศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมระหว่าง ความแปลกใหม่ ทศนคติ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจและพรรณนา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์โดยสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลทดสอบสมมติฐานสำหรับผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล ทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวม พบว่าระดับความรู้สึกแปลกใหม่ของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อเจตนาซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.812 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าระดับของความรู้สึกแปลกใหม่ของสินค้ายิ่งมีมากก็จะยิ่งทำให้ระดับทัศนคติของผู้บริโภคเพิ่มสูงมากขึ้น ระดับความรู้สึกแปลกใหม่ของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อเจตนาซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.946 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ -0.008 ซึ่งไม่สอดคล้องกับวรรณกรรมที่ได้พบทวนมา และระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อระดับความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วย

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบพบว่าปฏิสัมพันธ์ฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายิ่งระดับทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยิ่งมีมากก็จะยิ่งทำให้เกิดความต้องการซื้อ ดังนั้นแล้วกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนควรดำเนินการคือเน้นที่การเพิ่มระดับความชื่นชอบและทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าข้าวเกรียบในชุมชน

คำสำคัญ: ความแปลกใหม่, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ทัศนคติ, ความตั้งใจซื้อ

Abstract

This research was aimed to study 1) develop and examine a causal relationship model between novelty, attitude and purchase intention of products mixed with local wisdom. 2) Investigate the relationship between novelty, attitude, and purchase intention of products infused with local wisdom, including direct and indirect effects as well as the overall influence. The researcher collects data from consumers of products mixed with local wisdom using a survey and descriptive research method. The original sample of 400 people. Analyzed by structural equation modeling. The research findings are summarized below;

The path analysis hypothesis testing results, both direct effect, indirect effect, and total effect, revealed that novelty variables had a direct influence on attitudes. It was found that the consumer's level of novelty had a direct positive influence on the consumer's attitude toward local wisdom products. The hypothesis was accepted at the statistical significance level of 0.05, with a p-value of 0.001 and a factor weight of 0.812. This can explain why, the higher a product's level of novelty, the higher the level of consumer attitude. The level of novelty among consumers had a direct positive influence on their purchasing intentions for local wisdom-added products. According to the test results, the hypothesis that was rejected at the statistical significance level of 0.05 had a p-value of 0.946 and a factor weight of -0.008, which was inconsistent with the reviewed literature. And the level of positive attitude of consumers had a direct positive influence on the level of purchase intention of consumers toward products mixed with local wisdom. The hypothesis was rejected at the statistical significance level of 0.05 with a p-value of 0.001, indicating that the higher the level of consumer attitudes toward a product, the higher the demand for it. As a result, the community's marketing strategy should focus on increasing the level of liking and positive attitude toward cracker products in the community.

Keywords: The Influence of Novelty, Local Wisdom, Attitude, Purchase Intentions

บทนำ

ปัจจุบันการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ในเชิงพาณิชย์นั้นเกิดขึ้นในเชิงการตลาด ล้วนแต่เป็นหยิบยกเอาศิลปะหรือวัฒนธรรมในพื้นที่ประจำถิ่นทั้งในระดับชุมชนหรือระดับชาติมาแฝงอิงในการออกแบบผลิตภัณฑ์และแฟชั่น การพิจารณาองค์ประกอบทางวัฒนธรรมในกลุ่มทางสังคมใด ๆ นั้นพบว่า มีองค์ประกอบรวมอยู่ด้วยกัน 9 องค์ประกอบ (งามพิศ สัตย์สงวน, 2558) ได้แก่ การศึกษาหรือขัดเกลาทางสังคม การแพทย์ ศิลปะ การเมือง การปกครอง การละเล่นและนันทนาการ การใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารระหว่างกันในกลุ่มทางสังคม ระบบครอบครัว ระบบเศรษฐกิจ และศาสนากับความเชื่อ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของการศึกษาทางมานุษยวิทยาในกลุ่มทางสังคมใด ๆ ทั้งสิ้น ในเรื่องของภูมิปัญญาประจำท้องถิ่นนั้น จะเห็นได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทางวัฒนธรรม โดยภูมิปัญญาหรือแนวคิดประจำถิ่นนี้เป็นการนำเอามาใช้เป็นสิ่งใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แบบเดิม ๆ แต่ได้รับการปรับปรุงโดยใช้ภูมิปัญญาประจำถิ่นเป็นวัตถุดิบ และการนำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมมาใช้ในการสร้างตราสินค้าให้เกิดขึ้นเป็นประโยชน์ในด้านการตลาดได้

ชุมชนตำบลสระแจง อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของอำเภอบางระจัน เป็นพื้นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำการเกษตร มีเนื้อที่ประมาณ 18,526 ไร่ มีประชากรอาศัยอยู่ทั้งสิ้น 4,153 คน โดยอาชีพส่วนใหญ่ของประชากรในพื้นที่นั้นประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุดเมื่อเทียบกับอาชีพอื่น ชาวบ้านส่วนใหญ่มีฐานะยากจนและจำเป็นที่จะต้องมีการฟื้นฟูความเป็นอยู่ในเชิงเศรษฐศาสตร์ภายในชุมชน

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิจานของ Lin et al. (2007) งานของ Shin, Cassidy and Moore (2011) รวมถึงงานของ Eunju et al. (2013) และงานของ Qin et al. (2019) ทำให้พบว่าการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมหรือความโดดเด่นดั้งเดิมในพื้นที่ของชุมชนกลุ่มทางสังคมนั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดได้เป็นอย่างดี เราเรียกกระบวนการดังกล่าวว่า “กระบวนการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า” (Cultural Product) โดยในวรรณกรรมของ Qin et al. (2019) และคณะนั้นเป็นที่ชัดเจนในการหยิบยกเอาอัตลักษณ์ หรือเรื่องราวมาประยุกต์ใช้ให้เกิดสิ่งแปลกใหม่และมีการบูรณาการกับผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับการตอบรับของตลาดยุคปัจจุบัน ก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการพัฒนาจากวัฒนธรรมกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรดั้งเดิมทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบ (Traditional Cultural Product (TCPs))

งานวิจัยของ Qin et al. (2019) ได้มีการกล่าวถึงการก่อให้เกิดเป็นความแปลกใหม่ (Novelty) ของผลิตภัณฑ์หลังจากการที่นำเอาทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาเป็นองค์ประกอบซึ่งพบว่าการสร้างความแปลกใหม่ผ่านมุมมองทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมนั้นก่อให้เกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ อาจจะสนับสนุนและเกิดทัศนคติที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นรูปทรงกลิ่นเสียงที่แปลกใหม่ที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานดังกล่าว ความแปลกใหม่นี้ถือว่ามีวรรณกรรมรองรับอยู่เป็นอย่างมากทั้งในเชิงการตลาดและเชิงการท่องเที่ยวทำให้เกิดการอยากสนับสนุนทั้งจากกลุ่มทางสังคมด้วยกันเองและจากกลุ่มทางสังคมอื่นที่ได้อำนาจเกี่ยวกับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมทางวัฒนธรรมหรือทรัพยากรดั้งเดิมทางวัฒนธรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “ความแปลกใหม่ของสินค้าที่พัฒนาจากวัตถุดิบอันเป็นภูมิปัญญาประจำท้องถิ่น: กรณีศึกษาข้าวเกรียบสมุนไพรประจำท้องถิ่นของชาวมุขชนสระแจะ อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี” เพื่อให้สามารถได้ตัวแบบทางการตลาดที่มีความเหมาะสมทางบริบทประจำถิ่นของชุมชนในการประยุกต์ใช้เชิงกลยุทธ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาจากทรัพยากรทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ความแปลกใหม่ ทักษะคน และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมระหว่าง ความแปลกใหม่ ทักษะคน และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่เคยบริโภคอาหารขบเคี้ยว ซึ่งจะต้องเป็นอาหารขบเคี้ยวที่มีการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นลงไปในการผลิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่สามารถระบุขนาดจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และทดสอบตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการกำหนดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์เชิงสำรวจจำนวน 400 คน เพื่อให้สอดคล้องตามที่ ตามที่ Hair และคณะ (2010) ได้แนะนำขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมว่าควรมีขนาดตั้งแต่ 200 ถึง 400 ตัวอย่างโดยสอดคล้องกับที่ณัฐยานันท์ ภักดิ์พิเศษวงศ์ (2556) ได้กล่าวเอาไว้ว่าในการวิเคราะห์สถิติแบบตัวแบบสมการโครงสร้างนั้นได้มีการกำหนดเอาไว้เป็นแนวทางสำหรับขนาดตัวอย่างไว้ทั้งสิ้น 6 ขนาด ได้แก่ 50 ตัวอย่าง (น้อยมาก), 100 ตัวอย่าง (น้อย), 200 ตัวอย่าง (เพียงพอ), 300 ตัวอย่าง (ดี), 500 ตัวอย่าง (ดีมาก) และ 1,000 ตัวอย่าง (ดีที่สุด) นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังได้มีการตรวจสอบเงื่อนไขของเกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างและการวิเคราะห์เส้นทาง โดยมีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางการวิเคราะห์ดังที่ Bollen (1989) ได้เสนอเรื่องขนาดตัวอย่างว่าควรมีการพิจารณาให้สอดคล้องกับจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการจะประมาณค่าร่วมด้วย หากมีจำนวนของพารามิเตอร์อิสระมากขนาดตัวอย่างก็ควรจะปรับให้มีขนาดสูงเพิ่มขึ้นไปด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างกับจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรที่ไขว้ได้อย่างน้อย 10-20 ต่อหนึ่งพารามิเตอร์ (Hair et al., 2010) และหากตัวแปรเป็นตัวแบบการวิเคราะห์จากตัวแปรสังเกตได้เพียงอย่างเดียวจะกำหนดขนาดตัวอย่างระหว่างหน่วยตัวอย่างควรกำหนดเป็น 15-20 ต่อ 1 ซึ่งจากแนวทางในการกำหนดขนาดตัวอย่างทั้งสามรูปแบบดังกล่าว หลังจากเก็บตัวอย่างแล้วผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองแบบสอบถามที่สมบูรณ์สุทธิเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์จริงต่อไป



ในการเก็บตัวอย่างจริงผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บตัวอย่างให้เกินจากขนาดตัวอย่างที่กำหนดเอาไว้ หลังจากเก็บตัวอย่างแล้วผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์จริงต่อไป สำหรับการเลือกตัวอย่งนั้นผู้วิจัยพิจารณาจากการที่ตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เคยรับประทานและบริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่มีการผสมผสานภูมิปัญญาไทยมาก่อน และเป็นผู้ซื้อศักยภาพที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้บ่อยครั้งโดยใช้ข้อความในการคัดเลือกตัวอย่างในหน้าแรกของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้พัฒนาจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความแปลกใหม่และทัศนคติของผู้บริโภคถึงความตั้งใจซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมของ Qin และคณะในปี 2019 ซึ่งได้พัฒนาต่อยอดจากงานวิจัยของ Howard and Gengler (2001); Unger and Kernan (1981) และ Dodds et al. (1991) ตามลำดับจากนั้นผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มจำนวนของตัวแปรสังเกตได้ให้เกิดข้อคำถามที่มากขึ้นเพื่อเพิ่มความละเอียดของมาตรวัดจนได้ข้อคำถามทั้งสิ้น 15 ข้อคำถาม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรจะใช้การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) บนตัวแบบสมการโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นโดยใช้กระบวนการสร้างสมการโครงสร้างส่วนของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factors Analysis) ซึ่งเป็นตัวแปรที่สกัดได้จากการทบทวนวรรณกรรมนำมาสร้างเป็นสมมติฐานความสัมพันธ์ จากนั้นใช้ค่าความกลมกลืนหลากหลายค่าตามเกณฑ์มาตรฐานที่ Hair และคณะได้ให้เอาไว้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสถิติวัดความสอดคล้องของโมเดลในภาพรวมของงานวิจัยและเกณฑ์ระดับความสอดคล้องตามที่ Hair และคณะ (1998) แนะนำ

Fit Indices	Recommended Value	ระดับความสอดคล้อง
CMIN/DF	<5 Loo & Thorpe (2000)	สอดคล้องดี
Goodness of Fit Index (GFI)	≥0.8 Cheng, Shih-I (2011)	สอดคล้อง
Normalised Fit Index (NFI)	≥0.9 Bentler (1999)	สอดคล้อง
Relative Fit Index (RFI)	≥0.9 Bentler (1999)	สอดคล้อง
Incremental Fit Index (IFI)	≥0.9 Bentler (1999)	สอดคล้อง
Tucker Lewis Index (TLI)	≥0.9 Bentler (1999)	สอดคล้อง
Comparative Fit Index (CFI)	≥0.9 Bentler (1999)	สอดคล้อง
Root mean square error of approximation (RMSEA)	<0.08 Hair et al (1998)	สอดคล้องพอใช้

โดยคณะผู้วิจัยจะดำเนินการทำการปรับปรุงตัวแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้ทำการเก็บตัวอย่างสำรวจจากผู้บริโภคจากนั้นผู้วิจัยทำการตรวจสอบว่าตัวแบบมีความเหมาะสม (Fit) หรือไม่ หากค่าความกลมกลืนต่าง ๆ ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ของตารางที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการปรับแก้ตัวแบบให้มีความสัมพันธ์ก่อนนำไปใช้วิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลต่อ

เมื่อคณะผู้วิจัยพบว่าตัวแบบสมการโครงสร้างอิทธิพลความแปลกใหม่ของสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) ต่อไป โดยผลการวิเคราะห์นี้จะใช้ตอบสมมติฐานงานวิจัยและใช้ในการพยากรณ์ระดับอิทธิพลระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์สถิติค่า Factor Loading ที่มีระดับสูงกว่า 0.6 (Chin, Gopal & Salisbury, 1997; Hair et al., 2006) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้วยการคำนวณค่า Composite Reliability สำหรับตัวแปรทั้งหมดซึ่งให้ผลการคำนวณดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

Latent Variables	#Items	Composite Reliability	AVE
Novelty	5	0.843	0.517
Attitude	5	0.842	0.589
Purchase Intention	5	0.852	0.610

จากตารางที่ 2 พบว่าค่า Composite Reliability ทั้งหมดอยู่ในช่วง 0.836 ถึง 0.856 ซึ่งเป็นระดับที่ยอมรับได้สำหรับค่าความสอดคล้องภายในระหว่างตัวแปร (Cronbach, 1970) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังได้ทำการตรวจสอบค่า Convergent Validity หรือค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้องของมาตรวัด พบว่าค่า Average Variance Extracted (AVE) ของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ (Latent Variables) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.506 ถึง 0.600 ซึ่งทั้งหมดสูงกว่า 0.50 แสดงให้เห็นว่ามาตรวัดโดยเฉลี่ยของแต่ละข้อคำถามมีความสามารถในการวัดค่าตัวแปรที่มีระดับความเที่ยงตรงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Fornell & Larcker, 1981)

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า CMIN/DF เท่ากับ 3.668, GFI เท่ากับ 0.890, NFI เท่ากับ 0.906, RFI เท่ากับ 0.917, IFI เท่ากับ 0.922, TLI เท่ากับ 0.906, CFI เท่ากับ 0.922 และ RMSEA เท่ากับ 0.073 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานความกลมกลืนของตัวแบบสมการโครงสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเชิงยืนยัน

ค่าความกลมกลืน	ค่าที่วิเคราะห์ได้	ค่ามาตรฐาน	วรรณกรรม
CMIN/DF	3.668	ต่ำกว่า 5	Loo & Thorpe (2000)
GFI	0.890	มากกว่าหรือเท่ากับ 0.8	Cheng, Shih-I (2011)
NFI	0.906	มากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	Bentler (1999)
RFI	0.917	มากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	Bentler (1999)
IFI	0.922	มากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	Bentler (1999)
TLI	0.906	มากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	Bentler (1999)
CFI	0.922	มากกว่าหรือเท่ากับ 0.9	Bentler (1999)
RMSEA	0.073	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08	Hair et. Al. (1998)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 “ระดับความรู้สึกแปลกใหม่ของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น” ผลการทดสอบพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.812 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 “ระดับความรู้สึกแปลกใหม่ของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น” ผลการทดสอบพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่

