

ISSN: 2730-3055 (Online)



วารสาร รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

SSRU Journal of Public Administration

ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 : (กันยายน-ธันวาคม 2565)
Vol. 5 No. 3 : (September-December 2022)





วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา SSRU Journal of Public Administration

ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2565)
Vol. 5 No. 3 (September-December 2022)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาและบุคลากรทั้งภายในภายนอกสถาบัน
2. เพื่อนำเสนอและพัฒนาศักยภาพและผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าและบทความทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาและนักวิชาการภายนอก
3. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์ และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐศาสตร์
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาฏกุล

ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์

เอกราจินดาว์ฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช	จันทร์ศร	มหาวิทยาลัยชินวัตร
ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน	ดอกไธสง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์	ทับทิมรักรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา	เมฆคำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา	ชินบุตร	มหาวิทยาลัยทองสุข
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน	แสงดี	มหาวิทยาลัยมหิดล

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พิมพ์เผยแพร่ 3 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD>

ติดต่อกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เลขที่ 1 ถนนอุทองนอก เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์: 02-1601240, 097-9359356

โทรสาร: 02-1601240

Website: <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/SSRUJPD>

E-mail: touch_life@outlook.co.th

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ



วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2565 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 2 ดังนั้นในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 13 บทความ กองบรรณาธิการขอเสนอบทความที่น่าสนใจดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดย มธุริน รุจาฉันท และคณะ ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก 2) ประชาชนที่มี เพศ ต่างกันมีส่วนร่วมต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวยที่แตกต่างกัน ส่วน อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพไม่แตกต่างกัน

รูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์ อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข โดย ดวงกมล พลศิริพิพัฒน์ และ ชยุต ภวานันท์กุล ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยพึงประสงค์ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยอัตวิสัย ประกอบด้วย คิดให้เป็น คิดที่มีประโยชน์ คิดเชิงบวก และคิดเสริมสร้าง ปัจจัยภาวะวิสัย ประกอบด้วย การปรับตัว การเรียนรู้ การรู้เท่าทัน และการเพิ่มความสุข 2) จากการสังเคราะห์นำดัชนีมวลรวมประชาชาติ และ 7S ของแมคคินซี ทำให้เกิดคุณค่าสร้างสรรค์และสร้างรูปแบบบูรณาการวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์นำการสร้างความสำเร็จดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟาสู่สังคม 5.0 เพื่อเป้าหมายพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงคนไทย 4.0

อิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดย อินทร์ทิรา ภูระหงษ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุน

หมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และ ระยะเวลาขายสินค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ 2) สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยระยะเวลาเก็บหนี้และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล แต่สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ และอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล 3) ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ 4) ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล

กองบรรณาธิการวารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผศ.ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวรรณ

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	V
ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Organizational Management Factors Affecting Self-Development of Tourism Authority of Thailand Personnel	256
ธรรมวรรณ วงศ์เจริญยศ, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ <i>Thammawat Wongcharoenyot, Chandej Charoenwiryakul</i> <i>and Waraporn Dumrongkulsombat</i>	
การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ เพื่อทักษะการเรียนรู้สำหรับนักศึกษา ปริญญาตรีในศตวรรษที่ 21 The Development of English Language Teaching and Learning Management Model for Learning Skills for Undergraduate Students in the 21 st Century	267
กัญญารัตน์ เอี่ยมวันทอง <i>Kanyarat Iemwanthong</i>	
ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรกับความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลา นครินทร์วิทยาเขตตรัง Relationship Between Corporate Image and Student Loyalty: A Case Study of Prince of Songkla University, Trang Campus	279
เอเชีย สุขาเชิน, ทิพวรรณ ชุมคง, รอยยาน หะยี่มิง, อนัญญา ไชยจักร, กรรณิการ์ แท้วิรุฬห์, ภรณ์ธิดา อรรถธรรม, ภัทรวรินทร์ ทองจันทร์, สุริยันต์ บุญเลิศวรกุล และ ฮาซันอักริม ดงนะแดง <i>Asia Sukakern, Thipawan chumkong, Roiyan Hayeeming, Ananya Chaijak,</i> <i>Kannikar Tawiroon, Phonthida Atthatham, Phattharawarin thongchan,</i> <i>Suriyan Boonlertworakul and Hasan akrim Dongnadeng</i>	
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี Public participation in the preparation of Bang Kruai Municipality Development Plan, Nonthaburi Province	295
มธุริน รุจาจันทร์, วิเชียร วิทยอุดม, ภาวิธ จรุจาจันทร์, เกษม มานะสาคร และ สุปัญญา จันทร์เพ็ญศรี <i>Mathurin rujachan, Wichian Vitayaudom, Pawat Rujachan, Kasame Manasakorn</i> <i>and Supanya Chanpensre</i>	

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร Developing the potential of auto parts business entrepreneurs in Bangkok	303
สมনী สมไทยสกุล และ ราเชนทร์ นพรัฐวงศกร Somanee Somthaisakul and Rachen Nophanatwongsakorn	
รูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์ อยู่ดีมีสุขของคน รุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข Creative Public Management Vision Model on Human Well-Being Index of Alpha Generation, Department of Mental Health, Ministry of Public Health	313
ดวงกมล พลศิริพิพัฒน์ และ ชยุต ภวานันท์กุล Duangkamon Ponsiripipat and Shayut Pavapanunkul	
การจัดการ การส่งเสริมและบทบาทการดำเนินงานอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี Management, Promotion, and Role in the Operation of the Jewelry and Gems Industry	330
เงิน เตชะวรบท, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, อัครมณี สมใจ และ วรณนัฏฐา ขนิษฐบุตร Ngern Techavorabot, Chandej Charoenwiriyaikul, Akramanee Somjai and Wannattha khanitthabud	
การใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยมของนักการเมือง Using Charitable Organizations to Build Popularity	342
เฉลิมเกียรติ ทิพย์วรรณงาม, ปิยะนุช เงินคล้าย, ดำรงค์ดี จันทไทย และ นิพนธ์ โชะเฮง Chalermkiat Tipwanngam, Piyanush Ngernklay, Damrongsak Chantothai and Nipphon Soheng	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา Factors Influencing the Decision to Shop through Social Media of Suan Sunandha Rajabhat University Students	360
เบญจวรรณ ยศระวาส และ ดวงสมร รุ่งสวรรณโพธิ์ Benjawan Yotrawat, Duangsamorn Rungsawanpho	
ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Relationship between Financial Ratios Dividend Payment Policy and Securities Prices of Service Industry Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand	371
เจนจิรา จันทรทอง และ พรรณทิพย์ อย่างกลั่น Jenjira Chanthong and Phanthip Yangklan	

อิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุน หลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย The Effect of Liquidity and Profitability on Investors' Decisions in The Service Sector of The Stock Exchange of Thailand (Set)	384
อินทร์ทิวา ภูระหงษ์ Intira Phoorahong	
สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย Competency of the Personnel of the Office of the Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters	407
ณัฐชัย ม่วงเปรม และ ราเชนทร์ นพรัฐวงศกร Natthachi Mounghprem and Rachen Nophanatwongsakorn	
บทบาทและความคิดทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ Roles and Political Thoughts of Mr. Meechai Reuchupan	416
ศุภาพิชญ์ ศิริพร ณ ราชสีมา, สุรพล ราชภณธารักษ์, จักรี ไชยพินิจ และ เกรียงชัย ปึงประวัติ Suphapiech Siriporn Na Ratchasima, Suraphol Rajbhandaraks, Chakkri Chaipinit and Kriangchai Pungprawat	

ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากร
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
Organizational Management Factors Affecting Self-Development of Tourism
Authority of Thailand Personnel

ธรรมวรรธ วงศ์เจริญยศ¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล² และ วราพร ดำรงค์กุลสมบัติ³
Thammawat Wongcharoenyot¹, Chandej Charoenwiryakul² and Waraporn Dumrongkulsombat³
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}
Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}
E-mail: Dju08@gmail.com¹, chandej.ch@ssru.ac.th², waraporn.du@ssru.ac.th³

Received: October 17, 2022

Revised: December 8, 2022

Accepted: December 10, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างการพัฒนาตนเองปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นการศึกษาแบบเจาะจง กลุ่มประชากรคือบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจำนวน 348 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติ t-test, F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า 1) บุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติการทำงานมีการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ส่วน เพศอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน และ 2) การพัฒนานาตนเองขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริหารองค์กรได้แก่ ความมั่นคงในงาน เพื่อนร่วมงานและการดำเนินการภายใน สภาพการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน และผลตอบแทนที่ได้จากการทำงานและสามารถคาดการณ์ผลตอบแทนจากประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการได้ถึง 79.20% การวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้ในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาองค์กรในการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: การบริหารองค์กร, การพัฒนาตนเอง, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

Abstract

This research's objectives were 1) to compare the personal development of personnel and personal factors and 2) to study the factors of organizational management affecting the self-development of the Tourism Authority of Thailand personnel. The population was 348 Tourism Authority of Thailand personnel. The data were analyzed using statistical t-test, F-test, and

multiple regression analysis. Tourism Authority of Thailand personnel and used statistics such as t-test, F-test, and multiple regression analysis. The research results showed that 1) the personnel with different operating periods have various self-development. However, the gender, age, education level, and average monthly income were not separate, and 2) Self-development depends on organizational management factors, including job security, coworkers and internal operations, working conditions, work progress, and return on performance and service quality can be predicted by 79.20%. Therefore, this research serves as a guideline for the Tourism Authority of Thailand to use in formulating policies for organizational development to promote the self-development of the Tourism Authority of Thailand to be more efficient in the future.

Keywords: Organizational Management, Self-Development, Tourism Authority of Thailand

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงองค์กรเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา จากองค์กรที่มีผู้นำหรือผู้บริหารเป็นผู้สั่งการ (Dominate) การบริหารงานทุกอย่างถูกกำหนดโดยผู้นำและบุคลากรต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มาเป็นองค์กรที่มีการบริหารแบบการมีส่วนร่วมเปลี่ยนจากสายการบังคับบัญชาแนวดิ่งไปเป็นแนวนราบ ทั้งนี้เพื่อลดขั้นตอนการบังคับบัญชาให้เหลือน้อยที่สุด ทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงานมากขึ้น และท้ายที่สุดได้เปลี่ยนแนวทางการปฏิบัติงานจากการรับคำสั่งจากหัวหน้างานมาสู่การทำงานเป็นทีม (Teamwork) เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็วผู้ปฏิบัติงานมีความสุขในการทำงาน เพราะเป็นผู้กำหนดวิธีการทำงานด้วยตนเอง การจัดการองค์กรในแนวนราบและบุคลากรมีส่วนร่วมจะเกิดการส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เกิดการร่วมมือพึ่งพาอาศัยกันและกัน มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานเกิดการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ และเกิดความคิดสร้างสรรค์จนกลายเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ทำให้ผลผลิตและรายได้ขององค์กร (Productivity) เพิ่มขึ้นเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ (Organization Effectiveness) สามารถยืนหยัดแข่งขันกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติได้อย่างมั่นคง องค์กรต่าง ๆ ตระหนักว่าสิ่งสำคัญที่สุดไม่ใช่ระบบฐานข้อมูลแต่เป็น “ทรัพยากรบุคคล” ที่เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาองค์กรสู่การแข่งขันทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (ศิริลักษณ์ เมฆสังข์, 2556)

องค์กรเกิดขึ้นจากการรวมตัวของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปอย่างมีจิตสำนึกร่วมกันในการดำเนินงานในลักษณะที่จะก่อให้เกิดความความร่วมมือไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนด ซึ่งความร่วมมือร่วมใจนั้นต้องใช้พลังทางสถิติ ปัญญา พลังทรัพย์อื่น ๆ (ลัทธิกาล ศิริวรมย์ และณรงศักดิ์ บุญเลิศ, 2558) ทรัพยากรบุคคล จึงเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่จะสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร ดังนั้นจึงควรได้รับการพัฒนาเพื่อเสริม รักษาและทำนุบำรุงให้สามารถสร้างคุณประโยชน์ให้แก่องค์กรและตนเอง (มรกต ลิ้มวัฒนา, 2559) ทั้งนี้ ภารกิจที่แต่ละองค์กรในสังคมต้องรับผิดชอบ ล้วนต้องอาศัยทรัพยากรบุคคลเป็นผู้ปฏิบัติงาน การที่ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนได้พัฒนาและปรับปรุงตนเองให้ทันต่อพัฒนาการของรูปแบบการทำงานหรือเทคโนโลยี วิธีการคิดและทักษะใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อการเพิ่ม

ประสิทธิภาพการทำงานและประสิทธิผลขององค์กรได้สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยรวมได้ (วินัย เพชรช่วย, 2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีบทบาทหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการส่งเสริมเผยแพร่การท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันสภาวะการท่องเที่ยวในประเทศไทยประสบปัญหาจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการขยายตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีการกำหนดนโยบายในการบริหารงานภายใต้วิกฤตดังกล่าวให้มีการติดตามสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อกำหนดแนวทางการติดตามรายงานสถานการณ์และจัดทำแผนฟื้นฟูการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้กลับมามีชีวิตชีวา ทำให้บุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการร่วมกันแก้ไขปัญหาจากวิกฤตดังกล่าว เนื่องจากเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ซึ่งบุคลากรต้องจำเป็นต้องมีการพัฒนาตนเองให้มีการเรียนรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น รู้จักการคิดวิเคราะห์และวินิจฉัย การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย การใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมกับการทำงาน การหาทีมงานที่สามารถร่วมกันทำงานและการมีความอดทนและความพยายามในการแก้ไขปัญหา เพื่อผลักดันองค์กรให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตั้งไว้ เพราะการพัฒนาตนเองเป็นการเพิ่มศักยภาพในหน้าที่การงานของตนเองให้พัฒนาออกมาทางผลงานในทางทำงานให้ดียิ่งขึ้น แต่ถ้าหากบุคลากรไม่พร้อมที่จะพัฒนาตนเองเพิ่มศักยภาพของตนเอง การพัฒนาภายในองค์กรก็จะไม่สามารถดำเนินต่อไปให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้ได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีบทบาทหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการส่งเสริมเผยแพร่การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมีการกำหนดนโยบายในการบริหารงานภายใต้วิกฤตดังกล่าวให้มีการติดตามสถานการณ์ดังกล่าวอย่างใกล้ชิด เพื่อกำหนดแนวทางการติดตามรายงานสถานการณ์และจัดทำแผนฟื้นฟูการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้กลับมามีชีวิตชีวา ทำให้บุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการร่วมกันแก้ไขปัญหาจากวิกฤตดังกล่าว เนื่องจากเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ซึ่งบุคลากรต้องจำเป็นต้องมีการพัฒนาตนเองให้ มีการเรียนรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น รู้จักการคิดวิเคราะห์และวินิจฉัย การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย การใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมกับการทำงาน การหาทีมงานที่สามารถร่วมกันทำงานและการมีความอดทนและความพยายามในการแก้ไขปัญหา เพื่อผลักดันองค์กรให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตั้งไว้ เพราะการพัฒนาตนเองเป็นการเพิ่มศักยภาพในหน้าที่การงานของตนเองให้พัฒนาออกมาเป็นผลงานที่เป็นรูปธรรมในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น แต่ถ้าหากบุคลากรไม่พร้อมที่จะพัฒนาตนเองเพิ่มศักยภาพของตนเอง การพัฒนาภายในองค์กรก็จะไม่สามารถดำเนินต่อไปให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้ได้ ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถดำเนินงานภายใต้วิกฤตการณ์ดังกล่าวข้างต้น องค์กรมีความจำเป็นต้องส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาตนเอง รวมทั้งเสริมสร้างปัจจัยที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคลากรเกิดการพัฒนาตนเองเพื่อปฏิบัติงานตามตำแหน่งหน้าที่ได้อย่างเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถ สร้างความเสมอภาคต่อกันภายในองค์กร เช่น การกำหนดลักษณะงานที่ต้องทำให้เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากร การพัฒนาความมั่นคงในงาน การสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรและเพื่อนร่วมงานและองค์กร สภาพการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน การติดต่อสื่อสารงานทั้งภายในและ

ภายนอกองค์กร และการพิจารณาคำตอบแทนจากการทำงานที่มีความเหมาะสมและตำแหน่งหน้าที่ในการทำงาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ดังนั้น จากความสำคัญของการพัฒนาตนเองของบุคลากรดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงมีความสนใจศึกษา “ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเสนอต่อผู้บริหารและเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาองค์กรในการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระหว่างการพัฒนาตนเองกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการพัฒนาคน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเอง

2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ (1) ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และ (2) ปัจจัยการบริหารองค์กร ได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ต้องทำ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านเพื่อนร่วมงานและการดำเนินงานภายใน ด้านสภาพการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านการติดต่อสื่อสาร และ ด้านผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน

ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านการวินิจฉัยตนเอง ด้านการกำหนดเป้าหมาย ด้านการหาทรัพยากรที่เหมาะสม ด้านการหาเพื่อน ด้านความอดทนและความพยายาม และด้านการประเมินผล

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเองจะเกิดมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะพัฒนาตนเองการเรียนรู้และมีแรงจูงใจที่จะผลักดันมีกระบวนการพัฒนาตนเองนี้ 1) การเรียนรู้ (Learning) การพัฒนาตนเองต้องเริ่มจากการเรียนรู้เกี่ยวกับงานนั้นและเข้าใจขององค์กรว่าต้องการอะไรสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาคือความก้าวหน้าในงานหากบุคคลไม่มีความเข้าใจความรู้ในองค์กรก็จะไม่เกิดการพัฒนาตนเองเพราะการเรียนรู้จะรับรู้ได้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ตนเองต้องการรู้และพัฒนา 2) การวินิจฉัยตนเอง (Self Diagnosis) การที่จะพัฒนาตนเองบุคคลควรจะต้องสำรวจวิเคราะห์เพื่อให้

ทราบจุดเด่นจุดด้อยและข้อบกพร่องของตนเองจึงจะนำข้อมูลตรงนั้นมาเพื่อใช้ในการแก้ไขปรับปรุงเพื่อยกระดับความสามารถของตนเอง 3) การกำหนดเป้าหมาย (Goal) กำหนดให้ทราบถึงเป้าหมายในการพัฒนาตนเองว่า จะต้องพัฒนาไปแนวทางไหนและพัฒนาจากเดิมยังงี้คือสิ่งที่ควรกำหนดเพื่อนำไปประเมินหรือวัดผลตนเอง 4) การหาทรัพยากรที่เหมาะสม (Finding Appropriate Resources) หลังจากที่ทำกาตั้งเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว จะต้องสามารถกำหนดวิธีการที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้นได้โดยการหาความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ และค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสามารถเชื่อถือได้ 5) การหาเพื่อน (Recruit of other People) เป็นการหาความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนจากบุคคลรอบข้างเพื่อให้พัฒนาตนเองในการประสบความสำเร็จบุคคลที่ว่านี้ก็คือเพื่อนร่วมงานเจ้านายหัวหน้าผู้ใหญที่มีทักษะความเชี่ยวชาญที่จะสามารถช่วยแนะนำการเรียนรู้อยู่เสมอและเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้รวมถึงข้อมูลจากการเรียนและได้ข้อมูลกลับจากผู้ร่วมงาน 6) ความอดทนและพยายาม (Tolerance and Perseverance) การเรียนรู้ควรควบคู่ไปกับการพากเพียรพยายามอดทนไม่ท้อต่ออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นหรือกำลังเจออยู่ควรใช้เวลาให้คุ้มค่าเพื่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้สำเร็จ 7) การประเมินผล (Evaluation) การตั้งเป้าหมายในการประเมินตนเองว่าผลลัพธ์ของการกระทำนั้นบรรลุเป้าหมายหรือมีการเปลี่ยนแปลงอะไรเกิดขึ้นโดยการให้คะแนนหรือตั้งเป้าหมายใหม่เพื่อแก้ไขและพัฒนาตนเองต่อไป (Megginson & Pedler, 1992)

จากแนวคิดทฤษฎีและแนวทางการพัฒนาตนเองต่างๆที่ได้ศึกษาและรวบรวมมาทั้งหมดการพัฒนาตนเองเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งหมายถึงการดำเนินการให้บุคคลได้รับประสบการณ์และการเรียนรู้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อที่จะนำเอามาปรับปรุงความสามารถในการทำงานดังนั้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาตนเองคือกระบวนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีความต้องการและริเริ่มการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อกำหนดวิธีการและแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแต่ละบุคคลโดยสามารถทำได้หลายวิธีอาทิเช่นการศึกษาต่อการฝึกอบรมการติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆจากการอ่านหนังสือพิมพ์หรือการหาโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้รู้ซึ่งทั้งนี้แต่ละบุคคลอาจมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

นักจิตวิทยาตะวันตกยุคใหม่ที่เรียกตนเองว่าเป็นกลุ่มจิตวิทยาเชิงบวก ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนให้เป็นผู้มีพื้นฐานมาจากคุณลักษณะภายในด้านบวกที่เป็นความเข้มแข็งและมั่นคงในใจทั้งนี้คุณลักษณะดังกล่าวได้แก่ การพลิกปัญหาให้เป็นโอกาส การยอมรับทั้งข้อเสียของตนเอง การมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างอบอุ่นและไว้วางใจ การมีอิสระที่จะเลือกและกระทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง การมุ่งพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และการใช้ชีวิตอย่างมีความหมายและมีเป้าหมาย (อรัญญา ตัญญ์ศิริ, 2553) และในทางพระพุทธศาสนามีศัพท์ที่ใช้สำหรับการพัฒนาคนโดยเฉพาะคือ คำว่า “ภาวนา” ซึ่งแปลว่า “การฝึกอบรม” หรือทำให้เจริญ การพัฒนาคนนั้นไม่ใช่พัฒนาแต่เพียงจิตใจเท่านั้น จะเห็นได้ว่าในพระพุทธศาสนา การภาวนามีทั้งหมด 4 ด้าน คือ พัฒนาด้านกาย เรียกว่า “กายภาวนา” พัฒนาด้านจิต เรียกว่า “จิตภาวนา” พัฒนาด้านศีล เรียกว่า “ศีลภาวนา” และพัฒนาด้านปัญญาเรียกว่า “ปัญญาภาวนา” ซึ่งเรื่องของภาวนานี้ใกล้เคียงกับการพัฒนา 4 ด้านของวงจรการศึกษาสมัยใหม่ คือ การพัฒนาด้านร่างกาย (Physical Development) การพัฒนาด้านอารมณ์ (Emotional

Development) การพัฒนาด้านสังคม (Social Development) และการพัฒนาด้านสติปัญญา (Intellectual Development) (พระธรรมปิฎก, 2556)

การฝึกอบรมนับว่าเป็นงานสำคัญที่ผู้บริหารส่วนใหญ่ต้องให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้เป็นหนทางที่องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีขึ้นด้วยกิจกรรมทางการด้านการฝึกอบรมนี้บุคลากรเก่าก็จะมีโอกาสได้รับความรู้ความสามารถที่ตลอดเวลา ตามทันกับการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าใหม่ ๆ เช่นเดียวกันกับบุคลากรใหม่ก็จะมีโอกาสได้รับการฝึกฝนและพัฒนายิ่งขึ้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2559) นอกจากนี้ จารุพันธ์ อธิธาวัชกุล (2553) กล่าวว่า หากองค์กรห่วงใยและคำนึงถึงสุขภาพจิตในการทำงานของบุคลากรด้วย จะยิ่งเพิ่มความรู้สึกรักผูกพันมากขึ้น ดังนั้นการสอดส่องและส่งเสริมให้บุคลากรมีชีวิตการทำงาน โดยที่สามารถจัดสรรเวลาของงาน ชีวิตครอบครัวและทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างสมดุล จึงเป็นเรื่องที่องค์กรควรดำเนินการ

1) การพัฒนาด้านร่างกาย (Physical Development) การพัฒนาด้านร่างกายเป็นการให้ความสำคัญกับสุขภาพโดยการบริโภคอาหารตามหลักโภชนาการพักผ่อนอย่างเพียงพอและออกกำลังกายเป็นประจำเพื่อสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์เพราะสุขภาพร่างกายมีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร

2) การพัฒนาด้านอารมณ์ (Emotional Development) การพัฒนาด้านอารมณ์เป็นการสร้างเสริมสุขภาพจิตที่ดีให้รู้จักควบคุมอารมณ์เพราะอารมณ์ของมนุษย์นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อไม่สามารถควบคุมสติและอารมณ์มีจุดสูงต่ำขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลอยู่กับแต่ละบุคคลโดยสิ่งที่ก่อให้เกิดอารมณ์ได้แก่การคาดหวัง ความจำกัดของเวลาและความเมื่อยล้าอ่อนเพลียทางร่างกายและจิตใจซึ่งในปัจจุบันมีแนวทางการพัฒนาอารมณ์ 2 ที่เป็นที่ยอมรับคือการรับคำปรึกษาและการโค้ชเพื่อพัฒนาทั้งทักษะและอารมณ์

3) การพัฒนาด้านสังคม (Social Development) การพัฒนาด้านสังคมเป็นการสร้างการยอมรับและยกย่องจากสังคมอันได้แก่การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆซึ่งกระบวนการขัดเกลาทางสังคมเป็นเรื่องที่ผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์มักให้ความสำคัญอย่างมากหากองค์กรมีการส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมเรื่องบุคลิกภาพการเข้าสังคมเพื่อให้เกิดความมั่นใจในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นที่พึงรู้จักจะส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกับบุคคลอื่นทำให้มีสัมพันธภาพที่ดีมีเครือข่ายและเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของงาน

4) การพัฒนาด้านสติปัญญา (Intellectual Development) การพัฒนาด้านสติปัญญาเป็นการเพิ่มทักษะทางด้านความรู้ให้กับตนเองโดยการเข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทักษะและประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ซึ่งการพัฒนาด้านปัญญาจะทำให้บุคคลมีความสามารถที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์ชีวิตสามารถทำการตัดสินใจแก้ปัญหาและหลุดพ้นจากความยากลำบากได้และการพัฒนาด้านปัญญาจะต้องได้ความคิดขั้นสูงเคราะห์มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ถึงจะทำให้การพัฒนาปัญญาเจริญงอกงามได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษากรอบแนวคิดของการวิจัยและทฤษฎี ผู้วิจัยได้ศึกษากรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า ได้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีเนื้อหาสาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ บุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สังกัดสำนักงานใหญ่ จำนวน 2,650 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ตอบแบบสอบถามได้แก่ บุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 348 ตัวอย่าง ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ (Yamane, 1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีแบบสอบถามเชิงปริมาณลักษณะเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พร้อมทั้งได้ทำการปรับปรุงคำถามให้เหมาะสมกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนโดยมี รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการบริหารองค์กรได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ต้องทำ ด้านความมั่นคงในงาน ด้านเพื่อนร่วมงานและการดำเนินงานภายใน ด้านสภาพการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การพัฒนาตนเองของบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านการเรียนรู้ ด้านการวินิจัยตนเอง ด้านการกำหนดเป้าหมาย ด้านทรัพยากรที่เหมาะสม ด้านการหาเพื่อน ด้านความอดทนและความพยายาม และด้านการประเมินผล ลักษณะแบบสอบถามเป็น ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเจาะจง กลุ่มประชากรคือบุคลากรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 348 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถึงผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากร
2. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว
3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทาง โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ผลการวิจัย

บุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติการต่างกันมีการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ส่วน เพศอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

การพัฒนาตนเองขึ้นอยู่กับปัจจัยการบริหารองค์กรได้แก่ ความมั่นคงในงาน เพื่อนร่วมงานและการดำเนินการภายใน สภาพการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน และผลตอบแทนที่ได้จากการทำงานและสามารถทำนายคุณภาพการให้บริการ ได้ร้อยละ 79.20 ดังตาราง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุปัจจัยการบริหารองค์กรที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองของบุคลากร

ปัจจัยการบริหารองค์กร	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.292	0.081		15.864	0.000
ลักษณะงานที่ต้องทำ	0.029	0.023	0.047	1.270	0.205
ความมั่นคงในงาน	0.207	0.022	0.365	9.586*	0.000
เพื่อนร่วมงานและการดำเนินการภายใน	0.157	0.031	0.251	5.093*	0.000
สภาพการทำงาน	0.116	0.024	0.183	4.790*	0.000
ความก้าวหน้าในการทำงาน	0.064	0.022	0.107	2.883*	0.004
การติดต่อสื่อสาร	0.028	0.027	0.051	1.014	0.311
ผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน	0.101	0.022	0.170	4.537*	0.000
R = 0.890 Adjusted R ² = 0.788					
R ² = 0.792 SE = 0.152					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. บุคลากร ที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกันการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนที่บุคลากรที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีการพัฒนาตนเองไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากบุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานมาเป็นระยะเวลานานเป็นบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานสูงย่อมมีการพัฒนาตนเองแตกต่างกับบุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่า ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวรรณวิสา แยมเกตุ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีอายุงานต่างกันมีการพัฒนาตนเองแตกต่างกัน

2. ปัจจัยการบริหารองค์กรองค์กร ได้แก่ ความมั่นคงในงาน เพื่อนร่วมงานและการดำเนินการภายใน สภาพการทำงาน ความก้าวหน้าในการทำงาน และผลตอบแทนที่ได้จากการทำงานส่งผลต่อการพัฒนาตนเอง และสามารถทำนายการพัฒนาตนเองได้ ได้ร้อยละ 78.80 ที่เป็นเช่นนี้เพราะปัจจัยองค์กรไม่ว่า ด้านความมั่นคงในงาน ด้านเพื่อนร่วมงานและการดำเนินการภายใน ด้านสภาพการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน การติดต่อสื่อสาร ด้านผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน อีกทั้งด้านลักษณะงานที่ชัดเจนจึงก่อให้เกิดการพัฒนาตนเองของบุคลากรตามมา ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวรรณวิสา แยมเกตุ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงานส่งผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 49.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

- 1) ด้านลักษณะงาน ฝ่ายบริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับงานปฏิบัติ เพื่อให้บุคลากรได้ใช้ความสามารถอย่างท้าทายมากยิ่งขึ้น
- 2) ด้านความมั่นคงในงาน ฝ่ายบริหารควรสร้างความน่าเชื่อถือให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับกับผู้บริหารทุกระดับ เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือแก่องค์กรมากยิ่งขึ้น
- 3) ด้านเพื่อนร่วมงานและการดำเนินการภายใน ฝ่ายบริหารของควรมีการจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรให้มีความรัก และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีความประทับใจมากยิ่งขึ้น
- 4) ด้านสภาพการทำงาน ฝ่ายบริหารควรพิจารณาปรับปรุงลักษณะทางกายภาพในบางจุดของการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น
- 5) ด้านความก้าวหน้าในงานฝ่ายบริหารควรมีนโยบายในการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
- 6) ด้านการติดต่อสื่อสาร ฝ่ายบริหารควรมีการจัดอบรมให้แก่บุคลากร เพื่อพัฒนาทักษะในการสื่อสารกับลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 7) ด้านผลตอบแทนที่ได้จากการทำงาน ฝ่ายบริหารควรกำหนดนโยบายในการเพิ่มสวัสดิการด้านการรักษาพยาบาลทางด้านอุบัติเหตุแก่บุคลากรตามลำดับตำแหน่งงานขึ้นไป
- 8) ด้านการเรียนรู้ ฝ่ายบริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้าร่วมอบรม สัมมนา ศึกษาดูงานในหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้บุคลากรได้ศึกษาแนวทางและวิธีการทำงานของผู้ประสบความสำเร็จมาปรับใช้ในการปฏิบัติงาน
- 9) ด้านการวินิจฉัยตนเอง ฝ่ายบริหารควรจัดให้มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยมีการประเมินจากองค์กรและให้บุคลากรประเมินตนเองว่าต้องการพัฒนางานทางด้านใดเพิ่มบ้าง
- 10) ด้านการกำหนดเป้าหมาย ฝ่ายบริหารควรสนับสนุนให้บุคลากรมีการกำหนดเป้าหมายในการปฏิบัติงานของตนเองและทดลองปฏิบัติตามเป้าหมายที่กำหนด
- 11) ด้านการหาทรัพยากรที่เหมาะสม ฝ่ายบริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้าปรึกษาหารือหรือเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนให้บุคลากรเข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อให้ได้วิทยาการใหม่ๆ มาเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 12) ด้านการหาเพื่อน ฝ่ายบริหารควรมีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสามัคคี การทำงานเป็นทีม เพื่อให้เรียนรู้การแก้ไขปัญหาในการทำงานร่วมกัน
- 13) ด้านความอดทนและพยายาม ฝ่ายบริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรรู้จักแก้ไขปัญหาในการทำงานด้วยตนเอง และตัดสินใจด้วยตนเอง ตามบทบาทหน้าที่ที่ตนเองปฏิบัติงานอยู่
- 14) ด้านการประเมินผล ฝ่ายบริหารควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และแจ้งผลการประเมินให้บุคลากรทราบในแต่ละบุคคล และแนะแนวทางในการแก้ไขแก่บุคลากรที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินเพื่อปรับปรุงตนเองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษา ปัจจัยที่ส่งต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อให้ทราบถึงระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่มีการพัฒนาตนเองในระดับที่สูงแล้ว

เอกสารอ้างอิง

- กรฎาริน ตั้งสกุล. (2558). *ความต้องการพัฒนาตนเองของพนักงานธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *ศูนย์วิจัยการตลาดการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2564, จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/history>
- จารุพันธ์ อธิธาวัชกุล. (2553). *บริหารคนเหนือตำรา*. กรุงเทพฯ: เนชั่น พรินติ้ง เซอร์วิส.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2559). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พระธรรมปิฎก. (2556). *รุ่งอรุณของการศึกษา เบิกฟ้าแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พิมพ์สวย.
- มรกต ลิ้มวัฒนา. (2559). ผลของการให้ข้อมูลเตรียมความพร้อมต่อปฏิกิริยาตอบสนองทางด้านจิตใจผู้ป่วยผ่าตัดกล่องเสียง. *วารสารสมาคมพยาบาล สาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 18(1), 55-64.
- ลัทธิกาล ศรีธรรมและณรงค์ดี บุญเลิศ. (2558). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์พัฒนา.
- วรรณวิสา แยมเกตุ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของพนักงานธนาคารสายลูกค้าบุคคลของธนาคารเอกชนแห่งหนึ่ง* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วินัย เพชรช่วย. (2550). *การจูงใจในการทำงาน*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริลักษณ์ เมฆสังข์. (2556). *ภาวะผู้นำและองค์การ*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- อรัญญา ต้อยคำภีร์. (2553). การพัฒนามาตรวัดความ มุ่งหวังในชีวิตของนักศึกษาไทย. *วารสารสุขภาพ จิตแห่งประเทศไทย*, 9, 18-26.
- Gilmer, V. B. (1971). *Industrial Psychology*. New York : McGraw-Hill Book.
- Megginson, D. and Pedler, M. (1992). *Self-development: A Facilitators Guide*. Maidenhead, UK.: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York. Harper and Row Publications.

การพัฒนาแบบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ
เพื่อทักษะการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาปริญญาตรีในศตวรรษที่ 21
The Development of English Language Teaching and Learning Management
Model for Learning Skills for Undergraduate Students
in the 21st Century

กัญญารัตน์ เอี่ยมวันทอง

Kanyarat Iemwanthong

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จักรพงษ์ภูวนารถ

Rajamangala University of Technology Tawan-Ok: Chakrabongse Bhuvanarth Campus, Thailand

Email: nong4oh@gmail.com

Received: October 18, 2022

Revised: December 6, 2022

Accepted: December 8, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาปริญญาตรีในศตวรรษที่ 21 มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาแบบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษด้านการฟังและการพูด กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ จำนวนนักศึกษา 165 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้ t-test การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบรายคู่โดยใช้ Least-Significant Difference (LSD) ผลการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระด้านบรรยากาศ ด้านประโยชน์ กับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร ด้านผู้สอน ด้านแหล่งเรียนรู้และค้นคว้าข้อมูล ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ด้านการวัดผลและประเมินผล มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ มีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านผู้สอน ตามลำดับ ซึ่งเป็นสารสนเทศสำคัญในการนำไปประยุกต์ใช้ประกอบการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ, ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

Abstract

The study on the development of English language teaching and learning management model for learning skills for undergraduate students in the 21st Century aims 1) to develop an English language teaching and learning model for undergraduate students, Satisfaction with the English language teaching style in listening and speaking In this study, the sample group consisted of first-year university students, Rajamangala University of Technology Tawan-ok. Chakrabongse Bhuwanat Campus, the number of students was 165. The sample was obtained by simple random sampling. The instrument used in this study was a questionnaire. The statistics for data analysis were descriptive. Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation Tables, and Inferential Statistics using t-test, One-way ANOVA (One-Way ANOVA), and pair testing using Least-Significant Difference (LSD). The study found a correlation between the content factors, the atmosphere, the benefits, and the satisfaction of students enrolled in English for Learning Skills courses in all six areas, namely subject content and curriculum. Instructors, learning resources, and research teaching activities in the field of extracurricular activities Measurement and Evaluation. There was a positive correlation, that is, a high level of satisfaction. And when considering each aspect, it was found that the subject content and curriculum with the highest mean, followed by teaching activities and teachers, respectively.