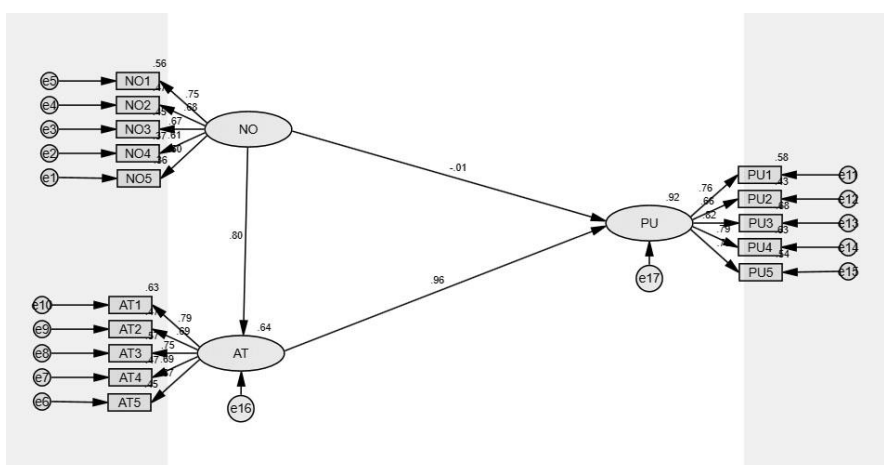


ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.946 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ -0.008 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 “ระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อระดับความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น” ผลการทดสอบพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 โดยค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของผลการทดสอบสมมติฐานแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติและค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐาน	C.R.	p-value	ผลการทดสอบ
Novelty → Attitude	9.385	0.001**	Accepted
Novelty → Purchase Intention	-0.068	0.946	Rejected
Attitude → Purchase Intention	9.138	0.001**	Accepted

จากการสร้างตัวแบบสมการโครงสร้างให้มีความเหมาะสมที่สุดทำให้ผู้วิจัยได้ตัวแบบสมการโครงสร้างตัวแบบอิทธิพลความแปลกใหม่ของสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค:กรณีศึกษาข้าวเกรียบปลาช่อนสมุนไพร ตำบลสระแจง อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงตัวแบบสมการโครงสร้างอิทธิพลความแปลกใหม่ของสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค:กรณีศึกษาข้าวเกรียบปลาช่อนสมุนไพร ตำบลสระแจง อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

สำหรับผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) ทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) พบว่าตัวแปรความแปลกใหม่มีอิทธิพลทางตรงกับทัศนคติโดยมีน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.803 ไม่มีอิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลโดยรวมคือ 0.803 ตัวแปรทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงกับความตั้งใจซื้อโดยมีน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.961 ไม่มีอิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลโดยรวมคือ 0.961 ตัวแปรชาติพันธุ์นิยมผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงกับความตั้งใจซื้อโดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ -0.05 (ไม่นัยสำคัญทางสถิติ) และมีอิทธิพลทางอ้อมกับความตั้งใจซื้อโดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.772 (ไม่นัยสำคัญทางสถิติ) อิทธิพลโดยรวมคือ 0.767 (ไม่นัยสำคัญทางสถิติ) ซึ่งนำเสนอได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์

Path Analysis	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Novelty → Attitude	0.803	-	0.803
Attitude → Purchase Intention	0.961	-	0.961
Novelty → Purchase Intention	-0.05	0.772	0.767

อภิปรายผล

ผลการวิจัยโดยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี และผลทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์จากวิธีการตัวแบบสมการโครงสร้างจากทั้ง 3 สมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 สรุปได้ว่า ระดับความรู้สึกแปลกใหม่ของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบพบว่ายอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.812 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าระดับของความรู้สึกแปลกใหม่ของสินค้ายังมีมากก็จะยิ่งทำให้ระดับทัศนคติของผู้บริโภคเพิ่มสูงมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Abdullah & Yu (2019) และงานวิจัยของ Rachbini & Agustina (2019)

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สรุปได้ว่า ระดับความรู้สึกแปลกใหม่ของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.946 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ -0.008 ซึ่งไม่สอดคล้องกับวรรณกรรมที่ได้พบทวนมา อาทิวรรณกรรมของ Choi, 2017; Powrani & Kennedy, 2018 และ Rachbini & Agustina, 2019

สาเหตุที่ผลการทดสอบสมมติฐานมีความขัดแย้งกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตเนื่องจากอาจเป็นเพราะบริบทในชุมชนและบริบทของพื้นที่ในประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกันอยู่ก่อนแล้วเป็นจำนวนมากผ่านการพยายามเพิ่มผลผลิตแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชนจากนโยบายภาครัฐทำให้ความแปลกใหม่ในเชิงการตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้นั้นไม่ได้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อโดยตรงและกลับทำให้ระดับความอยากซื้อลดลงด้วยการมองในเชิงจำเจ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 สรุปได้ว่า ระดับทัศนคติเชิงบวกของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อระดับความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการทดสอบพบว่าปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่า p-value เท่ากับ 0.001 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายิ่งระดับทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยังมีมากก็จะยิ่งทำให้เกิดความต้องการซื้อซึ่งสอดคล้องกับวรรณกรรมของ Meng & Choi (2016) ดังนั้นแล้วกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชุมชนควรดำเนินการคือเน้นที่การเพิ่มระดับความชื่นชอบและทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าข้าวเกรียบในชุมชนได้



ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาให้ละเอียดมากกว่านี้ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา เช่น ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค Gen Y หรือ Gen X หรือ เลือกศึกษาประชากรในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อที่จะได้เห็นถึงความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร เป็นต้น การกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้ละเอียดจะทำให้มีประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือมีประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการ ให้สามารถเข้าใจได้ถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่อาจส่งผลต่ออิทธิพลความแปลกใหม่ของสินค้าที่ผสมผสานด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อ ซึ่งอาจเป็นเหตุให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่เจอบนด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

เอกสารอ้างอิง

- งามพิศ สัตย์สงวน. (2558). *มานุษยวิทยากายภาพ: วิวัฒนาการทางกายภาพและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐธยาน์ ภัทรพิเศษวงศ์. (2556). *โมเดลสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานระบบโลจิสติกส์และ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Abdullah, Q. A. & Yu, J. (2019). Attitudes and Purchase Intention towards Counterfeiting Luxurious Fashion Products among Yemeni Students in China. *American Journal of Economics*, 9(2), 53-64.
- Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Test*. (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. (7th Ed.). New York: Pearson.
- Howard, D. J., & Gengler, C. (2001). Emotional contagion effects on product attitudes. *Journal of Consumer Research*, 28(2), 189-201.
- Kuo-Kuang Fan and Ying Zhou, (2020). The Influence of Traditional Cultural Resources (TCRs) on the Communication of Clothing Brands. *Sustainability*, 12(6), 2379.
- Mostaque Ahmed Zeba and Anushe Zebal. (2020). Success Factors of Local Retail Apparel Clothing Brands in a Southeast Asian Market. *International Journal of Marketing Studies*, 12(3), 52-64.

- Qin, Z., Song, Y., Tian, Y. 2019. The Impact of Product Design with Traditional Cultural Properties (TCPs) on Consumer Behavior Through Cultural Perceptions: Evidence from the Young Chinese Generation. *Sustainability*, 11(426), 1-17.
- Unger, L. S. & Kernan, J. B. 1983. On the Meaning of Leisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience. *Journal of Consumer Research*, 9(4), 381-392.

Audit Fees and Firm Performance: The Case of Thailand

Prawat Benyasrisawat

School of Accounting, Bangkok University, Thailand

E-mail: Prawat.b@bu.ac.th

Received: 2023-03-20; Revised: 2023-03-30; Accepted: 2023-03-31

Abstract

The previous studies have evidenced that firm performance is statistically related to audit fees. The higher demand of audit fees can be varied according to the complexity of firm's economic conditions. The audit fee can help to understand the firm performance. This study employs data from an emerging market to evidence the association between firm performance and audit fees. By using different measures in the investigation, empirical results show that relative to firms with lower audit fees, firms with higher audit fees are more likely to have weak financial performance. This study provides additional empirical evidence to the study that employs emerging market data.

Keywords: Audit Fee; Firm Performance; Thailand; Audit Pricing

Introduction

Audit pricing is an important research area in accounting. Researchers have sought for the effect of audit pricing on other components or vice versa, i.e. corporate governance, cost of debt and equity or firm performance. Based on prior studies that are mainly conducted in US firms, this study investigates the association between audit pricing and firm performance Thai listed firms to determine whether or not the association can be founded in non-US firms. Generally speaking, audit pricing should be driven by risks that auditors would like to take (Krishnan and Krishnan 1997). In other words, higher risks, higher audit fees. By this notion, this study views that the link between audit pricing and firm performance should be observed because the risk is varied according to firm performances. Relative to poor performance firms, good performance firms, i.e. profit-generating firms, are more likely to have lower risks. It is due to the fact that the high performance firm tends to be under the market watchdog. The market generally helps the auditor to evaluating firms' quality (i.e. Sutton, 1993; Reed et al., 2000; Lai, 2009; and Venkataraman et al., 2010). On the other hand, the loss-generating firm is more likely to have higher risks because the poor performance attracts not only the market

but also many financial statements' users, i.e. creditors concerning to loans (DeFond and Jiambalvo, 2010), competitors concerning to merger and acquisition, or the revenue department concerning to income tax collections (Tendeloo and Vanstraelen, 2008). However, ones could argue that high risks can be found in a high performance but low quality firm, i.e. its earnings are manipulated. If this is the case, this study views that 1) the auditor should be able to determine earnings management by auditing processes and 2) in the long run, earnings management should be captured by the market. Therefore, such firm is finally determined as a poor performance firm. Based on prior studies, we hypothesize that the association between firm performance and audit pricing is negative. The firm performance is measured by Q ratio and earnings and audit pricing is measured by audit fees. Based on our sample firm-years and results, we conclude that firm performance is negatively related to audit pricing.

It is consistent to the prior study. We organize this research study as follows. Next section is prior literature and hypothesis development. We explain research design in section 3. Section 4 and 5 are results and conclusions, respectively.

Prior literature and hypothesis development

Many research studies examine the relationship between audit quality and financial reporting quality. For example, Becker (1998) and Bruce et al. (2008) finds that audit quality, i.e. audit firms, is related to earnings quality. Chen et al. (2005) find the consistent result in Taiwan firms. In addition, the relationship between an audit firm and a company is associated with the quality of financial reports (Van et al., 2002). They find that a lower quality of financial reports is observed in the company with a short relationship between the audit firm and company. Prior studies suggest that audit fees and litigation risk are indicative of audit quality. For example, Tendeloo and Vanstraelen (2008) examine the relationship between auditors and European firms. They find that auditors pay more attentions to earnings manipulations in the regime that firms' financial statements are required to align with tax authorities. Hoitash et al. (2007) find that audit quality measured by audit independence is negatively associated with audit fees. The finding suggests that audit quality is influenced by effort and risk-adjusted fees. However, Larcker and Richardson (2004) suggest that firm reputation affects auditor behavior, allowing large firms with weak governance to engage in high accrual numbers with lower audit fees. Consistent with Larcker and Richardson (2004), Lawrence et al. (2011) suggest that client characteristics are related to audit quality performed by either Big Four or non-Big Four audit firms. On the other hand, Choi et al. (2010) find that unlike negative abnormal

audit fees, positive abnormal audit fees impair audit quality. Venkataraman et al. (2010) reveal that audit fees are higher in a higher-litigation environment, but Hope and Langli (2010) find that audit quality, i.e. independence, is not depended on audit fees even though it is under low litigation risk environment. Those prior studies suggest that audit quality, audit fee and audit environment are important aspects for the research area in auditing. Additionally, many research studies suggest that audit fee is more likely to be priced by business risk (Lyon and Maher, 2005), litigation risk (Seetharaman et al., 2002), financial reporting risk (Charles et al., 2010), or client integrity (Beaulieu, 2001). However, Bell et al. (2001) suggest that business risk increases audit hours but not audit fees. From those prior studies, the investigation between audit fees and firm performance is rare. The link between audit fees and firm performance are driven by business risk. The higher business risk results in the lower firm performance. As suggested by Lawrence et al. (2009), they conclude that enterprise risk management is significantly positively associated with firm performance. By these reasons, this study suggests that a lower risk firm leading to the lower audit fee has the higher firm performance. Therefore, the relationship between audit fee and firm performance should be negative. We hypothesize as follows.

H₁: The audit fee is negatively associated with firm performance.

Research design

Data

The initial sample firms are chosen from all non-financial firms listed on the Stock Exchange of Thailand (SET) during 2007 – 2011. Audit fees are obtained from the Form-56-1 required by the Securities and Exchange Commission of Thailand. Other financial data and share prices are obtained from SET Market Analysis and Reporting Tool (SETSMART) provided by SET. Base on the analysis in this study, there are 1,399 out of 2,672 firm-year observations across 24 business sectors according to SET. However, one of the business sectors includes the companies under rehabilitation, that those firms are suspended from share trading activities until they can recover their financial performances. The total market capitalization of the sample firm is 63.04 per cent of the total market capitalization of all sectors. Table 1 presents the distribution of sample firms across business sectors and market capitalization.

Table 1 A Number of Observations*Panel A* Firm-year observations across business sectors

Sector	Firm-Year Observations					Total
	2007	2008	2009	2010	2011	
1. Agribusiness	10	12	11	11	10	54
2. Automotive	15	16	18	15	12	76
3. Commerce	11	13	13	13	12	62
4. Construction Material	13	14	13	13	12	65
5. Electronic Components	8	8	10	10	9	45
6. Energy and Utilities	12	17	17	19	16	81
7. Fashion	14	16	19	19	17	85
8. Food and Beverage	18	21	22	20	20	101
9. Health Care Services	9	11	10	11	10	51
10. Home and Office Products	4	4	4	5	4	21
11. Industrial Material and Machinery	6	6	5	5	6	28
12. Information and Communication Technology	16	20	22	22	20	100
13. Media and Publishing	12	14	17	17	16	76
14. Mining	1	1	1	1	1	5
15. Packaging	8	7	7	8	7	37
16. Paper and Printing Materials	1	2	2	2	2	9
17. Personal Products and Pharmaceuticals	3	3	4	4	4	18
18. Petrochemicals and Chemicals	10	10	9	9	9	47
19. Professional Services	2	3	3	3	3	14
20. Property Development	31	40	42	43	42	198
21. Steel	15	22	22	21	22	102
22. Tourism and Leisure	9	9	9	8	7	42
23. Transportation and Logistics	11	12	12	14	10	59
24. Companies Under Rehabilitation	1	3	5	8	6	23
Total Sample firms	240	284	297	301	277	1,399
Total Listed Firms	546	520	531	536	539	2,672



Panel B Market capitalizations

Year	TOTAL MARKET (Millions)	SAMPLE (Millions)	%
2007	6,635,000	3,980,000	59.98
2008	3,568,000	2,280,000	63.90
2009	5,873,000	3,820,000	65.04
2010	8,335,000	5,500,000	65.99
2011	8,408,000	5,110,000	60.78
Total	32,819,000	20,690,000	63.04

Firm performance and audit pricing

We determine the association of firm performance and audit pricing by regressing firm performance on audit fees and control variables. Following the prior literature, firm performance is determined by Q ratio (Q) and earnings per share (EPS). Audit pricing includes audit fees (AUDFEE), audit firm (AUDIT) and special and other fees (OTHFEE). The control variables consist of debt (DE), growth (GRW) and size (SIZE). We include debt as a control variable because it is more likely that a high-debt firm tends to improve their performance aggressively to respond their creditor monitoring. We measure a growth of firm in terms of the market perspective by using a market to book ratio. We use firm's total assets to measure the firm size. We employ OLS business sector fixed effects with robust standard error to estimate the coefficients. The testable regressions are as follows.

$$Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{AUDFEE}_{it} + \beta_2 \text{AUDIT}_{it} + \beta_3 \text{OTHFEE}_{it} + \beta_4 \text{DE}_{it} + \beta_5 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it} \quad (1)$$

$$\text{EPS}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{AUDFEE}_{it} + \alpha_2 \text{AUDIT}_{it} + \alpha_3 \text{OTHFEE}_{it} + \alpha_4 \text{GRW}_{it} + \alpha_5 \text{DE}_{it} + \alpha_6 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

where Q_{it} is the natural logarithm of the ratio of the total market value to asset for firm i at year t ; EPS_{it} is earnings per share divided by closing share prices for firm i at year t ; AUDFEE_{it} is the natural logarithm of audit fees for firm i at year t ; AUDIT_{it} is a dummy variable equal to 1 if the auditor is in big 4 firms and 0 otherwise for firm i at year t ; OTHFEE_{it} is a dummy variable equal to 1 if firms hire an auditor to perform special or other audits and 0 otherwise for firm i at year t ; GRW_{it} is the market to book value for firm i at year t ; DE_{it} is debt to equity ratio for firm i at year t and SIZE_{it} is the natural logarithm of total asset for firm i at year t . The primary interest of this analysis is the coefficient of AUDFEE and it is expected to

be negative. Its negative sign indicates the lower audit pricing when the firm performance is higher. The sign of the other coefficients is not determined.

Results

Descriptive statistics

Table 2 presents descriptive statistics for each variable. We include the companies under rehabilitation to generalize the analysis. The sample firms have a high variation of debt to equity ratio. However, there are 4 (48) from 1,399 sample firm-year observations having 100 (5) times of debt to equity. Spearman and Pearson correlations are presented in Table 3. The result shows that the correlation between firm performance measured by both Q and EPS and audit fees measured by AUDFEE is negative but not statistically significant. The audit fee and firm size are significantly correlated.

Table 2 Descriptive Statistics

Variable	Mean	SD	MAX	Median	MIN	N
Q	6.258	0.884	9.120	6.299	1.967	1399
EPS	0.0117	0.415	1.542	0.079	-7.433	1363
AUDFEE	14.372	0.863	17.765	14.221	12.346	1399
AUDIT	0.536	0.499	1	1	0	1399
OTHFEE	0.327	0.470	1	0	0	1399
GRW	1.725	8.036	291.26	1.02	0.12	1363
DE	7.282	198.129	7395.12	0.820	0	1399
SIZE	15.260	1.449	21.061	14.986	11.539	1399

Q is the natural logarithm of the ratio of the total market value to asset; EPS is earnings per share divided by closing share prices; AUDFEE is the natural logarithm of audit fees; AUDIT is a dummy variable equal to 1 if the auditor is in big-4 firms and 0 otherwise; OTHFEE is a dummy variable equal to 1 if firms hire an auditor to perform special or other audits and 0 otherwise; GRW is the market to book value; DE is debt to equity ratio and SIZE is the natural logarithm of total asset; SD is standard deviation and N is a number of observations.



Table 3 Correlations: Spearman and Pearson are presented on the above and below diagonals, respectively. p values are in italics.

VARIABLES	Q	EPS	AUDFEE	AUDIT	OTHFEE	DE	SIZE	GRW
Q		0.073 <i>0.007</i>	-0.014 <i>0.599</i>	0.107 <i>0.000</i>	0.052 <i>0.055</i>	-0.378 <i>0.000</i>	-0.012 <i>0.649</i>	0.815 <i>0.000</i>
EPS	0.277 <i>0.000</i>		-0.042 <i>0.117</i>	0.066 <i>0.015</i>	0.043 <i>0.116</i>	-0.188 <i>0.000</i>	0.061 <i>0.024</i>	-0.013 <i>0.636</i>
AUDFEE	- <i>0.688</i>	- <i>0.674</i>		0.387 <i>0.000</i>	0.164 <i>0.000</i>	0.294 <i>0.000</i>	0.679 <i>0.000</i>	0.137 <i>0.000</i>
AUDIT	0.100 <i>0.000</i>	0.110 <i>0.000</i>	0.367 <i>0.000</i>		0.066 <i>0.015</i>	0.039 <i>0.153</i>	0.342 <i>0.000</i>	0.120 <i>0.000</i>
OTHFEE	0.053 <i>0.050</i>	0.072 <i>0.008</i>	0.182 <i>0.000</i>	0.066 <i>0.015</i>		-0.020 <i>0.455</i>	0.191 <i>0.000</i>	0.062 <i>0.023</i>
DE	- <i>0.010</i>	- <i>0.000</i>	-0.001 <i>0.967</i>	-0.033 <i>0.221</i>	-0.020 <i>0.452</i>		0.292 <i>0.000</i>	0.137 <i>0.000</i>
SIZE	- <i>0.984</i>	0.064 <i>0.018</i>	0.705 <i>0.000</i>	0.308 <i>0.000</i>	0.189 <i>0.000</i>	0.015 <i>0.572</i>		0.138 <i>0.000</i>
GRW	0.130 <i>0.000</i>	- <i>0.918</i>	0.015 <i>0.576</i>	-0.024 <i>0.371</i>	-0.010 <i>0.708</i>	0.026 <i>0.337</i>	-0.017 <i>0.530</i>	

Q is the natural logarithm of the ratio of the total market value to asset; EPS is earnings per share divided by closing share prices; AUDFEE is the natural logarithm of audit fees; AUDIT is a dummy variable equal to 1 if the auditor is in big-4 firms and 0 otherwise; OTHFEE is a dummy variable equal to 1 if firms hire an auditor to perform special or other audits and 0 otherwise; GRW is the market to book value; DE is debt to equity ratio and SIZE is the natural logarithm of total asset.

Table 4 Main Results:- regressing firm performance on audit fees and auditing firms. OLS with sector fixed effects and robust standard errors are employed for the regression estimation.

Panel A

$$Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{AUDFEE}_{it} + \beta_2 \text{AUDIT}_{it} + \beta_3 \text{OTHFEE}_{it} + \beta_4 \text{DE}_{it} + \beta_5 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it}$$

Var.	Coef.	t value	p value
β_0	7.380	18.270	0.000
β_1	-0.091	-2.390	0.017
β_2	0.134	2.800	0.005
β_3	0.099	2.120	0.034
β_4	-0.000	-8.720	0.000

Var.	Coef.	<i>t value</i>	<i>p value</i>
β_1	0.005	0.220	0.823
Adj. R ²	0.18		
F-test	21.30		
N	1399		

Panel B

$$\text{EPS}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{AUDFEE}_{it} + \alpha_2 \text{AUDIT}_{it} + \alpha_3 \text{OTHFEE}_{it} + \alpha_4 \text{GRW}_{it} + \alpha_5 \text{DE}_{it} + \alpha_6 \text{SIZE}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Var.	Coef.	<i>t value</i>	<i>p value</i>
α_0	0.409	2.050	0.041
α_1	-0.076	-3.450	0.001
α_2	0.089	3.620	0.000
α_3	0.057	2.790	0.005
α_4	0.000	0.420	0.672
α_5	-0.000	-9.420	0.000
α_6	0.041	3.550	0.000
Adj. R ²	0.06		
F-test	17.62		
N	1363		

Q is the natural logarithm of the ratio of the total market value to asset; EPS is earnings per share divided by closing share prices; AUDFEE is the natural logarithm of audit fees; AUDIT is a dummy variable equal to 1 if the auditor is in big-4 firms and 0 otherwise; OTHFEE is a dummy variable equal to 1 if firms hire an auditor to perform special or other audits and 0 otherwise; GRW is the market to book value; DE is debt to equity ratio and SIZE is the natural logarithm of total asset; SD is standard deviation and N is a number of observations.

Result of firm performance and audit pricing

Table 4 presents the association between firm performance and audit pricing. In Panel A, the firm performance is measured by Q ratio. The coefficient of AUDFEE (β_1) is negative and significant, suggesting that the higher firm performance, the lower audit fee. The coefficient of AUDITOR (β_2) is positive and significant, suggesting that relative to non-big-4, big-

4 auditing firms are more likely to be hired by high performance firms. As measured by β_3 that is positive and significant, high performance firms tend to hire auditing firms to perform other services than financial audits. Table 4 Panel B presents the analysis when the firm performance is measured by earnings per share divided by share prices. Company growth (GRW) measured by the share price to book value is included as an additional control variable. The results shown in Panel A and B are consistent that the association between firm performance and audit fees is negative and significant, and high performances firms are more likely to hire big-4 auditing firms and use services other than financial audits.

Table 4 Main Results:- regressing firm performance on audit fees and auditing firms. OLS with sector fixed effects and robust standard errors are employed for the regression estimation.

Panel A

$$Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{AUDFEE}_{it} + \beta_2 \text{AUDIT}_{it} + \beta_3 \text{OTHFEE}_{it} + \beta_4 \text{DE}_{it} + \beta_5 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it}$$

Var.	Coef.	<i>t value</i>	<i>p value</i>
β_0	7.380	18.270	0.000
β_1	-0.091	-2.390	0.017
β_2	0.134	2.800	0.005
β_3	0.099	2.120	0.034
β_4	-0.000	-8.720	0.000
β_5	0.005	0.220	0.823
Adj. R ²	0.18		
F-test	21.30		
N	1399		

Panel B

$$\text{EPS}_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{AUDFEE}_{it} + \alpha_2 \text{AUDIT}_{it} + \alpha_3 \text{OTHFEE}_{it} + \alpha_4 \text{GRW}_{it} + \alpha_5 \text{DE}_{it} + \alpha_6 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it}$$

Var.	Coef.	<i>t value</i>	<i>p value</i>
α_0	0.409	2.050	0.041
α_1	-0.076	-3.450	0.001
α_2	0.089	3.620	0.000
α_3	0.057	2.790	0.005

α_4	0.000	0.420	0.672
α_5	-0.000	-9.420	0.000
α_6	0.041	3.550	0.000
Adj. R^2	0.06		
F-test	17.62		
N	1363		

Q is the natural logarithm of the ratio of the total market value to asset; EPS is earnings per share divided by closing share prices; AUDFEE is the natural logarithm of audit fees; AUDIT is a dummy variable equal to 1 if the auditor is in big-4 firms and 0 otherwise; OTHFEE is a dummy variable equal to 1 if firms hire an auditor to perform special or other audits and 0 otherwise; GRW is the market to book value; DE is debt to equity ratio and SIZE is the natural logarithm of total asset; SD is standard deviation and N is a number of observations.

Additional tests

We further investigate the association between firm performance and audit pricing. We employ the change model as presented in Table 5. The expected sign of coefficient of Δ AUDFEE is negative. The result in Panel A reveals that the change in firm performance measured by Q ratio is significantly negatively correlated with the change in audit fees. This suggests that the lower firm performance, the higher audit fee. The result remains unchanged when the firm performance is measured by earnings per share, as presented in Panel B. However, the explanatory power is lower when using the change model. Other than the change model, we perform several analyses to confirm the main results but those additional results are available upon request. First, we repeat the analysis in equation 2 by using return of assets (ROA) and return of equity (ROE) as firm performance measures. Second, we exclude DE from the analysis and estimate equation 1 and 2 with the sample firms that their debt to equity ratio is less than 10 times. Next, we exclude 23 firms under rehabilitations because those firms are not active in share trading activity. Those results remain qualitatively unchanged.



Table 5 Additional Results:- regressing changes in firm performance on changes in audit fees and auditing firms.

OLS with sector fixed effects and robust standard errors are employed for the regression estimation.

Panel A

$$\Delta Q_{it} = \theta_0 + \theta_1 \Delta \text{AUDFEE}_{it} + \theta_2 \text{AUDIT}_{it} + \theta_3 \text{OTHFEE}_{it} + \theta_4 \text{DE}_{it} + \theta_5 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it}$$

Var.	Coef.	<i>t value</i>	<i>p value</i>
θ_0	0.133	0.590	0.555
θ_1	-0.455	-4.910	0.000
θ_2	0.025	0.590	0.555
θ_3	0.002	0.060	0.951
θ_4	-0.000	-6.010	0.000
θ_5	-0.007	-0.480	0.634
Adj. R^2	0.03		
F-test	13.60 ($p = 0.000$)		
N	1080		

Panel B

$$\Delta \text{EPS}_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 \Delta \text{AUDFEE}_{it} + \gamma_2 \text{AUDIT}_{it} + \gamma_3 \text{OTHFEE}_{it} + \gamma_4 \text{GRW}_{it} + \gamma_5 \text{DE}_{it} + \gamma_6 \text{SIZE}_{it} + \epsilon_{it}$$

Var.	Coef.	<i>t value</i>	<i>p value</i>
γ_0	0.186	0.940	0.348
γ_1	-0.132	-1.900	0.058
γ_2	0.074	1.680	0.094
γ_3	0.003	0.110	0.912
γ_4	0.002	2.230	0.026
γ_5	-0.000	-2.400	0.017
γ_6	-0.015	-1.160	0.245
Adj. R^2	-0.01		

F-test	3.84 ($p = 0.001$)
N	1044

ΔQ is the change in the natural logarithm of the ratio of the total market value to total asset; ΔEPS is the change in earnings per share divided by closing share prices; $\Delta AUDFEE$ is the change in the natural logarithm of audit fees; AUDIT is a dummy variable equal to 1 if the auditor is in big 4 firms and 0 otherwise; OTHFEE is a dummy variable equal to 1 if firms hire an auditor to perform special or other audits and 0 otherwise; GRW is the market to book value; DE is debt to equity ratio and SIZE is the natural logarithm of total asset and N is a number of observations.

Conclusions and Discussion

The firm performance investigation has been widely explored in different aspects. One of those aspects is to investigation firm performance through the audit process. It has been evidenced by previous studies that the complexity of firm performance is critical factor for audit process leading to the requirement of higher audit fees. This study is to confirm if audit fees are reasonable indicators for firm economic conditions. Based on non-US data, the estimation's result with fixed effects and control variables provides empirical evidence on the relationship between firm performance and audit fees. Our hypothesis is not rejected that the negative relationship between firm performance and audit fees has been observed in Thai settings. This research has some limitations. First, this research employs only two firm performance variables for the estimation. A more varieties of firm performance estimations may be used and they probably provide different results. Some relevant variables may be left out in this study. And, the use of different estimation methods to account for the relationship between firm performance and audit fees may help to better understand such relationship. On account of the limitations, further research on this relationship is needed. For example, disaggregated items can be applied. The future research probably employs audit service fees, special audit fees, or consulting fees paid to the audit firm. In addition, the different estimation method may be used to provide more empirical results. However, this study provides initial grounds on the firm performance perspective of the indicated relationship in an emerging market.

References

- Beaulieu, P.R. (2001). The Effects of Judgments of New Clients' Integrity upon Risk Judgments, Audit Evidence, and Fees. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 20(2), 85-99.
- Becker, C.L. (1998). The Effect of Audit Quality on Earnings Management. *Contemporary Accounting Research*, 15(1), 1–24.
- Bell, T.B., Landsman, W.R. and Shackelford, D.A. (2001). Auditors' Perceived Business Risk and Audit Fees: Analysis and Evidence. *Journal of Accounting Research*, 39(1), 35–43.
- Bruce, K. B., Jong-Hag Choi, and Kang, T. (2008). Audit Quality and Properties of Analyst Earnings Forecasts. *The Accounting Review*, 83(2), 327-349.
- Charles, S.L., Glover, S.M. and Sharp, N.Y. (2010). The Association between Financial Reporting Risk and Audit Fees before and after the Historic Events Surrounding SOX. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 29(1), 15-39.
- Chen, K.Y., Kuen-Lin Lin and Zhou, J. (2005). Audit quality and earnings management for Taiwan IPO firms. *Managerial Auditing Journal*, 20(1), 86 – 104.
- DeFond, M.L. and Jiambalvo, J. (2010). Factors Related to Auditor-Client Disagreements over Income-Increasing Accounting Methods. *Contemporary Accounting Research*, 9(2), 415–431.
- Hoitash, R., Markelevich, A. and Barragato, C.A. (2007). Auditor fees and audit quality. *Managerial Auditing Journal*, 22(8), 761-786.
- Hope, O.K. and Langli, J.C. (2010). Auditor Independence in a Private Firm and Low Litigation Risk Setting. *The Accounting Review*, 85(2), 573-605.
- Krishnan, J. and Krishnan, J. (1997). Litigation Risk and Auditor Resignations. *The Accounting Review*, 72(4), 539-560.
- Lai, K.W. (2009). Does audit quality matter more for firms with high investment opportunities?. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(1), 33–50.
- Larcker, D.F. and Richardson, S.A. (2004). Fees Paid to Audit Firms, Accrual Choices, and Corporate Governance. *Journal of Accounting Research*, 42(3), 625–658.
- Lawrence, G.A., Loeb, M.P. and Chih-Yang, T.. (2011). Enterprise risk management and firm performance: A contingency perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 301–327.
- Lawrence, A., Miguel, M.M. and Zhang, P. (2011). Can Big 4 versus Non-Big 4 Differences in Audit-Quality Proxies Be Attributed to Client Characteristics?. *The Accounting Review*, 86(1), 259-286.