Keywords: English Teaching and Learning Management, Learning Skills in the 21st Century

บทนำ

ปัจจุบันสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในมิติที่รอบด้าน ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา การประกอบอาชีพ และการดำเนินชีวิต ภาษาอังกฤษถือเป็นภาษาที่มีบทบาทสำคัญ และมีผลกระทบต่อประชากรไทยในหลากหลายด้าน ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารในระดับโลก เป็นภาษาหลักของประชากรกว่า 360 ล้านคน อีกทั้งยังเป็นภาษาที่สองของประชากรกว่า 750 ล้านคนทั่วโลก นอกจากนี้ภาษาอังกฤษยังถือเป็นภาษาทางการของ 61 ประเทศ และเป็นภาษาหลักในหลายรัฐทั่วโลก จึงถือเป็นภาษากลางที่ใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างประชากรในประเทศต่าง ๆ ทั้งในส่วนของการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน ทำให้สื่อต่าง ๆ ที่เผยแพร่ในระดับนานาชาติ จะใช้ภาษาอังกฤษทั้งสิ้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ภาษาอังกฤษถือเป็นภาษาที่สองที่มีบทบาท และความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการเรียนรู้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการสื่อสารระดับที่กว้างขึ้น หรือในระดับนานาชาติอย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับด้านการศึกษา ถือเป็นด้านที่สำคัญอย่างมากไม่น้อยกว่าด้านการติดต่อสื่อสาร เพราะปัจจุบันสถาบันการศึกษา และมหาวิทยาลัยในประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทยเอง ได้พยายามปรับปรุงหลักสูตรการศึกษา ให้มีความเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่นหลักสูตรที่เป็นภาษาไทยเองมีการนำเอาความรู้ทางด้าน

ภาษาอังกฤษเข้ามาประยุกต์ใช้มากขึ้น และมีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ English Program หรือ Mini English Program และนอกจากนี้ทางกระทรวงศึกษาธิการของประเทศไทย ยังได้ส่งเสริมให้นักเรียนเริ่มเรียนภาษาอังกฤษตั้งแต่ระดับอนุบาล เพื่อเตรียมความพร้อม และให้ตัวนักเรียนได้มีความคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษดีขึ้น เมื่อเข้าเรียนในระดับสูง ดังนั้นภาษาอังกฤษจึงจะมีผลอย่างมากต่อการศึกษาต่อต่างประเทศ การเรียนในสถาบันนานาชาติในประเทศไทย

จากข้อมูลกล่าวข้างต้นจึงเป็นผลให้ภาษาอังกฤษเพิ่มโอกาสทางการศึกษา ทำให้สามารถเข้าเรียนในสถาบัน และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้หลายที่ทั่วโลก อีกทั้งยังมีโอกาสที่จะได้รับการตอบรับเข้าศึกษา และยังมีโอกาสได้รับทุนการศึกษามากกว่าคนปกติ เนื่องจากการสมัครเข้าศึกษาต่อ และสมัครทุนการศึกษา มักจะมีเงื่อนไขระดับการรู้ภาษาอังกฤษเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ

ดังนั้นเมื่อรู้ภาษาอังกฤษในระดับที่ดี จะมีโอกาสถูกจ้างงานมากกว่าคนปกติ หรือมีโอกาสที่จะได้รับเงินเดือน หรืออัตราค่าจ้างที่สูงกว่าทั่วไป ทำให้มีความก้าวหน้าในอาชีพการงานที่ดี ทั้งในกรณีบุคคลที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว การรู้ภาษาอังกฤษจะทำให้อัตราการขยายตัวของภาคธุรกิจ ผลประกอบการหรือผลกำไรสูงขึ้น กว่าปกติเช่นกันภาษาอังกฤษกับความสัมพันธ์ในการพัฒนาประเทศในระดับโลก มีการไปมาหาสู่ และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน มีความสัมพันธ์กับการลงทุน หรือดำเนินธุรกิจที่จะนำออกไปสู่ตลาดโลก ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในศตวรรษที่ 21 และภาษาอังกฤษยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถหรือเพิ่มคุณสมบัติของประชากรในประเทศไทย ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น

สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ผู้วิจัยได้รับมอบหมายจัดการเรียนการสอนวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ผู้วิจัย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ขาดทักษะการพูด-ฟังภาษาอังกฤษเป็นอย่างมาก ดังนั้นการศึกษาจึงมีความจำเป็นที่ต้อง พัฒนาทรัพยากรแรงงานที่มีคุณภาพให้กับสังคมและประเทศชาติ จากข้อมูลและเหตุผลกล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาข้อมูลพื้นฐานเพื่อนำมา พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่มีความเหมาะสมกับการเรียนระดับปริญญาตรีเพื่อช่วยพัฒนาการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรูปแบบการเรียนการสอนภาษาอังกฤษด้านการฟังและการพูด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านเพศ และสาขาที่เรียนแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ใน 6 ด้าน ของแต่ละปัจจัยแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านกิจกรรมนันทนาการ มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ใน 6 ด้าน แตกต่างกัน

3. ปัจจัยด้านบรรยากาศ มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อทักษะการเรียนรู้ใน 6 ด้าน แตกต่างกัน

4. ปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อทักษะการเรียนรู้ใน 6 ด้านแตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

จอยส์และวิล (Joyce & Weil, 1996) กล่าวว่าแก่นของกระบวนการสอนก็คือ การจัดสิ่งแวดล้อมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ร่วมด้วยเพื่อศึกษาหาวิธีว่าจะเรียนรู้ได้อย่างไร ดังนั้นรูปแบบการสอนจึงเป็นการอธิบายสภาพของสิ่งแวดล้อมการเรียนรู้ต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผนหลักสูตร รายวิชา หน่วยการเรียนรู้และบทเรียน ไปจนถึงการออกแบบและพัฒนาสื่อ การเรียนการสอน ตำราและโปรแกรมการเรียนรู้ต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องมือการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน

เอกเกนและคอคซ์ (Eggen & Kauchak, 2006) กล่าวว่ารูปแบบการสอน หมายถึง กลวิธีการสอนเฉพาะที่ได้รับการออกแบบโดยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีการเรียนรู้และการมุ่งใจเพื่อช่วยให้ ผู้เรียนบรรลุจุดประสงค์การเรียนรู้เฉพาะ รูปแบบการสอนจะบรรยายสภาพทั่วไปของการดำเนินการที่ ผู้สอนทำเพื่อช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยไม่ได้เป็นลักษณะของการสั่งการให้ผู้สอนต้องทำตามทุกอย่าง รูปแบบการสอนเป็นแนวทางทั่วไปสำหรับชี้แนะการจัดการเรียนการสอนของผู้สอน ซึ่งไม่สามารถแทนที่ ทักษะหรือความชำนาญของผู้ที่มีความเชี่ยวชาญได้

ทิตนา แคมมณี (2555) กล่าวว่า รูปแบบการเรียนการสอน คือ ลักษณะของการเรียนการสอนที่ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญซึ่งได้รับการจัดไว้อย่างเป็นระบบ ตามหลักปรัชญา ทฤษฎี หลักการ แนวคิดหรือความเชื่อต่าง ๆ โดยประกอบด้วยกระบวนการหรือขั้นตอนสำคัญ ในการเรียนการสอน รวมทั้งวิธีสอนและเทคนิคการสอนต่าง ๆ ที่สามารถช่วยให้การเรียนการสอนนั้น เป็นไปตามทฤษฎี หลักการสอนหรือแนวคิดที่ยึดถือ รูปแบบการเรียนการสอนจะต้องได้รับการพิสูจน์ ทดสอบหรือยอมรับว่ามีประสิทธิภาพ สามารถใช้เป็นแบบแผนในการเรียนการสอนให้บรรลุวัตถุประสงค์ เฉพาะของรูปแบบนั้น ๆ

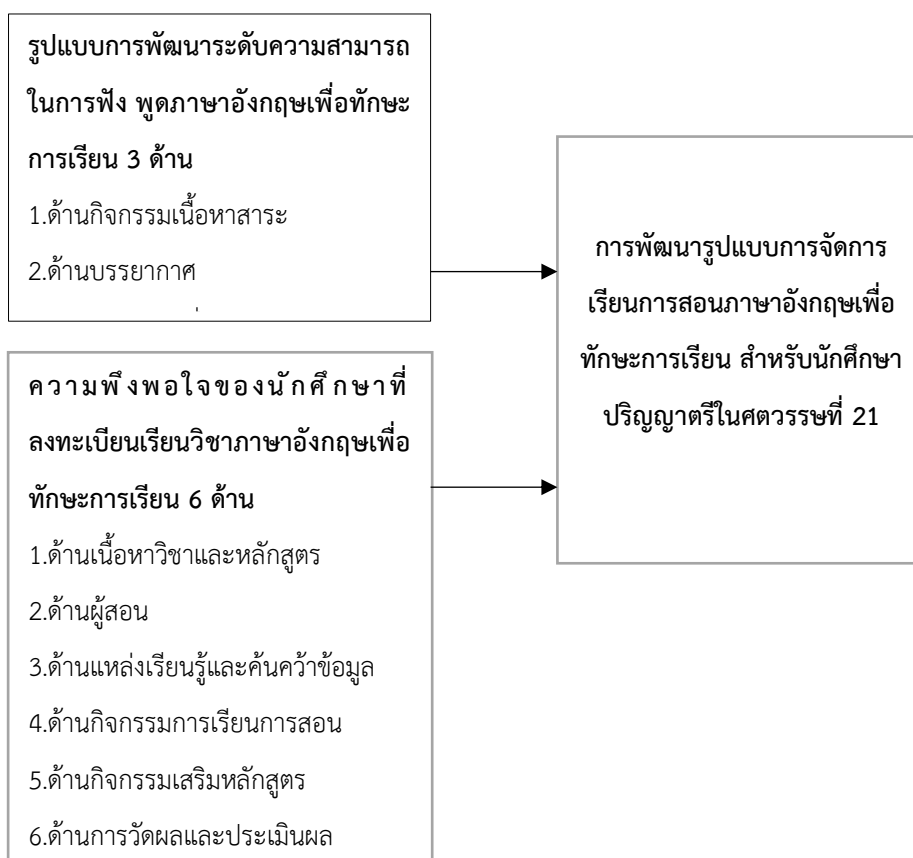
จากความหมายที่นำมากล่าวข้างต้น รูปแบบการเรียนการสอนจึงเป็นแบบแผนของการจัดการเรียนการสอนที่ได้รับการออกแบบโดยมีทฤษฎีการเรียนรู้และการมุ่งใจเป็นพื้นฐาน เพื่อใช้เป็นแนวทาง ให้แก่ผู้สอนนำไปจัดการเรียนการสอนให้บรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะของรูปแบบการเรียนการสอนนั้น

จิรารัตน์ ประยูรวงษ์ (2562) มองว่า ภาษาอังกฤษมีบทบาทและความสำคัญต่อการศึกษา ค้นคว้า เพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีในปัจจุบันถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 เพื่อช่วยให้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลนั้นไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลที่หลากหลายในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในศตวรรษที่ 21

อริยา คูหา สรินญา ปุติ และฮานานมุฮิบบะตุตติน นอจิ (2562) ซึ่งมีความคิดเห็นว่า Active Learning ถือเป็นนวัตกรรมการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพราะจะสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือกระทำด้วยตนเองผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการอ่าน การเขียน การโต้ตอบ และการวิเคราะห์ปัญหา ดังนั้นผู้สอน

ในศตวรรษที่ 21 จึงต้องพัฒนาการสอนที่จะต้องช่วยสร้างโอกาสและส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนและปรับตัวให้เป็น ผู้เรียนที่ฉลาด รักการเรียนรู้ และมีความคิดสร้างสรรค์ จากความเปลี่ยนแปลงของวิธีการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 จึงเป็นข้อสังเกตได้ว่า ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศถือเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญต่อการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษ ในขณะเดียวกัน Active Learning ก็ถือเป็นนวัตกรรมการเรียนรู้ที่จะช่วยสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้ เรียนรู้ภาษาและฝึกฝนด้วยตนเองมากขึ้น เนื่องจาก Active Learning เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็น สำคัญ เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือ ปฏิบัติจริง เรียนรู้จากสิ่งรอบตัว และกระตุ้นความสนใจของผู้เรียนเพื่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในศตวรรษที่ 21 ผู้สอนจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน ห้องเรียนภาษาอังกฤษ ให้อยู่ในรูปแบบ Active Learning มากขึ้นเพื่อที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษา ผ่านกิจกรรมการฝึกใช้ ภาษาเพื่อการสื่อสารทั้งในและนอกห้องเรียนโดยมีระบบเทคโนโลยีที่น่าสนใจเป็นเครื่องมือ ช่วยสนับสนุน

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 9 กลุ่ม มีจำนวนนักศึกษาทั้งสิ้น 289 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2564 มีจำนวนนักศึกษา 165 คน โดยใช้วิธีคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane (1973) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบประเมินรูปแบบการพัฒนาระดับความสามารถในการฟัง พูดภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ 3 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ ด้านบรรยากาศ และด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีเกณฑ์ประเมิน 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบวัดระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร ด้านผู้สอน ด้านแหล่งเรียนรู้และคนคว่าข้อมูล ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร ด้านการวัดผลและประเมินผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งถามรายละเอียดเกี่ยวกับ (เพศและสาขาวิชาที่เรียน) โดยศึกษาและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน โดยใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยสาขาวิชาที่เรียน ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงทดสอบรายคู่โดยใช้ Least-Significant Difference (LSD) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างอีกชั้นหนึ่ง

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.5 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.5 สาขาวิชาที่เรียนส่วนใหญ่เรียนสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาคือสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล คิดเป็นร้อยละ 13.9 และสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

ส่วนสาขาวิชาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด คือ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การประกอบการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

การวิเคราะห์ความเหมาะสมรูปแบบการพัฒนาระดับความสามารถในการฟัง พูดภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ 3 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ ด้านบรรยากาศ และด้านประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเหมาะสมรูปแบบการพัฒนาระดับความสามารถในการฟัง พูดภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ ทั้ง 3 ด้าน โดยภาพรวม มีความสำคัญระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านบรรยากาศ ตามลำดับ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณารายด้าน ผลการวิเคราะห์ สรุปได้ว่า

1) ด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด เมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1.1) เนื้อหาของรายวิชาเหมาะสมกับการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย 1.2) เนื้อหาของรายวิชาส่งเสริมการพัฒนาทักษะการสนทนา (การฟัง-การพูด) 1.3) เนื้อหาส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นตัวของตัวเอง มีความรับผิดชอบ และสนับสนุนศึกษาว่าเรียนรู้นอกชั้นเรียน มีความเหมาะสมมากที่สุดตามลำดับ และเนื้อหาส่งเสริมให้นักศึกษาได้ฝึกฝนการใช้ภาษาอังกฤษผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย (การฟัง-การพูด) มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

2) ด้านบรรยากาศ มีความสำคัญระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดเนื้อหา พบว่า 2.1) มีสื่อให้นักศึกษาได้ค้นคว้าจากแหล่งเรียนรู้ เช่น ศูนย์วิทยบริการ อินเทอร์เน็ต หรือแหล่งเรียนรู้ ใดๆ อื่น ๆ 2.2) มีสื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัยเอื้อต่อการเรียนภาษาอังกฤษ และ 1.3) สภาพแวดล้อมภายในห้องเรียนมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความเหมาะสมมากที่สุดตามลำดับ ส่วนบรรยากาศมีส่วนร่วมในการตอบคำถามและทำกิจกรรมในห้องเรียนบ่อยครั้ง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความเหมาะสมระดับปานกลาง และเมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) รูปแบบการสอนด้านการฟัง การพูดภาษาอังกฤษมีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองในการทำงานในอนาคตได้ มีความเหมาะสมมากที่สุด 2) การเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ด้านการฟังการพูดสามารถนำไปใช้ในการทำงานในอนาคตได้ 3) นักศึกษามีความกล้าและมั่นใจในการสื่อสารด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น ตามลำดับ และการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษด้านการฟังและการพูด สามารถนำไปสู่การปฏิบัติจริง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร ด้านผู้สอน ด้านแหล่งเรียนรู้และค้นคว้าข้อมูล ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร และด้านการวัดผลและประเมินผล สรุปได้ว่า ทั้ง 6 ด้านมีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายด้าน พบว่า 1) ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร มีความพึงพอใจมากที่สุด 2) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน 3) ด้านผู้สอน ตามลำดับ ด้านแหล่งเรียนรู้และค้นคว้าข้อมูล มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจทั้ง 6 ด้าน สรุปได้ว่า

1) ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) เนื้อหาที่เรียนมีระดับความเหมาะสมกับระดับ

ความรู้ด้านภาษาอังกฤษของนักศึกษา 3) เนื้อหาของรายวิชาสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติงานได้จริงตามลำดับ และเนื้อหาที่เรียนมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาความสามารถในการฟังและการพูด มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

2) ด้านผู้สอน มีความพึงพอใจระดับมาก เมื่อแยกพิจารณารายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) ผู้สอนมีทักษะการสอนที่น่าสนใจ และสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) ผู้สอนชี้แจงวัตถุประสงค์ของรายวิชาและบทเรียนให้ผู้เรียนทราบชัดเจน 3) ผู้สอนมีวิธีการสอนทำให้การเรียนน่าสนใจและช่วยให้เข้าใจบทเรียนได้ง่าย ตามลำดับ และผู้สอนส่งเสริมให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่มและเรียนรู้ร่วมกัน มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3) ด้านแหล่งเรียนรู้และค้นคว้าข้อมูล พบว่า มีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณารายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) ห้องเรียนมีความพร้อมด้านโสตทัศนูปกรณ์ที่ทันสมัย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด 2) บรรยายภาคในชั้นเรียนมีความเป็นมิตร มีบรรยากาศแห่งความร่วมมือ 3) มีแหล่งการเรียนรู้ การค้นคว้าหาข้อมูลที่เหมาะสม ตามลำดับ และมีแหล่งการเรียนรู้ การค้นคว้าหาข้อมูลที่เหมาะสม เพียงพอ มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

4) ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน มีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณารายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) กิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนเข้าห้องเรียนทำให้นักศึกษามีการวางแผนในเรื่องที่จะเรียนในบทเรียนมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด 2) กิจกรรมการเรียนการสอนมีความหลากหลาย 3) กิจกรรมการเรียนการสอนส่งเสริมให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่ม และเรียนรู้ร่วมกัน ตามลำดับ และนักศึกษามีความพึงพอใจวิธีการจัดการเรียนการสอนที่ช่วยพัฒนาความสามารถทางด้านการฟังและการพูด มีความพึงพอใจระดับมากน้อยที่สุด

5) ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณารายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) นักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมเสริมหลักสูตร มีความพึงพอใจระดับมาก 2) กิจกรรมช่วยทำให้นักศึกษามีความเชื่อมั่นในการใช้ภาษา 3) มีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรในรูปแบบ Online และ Onsite ตามสถานการณ์ ตามลำดับ และการจัดกิจกรรมมีการอธิบายและสาธิตวิธีการทำกิจกรรมที่ชัดเจน มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

6) ด้านการวัดผลและประเมินผล มีความพึงพอใจระดับมาก และเมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดเนื้อหา พบว่า 1) มีการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด 2) ชี้แจงเกณฑ์การวัดผลและประเมินผลให้นักศึกษาทราบชัดเจน 3) มีวิธีการวัดและประเมินผลที่หลากหลาย ตามลำดับ และมีการแจ้งคะแนนสะสมให้นักศึกษาทราบเป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่กำหนด มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศ และสาขาที่เรียนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ของแต่ละกลุ่มประชากรศาสตร์แตกต่างกันสรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สาขาวิชาเรียนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้านไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาบัญชี และสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มีแตกต่างกับสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล และสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีการกีฬา โดยสาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาบัญชี และสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าทุกสาขาวิชาที่ แตกต่างกัน สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล มีแตกต่างกับ สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน และสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล และสาขาวิชาการจัดการธุรกิจและเทคโนโลยีการกีฬา มีแตกต่างกับ สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม ในส่วนของสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การประกอบการ ไม่มีความแตกต่างกับสาขาใดเลย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเหมาะสมรูปแบบการพัฒนาระดับความสามารถในการฟัง พูดภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ 3 ด้าน คือ ด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ ด้านบรรยากาศ และด้านประโยชน์ ที่ได้รับกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาวิชาและหลักสูตร ด้านผู้สอน ด้านแหล่งเรียนรู้และค้นคว้าข้อมูล ด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร และด้านการวัดผลและประเมินผล สรุปได้ว่า

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ กับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับน้อย กล่าวคือ ปัจจัยในด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบรรยากาศกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับน้อย กล่าวคือ ปัจจัยในด้านบรรยากาศ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้านมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ปัจจัยในด้านประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน

อภิปรายผล

1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ ปัจจัยในด้านกิจกรรมเนื้อหาสาระส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน สรุปได้ว่า รายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ ควรมีการออกแบบการสอนให้เกี่ยวข้อง

กับหัวข้อและเนื้อหาเฉพาะด้านที่สามารถช่วยให้เข้าถึงคุณลักษณะความต้องการของนักศึกษาแต่ละสาขา เพื่อความจำเป็นของการนำภาษาอังกฤษไปใช้ได้จริงตามสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งยังสามารถนำความรู้ภาษาอังกฤษไปเป็นเครื่องมือสื่อสารและแสวงหาความรู้ในการประกอบอาชีพได้ในอนาคต และในด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทักษะ การพูดแบบเน้นภาระงานมีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริงตามสถานที่ที่นักศึกษาสาขานั้น ๆ ต้องการไปฝึกประสบการณ์ทางอาชีพ

2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบรรยากาศกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่าง กล่าวคือ ปัจจัยในด้านบรรยากาศ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน สรุปได้ว่า การทำกิจกรรมกลุ่ม หรือการทำกิจกรรม ในการแสดงบทบาทสมมติที่มีลักษณะคล้ายกับสถานการณ์จริงนั้น สามารถช่วยพัฒนาด้านทักษะการ สื่อสารของนักศึกษา การมีสื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย การมีเพื่อนร่วมชั้นเรียนที่ส่งเสริม และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะสามารถกระตุ้นให้นักศึกษามีความกระตือรือร้นในการเรียนมากขึ้น จากนั้นผู้สอนจะให้ผลสะท้อนกลับด้วยวาจา (Oral corrective feedback) แก่นักศึกษาทุกคน สอดคล้องกับพรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร (2560) ในการพัฒนาการเรียนการสอนผ่านเว็บ พบว่านักศึกษา มีความพึงพอใจการเรียน การสอนผ่านเว็บ ในรายวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรมในระดับมาก เนื่องจากเทคโนโลยีมีความสะดวก นักศึกษาสามารถศึกษาได้ด้วยตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา และสอดคล้องกับ Willis (1996) กล่าวว่า ผู้สอนจะเป็นผู้คอยสังเกตและให้ข้อเสนอแนะในเชิงบวก เพื่อให้เพื่อนร่วมชั้น รับทราบเพื่อ ทบทวน พัฒนาความรู้

3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนในด้านต่าง ๆ 6 ด้านมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก กล่าวคือ ปัจจัยในด้านประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เนื้อหารายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการเรียน ควรมุ่งเน้นการฝึกทักษะสนทนาฟังพูด ควรทดสอบโดยใช้กิจกรรมฝึกการสื่อสารหรือการทดสอบในเชิงปฏิบัติจริงผู้สอนควรศึกษาเพื่อทำความรู้จักกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีนำไปประยุกต์ใช้ การเลือกใช้วิธีการใดควรพิจารณาหลักเกณฑ์ มีการทดลองวิธีการก่อนที่จะนำมาสอนจริง เลือกวิธีการที่เหมาะสมกับระดับของผู้เรียน และเนื้อหาที่สอนมีความคุ้มค่ากับประโยชน์ที่ได้รับและเวลาที่ใช้ไป นอกจากนี้ต้องวิเคราะห์ว่าวิธีการสอนนั้น จะช่วยแก้ปัญหาหรือสร้างปัญหาหรือไม่ รวมถึงต้องพิจารณาว่าผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงหรือไม่ และสุดท้ายต้องประเมินผลในระหว่างการเรียนรู้และเมื่อสิ้นสุดการเรียนรู้ เช่น สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ทุกภาคส่วนของการศึกษาทุกระดับต้องปรับตัวเพื่อสอนออนไลน์โดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษาที่ต้องจัดการศึกษาในรูปแบบใหม่นี้เพื่อลดการแพร่กระจายของเชื้อโรคไวรัสในสถาบันการศึกษา การสอนออนไลน์จะประสบความสำเร็จ มหาวิทยาลัยต้องสนับสนุนทั้งงบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ และระบบเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพ จึงจะทำให้การเรียนการสอนออนไลน์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1) จากผลการวิจัย พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อเนื้อหาสาระด้านทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารแบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้สื่อ เนื่องจากนักศึกษาสามารถศึกษา ค้นคว้าเนื้อหาในการเรียนการสอนได้ทันทีทุกเวลา นักศึกษาสามารถเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น ซึ่งนำไปสู่การนำความรู้ที่ได้มาเชื่อมโยงการปฏิบัติงานในสาขาที่เรียนได้ สำหรับผู้สอนที่นำรูปแบบการเรียนการสอนนี้ไปใช้ควรจัดกิจกรรมให้ถูกต้องตามขั้นตอน ควรเตรียมแหล่งการเรียนรู้ เนื้อหาและกิจกรรมให้มีลักษณะใกล้เคียงกับการปฏิบัติงานด้านสาขาที่เรียนให้มากที่สุด

2) การพัฒนารูปแบบการจัดการสอนวิชาภาษาอังกฤษ ควรพิจารณาการจัดการเรียนการสอนรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้ โดยจัดกลุ่มนักศึกษาตามกลุ่มสาขาวิชาให้เหมาะสมเพื่อประโยชน์ในการวางแผนพัฒนา ผู้สอนและวิธีสอน สื่อการสอน และกิจกรรมการสอน ในขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาความต่างของผลประเมิน ด้านสภาพการจัดการเรียนการสอนและการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการท างานของบัณฑิต แสดงให้เห็นว่ากลุ่ม สาขาวิชาของผู้เรียนควรนำไปพิจารณาประกอบการพัฒนาหลักสูตรและการสอนภาษาอังกฤษเพื่อทักษะการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

- จิรารัตน์ ประยูรวงษ์. (2562). DIGITAL LEARNING การเรียนรู้ภาษาอังกฤษบนโลกดิจิทัลในศตวรรษที่ 21. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(1), 210-223.
- ฐิติกานจน์ จันทรมบัติ. (2552). การพัฒนาบทอ่านภาษาอังกฤษโดยใช้บริบทท้องถิ่นด้านวัฒนธรรม จังหวัดมหาสารคาม สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏ. *วารสารการ บริหารและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 1(1), 76-85.
- ทิตนา แคมมณี. (2555). *ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประไพ ฉลาดคิด. (2548). *หลักการสอน*. กรุงเทพฯ: เกษมศรี ซี.พี.
- ปรัชญา บินหมัดหนิ และอับดุลฆอนิ อาบู. (2557). ภาษาอังกฤษบูรณาการอิสลาม: วาระท้าทายเพื่อการพัฒนาทักษะการอ่านของนักเรียนโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามในสามจังหวัดชายแดน ภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสาร อัล-ฮิกมะฮ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี*, 4(8), 99-110.
- พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร. (2560). การพัฒนาการเรียนการสอนผ่านเว็บ วิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26), 24-30.
- แพรวไหม คำดวง. (2562). *การสอนไวยากรณ์ภาษาอังกฤษตามแนวคิดทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ สำหรับ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรมมหาวิทยาลัยศิลปากร (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมบัติ คชสิทธิ์ จันทน์ อินทรสุต และธนกร สุวรรณพถณี. (2560). การจัดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษให้กับ ผู้เรียนยุค THAILAND 4.0. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(2), 175-186.

- อดิศา เตียว และคณะ. (2547). *โครงการข้อมูลพื้นฐานเพื่อการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศระดับอุดมศึกษาในภาคใต้*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อริยา คูหา, สรินญา บุติ และฮานานมุฮิบบะตุตติน นอจี. (2562). โลกที่เปลี่ยนแปลง การเรียนรู้ที่ผ่านสู่ Active Learning. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 30(2), 1-13.
- อารีรักษ์ มีแจ้ง และ สิริพร ปาณางษ์. (2553). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูภาษาอังกฤษโดยใช้ปัญหาเป็นฐานสำหรับครูผู้สอนช่วงชั้นที่ 2. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 12(2), 17-3.
- อารีรักษ์ มีแจ้ง, ดุษฎี รุ่งรัตนกุล, นันทวัน ชุมตันติ และ อภิชัย รุ่งเรือง. (2554). การวิจัยเพื่อประเมินผล การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาการเรียนการสอน ภาษาอังกฤษในประเทศไทย. *วารสาร ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 13(2), 55-72.
- Eggen, P. D. & Kauchak, D. P. (2006). *Strategies and Models for Teachers: Teaching content and thinking Skills*. Boston: Pearson.
- Joyce, B. & Weil, M. (1996). *Model of teaching*. 5th ed. Boston : Allyn and Bacon.
- Willis, J. (1996). *A Framework for Task-Based Learning*. Essex: Longman.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rdEd. New York: Harper and Row. Publications.

ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์องค์กรกับความภักดีของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
Relationship Between Corporate Image and Student Loyalty: A Case Study of
Prince of Songkla University, Trang Campus

เอเชีย สุขาเคน¹, ทิพวรรณ ชุมคง², รอยยาน หะยิมิง³, อนัญญา ไชยจักร⁴, กรรณิการ์ แท้วิรุฬห์⁵,
ภรณ์ธิดา อรรถธรรม⁶, ภัทรวรินทร์ ทองจันทร์⁷, สุริยันต์ บุญเลิศวรกุล⁸ และ ฮาซันอักริม ดงนะเต็ง⁹
Asia Sukakern¹, Thipawan chumkong², Roiyan Hayeeming³, Ananya Chaijak⁴,
Kannikar Tawiroon⁵, Phonthida Atthatham⁶, Phattharawarin thongchan⁷,
Suriyan Boonlertworakul⁸ and Hasan akrim Dongnadeng⁹

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}
Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University Trang Campus, Thailand^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}
E-mail: suriyanboon@gmail.com⁸

Received: April 8, 2022

Revised: October 19, 2022

Accepted: October 20, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย 2) ศึกษาความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัย 3) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความภักดี 4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อภาพลักษณ์กับความภักดี 5) จัดทำข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบมีการทดสอบเอฟ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ทัศนคติของนักศึกษาต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 2) ระดับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3) นักศึกษาที่มีเพศ ชั้นปี หลักสูตร ประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมต่างกันมีความภักดีที่มีต่อมหาวิทยาลัยโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 4) ทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีของนักศึกษา โดยภาพรวมในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 5) นักศึกษาได้เสนอแนะทางการส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยมุ่งเน้น



ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ด้านหลักสูตรด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านคุณลักษณะบุคลากรและนักศึกษา

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์องค์กร, ความรักดี, นักศึกษาปริญญาตรี

Abstract

This research aimed to 1) study student perceptions concerning the corporate image of Prince of Songkla University, Trang Campus, 2) investigate student loyalty towards Prince of Songkla University, Trang Campus, 3) compare the factors affecting loyalty, 4) analyze the interplay between the above perceptions and the loyalty, and 5) draw recommendations for corporate image management. In fulfilling the above objectives, This study was a survey research. the research deployed a total sample group of 400 Prince of Songkla University, Trang Campus students, who enrolled in courses during semester 2 of the academic year 2021. The sample selection was executed by employing a stratified sampling method. Whereas data was retrieved through questionnaires with a reliability rate of 0.985, and analyzed by using statistical tools of frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test, correlation coefficient, and content analysis.

Upon analysis, the research reveals the followings: 1) an overall relationship between student perceptions towards the university image is strong while giving personnel with the highest mean, 2) a level of student loyalty towards the university image is high while giving the perceptions with the highest mean, 3) students of different genders, years, courses of study and different participating activities possess the loyalty with a statistical significance of 0.01, 4) the perceptions towards the corporate image is positively related to student loyalty with a higher overall performance of 0.799 at a statistical significance of 0.01, and 5) students have proposed four areas to promote and improve the university image, consisting of corporate image communication, curriculum, physical environment and facilities, and attributes of the university staff and students.

Keywords: Corporate image, Loyalty, Undergraduate

บทนำ

สถาบันการศึกษาเป็นองค์กรหนึ่งในระบบสังคมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคม ประเทศชาติ เนื่องจากเป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ด้านวิชาการ วิชาชีพ ศาสตร์การเรียนรู้ และวิทยาการแขนงต่าง ๆ ซึ่งสามารถส่งเสริมทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพได้ โดยสภาพการณ์ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายหลากหลายด้าน ได้แก่ กระแสความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ข้อจำกัดเกี่ยวกับบริบทขององค์กร ศักยภาพด้านการแข่งขันของเยาวชนในระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ รวมถึงการแข่งขันกันอย่างรุนแรงของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและภาคเอกชนเอกชน ขณะที่จำนวนนักศึกษาระดับอุดมศึกษาลดลงจำนวนลง ซึ่งนักศึกษาถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดของสถาบันการศึกษา ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงจำเป็นต้องปรับตัวเตรียมความพร้อม เพิ่มศักยภาพการดำเนินงาน ศึกษาเรียนรู้และเข้าใจในความต้องการของนักศึกษา เพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนหรือนักศึกษาใหม่เข้าศึกษาต่อยังสถาบันอุดมศึกษา (ศรุดา ชัยสุวรรณ และคณะ, 2563)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนองตอบต่อความต้องการพัฒนากำลังคนของท้องถิ่น โดยมีจุดเริ่มต้นเพื่อกระจายโอกาสทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้นักเรียนในส่วนภูมิภาค มีหน้าที่หลักในการจัดการศึกษา การผลิตบัณฑิตในหลายศาสตร์สาขาวิชา โดยมีวิสัยทัศน์ “เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อนวัตกรรมและสังคมที่มีความเป็นเลิศด้าน วิชาการและขับเคลื่อนการพัฒนาภาคใต้และประเทศ” ทั้งนี้จากการดำเนินงานในช่วงเวลาที่ผ่านมามหาวิทยาลัยมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญหลายประการ อาทิ การปรับเปลี่ยนระบบการบริหารเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการ สามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นอิสระและความเป็นเลิศทางวิชาการ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเปลี่ยนแปลงของโลกในกระแสโลกาภิวัตน์ รวมทั้งการสร้างระบบการพัฒนาและดำเนินงานภายใต้รูปแบบ "PSU system" ซึ่งเป็นแม่บทของการบริหารมหาวิทยาลัยด้วยการเพิ่มโอกาสการบริหารดำเนินงานเท่าเทียมกัน โดยเน้นสร้างความผูกพันและการหลอมรวมกันของมหาวิทยาลัย ซึ่งอีกสิ่งหนึ่งที่ทางมหาวิทยาลัยคาดหวังจากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงเพื่อส่งเสริมการตลาดซึ่งสื่อความหมายรวมถึงภาพลักษณ์ในทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ขององค์กรที่สามารถส่งผลต่อความเคลื่อนไหวของภาวะทางการแข่งขันของมหาวิทยาลัย (ปพน ภัทรวกาญจน์, 2559) ดังนั้น ภาพลักษณ์ในทุกด้านที่ประกอบขึ้นจากส่วนต่าง ๆ ขององค์กร จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งผลต่อการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ เมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีจะมีส่วนช่วยดึงดูดสร้างความสนใจและเพิ่มความต้องการเข้าศึกษาของนักศึกษาใหม่ อีกทั้งอาจส่งผลต่อความรู้สึกพึงพอใจ และเชื่อถือไว้วางใจต่อหลักสูตรและมหาวิทยาลัยของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ขณะนั้น ซึ่งหากสามารถทำให้นักศึกษาเกิดความรู้สึกพึงพอใจจนนำไปสู่การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้วยวิธีการแนะนำหรือการบอกเล่าต่อจากความพึงพอใจส่วนตัวของตน ซึ่งความพึงพอใจดังกล่าวถือเป็นการรับรู้ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจนอาจกลายเป็นความภักดีและมีความเชื่อที่ว่ามหาวิทยาลัยที่ตนภักดีนั้นคือตัวเลือกที่ดีที่สุด และไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงหรือย้ายสถานศึกษาอีก โดยความภักดีดังกล่าวจะส่งผลให้นักศึกษาเกิดความมุ่งมั่นที่จะคงอยู่ในมหาวิทยาลัยจนสำเร็จการศึกษา มีความต้องการเรียนต่อ

ในระดับที่สูงขึ้น และพร้อมมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ จึงอาจกล่าวได้ว่าความภาคภูมิใจของนักศึกษาเป็นจุดเชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จของมหาวิทยาลัยและก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว (ศรีสกุล งามบุญแกม และคณะ, 2562)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร กับ ความภาคภูมิใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ซึ่งจะทำให้ทราบความคิดเห็นของนักศึกษาในปัจจุบันว่ามีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับประเด็นเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อใช้แนวทางในการรักษาไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ รวมทั้งการปรับใช้ประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์เพื่อการปรับเปลี่ยนพัฒนาภาพลักษณ์และส่งเสริมความภาคภูมิใจที่เหมาะสมกับแนวทางของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรังต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
2. เพื่อศึกษาความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่มีต่อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
3. เพื่อเปรียบเทียบความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรกับความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
5. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางส่งเสริม พัฒนา และการบริหารจัดการภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาที่มี เพศ ชั้นปี หลักสูตร สถานภาพทางการศึกษา ระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (GPAX) และประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมต่างกัน มีความภาคภูมิใจต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรังแตกต่างกัน
2. ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวก กับ ความภาคภูมิใจต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กร

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540) ได้ให้ความหมายทั่วไปต่อภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ ซึ่งอาจจะได้มาจากการประสบการณ์ทางตรง ซึ่งตัวเองได้ไปพบสัมผัสมาเอง และอาจจะได้มาจากการประสบการณ์ทางอ้อมเป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือสื่อขององค์กรเอง เป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่สร้างขึ้นมาจากตนเองเฉพาะตน หรือความรู้เชิงอัตวิสัย ซึ่งประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่ตนเองเป็นผู้กำหนดขึ้นจนเป็นภาพลักษณ์ของ

สิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่มีอยู่ในสมองด้วย โดยภาพลักษณ์ขององค์กร คือภาพรวมขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง อาจหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่สาธารณชนรู้จัก ทั้งนี้เมื่อภาพลักษณ์ได้ถูกสร้างขึ้นมาแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของสาธารณชนให้หันคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน (รุจา ภูไพบูลย์ และคณะ, 2560) ทั้งนี้สำหรับภาพลักษณ์ขององค์กร ประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่าย ดังนั้นการศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรสถาบันการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยจึงสามารถสะท้อนออกมาได้หลายลักษณะ ได้แก่ 1.ด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียง 2.ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน 3.ด้านกิจกรรมพัฒนานักศึกษา 4.ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก 5.ด้านบุคคล 6.ด้านการประชาสัมพันธ์ 7.ด้านการให้บริการนักศึกษา 8.ด้านการกำกับดูแลและการรับผิดชอบ ต่อสังคม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีของนักศึกษาต่อองค์กร

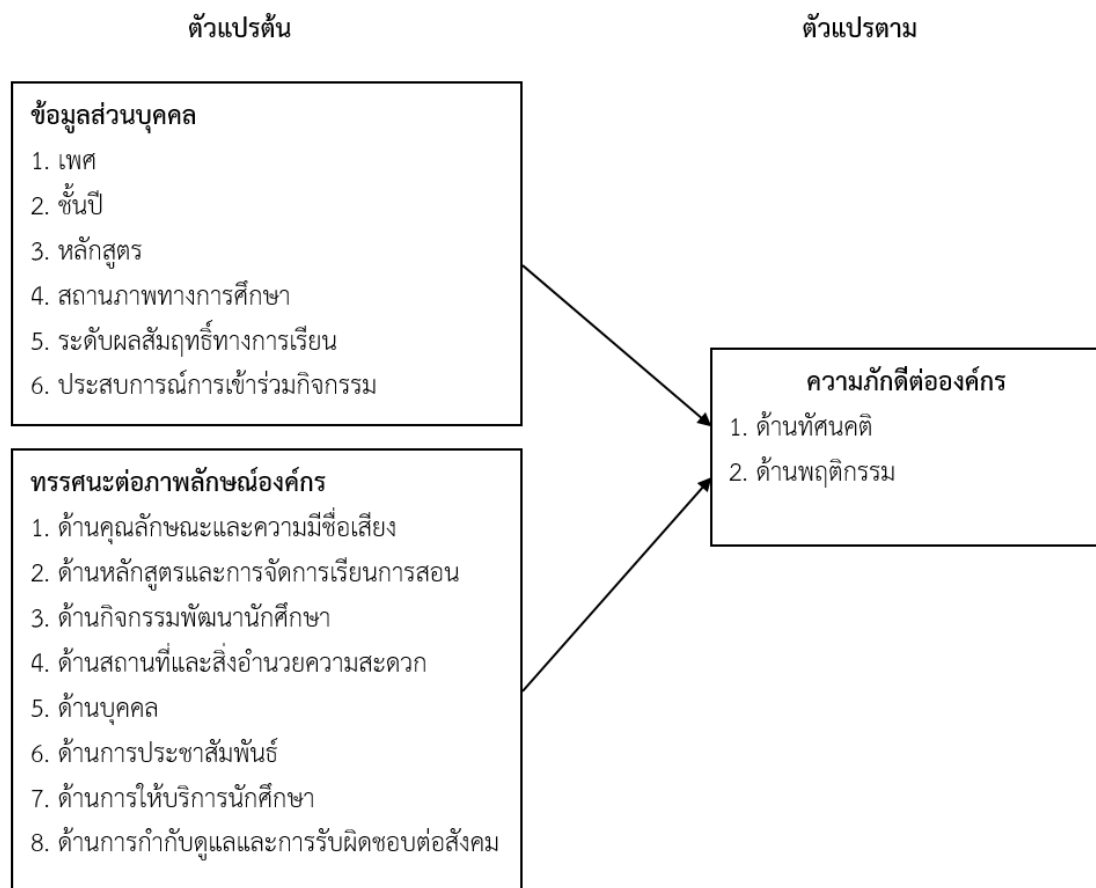
สก็อตแลนด์และซิกาว ได้ให้นิยามของความภักดีของนักศึกษาว่า หากนักศึกษาเกิดความภักดีต่อมหาวิทยาลัยใดแล้ว นักศึกษาจะมีความเชื่อในมหาวิทยาลัยนั้นคือตัวเลือกที่ดีที่สุดและไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงไปเรียนมหาวิทยาลัยแห่งอื่น ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเรียน เช่น ค่าหน่วยกิตหรือค่าบำรุงรักษาจะมีราคาสูงกว่ามหาวิทยาลัยอื่นอยู่บ้างก็ตาม และจะมองว่าสถาบันที่ตัวเองเรียนอยู่นั้นมีความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (Skogland & Siguaw, 2004) โดยกระบวนการเกิดความภักดีนั้นจะต้องเริ่มจากความภักดีด้านความรู้สึกก่อน จากนั้นจึงจะแสดงออกด้านพฤติกรรมในภายหลัง (Oliver, 1999) ดังนั้น ในการสร้างความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยจึงจำเป็นที่จะต้องตอบสนองความพึงพอใจของนักศึกษาให้ได้อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้นักศึกษาเกิดความภักดีด้านความรู้สึกและพัฒนาเป็นความภักดีด้านพฤติกรรม มหาวิทยาลัยตอบสนองความคาดหวังของนักศึกษาและผู้ปกครองได้อย่างต่อเนื่องก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในสถาบันอุดมศึกษาสูงกว่าผู้ปกครองของนักศึกษาในชั้นปีต้น ๆ และมีแนวโน้มที่จะแปรเปลี่ยนเป็นความภักดีต่อสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มมากขึ้น โดยพฤติกรรมการบอกต่อหรือการแนะนำบุคคลอื่นจะเริ่มเกิดขึ้นจะเกิดขึ้นกับผู้ปกครองของนักศึกษาตั้งแต่ในชั้นปีที่ 1 แต่ถึงแม้จะยอมรับคุณภาพของมหาวิทยาลัยเอกชน ผู้ปกครองของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 บางส่วนก็ยังคงมีความต้องการให้นักศึกษาพยายามสอบเข้าในมหาวิทยาลัยรัฐบาลอีกครั้ง ซึ่งความต้องการนี้จะค่อย ๆ ลดลงหลังจากที่นักศึกษาได้ศึกษาในชั้นปีที่สูงขึ้น (Worthington et al., 2010) ซึ่งมีความสอดคล้องกับความหมายที่ว่าความพึงพอใจของนักศึกษาและผู้ปกครองจะแปรผันไปตามชั้นปีของนักศึกษา ผู้ปกครองของนักศึกษาที่อยู่ในชั้นปีที่สูงขึ้นจะรับรู้และประเมินคุณค่าจากประสบการณ์ที่ได้สัมผัสกับมหาวิทยาลัย ดังนั้น ความภักดีของนักศึกษาต่อองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านทัศนคติ และ ด้านพฤติกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับความภักดี

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักศึกษา โดยเมื่อมีการสื่อสารภาพลักษณ์เพิ่มขึ้น ความภักดีของนักศึกษาก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยทั้งด้านบวกและด้านลบล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาปัจจุบัน ตลอดจนศิษย์เก่าที่ตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และการช่วยรักษาชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ซึ่งพฤติกรรมการบอกต่อหรือแนะนำมหาวิทยาลัยจะชัดเจนมากขึ้นหากนักศึกษามีความภักดีต่อมหาวิทยาลัย (ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข,

2560) ผลการศึกษาความภักดีต่อมหาวิทยาลัยที่เลือก พบว่า หากนักศึกษาเกิดความภักดีต่อมหาวิทยาลัยใดแล้ว นักศึกษาจะมีความเชื่อในมหาวิทยาลัยนั้นคือตัวเลือกที่ดีที่สุดและไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงไปเรียนมหาวิทยาลัยแห่งอื่น ถึงแม้ว่าค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเรียน เช่น ค่าหน่วยกิตหรือค่าบำรุงรักษาจะมีราคาสูงกว่ามหาวิทยาลัยอื่นอยู่บ้างก็ตาม และจะมองว่าสถาบันที่ตัวเองเรียนอยู่นั้นมีความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น ๆ (Skogland & Siguaw, 2004) พบว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้ โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ ซึ่งอาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางตรง ซึ่งตัวเองได้ไปพบสัมผัสมาเอง และอาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางอ้อมเป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือสื่อขององค์กรเองไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร บทความ สารคดี รายการโทรทัศน์ หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้น จากที่กล่าวมาในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าหากภาพลักษณ์องค์กรดี จะส่งผลต่อความสามารถในการดึงดูดให้นักศึกษาต้องการเข้าศึกษา หรือทำให้ยอดสมัครเพิ่มขึ้น และย่อมก่อให้เกิดความเชื่อถือนั่นเอง ซึ่งมีผลต่อความสัมพันธ์กับความภักดีในหลักสูตรและมหาวิทยาลัย ทำให้นักศึกษาเลือกที่มาเรียนในมหาวิทยาลัย เพราะความจงรักภักดี และเมื่อนักศึกษาเกิดทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยก็จะนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวกับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ที่ลงทะเบียนเรียน และกำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 2,172 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1970, อ้างถึงใน ศิริรัตน์ ชุณหคล้าย, 2546) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนมาตรฐานที่ ± 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 337.79 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) คำนวณตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะชั้นภูมิของตัวแปรชั้นปี สาขาวิชา ทั้งนี้ เพื่อลดความคลาดเคลื่อนในการวิเคราะห์ข้อมูล จึงเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และ ใช้แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Cheek list) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ ชั้นปี หลักสูตร สถานภาพทางการศึกษา ระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ ประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง จำนวน 8 ด้าน ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียง ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านกิจกรรมพัฒนานักศึกษา ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคคล ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการให้บริการนักศึกษา และ ด้านการกำกับดูแลและการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) แบบเลือกตอบได้ 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความภักดีของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง จำนวน 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทัศนคติ และ ด้านพฤติกรรม ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) แบบเลือกตอบได้ 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา และการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ซึ่งมีลักษณะ เป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Question)

สำหรับการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการวิจัย ดำเนินการดังนี้

1. การสร้างเครื่องมือ เริ่มจากศึกษาเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม แล้วนิยามตัวแปร กำหนดเนื้อหาแนวคิด และ ขอบข่ายโครงสร้างของคำถาม เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมเนื้อหาในทุกด้าน จากนั้นนำข้อคำถามที่สร้างขึ้น เสนอต่อที่ปรึกษาโครงการวิจัย เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ พร้อมตรวจสอบ และปรับปรุงในเบื้องต้น

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 ความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านการออกแบบเครื่องมือแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ และ นิยาม เนื้อหาที่ต้องการศึกษา (Index of Consistency) ผลการตรวจสอบ พบว่าข้อคำถาม ในแต่ละข้อมีความตรงมากกว่า 0.50 โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่าง 0.66 - 1.00 ทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถาม สามารถวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ (บุญใจ ศิริสถิตยน์รากุล, 2547) พร้อมได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงข้อคำถาม ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

2.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับประชากร กลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอน บาค (Cronbach's alpha coefficient) ผลการวิเคราะห์ พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูล เชิงคุณภาพจากการตอบประเด็นข้อคำถามปลายเปิด ซึ่งมีขั้นตอน และ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างและผ่านการวิเคราะห์หาคุณภาพ มาจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์
2. ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละหลักสูตร และชั้นปี ผ่านระบบสารสนเทศนักศึกษา โดยได้ชี้แจงและให้ข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ในประเด็นการรักษาความลับ และข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ แบบสอบถามทุกครั้ง

3. รวบรวมข้อคำตอบที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของนักศึกษาตรวจสอบถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล แบบสอบถามนำมาจัดระบบเตรียมการนำข้อมูลจากแบบสอบถามไปลงรหัส และ วิเคราะห์ประมวลผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์พรรณนาของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ และ ความรักดีของนักศึกษาที่มีต่อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม แล้วเทียบกับเกณฑ์ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1997)

2. การทดสอบสมมุติฐานการวิจัย ประกอบด้วย เปรียบเทียบระดับความรักดีของนักศึกษาที่มีต่อ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง จำแนกตามตัวแปรเพศ โดยใช้สถิติการทดสอบทีแบบกลุ่มอิสระ (t-test Independent) และ ตัวแปรชั้นปี หลักสูตร สถานภาพทางการศึกษา ระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ ประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรม ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทางเดียว (One Way ANOVA)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพรรณนาต่อภาพลักษณ์องค์กรกับความรักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-

Moment Correlation Coefficient) สำหรับการพิจารณาระดับความสัมพันธ์ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามแนวของ บาร์ทซ์ (Bartz, 1999)

4. การวิเคราะห์ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ จากข้อคำถามแบบปลายเปิด โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วจัดเรียงตามลำดับความถี่และความสำคัญ

ผลการวิจัย

การศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรกับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ตารางที่ 1 ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียง	4.19	0.63	มาก
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	4.22	0.63	มาก
ด้านกิจกรรมพัฒนานักศึกษา	4.12	0.75	มาก
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.14	0.74	มาก
ด้านบุคคล	4.23	0.68	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.09	0.80	มาก
ด้านการให้บริการนักศึกษา	3.97	0.89	มาก
ด้านการกำกับดูแลและการรับผิดชอบต่อสังคม	4.04	0.82	มาก
โดยภาพรวม	4.14	0.64	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับทัศนคติของนักศึกษาต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง เฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.64$) โดย ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียง ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมพัฒนานักศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการกำกับดูแลและการรับผิดชอบต่อสังคม และ ด้านการให้บริการนักศึกษา ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ตารางที่ 2 ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านทัศนคติ	4.27	0.65	มาก
ด้านพฤติกรรม	4.23	0.70	มาก
โดยภาพรวม	4.25	0.64	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรังเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.64) โดย ความภักดีในด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ความภักดีในด้านพฤติกรรม ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เปรียบเทียบความภักดีที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ของนักศึกษา จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบระดับความภักดีที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ของนักศึกษาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ความภักดี	เพศ		ชั้นปี		หลักสูตร		สถานภาพ		GPAX		การร่วมกิจกรรม	
	t	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
ด้านทัศนคติ	2.502	.013*	5.245	.001**	5.765	.000**	.066	.936	1.938	.103	5.048	.002**
ด้านพฤติกรรม	2.668	.008**	6.598	.000**	5.444	.000**	.032	.968	1.585	.178	6.164	.000**
รวม	2.639	.009**	6.017	.001**	5.868	.000**	.023	.978	1.922	.106	5.730	.001**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ ชั้นปี หลักสูตร และประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมต่างกัน มีระดับความภักดีที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรังโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และจากการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) พบว่า กลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 มีระดับความภักดีโดยรวมสูงกว่ากลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2 กลุ่มนักศึกษาในหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต มีระดับความภักดีโดยรวมสูงกว่านักศึกษาในหลักสูตรอื่น ๆ และกลุ่มนักศึกษาที่มีประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัยเป็นประจำมีระดับความภักดีโดยรวมสูงกว่า นักศึกษากลุ่มนักศึกษาที่มีประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมเป็นบางครั้ง และ กลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมน้อยครั้งหรือไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม

วัตถุประสงค์ที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรกับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กรกับความภักดีของนักศึกษา

ทัศนคติต่อภาพลักษณ์องค์กร	ด้านทัศนคติ		ด้านพฤติกรรม		รวม	
	r	Sig	r	Sig	r	Sig
ด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียง	0.746	0.00**	0.729	0.00**	0.763	0.00**
ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน	0.707	0.00**	0.683	0.00**	0.720	0.00**
ด้านกิจกรรมพัฒนานักศึกษา	0.682	0.00**	0.683	0.00**	0.703	0.00**
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	0.629	0.00**	0.661	0.00**	0.660	0.00**
ด้านบุคคล	0.733	0.00**	0.718	0.00**	0.750	0.00**
ด้านการประชาสัมพันธ์	0.621	0.00**	0.601	0.00**	0.633	0.00**