- Lyon, J.D. and Maher, M.W. (2005). The Importance of Business Risk in Setting Audit Fees: Evidence from Cases of Client Misconduct. *Journal of Accounting Research*, 43(1), 133–151.
- Reed, B.J., Trombley, M.A. and Dhaliwal, D.S. (2000). Demand for Audit Quality: The Case of Laventhol and Horwath's Auditees. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 15(2), 183-198.
- Seetharaman, A., Gul, F.A. and Lynn, S.G. (2002). Litigation risk and audit fees: evidence from UK firms cross-listed on US markets. *Journal of Accounting and Economics*, 33(1), 91-115.
- Sutton, S.G. (1993). Toward an Understanding of the Factors Affecting the Quality of the Audit Process. *Decision Sciences*, 24(1), 88–105.
- Tendeloo, B.V. and Vanstraelen, A. (2008). Earnings Management and Audit Quality in Europe: Evidence from the Private Client Segment Market. *European Accounting Review. Taylor and Francis Journals*, 17(3), 447-469.
- Van, E. J., Inder, K.I. and Kenneth, R.J. (2002). Audit-Firm Tenure and the Quality of Financial Reports. *Contemporary Accounting Research*, 19(4), 637–660.
- Venkataraman, R., Weber, J.P. and Willenborg, M. (2010). Litigation Risk, Audit Quality, and Audit Fees: Evidence from Initial Public Offerings. *The Accounting Review*, 83(5), 1315-1345.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ
ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย
Factors Affecting Working Capital Management and Firm's Performance of
Small and Medium Enterprises, Food Industries in Thailand

ณรรดา แก้วทรัพย์¹ และ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์²

Narada Kaewsup¹ and Natsapan Paopun²

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม^{1,2}

Graduate College of Management, Sripatum University, Thailand^{1,2}

E-mail Narada_Kaewsup@yahoo.com¹

Received: 2023-03-03; Revised: 2023-03-30; Accepted: 2023-03-31

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ และ 3) สร้างแบบจำลองของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสาน ประชากรคือ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้ตัวอย่างขนาด 500 ตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยด้าน การควบคุมภายใน สมรรถนะทางการเงินและบัญชี และการกำกับดูแลกิจการ ส่งผลและมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ.05 ด้วยน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.36 0.27 และ 0.21 ตามลำดับ 2) การควบคุมภายในสมรรถนะทางการเงินและบัญชี การกำกับดูแลกิจการ และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ส่งผลและมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ของกิจการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 ด้วยน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.16 0.22 0.40 และ 0.27 ตามลำดับ และ 3) ได้แบบจำลองของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการที่เหมาะสม

คำสำคัญ: การบริหารเงินทุนหมุนเวียน, การควบคุมภายใน, สมรรถนะด้านการเงินและบัญชี, ผลการดำเนินงาน, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The objectives of this research were to 1) factors affecting working capital management and firm's performance, 2) study the influence of factors affecting working capital management and firm's performance, 3) creating a model that affect working capital management and firm's performance in small and medium enterprises food industry in Bangkok and vicinity by employ a mixed study method. The population was food industry, small and medium enterprises, a sample size of 500 was used by a multistage random sampling method by stratified sampling collected data questionnaire. The statistics used in the study consisted of frequency percentage, mean, standard deviation and Structural Correlation Analysis (SEM).

The results of the research showed that factors which have a positive influence on the management of working capital of small and medium enterprises in the food industry significantly at the 0.05 level are 1) Internal Control (ICO), Financial and Accounting Competencies (FAC). and Corporate Governance (CGO) influence of 0.36, 0.27 and 0.21 respectively. 2) Factors which have a positive direct effect on the firm's performance of small and medium enterprises in the food industry significantly at the .05 level are Internal Control (ICO), Financial and Accounting Competencies (FAC), Corporate Governance (CGO), and Working Capital Management influence of 0.16, 0.22, 0.40 and 0.27 respectively. 3) The suitable model of factors affecting working capital management and business performance are presented

Keywords: Working Capital Management, Internal Control, Financial and Accounting Competence, Small and Medium Enterprises, Corporate Governance and Firm's Performance

บทนำ

เงินทุนหมุนเวียนมีบทบาทที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจ สามารถชี้วัดถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการบริหารกิจการ ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการด้านการผลิต การขาย การบริหารบุคลากร และการบริหารเงินของกิจการ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารกิจการให้เติบโต เงินทุนหมุนเวียนเป็นสัญญาณสภาพคล่องของผู้ประกอบการ การบริหารเงินทุนที่เหมาะสมสามารถบริหารภาระหนี้สินได้ เพื่อให้การดำเนินกิจการเป็นไปได้อย่างต่อเนื่องและมีโอกาสในการนำเงินทุนนั้นกลับไปใช้ในการดำเนินงานได้มาก

ผู้ประกอบการในประเทศไทย ร้อยละ 95 คือผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องการบริหารเงินทุนหมุนเวียน โดยเงินทุนจะจมอยู่ในลูกหนี้การค้า สินค้าคงคลัง และทรัพย์สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ รวมถึงการนำเงินไปใช้ส่วนตัว การมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ



เป็นหลักประกันในการบริหารธุรกิจให้ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ผลการดำเนินงานขาดทุน แต่หากมีเงินทุนหมุนเวียนที่คล่องตัว กิจการก็มีโอกาสที่จะฟื้นตัวได้

ทุกกิจการต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะได้รับผลกระทบมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ จึงควรเตรียมความพร้อมของเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอ เนื่องจากกลยุทธ์การตอบสนองและความยืดหยุ่นของ SMEs นั้นแตกต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ เช่น ถูกบังคับให้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานในระยะเวลาที่กระชั้นชิดโดยไม่ได้ตั้งใจ ข้อจำกัดในการเข้าหาแหล่งเงินทุน เป็นเหตุให้ SMEs ต้องเตรียมพร้อมอยู่เสมอในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Ikmal Adian, Djeneba Doumbia, Neil Gregory, Alexandros Ragoussis, Aarti Reddy and Jonathan Timmis , 2020) รวมถึง SMEs มีส่วนสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้ เป็นพื้นฐานในการพัฒนาธุรกิจขนาดใหญ่ของประเทศโดยเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนทางเศรษฐกิจของประเทศ หากภาคเศรษฐกิจของธุรกิจ SMEs เติบโตได้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่แท้จริง (Real Sector) ของประเทศก็จะอยู่รอดได้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นการศึกษาในผู้ประกอบการ SMEs ที่จดทะเบียนนิติบุคคลที่ประกอบกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร เนื่องจากมีส่วนสำคัญในสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย เชื่อมโยงไปยังเศรษฐกิจฐานรากของประเทศคือการทำเกษตรกรรม โดยประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารให้กับหลายประเทศ ในปี 2562 มีมูลค่าการส่งออกอาหารอยู่อันดับที่ 11 ของโลก ด้วยมูลค่าการส่งออกรวม 1.007 ล้านล้านบาท ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2563 การส่งออกกลุ่มสินค้าอาหารเติบโตถึง 4.5% (YoY) ถึงแม้ทั่วโลกกำลังเผชิญสภาวะเศรษฐกิจจากวิกฤติโควิด-19 SMEs อุตสาหกรรมอาหาร มีบทบาทสำคัญ แต่กลับรับผลกระทบได้ง่ายกว่าบริษัทขนาดใหญ่ เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการรับการสนับสนุนจากภาครัฐ

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทางผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียน จึงเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาและทำการวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยทำการศึกษาในอุตสาหกรรมอาหาร ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่เป็นเขตอุตสาหกรรม มีกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอและเหมาะสมในงานวิจัยนี้ ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย” เพื่อพัฒนาการบริหารเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งสามารถนำผลการศึกษาไปยังผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเป็นข้อมูลช่วยในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

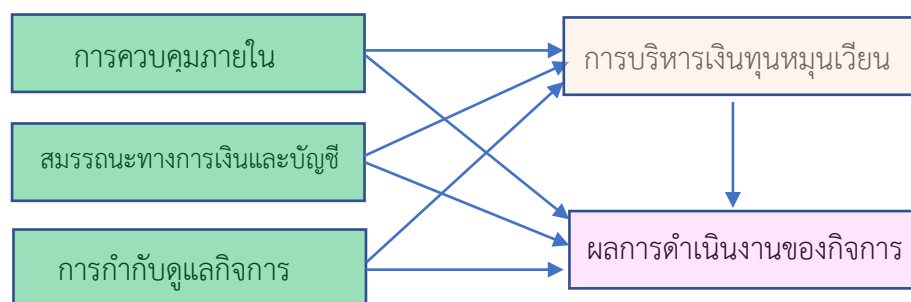
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย

3. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยที่ส่งผลการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและ ผลการดำเนินงานของกิจการ โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยทั้งในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ โดยรูปแบบที่ได้พัฒนามาจาก การควบคุมภายใน สมรรถนะทางการเงินและบัญชี การกำกับดูแลกิจการ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และผลการดำเนินงานของกิจการ จากการสังเคราะห์หัวข้อต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Method Research) การศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างเป็นตัวแบบสมการโครงสร้าง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร” และการศึกษาเชิงปริมาณโดยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 15,375 ราย โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย ตามการคำนวณกรณีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ (Structural Equation Modeling: SEM) และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิจาก 3 กลุ่มประชากรได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร การผลิตเครื่องดื่ม และการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 150, 50 และ 300 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างจากกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์และคำถามงานวิจัยโดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านมีค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (IOC) ทุกข้อมากกว่า 0.50 และความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างแบบแอลฟา (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.978 ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 5 ข้อ และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานจำนวน 5 ด้านได้แก่ การควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) การกำกับดูแลกิจการ (CGO) การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) และผลการดำเนินงานของกิจการ (FPER) จำนวน 111 ข้อ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับปัจจัย มี 5 ระดับ ตามแบบของ Likert' Scale (Likert, 1932)

การเก็บข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2564 ถึงเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 โดยทำสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ ให้กับผู้แทนผู้ให้ข้อมูลแทนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดการการเงิน ผู้จัดการบัญชี ในอุตสาหกรรมอาหาร จังหวัด กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ จำนวน 500 ราย

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ

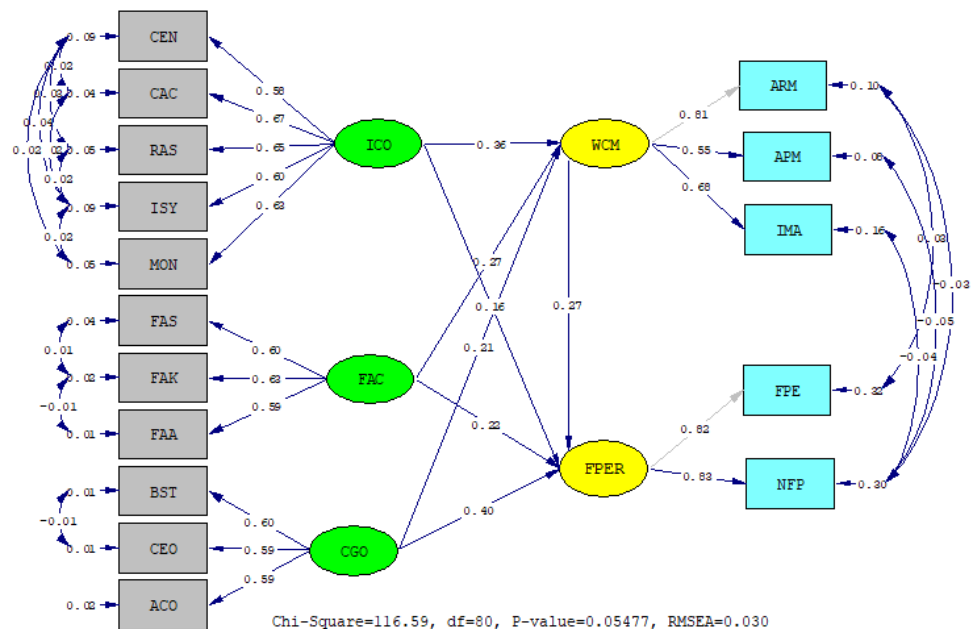
การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติ ร้อยละความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบาย ระดับ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ได้แก่ การควบคุมภายใน สมรรถนะทางการเงินและบัญชี การกำกับดูแลกิจการ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และผลการดำเนินงานของกิจการ

2. ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) วิเคราะห์ตัวแบบ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อหาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการทั้งทางตรงและทางอ้อม

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการ ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยค่าดัชนีชี้วัด $\chi^2/df = 1.710$, CFI = 1.000, GFI = 0.970, AGFI = 0.950, RMSEA = 0.030 และ SRMR = 0.013 ได้ค่าน้ำหนักอิทธิพลและค่าสถิติได้ดังภาพที่ 2 และตารางที่ 1



ภาพที่ 2 แสดงโมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและผลการดำเนินงานของกิจการฯ

ตารางที่ 1 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสถิติปัจจัยที่ส่งผลต่อการ บริหารเงินทุนหมุนเวียน และผลการดำเนินงานของกิจการ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ					
	b	beta	SE	t	R ²	สัมประสิทธิ์คะแนน องค์ประกอบ
การควบคุมภายใน(ICO)						
สภาพแวดล้อมควบคุม (CEN)	0.58	0.89	0.023	24.85	0.79	-0.15
กิจกรรมควบคุม (CAC)	0.67	0.96	0.023	28.86	0.92	0.58
การประเมินความเสี่ยง (RAS)	0.65	0.95	0.023	28.33	0.90	0.51
สารสนเทศและการสื่อสาร (ISY)	0.60	0.90	0.024	25.14	0.81	-0.12
การติดตาม (MON)	0.63	0.95	0.022	28.29	0.90	0.49
สมรรถนะทางการเงิน และบัญชี(FAC)						
ทักษะด้านการเงินและบัญชี (FAS)	0.60	0.95	0.021	28.67	0.91	0.01
ความรู้ด้านการเงินและบัญชี (FAK)	0.63	0.97	0.021	29.48	0.95	0.54
ทัศนคติด้านการเงินและบัญชี (FAA)	0.59	0.99	0.019	30.72	0.98	1.04
การกำกับดูแลกิจการ(CGO)						
คณะกรรมการบริหาร (BST)	0.60	0.99	0.019	30.93	0.98	0.87
ประธานบริหารสูงสุด (CEO)	0.59	0.99	0.019	30.67	0.97	0.71



ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ					
	b	beta	SE	t	R ²	สัมประสิทธิ์คะแนน องค์ประกอบ
คณะกรรมการตรวจสอบ (ACO)	0.59	0.98	0.020	30.11	0.95	0.09
WCM = 0.36(ICO)+0.27(FAC)+0.21(CGO) , R ² = 0.65						
การบริหารลูกหนี้การค้า (ARM)	0.81	0.93	-	-	0.87	0.47
การบริหารเจ้าหนี้การค้า(APM)	0.55	0.89	0.018	30.90	0.78	0.45
การบริหารสินค้าคงเหลือ(IMA)	0.68	0.86	0.024	28.92	0.74	0.27
FPER = 0.27(WCM)+0.16*ICO+0.22(FAC)+0.40(CGO) , R ² = 0.96						
ผลการดำเนินงานทางการเงิน (FPE)	0.82	0.82	-	-	0.67	0.09
ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (NFP)	0.83	0.83	0.037	22.43	0.70	0.15
$\chi^2/df = 1.710$, CFI = 1.000, GFI = 0.970, AGFI = 0.950, RMSEA = 0.030 , SRMR = 0.013						

จากภาพที่ 2 พบว่า การควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) และการกำกับดูแลกิจการ (CGO) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) และผลการดำเนินงานของกิจการ (FPER) มีค่า P-value เท่ากับ 0.05477 ได้แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) และผลการดำเนินงานของกิจการ(FPER) สอดคล้องกับกรอบการวิจัย สามารถอธิบายอิทธิพลและน้ำหนักของตัวแปรสังเกตได้ ดังนี้