พรรณสะท้อนภาพลักษณ์องค์กร	ด้านทัศนคติ		ด้านพฤติกรรม		รวม	
	r	Sig	r	Sig	r	Sig
ด้านการให้บริการนักศึกษา	0.612	0.00**	0.642	0.00**	0.641	0.00**
ด้านการกำกับดูแลและการรับผิดชอบต่อสังคม	0.667	0.00**	0.683	0.00**	0.693	0.00**
รวมทุกด้าน	0.777	0.00**	0.775	0.00**	0.799	0.00**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า พรรณสะท้อนภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยภาพรวมในระดับสูง ($r = 0.799$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์สูงที่สุด ($r = 0.763$) รองลงมาคือ ด้านบุคคล ($r = 0.750$) และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ($r = 0.720$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 5 ข้อเสนอแนะพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาภาพลักษณ์ของต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ทั้งนี้ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถสรุปประเด็นข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนและหลักสูตรในแต่ละสาขาวิชาให้ทันสมัยมากขึ้น โดยผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย หรือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่มุ่งเน้นความสะดวกรวดเร็ว และการให้ข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ อีกกลยุทธ์สำคัญ คือ แนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) หรือที่เรียกว่า ใช้พลังของการบอกต่อ ซึ่งถือเป็นวิธีการที่มีอิทธิพลต่อคนฟังอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อผู้บอกต่อเป็นผู้ที่มีอิทธิพล หรือมีความน่าเชื่อถือ เช่น ระหว่างเพื่อนนักศึกษาด้วยกัน หรือ รุ่นพี่กับรุ่นน้อง เป็นต้น

2. ด้านหลักสูตร ควรมีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย หลากหลาย และมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับสภาพการณ์ตลาดแรงงานในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็น ทั้งความรู้ด้านวิชาชีพ ด้านเทคโนโลยี และ ด้านภาษาต่างประเทศ รวมทั้งการสร้างโอกาสประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติงานจริงมากกว่าการเรียนในห้องเรียน เพื่อประโยชน์แก่นักศึกษาในการทำงาน เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพอย่างสร้างสรรค์ เชื่อมโยงสู่การพัฒนาคุณภาพบัณฑิตในอนาคต

3. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวก ควรให้ตระหนักในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยการพัฒนา ปรับปรุง และสร้างความพร้อมในองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการอุปกรณ์เทคโนโลยีและสื่อการเรียนการสอน อาคารเรียน ห้องเรียน บรรยากาศสภาพแวดล้อมภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเป็นวิทยาเขตสุขภาพ หรือ Wellness Campus

4. ด้านคุณลักษณะบุคลากรและนักศึกษา ควรเสริมสร้างพัฒนาศักยภาพและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา โดยการเชื่อมโยงนโยบายสู่การปฏิบัติ ที่สอดคล้องกับบริบทของมหาวิทยาลัย

เช่น อาจารย์ที่ปรึกษาควรใช้เวลาในการให้คำปรึกษาแก่นักศึกษามากขึ้น เป็นแบบอย่างที่ดี บุคลากรสายสนับสนุนต้องพัฒนาความสามารถในการทำงานให้เกิดความเชี่ยวชาญ มีจิตสาธารณะบริการ และสำหรับนักศึกษาควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะประสบการณ์วิชาชีพควบคู่กับการพัฒนาทักษะชีวิตที่จำเป็น (Soft Skills) ที่สอดคล้องกับแต่ละหลักสูตร

อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนภาพลักษณ์องค์กรกับความภักดีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ผู้วิจัยได้นำประเด็นมาอภิปรายผลดังนี้

1. นักศึกษามีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ซึ่งอาจเป็นเพราะทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยการบริหารที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นสิ่งมีชีวิตซึ่งมีชีวิตจิตใจ มีอารมณ์ มีสติปัญญาและมีความรู้สึก สามารถสร้างคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ โดยสามารถเรียนรู้ เพิ่มพูนทักษะทางด้านความคิดและการกระทำ ดังนั้น ภาพลักษณ์ด้านบุคคลจึงเป็นด้านที่มีความสำคัญอย่างมาก ที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเพราะด้านบุคคลเป็นกำลังสำคัญในการบริหารงานด้านอื่น ๆ ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพได้ สอดคล้องกับสุรเกียรติ ธาดาวฒนาวิทย์ (2563) ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์ หรือ ชื่อเสียงสถาบันเป็นผลมาจากการกระทำที่ผ่านมาของบุคคลในสถาบันที่สะท้อนถึงคุณภาพของหลักสูตรและการบริการ โดยภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาในความคิดของนักศึกษาและสาธารณชน สามารถพิจารณาผ่านอัตลักษณ์หรือจุดเด่นของสถาบันอุดมศึกษา 4 องค์ประกอบ ได้แก่ อัตลักษณ์ทางภาพ อัตลักษณ์ ทางวินยภาษา ผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการของมหาวิทยาลัยที่เป็นรูปธรรมและอัตลักษณ์ทางจินตภาพ ซึ่งแสดงออกอย่างเป็นนามธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของเพ็ญภา วัยเวก (2562) พบว่า นักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยภาพลักษณ์ด้านอาจารย์และบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับอนุรักษ์ นวพรไพศาล (2558) พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ด้านอาจารย์ผู้สอนและด้านนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และ ผลการวิจัยของสาวิตรี สุวรรณโณ (2561) พบว่า ทัศนคติของนักศึกษาต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาอยู่ในระดับค่อนข้างจริงในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านองค์กร

2. ระดับความภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความภักดีในด้านทัศนคติมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ความภักดีในด้านพฤติกรรม ตามลำดับ ซึ่งอาจเป็นเพราะ ความรู้สึกของนักศึกษาที่สัมพันธ์ต่อมหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก หรืออาจจะเกิดจากประสบการณ์ที่พบเจอที่มหาวิทยาลัยซึ่งทำให้เกิดเป็นความผูกพัน ดังนั้น ความภักดีในด้านทัศนคติจึงมีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปพน ภัควรกาญจน์ (2559) พบว่า นิสิตมีความภักดีต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และยังสอดคล้องกับ วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร และคณะ (2562) พบว่า ความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความจงรักภักดีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ กิจกรรมเสริมหลักสูตร ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย คุณภาพด้าน

การสอนของอาจารย์ หลักสูตร และสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักศึกษาในลำดับรองลงมา ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้ว่ายิ่งนักศึกษามีความพึงพอใจและมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยจะยิ่งทำให้นักศึกษามีความผูกพันต่อมหาวิทยาลัย และหากนักศึกษามีความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยก็จะทำให้นักศึกษามีความจงรักภักดีต่อมหาวิทยาลัยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ตัวแปรความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความจงรักภักดีของนักศึกษา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักศึกษาที่มีความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยจะเป็นผู้ที่มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและมีความภาคภูมิใจเต็มใจที่จะอุทิศตนและแนะนำผู้อื่นให้รู้จักมหาวิทยาลัย และปรารถนาที่จะอยู่ในมหาวิทยาลัยต่อไป ซึ่งการที่มีความรู้สึกดังกล่าวถือว่าเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดีของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยต่อไปในอนาคต

3. นักศึกษาที่มีเพศ ชั้นปี หลักสูตร และประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัยต่างกันมีความภักดีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะ โดยในธรรมชาติเพศหญิงจะมีบุคลิกภาพ ความคิดและความละเอียดอ่อนมากกว่าเพศชาย หรือ กรณีที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรหรือศาสตร์ที่มีรูปแบบการบริหารจัดการเรียนการสอนแตกต่างกัน จึงอาจทำให้นักศึกษามีแนวคิดที่แตกต่างกัน ส่วนกรณีชั้นปีและประสบการณ์การทำกิจกรรมอาจจะเป็นเพราะ นักศึกษาที่เข้ามาในปีแรกนั้น จำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับระบบการเรียนการสอนของหลักสูตร รวมทั้งเรียนรู้การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยก่อน ซึ่งการที่กำลังอยู่ในช่วงของการปรับตัวและเรียนรู้นั้น นักศึกษาอาจยังไม่เกิดความรู้สึกความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยมากนัก อีกทั้งปัจจุบันกำลังอยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ COVID-19 ก็มีผลกระทบต่อโอกาสการเข้าร่วมทำกิจกรรมของนักศึกษาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ เมื่ออยู่ในชั้นปีที่สูงขึ้น หรือมีประสบการณ์การทำกิจกรรมร่วมกันมากขึ้น สามารถปรับตัวและมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมโดยมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับอาจารย์และเพื่อนนักศึกษามากขึ้น จะส่งผลทำให้นักศึกษาเกิดความรู้สึกรักภักดีและผูกพันต่อมหาวิทยาลัยมากขึ้นซึ่งจะเห็นได้ว่าความผูกพันต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจำเป็นต้องใช้เวลา และประสบการณ์การมีส่วนร่วมจากการเรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑารัตน์ ทิพย์บุญทรัพย์ และศศิธร โรจน์สงคราม (2560) พบว่า ปัจจัยชั้นปีและการเข้าร่วมกิจกรรมของวิทยาลัยส่งผลต่อความผูกพันต่อวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ในภาพรวมที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับ สุกัญญา สงสวัสดิ์ (2560) พบว่า นักศึกษาคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดลที่มีการร่วมกิจกรรมที่ต่างกันจะมีความผูกพันต่อคณะและความผูกพันต่อรุ่นพี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยภาพรวมในระดับสูง โดยภาพลักษณ์ในด้านคุณลักษณะและความมีชื่อเสียงมีความสัมพันธ์สูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคคล ซึ่งอาจเป็นเพราะ ภาพลักษณ์ดังกล่าวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยทั้งทางบวกและทางลบ นักศึกษาสามารถรับรู้ภาพลักษณ์ได้จากหลายปัจจัย ซึ่งโดยส่วนมากมาจากการสร้าง สัมผัส และการนำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งจากตัวขององค์กร การบริการ ลักษณะกายภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ และเพื่อนนักศึกษา ซึ่งจะมีผลต่อความรู้สึก การยอมรับความต้องการของนักศึกษา นำมาซึ่งความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจ และส่งผลต่อความรู้สึกความผูกพัน และความภักดีในอนาคต ดังนั้น

มหาวิทยาลัยควรเรียนรู้ ทำความเข้าใจก่อนสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์องค์กร เพื่อให้นักศึกษาเกิดความพอใจ และมีความภาคภูมิใจมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิด Gotis & Wilson (2001, อ้างถึงใน กฤษณ์ท แสนทวี, 2555) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ชื่อเสียงองค์กร คือ การประเมินค่าโดยรวมต่อองค์กรที่เกิดขึ้นโดยกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียอยู่ตลอดเวลา การประเมินค่าจากประสบการณ์ที่มีต่อองค์กร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑารัตน์ ทิพย์บุญทรัพย์ และศศิธร โรจน์สงคราม (2560) พบว่า ความภาคภูมิใจต่อวิทยาลัย สภาพแวดล้อมภายใน ความผูกพันต่ออาจารย์ เจ้าหน้าที่ รุ่นพี่/รุ่นน้องและต่อเพื่อนนักศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันต่อความผูกพันต่อวิทยาลัย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยของปพน ภัทรวงกาญจน์ (2559) พบว่า ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความภาคภูมิใจของนิสิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับรุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2563) พบว่า คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความภาคภูมิใจเชิงพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

5. นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยมุ่งเน้นใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร ด้านหลักสูตร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก และ ด้านคุณลักษณะบุคลากรและนักศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยดังกล่าว ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ให้นักศึกษาซึ่งถือเป็นลูกค้าภายใน หรือ บุคคลภายนอกเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดความเชื่อถือนั่นเองตามมา สอดคล้องกับแนวคิดของ Bennis (1969) กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรเป็นการตอบสนองต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความเชื่อ รวมถึงการดำเนินงานขององค์กรในด้านโครงสร้างต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรนั้น ๆ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งท้าทายใหม่ ๆ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อุทัย ปริญญาสุทธินันท์ (2561) พบว่า การพัฒนาองค์กรเป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนและใช้เวลานาน โดยเริ่มจากการยอมรับความต้องการในการเปลี่ยนแปลง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและองค์กร การวินิจฉัยองค์กร การนำเทคนิคการพัฒนาองค์กรมาใช้ และการประเมินผล ฝ่าละออง และรักษาเสถียรภาพ อย่างไรก็ตามแม้จะเลือกใช้เทคนิคการพัฒนาองค์กรด้วยความตระหนักก็ไม่ได้หมายความว่า การพัฒนาองค์กรจะประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้เสมอไป ทั้งสาเหตุจากข้อจำกัดของเทคนิคการพัฒนาองค์กรและข้อบกพร่องในการนำไปใช้งาน การพัฒนามีพัฒนาการไปตามสถานการณ์ โดยมีมุมมองต่อการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกัน จึงทำให้ตัวแบบการกำหนดกลยุทธ์มีความแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับคน ผลการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องว่าทฤษฎีองค์กรจึงเป็นเครื่องมือในการจัดการที่ทำให้เกิดการตั้งคำถามใหม่ ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรและการพัฒนาองค์กรสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการได้

ข้อเสนอแนะ

1. จากข้อค้นพบที่ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภาคภูมิใจของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยในระดับสูง ดังนั้น ทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญดำเนินกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการส่งเสริมพัฒนาภาพลักษณ์ในทุกด้านแบบองค์รวม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการรักษาไว้ซึ่งความพึงพอใจ ความผูกพัน และความรัก

ภาคีของนักศึกษาที่เหมาะสมกับบริบทและสอดคล้องแนวทางของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่น และการส่งเสริมให้สามารถดำเนินการได้ตามเป้าประสงค์

2. การพิจารณาดำเนินการการวางแผนเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ หรือการเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร ควรมุ่งเน้นสร้างการรับรู้ที่ดีให้เกิดขึ้นกับนักศึกษาปัจจุบัน ตามบริบทปัจจัยส่วนบุคคล โดยผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดแบบปากต่อปาก หรือที่เรียกว่า ไขว้พลังของการบอกต่อ เพราะถ้าหากนักศึกษาปัจจุบันยังมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยไม่ดี หากสำเร็จการศึกษาไปแล้วจะส่งผลให้เปลี่ยนแปลงได้ยาก

3. ควรศึกษาในปัจจัยด้านพฤติกรรมของนักศึกษา และปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อความภาคภูมิใจต่อสถาบันการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงคุณภาพ ในลักษณะข้อมูลรายละเอียดเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่น ปัจจัยคาดหวัง และปัจจัยด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก เป็นต้น เพื่อความหลากหลายขององค์ประกอบ และสามารถนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ร่วมกันเพื่อตอบโจทย์การพัฒนามีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ท แสนทวิ. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชื่อเสียงองค์กรและการจัดการชื่อเสียงองค์กรธุรกิจในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: ครองช่างพรินต์.
- จุฑารัตน์ ทิพย์บุญทรัพย์ และศศิธร โรจน์สงคราม. (2560). การศึกษาความผูกพันของนักศึกษาต่อวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสาร Mahidol R2R E-Journal*, 4(1), 56-69.
- บุญใจ ศรีสถิตยัณรากุล. (2547). การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกกลุ่มมหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต โดยใช้ระยะเวลาศึกษาภายในสองปีการศึกษาและมากกว่าสองปีการศึกษา. *วารสารการศึกษพยาบาล*, 16(1), 71-78.
- ปพน ภัควรกาญจน์. (2559). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจของนิสิตปริญญาตรี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประภาวรรณ ตระกูลเกษมสุข. (2560). อิทธิพลของคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของนักศึกษาและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ต่อความภาคภูมิใจของนักศึกษาต่างชาติในมหาวิทยาลัยเอกชนไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 14(2), 106-128.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- เพ็ญภา วัยเวก. (2562). การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ระหว่างนักศึกษาปัจจุบันและศิษย์เก่า. *วารสารสารสนเทศ*, 18(1), 41-53.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภาคภูมิใจเชิงพฤติกรรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 27(1), 220-231.
- รุจา ภูไพบูลย์, นันทพันธ์ ชินล้ำประเสริฐ, และยุวดี เกตสัมพันธ์. (2560). ภาพลักษณ์พยาบาลไทยในสื่อหนังสือพิมพ์ ระหว่าง พ.ศ. 2547-2558. *วารสารสภาการพยาบาล*, 32(1), 5-17.

- วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชร, พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์, ชูชัย สมितिไกร และพิมพ์ชนก เครือสุคนธ์ (2562). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 30(1), 24-37.
- ศรีสกุล งามบุญแถม, สมจิตร ล้วนจำเริญ และประพันธ์ วงศ์บางโพ. (2562). อิทธิพลของคุณภาพความสัมพันธ์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย และคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. *วารสารรามคำแหง*, 2(2), 17-31.
- ศรุดา ชัยสุวรรณ, กฤษฎา วัฒนศักดิ์, และจักรี บุณยวงศ์สวัสดิ์. (2563). ความอยู่รอดปลอดภัยในภาวะชะลอตัวของมหาวิทยาลัยเอกชนไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 6(1), 612-621.
- ศิริรัตน์ ชุณคล้าย. (2546). *ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์*. นนทบุรี: ออฟเซ็ท แพรส.
- สชาติวีร์ สุวรรณโณ. (2561). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในทัศนะของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 3(1), 1-6.
- สุกัญญา ส่งสวัสดิ์. (2560). ความผูกพันต่อองค์กรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีต่อคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 4(1), 3-24.
- สุรเกียรติ์ ธาดาวัฒนาวิทย์. (2563). อิทธิพลของพฤติกรรมการสร้างคุณค่าร่วมกันที่มีต่อความพึงพอใจและภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(3), 502-517.
- อนุรักษ์ นวพรไพศาล. (2558). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. *วารสารวิจัย มทร.กรุงเทพ*, 9(2), 1-11.
- อุทัย ปริญญาสุทธินันท์. (2561). การพัฒนาองค์การ: ประเด็นทบทวนสู่การประยุกต์ใช้เพื่อการจัดการชุมชน. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 38(6), 24-48.
- Bartz, A. E. (1999). *Basic statistical concepts*. (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Bennis, W. G. (1969). *Organization Development: Its Nature, Origins and Prospects*. Mass: Addison-Wesley.
- Best W. John. (1997). *Research in Education*. Boston MA.: Allyn and Bacon.
- Oliver, R. L. (1999). Whence customer loyalty. *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
- Skogland, I., & Siguaw, J. A. (2004). Are your satisfied customers loyal. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 221-234.
- Worthington, S., Russell-Bennett, R., and Hartel, C. (2010). A tri-dimensional approach for auditing brand loyalty. *Journal of Brand Management*, 17(4), 243-253.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
Public Participation in the Preparation of Bang Kruai Municipality Development
Plan, Nonthaburi Province

มธุริน รุจาฉน์¹, วิเชียร วิทยอุดม², ภาวิช จรุจาฉน์³, เกษม มานะสาคร⁴ และ สุปัญญา จันทรเพ็ญศรี⁵
Mathurin Rujachan¹, Wichian Vitayaudom², Pawat Rujachan³, Kasame Manasakorn⁴
and Supanya Chanpensre⁵

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์^{1,2,3,4,5}
Southeast Asia University, Thailand^{1,2,3,4,5}
E-mail: mathurinrujachan@hotmail.com¹

Received: August 29, 2022

Revised: December 7, 2022

Accepted: December 13, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และ 2) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี กับปัจจัยส่วนบุคคลของของประชาชน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนครัวเรือนของตัวแทนครัวเรือนที่อยู่ในพื้นที่การกำกับดูแลของเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 332 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และค่าความแปรทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก 2) ประชาชนที่มี เพศ ต่างกันมีส่วนร่วมต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวยที่แตกต่างกัน ส่วน อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม, แผนพัฒนา, เทศบาลเมืองบางกรวย

Abstract

The objectives of this research were; 1) to study the level of public participation in the Bang kruai Municipality development plan, Nonthaburi Province, and 2) compare the difference between the participation of the people in Bang kruai Municipality development plan, Nonthaburi Province, and the personal factors of the people. The questionnaire was used to collect data from the household housing of household representatives located in the supervision area of Bang kruai Municipality. The data analysis statistics include frequency, percentage, average, and

standard deviation: one-way testing, T-values, and variances. The results showed that 1) The public's participation in implementing of the Bang kruai Municipality Development Plan, Nonthaburi Province is very high. 2) People of different genders contributed significantly to implementing of the Bang kruai Municipality Development Plan, Nonthaburi Province sections, age, and education level. However, average monthly income and occupation are no different.

Keywords: Participation, Development Plan, Bang Kruai Municipality

บทนำ

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช ๒๕๖๐ มีเจตนารมณ์ที่มุ่งหวังให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองภายใต้ระบอบประชาธิปไตย ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศ นอกจากนี้ยังได้ให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจด้านการปกครองไปสู่ท้องถิ่น ซึ่งจะเห็นได้จากการกำหนดหมวด 5 แผนนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ มาตรา 78 ที่กำหนดว่า “รัฐจะต้องกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ตลอดทั้งโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึง และเท่าเทียมกันทั่วประเทศ รวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น ๆ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการปกครองส่วนท้องถิ่นไว้อย่างเห็นได้ชัด จึงทำให้มีการตราพระราชกำหนดแผน และขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ขึ้น ซึ่งมีเนื้อหาสาระในการกำหนดอำนาจ และหน้าที่ในการจัดบริหารสาธารณะระหว่างรัฐกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และระหว่างองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยกันเอง โดยพยายามถ่ายโอนภารกิจหน้าที่หลายประการที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็สามารถรับผิดชอบและดำเนินการได้ ด้วยเหตุนี้เองการปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีบทบาทสำคัญในการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นของตน (วุฒิสภา ต้นไชย, 2550)

เทศบาลเมืองบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เป็นองค์กรหนึ่งที่มีการพัฒนาการบริหารจัดการมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการยกฐานะจากสุขาภิบาลวัดชลอและสุขาภิบาลบางกรวย เปลี่ยนแปลงเป็นเทศบาลตำบลบางกรวย และเทศบาลเมืองบางกรวย โดยเหตุผลการจัดตั้งเป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเนื่องจากบริเวณที่เป็นชุมชน มีราษฎรอาศัยอยู่หนาแน่น และมีแนวโน้มว่าจะพัฒนาให้มีความเจริญก้าวหน้ามีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สามารถรองรับการขยายตัว และให้บริการด้านต่าง ๆ ตามศักยภาพการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนที่พักอาศัยและประกอบอาชีพในเทศบาล โดยการบริหารจัดการในปี 2561 ที่ผ่านมา พบว่า เทศบาลเมืองบางกรวย มีการดำเนินงานจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น จัดทำแผนดำเนินงาน จัดให้มีการติดตามและประเมินผลการพัฒนา จัดโครงการพัฒนาโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มีการพัฒนาสิ่งแวดล้อม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จัดทำโครงการพัฒนาด้านสังคม อีกทั้งการพัฒนาสาธารณสุข และการพัฒนาส่งเสริมการศึกษา ซึ่งนับได้ว่า เทศบาลเมืองบางกรวยได้มีการจัดทำ

แผนพัฒนา อาทิเช่น แผนปฏิบัติการดิจิทัล ระยะ 4 ปี แผนพัฒนาสามปี แผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปี เป็นต้น (เทศบาลเมืองบางกรวย, 2565)

การจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนเข้าไปมีบทบาทในการจัดทำแผนพัฒนา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งการที่ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนร่วม ดังนั้นเทศบาลเมืองบางกรวยจึงเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการนโยบายสาธารณะ การบริการสาธารณะ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานต่าง ๆ รวมทั้งการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาล เทศบาลเมืองบางกรวยจึงจำเป็นต้องส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ของกรมส่งเสริมปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ในการตอบสนองปัญหาและความต้องการของชุมชนในท้องถิ่น เพิ่มโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ดำเนินการ มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมินผลมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนจะได้รับการส่งเสริมจากเทศบาลเมืองบางกรวย แต่ยังพบปัญหาว่าในแต่ละโครงการหรือกิจกรรมของเทศบาล รวมทั้งโครงการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาล พบว่าประชาชนเข้าไปมีบทบาทและเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลจำนวนน้อย ทำให้แผนพัฒนาเทศบาลไม่ได้มาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา "การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย" เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำเป็นแนวทางในการกำหนดโครงการหรือกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

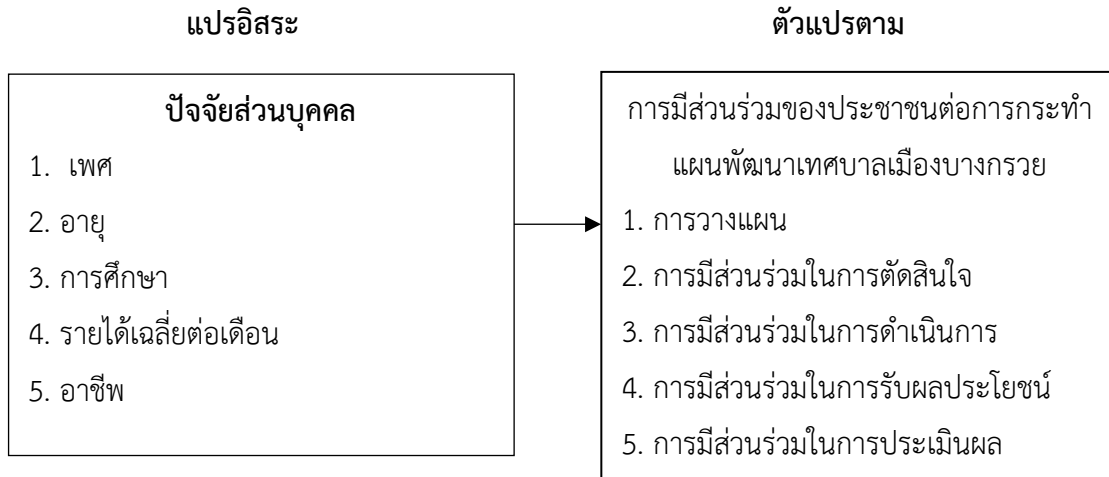
1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพต่างกัันมีการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวยที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาประชากร ได้แก่ ตัวแทนครัวเรือนที่อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองบางกรวย ได้แก่ ตำบลบางกรวย และตำบลวัดชะลอ จำนวน 1,939 ครัวเรือน (เทศบาลเมืองบางกรวย, 2565) และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนครัวเรือนที่อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองบางกรวย จำนวน 332 คน ได้จากได้จากโดยสูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ (Yamane, 1970) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ อาชีพลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ถึงนายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองบางกรวย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชน

2. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายแบบสอบถามในส่วนที่ 2 สมรรถนะในการปฏิบัติงาน

สถิติเชิงอนุมาน

1. t-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวยกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมี 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. One way ANOVA: F-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย ซึ่งมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยวิธีการของ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย โดยรวม

การมีส่วนร่วมของประชาชน	ระดับการมีส่วนร่วม		
	$\bar{X}$	SD	การแปลค่า
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	3.50	0.40	มาก
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.53	0.57	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ	3.40	0.52	ปานกลาง
4. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	3.38	0.44	ปานกลาง
5. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.48	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	0.34	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.53$) ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ($\bar{X} = 3.50$) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\bar{X} = 3.48$) ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ($\bar{X} = 3.40$) และด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมือง
บางกรวย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	การมีส่วนร่วมของประชาชน	
	การยอมรับสมมติฐาน	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
เพศ	√	
อายุ		√
ระดับการศึกษา		√
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		√
อาชีพ		√

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนที่มี เพศ ต่างกันมีส่วนร่วมต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมือง
บางกรวยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ
ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญในการอภิปรายผลดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยรวม
อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้าน
การมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมใน
การดำเนินการ และด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องในระดับการมีส่วนร่วม
ในการตัดสินใจ ส่วนร่วมในการวางแผน และส่วนร่วมในการประเมินผล เป็นกระบวนการที่สำคัญ ดังนั้นเทศบาล
จึงเห็นความสำคัญและเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งประชาชนก็เห็นความสำคัญของ
กระบวนการมีส่วนร่วมดังกล่าว จึงเข้าไปมีส่วนร่วมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ส่วนการมีส่วนร่วมในการ
ดำเนินการ และส่วนร่วมในผลประโยชน์นั้น ก็ขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาของประชาชนที่เข้าไปมีส่วนร่วม ดังนั้นจึง
ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ไม่เต็มมากเท่าไร ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นฤชิต
ชูช่วย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาล
ตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ มีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนรายด้าน
พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงลำดับจากน้อยไปมาก คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมี
ส่วนร่วมในผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล
และผลงานวิจัยของ สุนติลักษณ์ ยกเทพ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำ
แผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วม
ของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอมือง หนองคาย จังหวัดหนองคาย โดยรวม

อยู่ในระดับปานกลาง มีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการกระทำแผนพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจาก ประชาชนที่เป็นเพศชาย ซึ่งเป็นผู้นำของครอบครัวได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาความเป็นอยู่ของครอบครัวและของส่วนรวม ดังนั้นจึงให้ความสำคัญถึงการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชนมากกว่าประชาชนที่เป็นเพศหญิง ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ลดาวรรณ มหาโชติ (2561) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบ้านป่าดิบ ตำบลทุ่งทอง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผล ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านป่าดิบ ตำบลทุ่งทอง อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีเพศ ที่แตกต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน เทศบาลเมืองบางกรวยควรส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับฝ่ายบริหารของเทศบาล เพื่อร่วมคณะผู้บริหารคิดค้นกระบวนการในการจัดทำพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ให้สอดคล้องกับปัญหาในการบริหารงานของเทศบาลให้เพิ่มมากขึ้น โดยการจัดตัวแทนของประชาชนที่มีความรู้ ความสามารถระดับชุมชนเข้ามาเป็นตัวแทนของประชาชน
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ควรส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทให้การพิจารณางบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดทำพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย เพื่อแสดงให้เห็นว่าเทศบาลเมืองบางกรวย มีการบริหารงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เทศบาลเมืองบางกรวยควรส่งเสริมกิจกรรม เช่น การวิพากษ์ร่างแผนพัฒนา การสนทนากลุ่ม การประชุม เพื่อให้ประชาชนเข้าร่วมสรุปงานแสดงข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำพัฒนาเทศบาลเมืองบางกรวย ได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดทำพัฒนาให้ประชาชนได้ทราบทั่วถึง
4. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ เทศบาลเมืองบางกรวยควรส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ถึงผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างครอบคลุม
5. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล เทศบาลเมืองบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ควรมีการเผยแพร่ข้อมูล และมีการจัดทำแบบประเมินผลการจัดทำแผนทุกครั้ง เพื่อให้ประชาชนได้ทราบถึงความคืบหน้าและการติดตามประเมินผลความก้าวหน้าของการจัดทำพัฒนาของเทศบาลอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเชิงผสมผสานระหว่างเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และในเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชน และนำไปเป็นแนวทางกำหนดกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลเมืองบางกรวย. (2565). การสำรวจการมีส่วนร่วมของผู้รับบริการเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติราชการ ฝ่ายยุทธศาสตร์และการวางแผน. นนทบุรี: เทศบาลเมืองบางกรวย.
- นฤชิต ชูช่วย. (2558). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ลดารวรรณ มหาโชติ. (2561). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบ้านป่าดิบ ต.ทุ่งทอง อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี. (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วุฒิสาร ตันไชย. (2550). การขับเคลื่อนรัฐธรรมนูญสู่การปฏิบัติ:กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ การปกครองส่วนท้องถิ่น. ในเอกสารสัมมนาทางวิชาการ. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- สุนติลักษณ์ ยกเทพ. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาเทศบาลตำบลบ้านเคื่อ อำเภอมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Yamane, T. (1970). *Taro Statistic: An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร Developing the Potential of Auto Parts Business Entrepreneurs in Bangkok

สมณี สมไทยสกุล¹ และ ราเชนทร์ นพรัฐวงศกร²

Somanee Somthaisakul¹ and Rachen Nophanatwongsakorn²

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์^{1,2}

Southeast Asia University, Thailand^{1,2}

E-mail: polla_ya@windowslive.com¹

Received: September 1, 2022

Revised: December 6, 2022

Accepted: December 8, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 321 คน ใช้สถิติพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 2) ปัจจัยการบริหารองค์กร ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านระบบด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร และด้านค่านิยมร่วม ส่งผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ, ธุรกิจชิ้นส่วนรถยนต์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of potential development of auto parts business entrepreneurs. 2) To study the factors of organizational management affecting the potential development of auto parts manufacturing business operators in Bangkok, the questionnaire was used to collect information from the auto parts manufacturing business. In Bangkok, 321 people used descriptive statistics. And multiple regression analysis. The results showed that 1) Developing the potential of entrepreneurs producing auto parts in Bangkok Overall, it's at a high level. and 2) Organizational management factors, organizational structure, systematic management style, personnel, and shared values affects the development of the auto parts business in Bangkok.

Keywords: Potential Development, Auto Parts Business

บทนำ

ปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทยมีแนวโน้มหดตัวตามอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ โดยเฉพาะชิ้นส่วนเพื่อประกอบยานยนต์ (OEM) ผลจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้กิจกรรมการผลิตในห่วงโซ่ยานยนต์สะดุดลงในช่วงครึ่งแรกปี 2563 ท่ามกลางกำลังซื้อทั่วโลก รวมถึงไทยที่หดตัวรุนแรง อย่างไรก็ตาม ความต้องการชิ้นส่วนเพื่อการทดแทน (REM) ยังคงขยายตัวได้ตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนยานยนต์สะสม ประกอบกับผู้บริโภคบางส่วนมีแนวโน้มซ่อม/บำรุงยานยนต์เก่าเพื่อยืดเวลาการซื้อยานยนต์ใหม่ออกไป สำหรับปี 2564-2565 คาดว่าการผลิตยานยนต์ในประเทศจะฟื้นตัวโดยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3-4% ต่อปี ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์โลกประเด็นท้าทายที่ต้องติดตามใกล้ชิด ได้แก่ การใช้มาตรการปกป้องทางการค้าในหลายประเทศ โดยเฉพาะกรณีสอบสวนการทุ่มตลาดยางรถยนต์ส่งออกจากไทยไปสหรัฐฯ และข้อตกลงยกเว้นภาษีนำเข้าระหว่างกันสำหรับรถยนต์ที่ใช้ชิ้นส่วนรถยนต์ ภายในกลุ่มประเทศสมาชิก (สหรัฐฯ เม็กซิโก และแคนาดา) ซึ่งอาจกระทบการส่งออกชิ้นส่วนฯ จากไทยไปยังประเทศดังกล่าว (วรรณฯ ยงพิศาลภพ, 2563)

อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลไทยอย่างต่อเนื่องนับจากปี 2561 โดยระยะเริ่มแรก ภาครัฐเน้นออกมาตรการเพื่อสนับสนุนการลงทุนผลิตและใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศ โดยเฉพาะการปรับขึ้นภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูป (Complete Built-Up: CBU) และชิ้นส่วนครบชุดสมบูรณ์ (Complete Knock-Down: CKD) ต่อมาคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment: BOI) ได้ออกมาตรการส่งเสริมการลงทุน อาทิ การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และการยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร เพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาตั้งฐานการผลิตในไทย นอกจากนี้ ภาครัฐกำหนดสัดส่วนบังคับใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตในประเทศ (Local Content Requirements: LCR) ในการผลิตยานยนต์ ซึ่งปัจจุบันข้อกำหนดดังกล่าวได้ถูกยกเลิกแล้ว อย่างไรก็ตาม การผลิตรถยนต์ในไทยยังคงใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศคิดเป็นสัดส่วน 60-80% ของมูลค่าชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งหมด ขณะที่รถยนต์นั่งประเภท Eco-car และรถปิกอัพใช้ชิ้นส่วนที่ผลิตในประเทศ 90% ส่วนรถจักรยานยนต์ใช้ชิ้นส่วนในประเทศเกือบทั้งหมด ในปัจจุบัน มีการทำข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างไทยกับประเทศต่าง ๆ อาทิ ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) และความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) ส่งผลให้อัตราภาษีนำเข้า CBU และ CKD ปรับลดลง มาตรการสนับสนุนต่าง ๆ ดังกล่าวส่งผลให้นักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติเข้ามาลงทุนอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ไทยอย่างต่อเนื่อง (วรรณฯ ยงพิศาลภพ, 2563)

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เป็นธุรกิจจึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคในการใช้รถมากขึ้น ประกอบกับช่องทางการซื้อขายในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์มีการแข่งขันทางการตลาดสูง ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาศักยภาพขององค์กรเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานในการใช้งาน ในการเพิ่มศักยภาพและความสามารถหลักขององค์กรนั้น ขึ้นอยู่กับทุนมนุษย์เป็นสำคัญ ดังนั้นองค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร แม้ว่าในปัจจุบันมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย แต่บุคลากรยังคงเป็นทรัพยากรที่ถ่ายทอดความก้าวหน้า เป้าหมายขององค์กร พันธกิจ กลยุทธ์ การให้

ความสำคัญกับทุนปัญญา องค์การที่มีการพัฒนาศักยภาพการทำงานสูงมักจัดองค์การให้มีความไหลเวียนของงานตามกระบวนการทางธุรกิจ และมีการสร้างเสริมทีมงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Schermerhorn, Hunt and Osborn, 2001 อ้างถึงใน ภัสธารีย์ เรื่องชัยพัฒนา, 2564)