องค์ประกอบการบริหารเงินทุนหมุนเวียน(WCM)

การควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) และ การกำกับดูแลกิจการ (CGO) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) ได้ร้อยละ 65.0 การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ.05 จาก การควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) และ การกำกับดูแลกิจการ (CGO)โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.36 และ 0.27 และ 0.21 ตามลำดับ เขียนเป็นโมเดลได้ดังนี้

$$WCM = 0.36(ICO) + 0.27(FAC) + 0.21(CGO)$$

องค์ประกอบผลการดำเนินงานของกิจการ(FPER)

การควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) การกำกับดูแลกิจการ (CGO) และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของกิจการ (FPER) ได้ร้อยละ 96.0 ผลการดำเนินงานของกิจการ (FPER) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ.05 จาก การควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) การกำกับดูแลกิจการ (CGO) และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.16 0.22 0.40 และ 0.27 ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลการดำเนินงานของกิจการ (FPER) ยังได้รับ อิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ

.05 จากการควบคุมภายใน (ICO) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) การกำกับดูแลกิจการ (CGO) ผ่านการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.10 0.07 และ 0.06 ตามลำดับ เขียนเป็นโมเดลได้ดังนี้

$$FPER = 0.27(WCM) + 0.16(ICO) + 0.22(FAC) + 0.40(CGO)$$

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้

1) การควบคุมภายใน (ICO) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการควบคุมภายใน (ICO) พบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้การควบคุมภายใน (ICO) ได้แก่ ด้านกิจกรรมควบคุม (CAC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.67 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ระดับการควบคุมภายใน (ICO) ร้อยละ 92.0 รองลงมาเป็นด้าน การประเมินความเสี่ยง (RAS) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.65 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ระดับการควบคุมภายใน (ICO) ร้อยละ 90.0 ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ระดับการควบคุมภายใน (ICO) น้อยที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมควบคุม (CEN) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.58 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ระดับการควบคุมภายใน (ICO) ร้อยละ 79.0

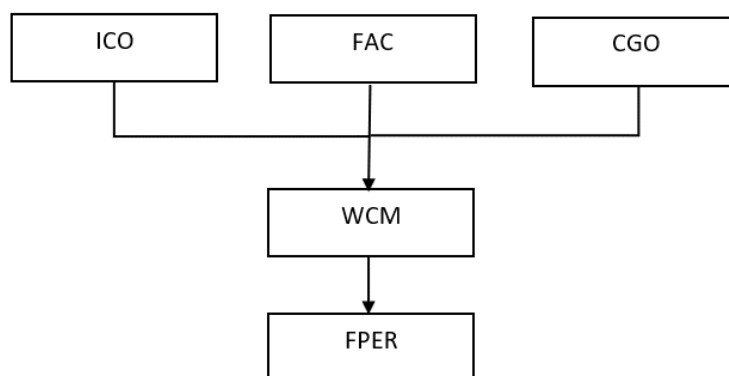
2) สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของสมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) พบว่าตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) มากที่สุดได้แก่ด้านความรู้ด้านการเงินและบัญชี (FAK) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.63 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) ร้อยละ 95.0 รองลงมาเป็นด้านทักษะด้านการเงินและบัญชี (FAS) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.60 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) ร้อยละ 91.0 น้อยที่สุด คือ ด้านทัศนคติด้านการเงินและบัญชี (FAA) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.59 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้สมรรถนะทางการเงินและบัญชี (FAC) ร้อยละ 98.0

3) การกำกับดูแลกิจการ (CGO) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการกำกับดูแลกิจการ (CGO) พบว่าตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้การกำกับดูแลกิจการ (CGO) มากที่สุดได้แก่ด้านคณะกรรมการบริหาร (BST) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.60 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การกำกับดูแลกิจการ (CGO) ร้อยละ 98.0 รองลงมาเป็นด้านคณะกรรมการตรวจสอบ (ACO) และด้านประธานบริหารสูงสุด (CEO) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.59 มีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การกำกับดูแลกิจการ (CGO) ร้อยละ 97.0 และ 95.0 ตามลำดับ

4) การบริหารเงินทุนหมุนเวียน(WCM) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) พบว่าตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) มากที่สุดได้แก่ ด้านการบริหารลูกหนี้การค้า (ARM) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) ร้อยละ 87.0 รองลงมาเป็นด้านการบริหารสินค้าคงเหลือ(IMA)โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.68 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (WCM) ร้อยละ 74.0 น้อยที่สุด คือด้านการบริหารเจ้าหนี้การค้า (APM) โดยมีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบเท่ากับ 0.55 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การบริหารการเงินหมุนเวียน (WCM) ร้อยละ 78.0

5) ผลการดำเนินงานของกิจการ(FPER) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยผลการดำเนินงานของกิจการ(FPER)พบว่าตัวแปร ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (NFP) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (FPE) มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ผลการดำเนินงานของกิจการ (FPER) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.83 และ 0.82 ตามลำดับ มีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ผลการดำเนินงานของกิจการ(FPER) ร้อยละ 70.0 และ 67.0 ตามลำดับ โดยแสดงเป็นแบบจำลอง IFCWC Model ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดง IFCWC Model

อภิปรายผล

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เส้นทางโดยชุดวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่า 1) การบริหารลูกหนี้การค้า (Account Receivable Management) มีความสำคัญต่อการบริหารบริหารหมุนเวียน โดยเรื่องที่มีความสำคัญมากที่สุดคือการติดตามหนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งกระแสเงินสดเพื่อใช้ในการกิจการ การกำหนดนโยบายการให้สินเชื่อ อายุของลูกหนี้ ตารางวิเคราะห์อายุลูกหนี้การค้าถือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกหนี้ได้เกิดความรู้สึกในการติดตามหนี้อย่างต่อเนื่อง A. Srivastava (2010) 2) การควบคุมภายใน เรื่องการติดตามและการตรวจสอบรายงานอย่างสม่ำเสมอ ความสำคัญต่อการบริหารบริหารหมุนเวียน การจัดให้มีรายงานการตรวจสอบทุกวัน เช่นการดูแลเงินสด การดูแลพนักงาน ช่วยให้ผู้บริหารมีระบบสัญญาณเตือนภัย ป้องกันการเกิดทุจริตและป้องกันความเสียหายต่อทรัพย์สินขององค์กร J.Pierre Bruwer, P. Coetzee and J. Meiring (2017) 3) สมรรถนะด้านการเงินและบัญชี ด้านทักษะด้านการเงินและบัญชี เรื่องการจัดทำงบการเงิน ที่จัดทำโดยพนักงานที่มีทักษะด้านบัญชี มีความสำคัญต่อการบริหารบริหารหมุนเวียน โดยผู้ที่มีทักษะด้านการเงินและบัญชี จะความชำนาญในการจัดทำงบประมาณ รายรับ รายจ่าย การบริหารการเงินส่วนบุคคล การเจรจากับธนาคาร Alliance for Financial Inclusion (AFI) , 2020. 4) การกำกับดูแลกิจการ ด้านคณะกรรมการตรวจสอบ เรื่องหน่วยงานควรมีคณะกรรมการตรวจสอบ เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลและติดตามงานตรวจสอบบัญชีและการควบคุมภายในให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท และสอดคล้องกับหน่วยงานต่างของภาครัฐบาล มีความสำคัญต่อการบริหารบริหาร

หมุนเวียน เพื่อช่วยดูแลและรักษาสมดุลระหว่างเป้าหมายทางเศรษฐกิจ สังคม และขององค์กร S. NJERI MESHACK (2016) นอกจากนี้ ยังพบว่าการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการทางการเงินในปัจจุบัน สามารถวางแผนประมาณการเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจได้อย่างแม่นยำและชัดเจน เพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของกิจการ 5) ผลการดำเนินงานของกิจการ ด้านที่ไม่ใช้การเงิน โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการและการให้บริการหลังการขาย จัดให้มีการประเมินอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถชี้วัดผลการดำเนินงานของกิจการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

เอกสารอ้างอิง

- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2555). *Working Capital Management Policy*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวรรณา เจนสวัสดิ์พงศ์. (2560). *COSO 2013 กรอบแนวคิดระบบควบคุมภายในเพื่อประยุกต์ใช้กับมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ*. ค้นเมื่อ 21 กันยายน 2565, จาก https://op.mahidol.ac.th/ia/wp-content/uploads/2017/08/02COSO-2013_Suwanna_042017.pdf
- Afrifa, G. A. (2016). Net Working Capital, Cash Flow and Performance of UK SMEs. *Review of Accounting and Finance*, 15(1), 21-44.
- Ali, S., Rahman, A. U., & Obaid, Z. (2017). Can Working Capital Cycle or Cash Conversion Cycle be Factored in Economic Performance of Pakistani Corporate Firms?. *The Journal of Humanities and Social Sciences*, 25(1), 97-108.
- Amarjit S. G., & Biger, N. (2012). The impact of corporate governance on working capital management efficiency of American manufacturing firms. *Managerial Finance*, 39(2), 116-132.
- Bruwer, J. P., Coetzee, P. & Meiring, J. (2017). The empirical relationship between the managerial conduct and internal control activities in South African small, medium and micro enterprises. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 20(1), 1-19.
- Enow, S. T., & Kamala, P. (2016). The accounts payable management practices of small, medium and micro enterprises in the Cape Metropolis, South Africa. *Investment Management and Financial Innovations*, 13(1), 77-83.
- Kabuye, F., Kato, J., Akugizibwe, I., & Bugambiro, N. (2019). Internal control systems, working capital management and financial performance of supermarkets. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1-18.

- Karadag, H. (2018). Cash, receivables and inventory management practices in small enterprises: their associations with financial performance and competitiveness. *Small Enterprise Research*, 25(1), 69–89.
- Nzibonera, E., & Ninsiima, J. (2020). Internal Financial Controls and Working Capital Management in Public Universities in Uganda: A Case Study of Makerere University Kampala: *International Journal of Business Administration*, 11(3), 72-82.
- Phornlaphatrachakorn, K. & Na-kalasindhu, K. (2020). Strategic Management Accounting and Firm Performance: Evidence from Finance Businesses in Thailand: *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 309–321.
- Rahman, M. M., Uddin, M. N., & Ibrahim, S. (2015). Measuring the Relationship Between Working Capital Management and Profitability: Empirical Evidence from Bangladesh. *Journal of Accounting and Finance*, 15(8), 120-132.
- Tabang, J.J.T. (2020). *The Relationship between Working Capital Management and Risk Management Among SMEs in the Philippines*. Republic of the Philippines: Rizal Technological University.
- Wichitsathian, S. (2020). Working capital management and its impacts on profitability: the case of small and medium food enterprises in Nakhon Ratchasima, Thailand. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, 12(2), 113-120.

พุทธวิธีในการเผชิญโลกธรรม

Buddhist Methods Facing the Worldly Conditions in Buddhism

พระมหาณัฐพงษ์ นาคถ้ำ¹ และ จันทธิภา แสงทรัพย์²

PhramahaNatthapong Naktham¹ and Chanthipha Sawangsap²

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย^{1,2}

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand^{1,2}

Email: jantipajub2012@gmail.com²

Received: 2023-02-17; Revised: 2023-03-25; Accepted: 2023-03-29

บทคัดย่อ

บทความนี้ผู้เขียนได้ค้นคว้าหลักพุทธธรรมที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่ออยู่กับโลกธรรม 8 ในปัจจุบัน ได้แก่ ลาภ ยศ สรรเสริญ สุข เสื่อมลาภ เสื่อมยศ นินทา ทυχฺ สรุปลผลที่ได้คือการใช้โยนิโสมนสิการคือการไตร่ตรองอย่างมีวิจารณ์ญาณ การใช้ขันติคือความอดทนอดกลั้นต่อสิ่งที่มากระทบ การใช้ปัญญาพิจารณาหาความจริงเพื่อทำความเข้าใจในความจริงของชีวิตและโลก พิจารณาให้เห็นไตรลักษณ์และที่สำคัญคือจะต้องมีปรีตโฆสะ คือกัลยาณมิตรที่คอยชี้ทาง แนะนำ ตักเตือน เมื่อต้องประสบกับโลกธรรม ในครั้งพุทธกาลพระพุทธองค์ทรงเน้นมาตลอดคือ การดำรงจิตตั้งมั่นไม่ให้หวั่นไหว โดยใช้โยนิโสมนสิการในการพิจารณาให้เห็นตามความเป็นจริงเกี่ยวกับโลกธรรมนั้นโดยมีพระพุทธองค์ทรงเป็นปรีตโฆสะ และเป็นยอดแห่งกัลยาณมิตรคอยให้คำแนะนำสั่งสอนตักเตือนแก่พระสาวก อุบาสก อุบาสิกา เมื่อเทียบกับสภาพการณ์ปัจจุบันของคนยุคสมัยใหม่ค่อนข้างเข้าใจธรรมะอย่างผิวเผินและไม่ได้นำธรรมะไปปฏิบัติจริง จึงมีความแตกต่างกันกับยุคสมัยพระพุทธกาลโดยสิ้นเชิง ทั้งที่โลกธรรม 8 เปรียบเสมือนแสงสว่างแห่งชีวิตเป็นบริบทที่ล้ำค่า ที่จะนำทางให้เข้าใจวิถีชีวิตและรู้จักการใช้ชีวิตที่ควรเป็นคือการอยู่กับปัจจุบันโดยมีความระลึกได้อยู่เสมอถึงความไม่ประมาทและมีสติยังรู้ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งความเป็นปกติในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะมีสิ่งใดมากระทบก็ให้ถือเสียว่าสิ่งนั้นคือโลกธรรม 8 หากทุกคนมีความเข้าใจในโลกธรรม 8 อิสราภาพทางใจย่อมเกิดขึ้นกับทุกคน

คำสำคัญ: หลักพุทธธรรม, โลกธรรม 8, ปรีตโฆสะ, โยนิโสมนสิการ

Abstract

In this article, the author has researched the virtues in the Buddhist principles that can be applied to live with the eight worldly dharmas in the present, namely gain, rank, praise, happiness, loss of fortune, loss of status, gossip, and suffering. The use of yonisomanasikara is critical thinking. The use of tolerance is patience for whatever comes into play. Using wisdom to find the truth to understand the reality of life and the world. To see the trinity and, most



importantly, to have Paratoghosa, who are good friends who guide, advise, and warn when encountering the eight worldly dharmas. In the time of the Lord Buddha, the Buddha's emphasis was to maintain a healthy mind, not to be shaken by using Yonisomanasikara to reflect on the reality of the eight world dharmas with the Buddha as the Paratoghosa. As for being a good friend, giving advice, admonishing the disciples, churchgoer, churchwoman, laypeople, which, when compared to the current situation, the context of people in the new era is different from the Buddha era, it is more difficult to find a disciple who knows the Dharma as a good friend.

Keywords: Buddhadhamma, The Worldly Conditions 8, Paratokosa, Yonisomanasikarn

บทนำ

โลกธรรม หรือธรรมดาของโลก ธรรมชาติของโลกที่ครอบงำสัตว์โลกให้ต้องเป็นไปตามธรรมดาของโลก ซึ่งมี 8 ประการคือ ลาภ ยศ สุข สรรเสริญ เสื่อมลาภ เสื่อมยศ นินทา และทุกข์ เป็นธรรมดาที่ทุกคนจะต้องได้รับ เมื่อบุคคลประสบกับโลกธรรม 8 ความหวั่นไหวแห่งจิตย่อมเกิดขึ้น ซึ่งหมายถึงอาการที่จิตกระเพื่อมผิปกติ กระเพื่อมด้วยความเสียใจหรือกระเพื่อมด้วยความดีใจก็ตาม แม้จะเป็นไปในทางที่ชอบ รื่นเรริงยินดี หรือผู้ที่ประสบสิ่งไม่ชอบใจเสียสตร้องไห้ เกิดความหวั่นไหวแห่งจิตย่อมเป็นโทษอย่างยิ่ง เพราะเมื่อความหวั่นไหวแห่งจิตได้เกิดขึ้นกับผู้ใดแล้ว จิตผู้นั้นย่อมเกิดความเศร้าหมอง กายไม่ผ่องใส และเป็นทางมาแห่งอกุศลธรรมทั้งหลาย อภิธรรมมณเฑียรธรรม และอนิธิธรรมมณเฑียรธรรม ทั้ง 8 ประการนี้ ล้วนทำหน้าที่ให้ผลต่อความสงบของใจ ผู้คนในโลกได้เป็นอย่างมาก แท้ที่จริงแล้วถือว่าเรื่องของขันธ 5 เป็นเรื่องธรรมดา คนประกอบด้วยขันธ 5 ต้องมีการกระทบกระทั่งทั้งทางหู และทางตา ทุกสภาวะต้องมากระทบตัว หนีไม่พ้น จึงต้องศึกษาหาวิธีที่จะรับมือสิ่งเหล่านี้ สภาวะโลกธรรม 8 ที่ต่างก็ทำหน้าที่กระทบจิตใจคนให้บอบช้ำ คอยทิ่มแทงจิตใจผู้คนให้อ่อนแอให้หมดทางสู้ ผู้ที่ไม่มีธรรมสักข้อไว้ปกป้องและเยียวจิตใจก็ยากที่จะยอมรับและผ่านพ้นความทุกข์ที่เสมือนหนักหนาและใหญ่หลวงในแต่ละคราวไปได้

ในพุทธธรรมได้มีการกล่าวถึงโลกธรรมไว้ว่า “บุคคลโสดาบันได้ก้าวหน้าแน่วแน่ดังไปแล้วในทางแห่งการตรัสรู้ เข้าใจโลกและชีวิตมากพอที่จะไม่หลงติราคาโลกธรรมต่าง ๆ ไปตามแรงปลุกปั่นของกิเลส เริ่มรู้จักความสงบผ่องใส ความเป็นอิสระเบิกบานเป็นต้นที่เป็นด้านโลกุตระ ซึ่งทำให้บุคคลนั้นมองเห็นคุณค่าของธรรมจนเกิดฉันทะคือความรักความพอใจในธรรม ต้องการธรรมอย่างจริงจัง จนไม่มีทางที่จะกลับมาชั่วมาในการเสพแสวงสิ่งปรนเปรอทางวัตถุอีกต่อไป เมื่อประพาสดีประกอบการสุจริต (ศีล) ก็ตาม เมื่อทำการเสียสละบริจาคให้การช่วยเหลือแก่ผู้อื่น (จาคะ) ก็ตาม บุคคลนั้นจึงไม่หวังผลตอบแทน ไม่หวังได้ลาภ เกียรติยศ สรรเสริญ สุข สวรรค์ อย่างโลกียปุถุชนทั้งหลาย และย่อมมีความเข้มแข็งมั่นคงในจริยธรรม เพราะการไม่ได้ผลตอบแทนเหล่านี้ ย่อมไม่อาจเป็นเหตุให้บุคคลนั้นเกิดความย่อระย่อท้อถอยในการทำความดี (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2552)

ท่ามกลางธรรมชาติที่เกื้อกูลบ้างไม่เกื้อกูลบ้างนั้น ชีวิตมนุษย์ไม่มีความมั่นคง มนุษย์ต้องดิ้นรนต่อสู้เพื่อความอยู่รอด แสวงหาเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต หลีกหนีและกำจัดสิ่งที่เป็นอุปสรรค เมื่อไม่รู้สภาวะที่แท้จริงของธรรมชาติ ก็ยึดมั่นต่อสิ่งที่ตนเฝ้าเพื่อสนองความอยาก ทุ่มเทศคุณค่าให้แก่สิ่งเหล่านั้น มองเห็นโลกเป็นแดนที่จะทะยานแสวงหาสิ่งเสพส่วย เป็นที่ให้ความสุขและทุกสิ่งปรารถนา มองเห็นผู้อื่นเป็นตัวขัดขวางหรือผู้แย่งชิง ทำให้เกิดความหวงแหน ความชิงชัง ความเกลียดกลัวการเหยียดหยามดูถูก การแข่งขันแย่งชิง การเบียดเบียน และการครอบงำกันระหว่างมนุษย์ ยิ่งกว่านั้นเมื่อการไม่เป็นไปตามปรารถนา หรือเกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้น ภายหลัง ก็เกิดความทุกข์อย่างรุนแรงขึ้น ครั้นมีกัลยาณมิตรช่วยชักจูง ฝึกให้เห็นคุณค่าของเมตตาธรรม ทำที่ต่อเพื่อนมนุษย์และธรรมชาติที่ดีขึ้น แต่นั่นก็ยังเป็นเพียงสัมมาทิฐิระดับโลกีย์ ถ้าจะให้ลึกซึ้งและมั่นคงแน่นแฟ้นแท้จริง ก็ต้องฝึกให้เกิดสัมมาทิฐิแนวโลกุตระด้วย โดยให้เข้าใจสภาวะที่แท้จริงของชีวิตและโลกว่าล้วนเป็นไปตามธรรมดาแห่งเหตุปัจจัย โลกธรรมทั้งหลายไม่เที่ยงแท้ถาวรไม่มีแก่นสารที่เป็นของตนเอง และที่จะให้ดำรงอยู่ได้โดยตัวของมันเองไม่อาจจะเข้าไปครอบครองเอาไว้ได้จริง และไม่สามารถให้ความหมายที่แท้จริงแก่ชีวิต ชีวิตของเราเองก็มีใช้ตัวตนที่จะเข้าไปครอบครองอะไรเอาไว้ได้จริงจัง ชีวิตเราชีวิตเขาก็เป็นไปตามกฎธรรมดาอย่างเดียวกัน มนุษย์และสัตว์ทั้งหลายเป็นเพื่อนร่วมเกิดแก่เจ็บตายด้วยกันทั้งสิ้น ต่างก็รักสุขเกลียดทุกข์เหมือนกัน และชีวิตทั้งหลายที่เป็นอยู่ได้ ก็ต้องสัมพันธ์พึ่งอาศัยกันด้วย ความรู้ความเข้าใจถึงสภาวะเช่นนี้จะต้องมีพื้นฐานไว้บ้างแม้แต่ในเด็ก ๆ เพื่อให้รู้จักวางใจวางท่าทีต่อโลกต่อชีวิตและต่อเพื่อนมนุษย์ได้ถูกต้อง ทำให้จัดระบบการตีค่าในทางความคิดใหม่ โดยเปลี่ยนจากใช้ตัณหาหันมาใช้ปัญญาเป็นเครื่องวัดค่า รู้ว่าอะไรเป็นคุณค่าแท้จริงสำหรับชีวิตที่ควรแก่การฉันทะรู้จักทำจิตใจให้เป็นอิสระเบิกบาน ผ่อนคลายหายทุกข์ได้อย่างแยบคายขึ้น และเป็นวิธีบรรเทาความโลภ โกรธ หลง ลดการแย่งชิงเบียดเบียนและลดปัญหาทางศีลธรรมชนิดที่มีฐานมั่นคงอยู่ภายใน (พระพรหมคุณาภรณ์ (พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตฺโต), 2552)

พุทธธรรม

จากการค้นคว้าในหนังสือพุทธธรรมพบว่า สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ประยุทธ์ ปยุตฺโต) ได้ใช้กระบวนการโยนิโสมนสิการ โดยการตั้งไว้ในใจ การคำนึงถึง การใส่ใจ พิจารณา โดยเป็นไปตามกระบวนการแห่งปัญญา นอกจากนี้คือให้มีศีล มาเป็นผู้ควบคุมความประพฤติทั้งกาย วาจา และใจ และจะสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับโลกธรรมได้โดยไม่หวั่นไหว ส่วนผู้ใดถึงพระพุทเจ้า พระธรรมและพระสงฆ์เป็นสรณะ มองเห็นด้วยปัญญาโดยถ่องแท้ซึ่งทุกข์เหตุให้ทุกข์เกิดขึ้น ความก้าวล่วงทุกข์ และอริยมรรคมีองค์ 8 อันให้ถึงความสงบระงับทุกข์ นี่แหละคือสรณะอันเกษม นี่คือนิสรณะอันอุดม คนถึงสรณะอย่างนี้แล้ว ย่อมปลอดพ้นจากทุกข์ทั้งปวง ซึ่งผู้เขียนได้สรุปหัวข้อธรรมที่ทุกคนสามารถดำเนินตามมรรควิธีได้อย่างง่ายดายดังนี้

ปรโตโฆสะ

ปรโตโฆสะ คือฟังเสียงจากกัลยาณมิตร การสั่งสอนแนะนำ การเรียนรู้จากผู้อื่น ในที่นี้หมายถึงเฉพาะส่วนที่ติงามถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับฟังธรรม ความรู้หรือคำแนะนำจากบุคคลที่กัลยาณมิตร ซึ่งความเป็นผู้มีกัลยาณมิตรนั้น ได้แก่ การเสวนา คบหา รักดี มีจิตฝึกฝนไปหาบุคคลที่มีศรัทธา มีศีล มีสุตะ คือเป็นพหูสูตร มีจาคะและปัญญา เป็นต้น ปรโตโฆสะ นี้เป็นปัจจัยภายนอก ซึ่งปรโตโฆสะ ที่นี้นั้นจะได้มาจากการ



มีกัลยาณมิตร อันได้แก่ บุคคล และสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้หากเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีจะสามารถเอื้อให้บุคคลและสังคมได้รับการพัฒนาได้ (พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช), 2548)

โยนิโสมนสิการ

นอกจากอาศัยปัจจัยภายนอกคือปรโตโมสะแล้ว การเข้าถึงความจริงของพุทธธรรมแล้ว ยังอาศัยปัจจัยภายใน คือการรู้จักคิด รู้จักพิจารณาด้วยตนเองอย่างถูกวิธี หรือการมีโยนิโสมนสิการ การใช้ความคิดถูกวิธี คือการกระทำในใจโดยแยบคายมองสิ่งทั้งหลายด้วยความคิดพิจารณาสืบค้นถึงต้นเค้า สาเหตุเหตุจนตลอดสาย แยกแยะพิเคราะห์ด้วยปัญญาที่คิดเป็นระเบียบและโดยอุบายวิธีให้เห็นสิ่งนั้น ๆ หรือปัญหานั้น ๆ ตามสภาวะ และตามความสัมพันธ์แห่งเหตุปัจจัย ผู้วิจัยขออ้างอิงงานวิจัยของอภิชาติ พรสี (2556) โดยคิดทำใจยอมรับความจริง (ขุ.ธ.อ. (ไทย) 1/2/3/398) คิดถึงกรรมและสังสารวัฏ (ขุ.ธ.อ. (ไทย) 1/2/3/238) คิดว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเพราะถูกปัจจัยปรุงแต่ง (ที.ม. (ไทย) 10/207/155) คิดถึงประโยชน์ของการไม่ทุกข์ (อง.ปญจก. (ไทย) 22/50/82-88) คิดถึงโทษของการเป็นทุกข์ (อง.ปญจก. (ไทย) 22/50/82-88) คิดเปรียบเทียบระหว่างบัณฑิตผู้ไม่โศกกับตนเองผู้มีความโศก (ขุ.ธ.อ. (ไทย) 1/2/3/397-399) คิดอยู่กับปัจจุบัน (อง.ปญจก. (ไทย) 22/50/82-88) คิดหาวิธีแก้ปัญหา (ขุ.ชา.จตุกก. (ไทย) 27/109-112/179) คิดว่าสิ่งที่เสียหายไปแล้วเอากลับคืนมาไม่ได้ (ขุ.ชา.ทวารทสก. (ไทย) 27/37-48/380-382) คิดว่าผู้มีศีลจะไม่เป็นเช่นคนพาล (ขุ.ชา.จตุกก. (ไทย) 27/141-144/185-186) คิดว่าไม่มีประโยชน์ที่จะเศร้าโศก (ขุ.ชา.สตตก. (ไทย) 27/39-45/261-262) คิดถึงข้อเสียของตนเอง (ขุ.ชา.สตตก. (ไทย) 27/39-45/261-262) คิดว่าไม่ควรยึดถือในสิ่งที่เรารัก (ขุ.อุ. (ไทย) 25/78/339-341) คิดว่าตนเองและคนอื่นเป็นผู้มีกรรม (ขุ.เปต. (ไทย) 26/368-386/225-228) คิดแบบมองโลกในแง่ดี (ม.อุ. (ไทย) 14/395-397/447-451,) คิดแบบเมตตาให้อภัย (ขุ.ชา.จตุกก. (ไทย) 27/50/167) คิดแบบท่องคำบริกรรมเพื่อหลีกหนีความทุกข์ (ขุ.เถร.อ. (ไทย) 2/3/3/370) คิดแบบมองเฉพาะส่วนที่ดี (อง.ปญจก. (ไทย) 22/162/267) คิดเปรียบเทียบคนที่เราโกรธกับอวัยวะส่วนต่าง ๆ (พระพุทธโฆสเถระ, 2554) คิดว่าตนเองและคนอื่นเป็นผู้มีกรรม (อง.ปญจก. (ไทย) 22/161/265-266) คิดว่าเราเคยเป็นญาติกันมาในอดีตชาติ (ส.ส. (ไทย) 16/450-455/187-189) คิดแบบนึกถึงคำสอนของพระพุทธเจ้า (ม.ม. (ไทย) 12/232/244) คิดแบบพราศอนตนเอง (พระพุทธโฆสเถระ, 2554) คิดถึงบุคคลที่เป็นแบบอย่างที่ดี (พระพุทธโฆสเถระ, 2554) คิดถึงประโยชน์ของการเมตตา (พระพุทธโฆสเถระ, 2554) คิดสงสาร (อง.ปญจก. (ไทย) 22/162/267-268) คิดถึงคุณค่าของตนเอง (ขุ.วิ.อ. (ไทย) 2/1/-/403-404) คิดเบี่ยงเบนในสิ่งที่เราปรารถนา (ขุ.อุ. (ไทย) 25/22/210-214) คิดแก้ปัญหา (วิ.มหา. (ไทย) 1/24-39/17-29) คิดถึงความเป็นไปได้ (ขุ.ธ.อ. (ไทย) 1/2/1/407-410) คิดว่าทุกสิ่งเกิดขึ้นเพราะมีเหตุปัจจัย เมื่อหมดเหตุปัจจัย สิ่งนั้นย่อมเสื่อมไปเป็นธรรมดา (ที.ม. (ไทย) 10/207/155)

ขันติ

การรักษาภาวะปกติของตนไว้ได้ไม่ว่าจะถูกกระทบกระทั่งด้วยสิ่งที่พอใจหรือไม่พอใจ มีความมั่นคงหนักแน่นไม่หวั่นไหวไม่แสดงอาการขึ้น ๆ ลง ๆ ขันติมี 2 ระดับด้วยกัน

1. อธิวาสนขันติ คือความอดทนตั้งแต่ระดับสามัญ มีความอดกลั้นเป็นลักษณะ เช่นทนตรากตรำ อดทนต่อหนาวร้อน เป็นต้น ทนลำบาก อดทนต่อทุกขเวทนาในเวลาเจ็บไข้ได้ป่วย ทนเจ็บใจ อดทนต่อถ้อยคำจาบจ้วงล่วงเกิน ทั้งความหนาว ความร้อนมากกระทบ แต่อดกลั้นเอาไว้ หรือมีความโกรธเกิดขึ้นแต่ว่าอดกลั้น

เอาไว้ในใจไม่รีบร้อนแสดงออกไป คือ ไม่แสดงความโกรธออกไปทางวาจา ทางกาย อดทนเอาไว้ในใจแต่ในใจยังโกรธอยู่ใจไม่ปกติ

2. ตีติกาขันธ์ คือความอดทนด้วยใจที่ได้รับการฝึกแล้ว มีความชื่นบานแจ่มใสแม้ต้องกระทบกับอนิฏฐารมณ์ อันไม่น่าพึงพอใจ แต่จิตใจมั่นคงเป็นปกติไม่หวั่นไหวไม่มีอารมณ์อะไรมากระทบกระทั่งได้ เป็นอสังการวิเศษอันอำนวยผลแก่ผู้มีอยู่ทุกคน (สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช (เจริญ สุวฑฺฒโน, 2553)

บุคคลใดก็ตามที่มีความอดทนได้ ย่อมเป็นมงคลอย่างยิ่งแก่ชีวิต เป็นที่สรรเสริญของพระพุทธเจ้าทั้งหลาย ดังพุทธพจน์ที่ว่า “ขณฺตี ปรมตโป ตีติกาฯ” (ที.ม. (ไทย) 10/54/55) ซึ่งแปลว่า ขันติ คือ ความอดทน อดกลั้นเป็นธรรมอันเป็นเครื่องเพียรเผากิเลสอย่างยิ่ง อนึ่งความอดทนซึ่งลมและแดด ความหนาวความร้อน ความหิวข้าวกระหายและความอดทนแก่ทุกขเวทนาที่เกิดขึ้นแต่ความอาพาธความเจ็บไข้ ไม่ย่อท้อที่จะกระทำกุศลทาน ศีล ภาวนา ก็ชื่อว่า ขันติ ความอดทน ขันติจะพึงมีเพราะมีหิริ ความละอายใจ โอตตปปะ ความเกรงกลัวต่อบาป ธรรมทั้งสองประการนี้ ทำให้มนุษย์เกิดความอดทนอดกลั้นไม่ลุแก่อำนาจกิเลส ขันติ ย่อมสร้างประโยชน์ให้ คือ ทำให้ไม่โศกเศร้า ได้รับคำสรรเสริญจากบัณฑิต ไม่มีเวรภัย เป็นปัจจัยให้ถึงพระนิพพาน

สติ

การตามระลึกอารมณ์รู้ทันใจตัวเอง และการยับยั้งชั่งใจก็จะเริ่มดีขึ้น ยังโกรธ หงุดหงิด คับข้อง แต่ไม่ออกอาการ ระวังได้ เป็นการระวังด้วยสติด้วยปัญญา ไม่ใช่ระวังด้วยการเก็บกด จิตใจก็จะผ่อนคลาย ปลอดโปร่งขึ้น มีเรื่องอะไรกังวลใจก็อยู่ไม่นาน สำคัญตรงที่ต้องขยันฝึกเท่านั้น สติ เป็นธรรมมีอุปการะมาก คือทำให้ตื่นตัวอยู่เสมอ เป็นเจตสิกชนิดหนึ่ง สตินั้นหากนำมาใช้กับทางโลกทั่วไปก็ย่อมมีประโยชน์มหาศาลอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นการงาน ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ การคิดอ่านย่อมเป็นระบบ จิตย่อมมีสมาธิในการทำกิจการงานใด ๆ อารมณ์มักจะเป็นปกติ ไม่ค่อยโกรธ เกรี้ยว หรือทุกข์ใจอะไรมา ๆ กล่าวโดยรวมคือย่อมเกื้อกูลชีวิตประจำวันทางโลกได้อย่างดีซึ่งเป็นประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน ถ้ารู้เรื่อง ๆ มาก ๆ เข้าจนเป็นมหาสติ ก็จะได้ประโยชน์จากทางธรรมด้วย การที่เรามีสติอยู่เนื่อง ๆ รู้ตัวบ้าง ไม่รู้ตัวบ้าง ทำอย่างติดต่อกันเป็นระยะเวลานาน ก็เพื่อให้สติเกื้อกูลต่อการ “เห็นความจริง” ความจริงนี้เป็นสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดก็คือกายกับใจจุดหมายของการรู้ก็เพื่อให้เห็นความจริง อันได้แก่นิจจัง ทุกขัง อนัตตา ว่ากายและใจของเรานั้นเป็นสิ่งไม่เที่ยงเป็นทุกข์ และไม่ใช่ว่าตัวเรา

สติใช้เพื่อที่จะรู้เท่าทันในสังขาร 3

1. รู้เท่าทันในการเคลื่อนไหว (กายสังขาร) ในอันที่จะการสร้างกรรมใดๆ นั่นคือศีล
2. รู้เท่าทันในอารมณ์ที่ปรุงแต่งจิต (จิตสังขาร) จนจิตเป็นอิสระจากอารมณ์ นี่คือสมาธิ
3. รู้เท่าทันความคิดทั้งหลาย (มโนสังขาร) ว่าความคิดเป็นเหตุเป็นผลหรือไม่ (โยนิโสมนสิการ) นี่คือปัญญา

ปัญญา

ปัญญา

ความรู้ทั่ว คือรู้ทั่วถึงเหตุถึงผล รู้อย่างชัดเจน รู้เรื่องราวปัญหาคุณโทษ รู้สิ่งที่ควรทำควรเว้นปัญญาทำให้เกิดได้ 3 วิธี คือ



1. โดยการสดับรับฟัง การศึกษาเล่าเรียน (สุตมยปัญญา)
2. โดยการคิดค้น การตรึกตรอง (จินตามยปัญญา)
3. โดยการอบรมจิต การเจริญภาวนา (ภาวนามยปัญญา)

ปัญญา คือ การมองดูรู้จักและเข้าใจสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง หรือรู้เท่าทันสังขารธรรมทั้งหลายที่ทำให้เป็นอยู่และทำการต่างๆ ด้วยปัญญา คือ รู้จักวางใจวางท่าทีและปฏิบัติต่อชีวิตและโลกอย่างถูกต้องตามวิธีการแห่งมรรค คือ เริ่มต้นด้วยสัมมาทิฐิ คือ ความเห็นชอบ ได้แก่ปัญญา ภาวะที่รู้ ภาวะที่ฉลาด มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง (ปรุทม์ บุญศรีตัน, 2552) สัมมาทิฐิ แบ่งออกเป็น 2 ระดับได้แก่

(1) ระดับโลกียะ เป็นแนวคิดในการดำเนินชีวิตที่สมควร 10 ประการ คือ เห็นว่าทานที่ให้ แล้วย่อมมีผล การบูชาย่อมมีผล การเข่นสรวงย่อมมีผล ผลวิบากของกรรมที่ทำ ดีทำชั่วแล้วมีอยู่ โลกนี้มีอยู่ โลกหน้ามีอยู่ มารดามีบุญคุณอยู่ บิดามีบุญคุณอยู่ สัตว์ที่ผูกเกิดขึ้นมีอยู่ สมณะพราหมณ์ที่ดำเนินชอบปฏิบัติชอบ ผู้ทำให้แจ้ง ซึ่งโลกนี้และโลกหน้าด้วยปัญญาอันยิ่งเองแล้วประกาศให้ผู้คนได้รับทราบ มีอยู่ในโลก (พระศรีวิสุทธิกวี (พิจิตร จูตยาธิมา), 2530)

(2) ระดับโลกุตระ เป็นขั้นของแนวคิดที่เกิดปัญญา กิริยาที่รู้ชัด ปัญญาเครื่องนำทาง ปัญญาเครื่องทำลายกิเลส ปัญญินทรีย์ ปัญญาพละ ปัญญาเหมือนศาสตรา ความสว่างคือปัญญา ปัญญาเหมือนดวงแก้ว ความไม่หลง ความวิจยธรรม ความเห็นชอบ อันเป็นองค์แห่งมรรคเป็น โลกุตระ (ม.อ. (ไทย) 14/258/146) หมายถึง ปัญญาที่มีเป้าหมายสูงสุดเป็นอารมณ์สามารถถอนความไม่รู้จริงที่นอนเนื่องอยู่ในสันดานขึ้นเสียได้ มีความเห็นชอบเป็นลักษณะ มีความประกาศความจริงแท้เป็นหน้าที่ มีการทำลายความมืดคือ อวิชชา เสียได้ เป็นสิ่งปรากฏให้เห็น

ดังนั้นการตั้งความคิดไว้ชอบ ทำให้ขบวนการความคิดการรับรู้ ไม่ถูกกิเลสเข้ามาครอบงำ ทำให้เป็นความคิดที่ไม่มัวมืด ด้วยการใชโยนิโสมนสิการ รู้จักไตร่ตรองวินิจฉัยตรงตามความเป็นจริง ไม่มีกิเลสเคลือบแฝง เมื่อมีปัญญารู้เข้าใจตามสภาพความเป็นจริงว่า อะไรดี อะไรชั่ว อะไรถูกอะไรผิด ก็จะทำตามปัญญาที่รู้แจ้ง ตามหลักพุทธปรัชญาถือว่ามีความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะปัญญาเป็นตัวตัดสินชี้ขาด ในการเข้าถึงจุดหมายสูงสุดของพุทธปรัชญา

หลักการ

กฎแห่งการกระทำ เป็นกฎแห่งเหตุและผล เป็นกฎของธรรมชาติ คือธรรมฝ่ายใดเกิดขึ้นในใจก็ทำกรรมฝ่ายนั้น เกิดกุศลธรรมก็ประกอบกุศลกรรม เกิดอกุศลธรรมก็ประกอบอกุศลกรรม อย่างนี้เรียกว่า ธรรมชาติ กฎแห่งกรรมเป็นเรื่องราวความเป็นจริงของชีวิต คือประกอบเหตุอย่างนี้ต้องไปมีผลอย่างนั้น ประสพผลอย่างนี้เพราะประกอบเหตุมาอย่างนั้น กรรม คือการกระทำทางกาย ทางวาจา และทางใจ จะดีหรือชั่ว เจตนาหรือไม่ จะน้อยหรือมาก ทุกเพศทุกวัย ล้วนมีผลทั้งสิ้นที่ไม่มีผลไม่มีเลย “ทำดีย่อมได้ดี ทำชั่วย่อมได้ชั่ว ทำดีได้ชั่วไม่มี ทำชั่ว ได้ดีก็ไม่มี” สิ่งที่เราเผชิญคือสิ่งที่เราเคยกระทำต่อผู้อื่นมา โลกธรรมที่เกิดกับเราคือสิ่งที่เราเคยทำกับผู้อื่นไว้ก่อนแล้ว เราคือผู้ก่อโลกธรรมด้วย สัตว์ทั้งหลายมีกรรมเป็นของของตน เป็นผู้รับมรดกกรรม มีกรรมเป็นกำเนิด มีกรรมเป็นเผ่าพันธุ์ มีกรรมเป็นที่พึ่งอาศัย กรรมนั้นแหละจำแนกสัตว์ให้ทราบและตีผลแห่งกรรมให้ผลข้ามภพข้ามชาติได้ トラบใดที่บุคคลยังมีกิเลสอยู่ เขาย่อมต้องทำกรรมดีบ้างชั่วบ้าง กรรมดี

ย่อมก่อผลดีคือเกิดสุข กรรมช่วยย่อมก่อผลชั่วคือความทุกข์ ความสุขหรือทุกข์ย่อมมีชาติ คือความเกิดเป็นที่รองรับ ถ้าไม่มีการเกิด กรรมก็เป็นหมันไม่มีผลอีกต่อไป (วสิน อินทสระ, 2534) สารสำคัญของความคิดถึงหลักกรรมและการเวียนว่ายตายเกิด คือการคิดถึงกรรมเก่า และการคิดถึงการเวียนว่ายตายเกิด การได้เกิดมาพบเจอกันไม่ใช่เรื่องบังเอิญ ต้องเคยมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันเคยทำกรรมร่วมกันมาก่อน ความคิดเกี่ยวกับกรรมและการเวียนว่ายตายเกิดจะทำให้เราทำใจยอมรับผลกรรมที่ได้เกิดขึ้นมาแล้ว และเพียรสร้างกรรมดีเพื่อให้งจรรจนเวียนว่ายตายเกิดนั้นสั้นลง การคิดเตือนตนเอง คือการคิดถึงคำสอนของพระพุทธเจ้าโดยมุ่งเน้นพัฒนาจิตใจตนเองให้สูงขึ้น สถานการณ์เลวร้ายที่เราเจอเป็นเพียงบททดสอบที่เราต้องผ่านมันไปให้ได้ หลักการนี้เกี่ยวข้องกับหลักกรรมและการเวียนว่ายตายเกิดเพราะกรรมคือการกระทำ ถ้าเราไม่ทำกรรมนั้นไว้ เราจะได้ประสบพบเจอกรรมเช่นนั้นแน่นอน

สติปัฏฐาน 4

ฐาน หรือที่ตั้งอันเป็นที่รองรับของการกำหนดสติอย่างประเสริฐ เพราะเป็นการตามระลึกรู้อารมณ์ปรมาตม์ (รูป-นาม) ที่เกิดขึ้นตามฐาน ซึ่งมี 4 ฐานด้วยกัน คือ กาย เวทนา จิต และธรรม ผู้ใดที่มีการปฏิบัติเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักของสติปัฏฐาน ย่อมเป็นเหตุให้เกิดวิปัสสนาปัญญา อันเป็นปัญญาที่เข้าถึงสภาวะธรรมของไตรลักษณ์ คือ อนิจจัง ทุกขัง อนัตตาได้ในที่สุด ทั้งนี้เพราะการปฏิบัติสติปัฏฐาน 4 สามารถทำลายวิปัสสนาธรรม 4 ประการได้ คือ

1. กายานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือการใช้สติตั้งมั่นในการพิจารณากาย ซึ่งเป็นรูปธรรม เพื่อให้เห็นว่า แท้ที่จริงรูปนั้นเป็นอสุภะ (ความไม่งาม, ความน่าเกลียด) เป็นการทำลาย สุภวิปัสส (สำคัญว่างาม, ว่าน่ารัก)
2. เวทนานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือการใช้สติตั้งมั่นในการพิจารณาเวทนา ซึ่งเป็นนามธรรม เพื่อให้เห็นว่า แท้ที่จริงแล้ว นามเป็นทุกข์ เป็นการทำลาย สุขวิปัสส (สำคัญว่าเป็นสุข)
3. จิตตานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือการใช้สติตั้งมั่นในการพิจารณาจิต ซึ่งเป็นนามธรรม เพื่อให้เห็นว่า แท้ที่จริงแล้วนามเป็นอนิจจัง เป็นการทำลาย นิจวิปัสส (สำคัญว่าเที่ยง) ความรู้ชัดในอาการของจิตในขณะนั้น เช่นจิตมีโทสะ จิตมีโมหะ จิตอยู่ในสภาพห่อหุ้ม ฟุ้งซ่านไม่เป็นสมาธิหรือจิตไม่ห่อหุ้มฟุ้งซ่านเป็นสมาธิรู้ชัดตามการทำงานของจิตตลอดเวลา
4. ธัมมานุปัสสนาสติปัฏฐาน คือการใช้สติตั้งมั่นในการพิจารณาธรรม ซึ่งเป็นทั้งรูปธรรม และนามธรรม เพื่อให้เห็นว่า แท้ที่จริงแล้ว รูปและนามนั้น เป็นอนัตตา เป็นการทำลาย อัตตวิปัสส (สำคัญว่าเป็นตัวตน) ธัมมานุปัสสนา ได้แก่
 - (1) นิรวรณ คือรู้แจ้งชัดในนิรวรณ 5 อันได้แก่ความพอใจในกาม ความคิดร้าย ความหดหู่และเชื่องซึม ความฟุ้งซ่านและร้อนใจ ความลังเลสงสัย รู้ชัดเหล่านี้ว่ามีอยู่ในจิตของตนหรือไม่ ถ้ามีจะละได้อย่างไร
 - (2) อุปาทานขันธ 5 คือรู้ชัดในความยึดมั่นถือมั่นในเบญจขันธว่าเกิดขึ้นมาได้อย่างไร จะละได้อย่างไร
 - (3) อายตนะภายใน 6 และอายตนะภายนอก 6 รู้ชัดในอายตนะภายใน 6 และอายตนะภายนอก 6 รู้ชัดถึงสังโยชน อันเกิดเนื่องมาจากอายตนะนั้น ๆ รู้ชัดว่าสังโยชนเกิดขึ้นมาได้อย่างไร



(4) โพชนงค์ 7 (ที.ปา. (ไทย) 11/327/220 – 221; 343/266, อภิ.วิ. (ไทย) 35/542/257) คือรู้ชัดในขณะนั้นว่าโพชนงค์แต่ละอย่างมีอยู่ในจิตหรือไม่ ที่ยังไม่เกิดจะทำให้เกิดขึ้นอย่างไร ที่เกิดแล้วจะทำให้บริบูรณ์อย่างไร

(5) อริยสัจ คือรู้ชัดในอริยสัจ 4

ผลของการเจริญสติย่อมทำให้ได้รับผลตั้งแต่โสดาบันไปจนถึงอรหันต์ สำหรับผลการเจริญสติในฆราวาสก็คือทำให้กิจการงานไม่เสียหาย ไม่มีความประมาท

วิธีคิดตามหลักไตรลักษณ์

มีลักษณะ 3 ประการ หมายถึงสามัญลักษณ์ คือ กฎธรรมชาติของสรรพสิ่งทั้งปวง อันได้แก่อนิจจลักษณ์ ลักษณะไม่เที่ยง มีการแปรเปลี่ยนไปเป็นธรรมดา ทุกขลักษณ์ ลักษณะทนอยู่ตลอดไปไม่ได้ ถูกบีบคั้นด้วยอำนาจของธรรมชาติทำให้ทุกสิ่งไม่สามารถทนอยู่ในสภาพเดิมได้ตลอดไป และอนัตตลักษณ์ ลักษณะไม่สามารถบังคับบัญชาให้เป็นไปตามต้องการได้ เช่น ไม่สามารถบังคับให้ชีวิตยั่งยืนอยู่ได้ตลอดไป ไม่สามารถบังคับจิตใจให้เป็นไปตามปรารถนา

เมื่อเข้าใจความไม่เที่ยงกับเรื่องราวที่เผชิญจะช่วยให้เราไม่ประมาท รู้เท่าทัน เมื่อเข้าใจทุกซ์ ว่าชีวิตต้องประสบพบเจอกับความทุกข์เป็นเรื่องธรรมดา จะช่วยให้เราเบื่อหน่ายในทุกซ์และลดความยึดมั่นถือมั่นหรือปล่อยวางตัวตนลงได้มาก เมื่อเข้าใจอนัตตา ทำให้เรารู้ความจริงของสิ่งทั้งปวงไม่ยึดมั่นในอารมณ์ที่มากกระทบ เป็นการคลายตัณหา มานะ ทิฐิ ทำให้เบากาย เบาใจ ทำให้เข้าใจว่าความปรารถนา เป็นเรื่องที่บังคับกันไม่ได้ ทุกความปรารถนามีดับไปในที่สุด

สรุปว่าการทำความเข้าใจในไตรลักษณ์ จะช่วยให้ชีวิตแจ่มใส ผาสุก ไม่ร้อนรน เข้าใจถึงธรรมชาติชีวิตและสรรพสิ่ง รวมถึงโลกธรรมที่เกิดว่าล้วนเกิดขึ้น เปลี่ยนแปลงในท่ามกลาง และดับไปในที่สุด เมื่อใจคิดได้อย่างนี้ก็จะไม่เป็นทุกข์มาก

อัปมาทธรรม

ความไม่ประมาท คือ ความเป็นอยู่อย่างไม่ขาดสติ หรือความเพียรที่มีสติเป็นเครื่องเร่งเร้าและควบคุม ได้แก่ การดำเนินชีวิตโดยมีสติเป็นเครื่องกำกับความประพฤติปฏิบัติและการกระทำทุกอย่าง รมัตถะวังตัว ไม่ยอมถลำไปในทางเสื่อม แต่ไม่ยอมพลาดโอกาสสำหรับความดีงามและความอันจะต้องรับผิดชอบ ไม่ยอมปล่อยปละละเลย การทำการด้วยความจริงจัง รอบคอบและรู้หน้าที่เรื่อยไป “รอยเท้าของสัตว์บกทั้งหลาย ชนิดใด ๆ ก็ตาม ย่อมลงในรอยเท้าช้างได้ทั้งหมด, รอยเท้าช้าง เรียกว่าเป็นยอดของรอยเท้าเหล่านั้น โดยความใหญ่ ฉะนั้นใด กุศลธรรมทั้งหลายอย่างใด ๆ ก็ตาม ย่อมมีความไม่ประมาทเป็นมูล ประชุมลงในความไม่ประมาทได้ทั้งหมด ความไม่ประมาท เรียกได้ว่าเป็นยอดของธรรมเหล่านั้นฉะนั้น” ความไม่ประมาท เป็นทางไม่ตาย ความประมาทเป็นทางแห่งความตาย ผู้ไม่ประมาทย่อมไม่ตาย คนประมาทเหมือนคนที่ตายแล้ว ฯลฯ ผู้ไม่ประมาท เพ่งพินิจอยู่ ย่อมประสบความสุขอันไพบูรณ์ (ช.ธ. (ไทย) 25/12/18)

ประสบการณ์

ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ทุก ๆ ด้าน ประสบการณ์ที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ศิลปะมีอยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่เราได้ปะทะหรือสัมผัสด้วยตัวเองได้พบเอง กระทำเอง ได้ยินได้ฟังเอง

2. ประสบการณ์รอง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "ประสบการณ์ทางอ้อม" เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดหรือรับรู้มาอีกทอดหนึ่ง

การนำประสบการณ์มาใช้ในการกระบวนการพัฒนาจิตเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาตนในการก้าวข้ามความรู้สึกสุข ทุกข์ หวั่นไหว เมื่อต้องเผชิญโลกธรรมทั้ง 8 นั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างความเข้าใจในโลกธรรม เมื่อจิตเกิดการยอมรับเข้าใจ ความรู้สึกสุข ทุกข์ต่าง ๆ จึงไม่มี หรืออาจบรรเทาลงได้ เป็นการฝึกอบรมเสริมสร้างให้จิตพร้อมสมบูรณ์ด้วยคุณสมบัติ 3 ด้านคือ

1. คุณภาพของจิต ได้แก่ สร้างเสริมจิตใจให้ตั้งงามด้วยคุณธรรมต่าง ๆ เป็นจิตใจที่สูงประณีต มีเมตตา มีความรัก มีความเป็นมิตร มีความปรารถนาประโยชน์แก่ผู้อื่น มีใจกรุณาอยากช่วยเหลือผู้อื่นให้พ้นทุกข์ มีจาคะ มีน้ำใจเผื่อแผ่ โอบอ้อมอารี มีคารวะ ความเคารพ เห็นความสำคัญของผู้อื่น มีมัทวะ ความอ่อนโยน กตัญญู ความรู้คุณค่าแห่งการกระทำของผู้อื่น

2. สมรรถภาพจิต หรือความสามารถของจิต เช่นความมีสติ วิริยะ ความเพียร มีความอดทนและทนทาน มีสมาธิจิตแน่วแน่ มีสัจจะ มีความจริงจัง เอาจริงเอาจัง ความคิดเด็ดเดี่ยวต่อความมุ่งหมาย มีความหนักแน่นเข้มแข็งมั่นคงในจิตใจที่จะทำงานให้ได้สมบูรณ์ โดยเฉพาะงานทางปัญญา คือความคิดพิจารณาให้เห็นความแจ่มแจ้งชัดเจน

3. สุขภาพจิต คือจิตที่มีสุขภาพดี มีจิตใจที่เป็นสุข สดชื่น ร่าเริง เบิกบาน ปลอดโปร่ง สงบ ผ่องใส พร้อมที่จะยิ้มแย้มได้ มีปิติ ความอิ่มเอิบใจ มีปราโมทย์ ความแช่มชื่นใจ มีปัสสัทธิ ความผ่อนคลาย ไม่คับข้อง ขุ่นมัว ไม่หม่นหมอง ไม่หดหู่เหี่ยวแห้งเรียกว่าสุขภาพจิต (พระราชวรานี (ประยูรธ ปยุตโต), 2530)

โลกธรรมทั้ง 8 ตัวที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุดคือตัว นิทาน เพราะตัวนิทานนั้นเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ยกตัวอย่างเช่นว่า เมื่อได้รับลาภ ก็ถูกนิทานว่าอาจจะได้ลาภมาโดยมิชอบ เมื่อเสื่อมจากลาภก็ถูกนิทานว่าไม่สามารถรักษาลาภเอาไว้ได้บ้าง เพราะประพัตติตัวไม่ดีบ้าง เมื่อได้ยศ ก็ถูกนิทานว่าช้อยยศชื้อตำแหน่งมาก็เสื่อมจากยศก็ถูกนิทานว่า ไม่มีความสามารถในการรักษายศเอาไว้ให้ได้ ดังนั้นตัว นิทานนี้จึงมีอิทธิพลสูงมากต่อชีวิตมนุษย์ ซึ่งต่างกับตัวโลกธรรมตัวอื่นที่นาน ๆ ถึงจะได้ลาภ และเสื่อมจากลาภ นานครั้งถึงได้เลื่อนยศ และเสื่อมจากยศ หรือแม้แต่เมื่อประสบสุข ในบางครั้งก็ไม่มีคนยินดีในความสุขของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน กลับนิทานลับหลัง และเมื่อเพื่อนมนุษย์ประสบซึ่งทุกข์ ก็มีกล่าวซ้ำเติม ไม่มีความเห็นอกเห็นใจต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ดังนั้นเมื่อมนุษย์ถูกระทบทางอายตนะ ทางหู จึงทำให้เกิดความรู้สึกร้าวร้าว ดังกระบวนการเกิดตามหลักปฏิจจสมุปบาท ดังนี้

สฬายตนะ – คือชีวิตที่จะสนองความต้องการของตัวตน และพร้อมจะกระทำการต่าง ๆ โต้ตอบต่อโลกภายนอก จะต้องมีการติดต่อกับโลกภายนอก สำหรับให้กระบวนการรับรู้ ดำเนินงานได้ ดังนั้นอาศัยนาม



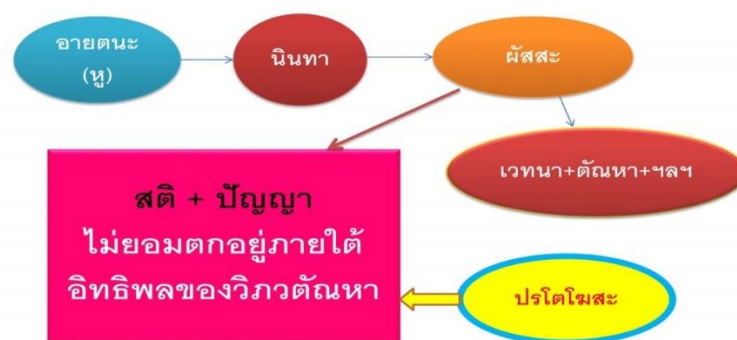
รูป เป็นเครื่องสนับสนุน กระบวนการแห่งชีวิตจึงดำเนินต่อไปตามพลังแห่งกรรม ถึงขั้นเกิดอายตนะ ทั้ง 6 คือ ประสาท ตา หู จมูก ลิ้น กายและเครื่องรับรู้อารมณ์ภายใน คือใจ จากนั้น

ผัสสะ - กระบวนการแห่งการรับรู้ก็ดำเนินงานได้ โดยการเข้ากระทบหรือประจวบกันระหว่าง องค์ประกอบ สามฝ่าย คืออายตนะภายใน (ตา หู จมูก ลิ้น กายและใจ) กับอารมณ์หรืออายตนะภายนอก (รูป เสียง กลิ่น รส โผฏฐัพพะ และธรรมารมณ์) และวิญญาณ (จักขุวิญญาณ โสตวิญญาณ ฆาน วิญญาณ ชิวหาวิญญาณ กายวิญญาณ และมโนวิญญาณ) เมื่อการรับรู้เกิดขึ้นครั้งใด

เวทนา - ความรู้สึกที่เรียกว่า การเสวยอารมณ์ ก็จะต้องเกิดขึ้นในรูปใดรูปหนึ่ง คือสุขสบาย (สุขเวทนา) ไม่สบาย เจ็บปวด เป็นทุกข์ (ทุกข์เวทนา) หรือไม่ก็เฉย ๆ (อทุกขมสุขเวทนา หรือ อุเบกขาเวทนา) และโดยวิสัยแห่งปุณฺณ กระบวนการย่อมไม่หยุดนิ่งอยู่เพียงนี้

บทสรุป

หนึ่งในโลกธรรมทั้ง 8 ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของมนุษย์ คือการนิมิต เพราะเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับ อายตนะ 6 คือหูที่รับรู้ เสียง เกิดโสตวิญญาณ เมื่อขาดสติในการตั้งรับ ถูกกระทบด้วยคำตัตถิณนิมิต ก็จะทำให้ เกิดเวทนาขึ้นมาทันที ดังนั้นสติคือการระลึกรู้ ตามมาด้วยการใช้สติเพื่อการรู้เท่าทันตามความเป็นจริง โดยใช้ ปัญญาพิจารณาคิดไตร่ตรองให้เห็นและเข้าใจถึงความเป็นจริงของโลกธรรมตัวนี้ ก็จะสามารถบรรเทาเวทนา หรือ สามารถดับเวทนาลงได้ดังแผนภูมิรูปภาพดังต่อไปนี้



ผู้เขียนได้สังเคราะห์หลักธรรมออกมาได้จากหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้องกับโลกธรรม 8 ใน และมีความ คิดเห็นว่าข้อธรรมในครั้งพุทธกาลที่พระพุทธองค์ทรงเน้นมาตลอดคือ การดำรงจิตตั้งมั่นไม่ให้หวั่นไหว โดยใช้ โยนิโสมนสิการในการพิจารณาให้เห็นตามความเป็นจริงเกี่ยวกับโลกธรรมนั้นโดยมีพระพุทธองค์ทรงใช้ ปรโตโมสะ ในส่วนของการเป็นกัลยาณมิตรคอยให้คำแนะนำแก่พระสาวก อุบาสก อุบาสิกา แต่ในสังคม ปัจจุบัน ปัญหามีมากขึ้น มีความละเอียดอ่อนต่อสภาพจิตใจคนในทุกวันนี้มากขึ้น บริบทของคนในยุคปัจจุบัน แตกต่างจากยุคพุทธกาลอย่างสิ้นเชิง การที่คนจะเข้าถึงธรรม เพื่อน้อมนำไปปฏิบัติเป็นเรื่องยาก การที่จะหาผู้รู้ ธรรมมาเป็นกัลยาณมิตรคอยชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องตรงก็หายาก ทั้งที่มีสื่ออยู่ทั่วไปที่โพสต์บอกเกี่ยวกับข้อ ธรรม ค่อนข้างเข้าใจธรรมอย่างผิวเผิน และไม่ได้นำธรรมะไปปฏิบัติจริง การศึกษาโลกธรรม 8

จึงเปรียบเสมือนเส้นทางแสงสว่างแห่งชีวิต ที่จะนำทางให้เข้าใจวิถีชีวิตและรู้จักการใช้ชีวิตที่ควรเป็นในปัจจุบัน โดยมีความระลึกได้อยู่เสมอถึงความไม่ประมาทและมีสติยังรู้ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งความเป็นปกติในการดำเนินชีวิตไม่ว่าจะมีสิ่งใดมากระทบก็ให้ถือเสียว่าสิ่งนั้นคือโลกธรรม 8

เอกสารอ้างอิง

- ปรุทม์ บุญศรีตัน. (2552). *หลักพระพุทธศาสนา*. เชียงใหม่: มรดกล้านนา.
- พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช). (2548). *พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ ชุดคำวัด*. กรุงเทพฯ: วัดราชโอรสาราม.
- พระพุทธโฆสเถระ. (2554). *คัมภีร์วิสุทธิมรรค*. (สมเด็จพระพุทธปาจารย์ (อาจ อาสภมหาเถร) แปลและเรียบเรียง). พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2552). *พุทธธรรม (ฉบับปรับปรุงและขยายความ)*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระราชวรมนี (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2530). *พัฒนาคน*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- พระศรีวิสุทธิกวี (พิจิตร ฐิตวณฺโณ). (2530). *การพัฒนาจิต*. กรุงเทพฯ: มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2534). *พระไตรปิฎกพร้อมอรรถกถา แปล ชุด 91 เล่ม*. กรุงเทพฯ: มหามกุฏราชวิทยาลัย.
- วสิน อินทสระ. (2519). *หลักคำสอนสำคัญในพระพุทธศาสนา (พุทธปรัชญาเถรวาท)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สมเด็จพระญาณสังวร สมเด็จพระสังฆราช (เจริญ สุวฑฺฒโน). (2553). *ธรรมาภิธาน พจนานุกรมคำสอนพระพุทธศาสนา*. พิมพ์ครั้งที่ 2 (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: สำนักเลขานุการสมเด็จพระสังฆราช.
- อภิชาติ พรสี. (2556). *การศึกษาวิเคราะห์วิธีคิดเพื่อบรรเทาทุกข์ในพระพุทธศาสนาเถรวาท (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาคาร 37 ชั้น 1 เลขที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถนนอุทองนอก
แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์: 097-9359356
Email: touch_life@outlook.co.th, journal.dar@gmail.com