การพัฒนาองค์ศักยภาพขององค์การนั้นมีความจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยภายในหน่วยงาน ที่ผู้บริหารองค์การต้องให้ความสำคัญกับตัวแปร ไม่ว่าจะเป็น ด้านกลยุทธ์ ที่ต้องมีความจำเป็นการวางแผนกลยุทธ์องค์การ การออกแบบโครงสร้างการบริหารที่มีความเชื่อมโยงกับอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ มีกระบวนการและลำดับขั้นตอนในการทำงานที่ต้องเป็นระบบ มีรูปแบบการบริหารงาน โดยมีการกระจายอำนาจและการแบ่งอำนาจการบริหารงานภายในองค์การ มีการบริหารจัดการบุคคล มีทักษะความสามารถ ความโดดเด่น ความเชี่ยวชาญในการผลิต และค่านิยมร่วมในองค์การ วัฒนธรรมองค์การที่สื่อสารแก่พนักงานให้มีความเชื่อมั่นต่อองค์การอย่างไรบ้าง (McKinsey, 1980 อ้างถึงใน วิฬาร บุญมาเลิศ, 2561)

จากการพิจารณาถึงสถานการณ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ที่ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์มีความจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพขององค์การให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในปัจจุบัน โดยอาศัยปัจจัยการบริหารองค์การในการพัฒนาเพื่อให้เป็นองค์การที่มีศักยภาพสูงขึ้น จึงมีความสนใจในการศึกษา “การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาศักยภาพขององค์การให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารองค์การที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยการบริหารองค์การ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านโครงสร้าง ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร ด้านทักษะความสามารถ และด้านค่านิยม ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

Miller (1998) อธิบายหลักการและวิธีปฏิบัติของการมุ่งสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศได้ โดยใช้ ตัวอย่างคุณลักษณะเฉพาะขององค์กรแบบดั้งเดิมเปรียบเทียบกับเมื่อก้าวไปสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศแล้วคุณลักษณะนั้น ๆ จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ดังนี้

1. จากองค์กรที่ใช้การควบคุมสูงเป็นองค์กรที่ใช้ความเชื่อใจ (high control to high trust) Miller เชื่อว่าองค์กรที่มีขนาดใหญ่มาก ๆ และใช้กฎระเบียบหรือกฎเกณฑ์ในการควบคุมการทำงาน ของพนักงานจะ

ก่อให้เกิดการต่อต้าน พนักงานทำงานอย่างมีความสุข ทำงานเพียงเพราะหน้าที่ หรือทำตามระเบียบข้อบังคับ แต่องค์กรที่ใช้ความเชื่อถือหรือเชื่อใจพนักงานในองค์กรจะทุ่มเทพลัง ในการทำงานอย่างเต็มที่ ทำให้ผลดำเนินงานโดยรวมของบริษัทดีขึ้น นอกจากความไว้วางใจภายในองค์กรแล้วยังต้องสร้างความไว้วางใจระหว่างผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง สังคมแห่งความไว้วางใจ การดำเนินธุรกิจ ก็จะประสบความสำเร็จโดยง่าย

2. จากองค์กรที่มุ่งผลิตสิ่งของไปสู่องค์กรที่มุ่งผลิตองค์ความรู้ (focus on making “things” to making “knowledge”) Miller กล่าวว่าสิ่งที่มีค่าที่สุดขององค์กร คือ ทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพมีความรู้ความสามารถ นักเศรษฐศาสตร์รุ่นก่อน ๆ เชื่อว่า คุณค่าถูกสร้างขึ้นจากทุนและแรงงาน แต่ปัจจุบันคุณค่าถูกสร้างขึ้นจากผลิตภาพในการผลิต และนวัตกรรมซึ่งสองสิ่งนี้สร้างขึ้นจากความรู้ทั้งสิ้น

3. จากการตัดสินใจโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งสู่การตัดสินใจโดยทีม (Individual decisions making to team decisions making) เดิมการตัดสินใจจะกระทำโดยผู้ที่มีอำนาจ แต่ในปัจจุบันการ ออกแบบองค์กรที่ใช้ระบบการทำงานเป็นทีม ให้อำนาจทีมในการออกแบบกระบวนการของตนเองสามารถติดต่อกับลูกค้าและ supplier ได้โดยตรง และสามารถเปลี่ยนหรือปรับปรุงกระบวนการ ทำงานตามความต้องการของลูกค้า การตัดสินใจจึงเป็นการตัดสินใจร่วมกันของสมาชิกในทีม คุณค่าของความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเป็นหลักของการมุ่งสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศและทีมงาน ที่เป็นเลิศ จากนั้นจึงสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับลูกค้าภายในองค์กร และลูกค้าภายนอก องค์กรเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าภายใน (value chain)

4. จากการให้รางวัลรายบุคคลไปสู่การให้รางวัลเป็นทีม (individual rewards to team -based reward) เมื่อองค์กรเปลี่ยนการจัดการภายในองค์กรเป็นระบบทีม มีการปฏิบัติงานและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ กระทำร่วมกันเป็นทีม การจ่ายค่าตอบแทนก็ควรจะเป็นทีม เพราะถ้ามีการจ่าย ค่าตอบแทนเป็นลักษณะของบุคคล ย่อมเป็นเหตุของความไม่สบายใจและความแตกสามัคคี ของพนักงานในองค์กร การจ่ายผลตอบแทนให้พนักงานในการทำงานร่วมกันเป็นทีมไม่มีรูปแบบตายตัว แต่ควรจ่ายผลตอบแทนตามผลงานของทีมเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทีมทำให้สมาชิกในทีมรู้สึกถึงความรับผิดชอบต่อผลงานร่วมกัน

5. จากสายบังคับบัญชาแนวตั้งไปสู่สายบังคับบัญชาแนวราบ (vertical to horizontal organization) Miller เห็นว่าการควบคุมการทำงานในลำดับการบังคับบัญชาระดับแรกขององค์กร จะทำได้ง่ายกว่า เนื่องจากใช้กลไกในการควบคุมและตรวจสอบน้อย องค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศจะมีลำดับชั้นการบังคับบัญชาน้อยกว่า และมีการกำกับดูแลที่ง่ายกว่าองค์กรแบบดั้งเดิมการจัดองค์กร ในแนวราบมีการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพโดยแต่ละทีมงานจะมีการควบคุมภายในทีมตนเอง และในขณะเดียวกันจะถูกวัดประสิทธิภาพการทำงานและการควบคุมจากทีมอื่น ๆ รวมทั้งลูกค้า และผู้ ประกอบการ (Supplier) ที่ติดต่อโดยตรงกับทีม

6. จากโครงสร้างตายตัวไปสู่โครงสร้างพลวัตร (fixed structure to dynamic structure) เทคโนโลยีการตลาด วิธีการผลิตและจัดจำหน่าย มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่มีใครสามารถ ระบุได้ว่าในอนาคตสิ่งเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะนำไปสู่ การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ ดังนั้น โครงสร้างและบุคลากรในองค์กรต้องมีความยืดหยุ่น พร้อมรับสถานการณ์ที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกเมื่อ

7. จากองค์กรที่ปิดกันตัวเองไปสู่องค์กรที่ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์กับภายนอก (companies with

walls to companies without walls) องค์กรแบบดั้งเดิมยึดมั่นกับความเป็นตัวของ ตัวเองคิดว่าตนเองสามารถ อยู่ได้ด้วยตัวเอง แต่องค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศนั้นให้ความสำคัญต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าและ ผู้ประกอบการ (supplier) เป็นอันมาก องค์กรต้องเข้าถึง ความต้องการของลูกค้าและผู้ประกอบการ (supplier) ซึ่งจะทำให้สามารถพัฒนาหรือปรับปรุงคุณภาพการดำ เนินงานของตนเองได้

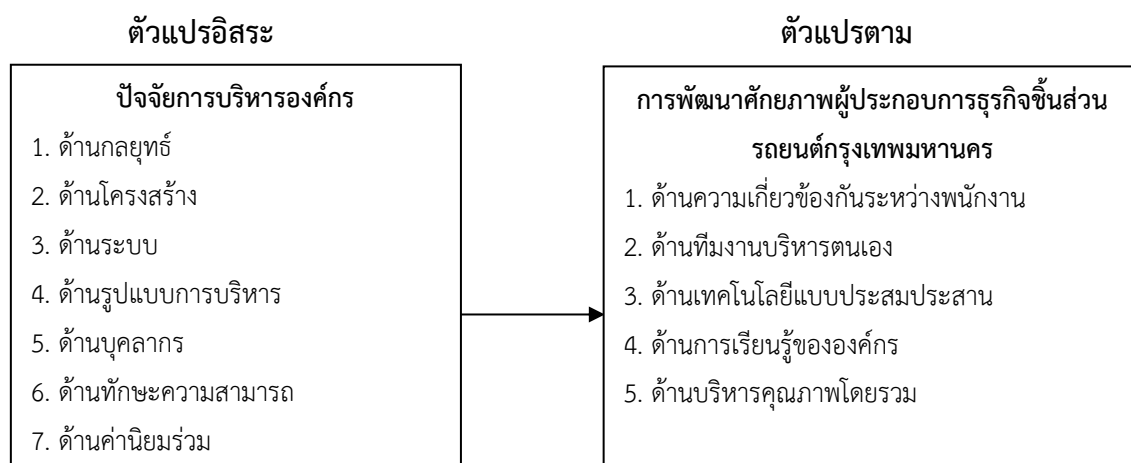
8. จากการปกปิดข้อมูลทางการเงินไปสู่การเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน (financial secrecy to open book management) องค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศที่มักจะเปิดเผยข้อมูลทางการเงินต่าง ๆ ให้ พนักงาน และคน ภายนอกได้รับทราบ พนักงานของบริษัทเอกชนในสหรัฐอเมริกามากกว่า 50% ถือหุ้นของบริษัทตนเอง ตรวจสอบ รายงานประจำปี ของบริษัทตนเอง และติดตามผลการดำเนินงาน ของบริษัทตลอดเวลา ทำให้พนักงานเกิด ความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกัน มีความรู้สึกเป็น อันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร ตรวจสอบการทำงานและผลการ ดำเนินงานขององค์กรอยู่เสมอ หากพบความผิดปกติอันใดต้องรีบแจ้งเพื่อหาทางแก้ไข และพัฒนาปรับปรุงองค์กร ต่อไป

9. จากการตำหนิที่บุคคลไปสู่การตำหนิที่กระบวนการ (blame the person to blame the process) Miller กล่าวว่า ปัญหาด้านคุณภาพถึง 95% เกิดจากกระบวนการแต่เรามักจะกล่าวโทษว่า เป็นความผิดของบุคคล สร้างความตึงเครียดให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ระบบทีมในองค์กรที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ สมาชิกในทีมต้องรับผิดชอบร่วมกัน หากเกิดปัญหาต้องนำปัญหามาวิเคราะห์สาเหตุและแก้ไข ร่วมกัน ซึ่งจะนำ ไปสู่การแก้ไขปัญหาที่กระบวนการ ทำ ให้องค์กรสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

สรุป จากแนวคิดองค์กรที่มีศักยภาพการทำงานสูงของ Miller ได้ให้ความสำคัญกับ ระบบการทำงานที่ใช้ ความเชื่อใจ ลดกลไกในการควบคุมและตรวจสอบลง เมื่อพบความผิดพลาด ให้ตำหนิที่กระบวนการมากกว่าตัว บุคคล องค์กรต้องมีความยืดหยุ่น และให้ความสำคัญต่อ ความสัมพันธ์กับภายนอกมากกว่ายึดติดกับรูปแบบของ ตนเอง การสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มี คุณภาพมีความรู้ความสามารถ และรู้จักที่จะทำงานเป็นทีม ตัดสินใจเป็นทีม และการให้รางวัล เป็นทีม เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกถึงความรับผิดชอบร่วมกันในการทำงานของตนเองอยู่เสมอ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวความคิด การวิจัย ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาประชากรได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,620 คน (กรมการค้าภายใน, 2564) และกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 321 คน ได้จากได้จากโดยสูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Taro Yamane 1967) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยการบริหารองค์กรได้แก่ 1) ด้านกลยุทธ์ 2) ด้านโครงสร้างขององค์กร 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบการบริหาร 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านทักษะความสามารถ 7) ด้านค่านิยมร่วม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกันระหว่างพนักงาน 2) ด้านทีมงานบริหารตนเอง 3) ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน 4) ด้านการเรียนรู้ขององค์กร 5) ด้านบริหารคุณภาพโดยรวม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ปัจจัยการบริหารองค์กร และ ส่วนที่ 3 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สถิติเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีปกติ (Enter) เพื่อหาค่าอิทธิพลของปัจจัยองค์กรกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 69.47 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.45 จบการศึกษาระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 150,001 – 200,000 คิดเป็นร้อยละ 56.92

2. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทีมงานบริหารตนเอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50) ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม

(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48) ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีแบบผสมผสาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) และด้านการเรียนรู้ขององค์กร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์โดยรวม

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ โดยรวม	ระดับการพัฒนา		
	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน	3.50	0.40	มาก
2. ด้านทีมงานบริหารตนเอง	3.53	0.57	มาก
3. ด้านเทคโนโลยีแบบผสมผสาน	3.40	0.52	ปานกลาง
4. ด้านการเรียนรู้ขององค์กร	3.38	0.44	ปานกลาง
5. ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม	3.48	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	0.34	มาก

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการบริหารองค์กร ด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านระบบด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร และด้านค่านิยมร่วม สามารถทำนายการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 75.40 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.336	0.106		12.635	.000
ด้านกลยุทธ์	0.022	0.029	0.034	0.763	.446
ด้านโครงสร้างขององค์กร	0.245	0.028	0.418	8.869*	.000
ด้านระบบ	0.093	0.040	0.143	2.300*	.022
ด้านรูปแบบการบริหาร	0.088	0.031	0.134	2.787*	.006
ด้านบุคลากร	0.086	0.029	0.137	2.955*	.003
ด้านทักษะความสามารถ	0.014	0.036	0.026	0.400	.689
ด้านค่านิยมร่วม	0.146	0.028	0.238	5.138*	.000
R = 0.872		Adjusted R ² = 0.754			
R ² = 0.760		SE = 0.171			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

1. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านทีมงานบริหารตนเอง ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีแบบผสมผสาน และด้านการเรียนรู้ขององค์กร ที่เป็นเช่นนี้เนื่องอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการมีการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีความเชื่อมโยงกันสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการนำเอาเทคโนโลยีมาผสมผสานในการบริหารจัดการ ให้พนักงานมีการเรียนรู้ รู้จักการบริหารทีมงานด้วยตนเอง และมีการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมทั่วทั้งองค์กร เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในระดับสูงขึ้น พนักงานจึงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปัทมหารีย์ พองแพร่ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษานาคาเรยูโอบี ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง อยู่ในระดับมาก

2. ปัจจัยการบริหารองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างขององค์กร ด้านระบบ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านบุคลากร และด้านค่านิยมร่วม ตัวแปรนี้ส่งผลต่อพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือ สามารถทำนายพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 75.40 เป็นเช่นนี้การพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนรถยนต์นั้นต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนา ว่าจะจะเป็นปัจจัยด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบการบริหาร ด้านทักษะความสามารถ ร่วมล้วนแต่มีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงแต่การจัดโครงสร้าง ด้านระบบการบริหารจัดการและค่านิยมร่วมภายในองค์กรอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงของบริษัทเบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปัทมหารีย์ พองแพร่ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษานาคาเรยูโอบี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านค่านิยมร่วม ปัจจัยด้านกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ด้านทักษะ ความสามารถ ด้านระบบ ด้านโครงสร้าง มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพ การทำงานสูงของพนักงานที่ปฏิบัติงานในนาคาเรยูโอบีตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านกลยุทธ์ ผู้บริหารควรมีการกำหนดเป้าหมายขององค์กรอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ด้านโครงสร้าง ผู้บริหารควรมีการจัดตำแหน่งงานและแผนงานให้สอดคล้องกับองค์กรในภาพรวมอย่างชัดเจน

3. ด้านระบบ ผู้บริหารควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลลัพธ์ ผลกระทบอย่างเป็นระบบภายในองค์กรที่ชัดเจน
4. ด้านรูปแบบ ผู้บริหารควรมีการทบทวนการดำเนินและผลดำเนินงานในทุกด้านเป็นระยะอย่างต่อเนื่อง
5. ด้านบุคลากร ผู้บริหารควรจัดให้มีเครื่องมือสื่อสาร และมีการสื่อสาร เชื่อมโยงกันทุกแผนภายในองค์กร
6. ด้านทักษะความสามารถ ผู้บริหารควรแสดงศักยภาพในการรักษาตำแหน่งของผู้นำธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารที่ครบวงจรของประเทศไทย
7. ด้านค่านิยมร่วม ผู้บริหารควรมีการให้รางวัลแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานตามค่านิยมขององค์กรเพื่อเป็นขวัญกำลังใจแก่พนักงาน
8. ด้านความเกี่ยวข้องของพนักงาน ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้พนักงานร่วมกันหาวิธีการปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดคุณภาพมากยิ่งขึ้น
9. ด้านทีมงานบริหารตนเอง ผู้บริหารควรส่งเสริมให้พนักงานทำงานร่วมกันเป็นทีมมากยิ่งขึ้น
10. ด้านเทคโนโลยีแบบประสมประสาน ผู้บริหารควรมีการส่งเสริมและจัดสรรงบประมาณในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
11. ด้านการเรียนรู้ขององค์กร ผู้บริหารควรมีการจัดประชุมแจ้งสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในธุรกิจแก่พนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ในการพัฒนาตนเอง และปรับตัวภายใต้ยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
12. ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ผู้บริหารควรมุ่งเน้นรักษาคุณภาพของสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจคล้ายคลึงเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูงมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ปัทมหารีย์ พองแพร่. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพการทำงานสูง: กรณีศึกษาธนาคารยูโอบี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภัสธารีย์ เรืองชัยพัฒนา. (2564). ปัจจัยการบริหารองค์กรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.



- วรรณ วยพิศาลภพ. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2563-65: อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. ค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Hi-tech-Industries/Auto-Parts/IO/Industry-Outlook-Auto-Parts>
- วิภาร บัญมาเลิศ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพสูง: กรณีศึกษาบริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม จำกัด (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- Miller, L. M. (1998). *The high-performance organization an assessment of virtues and values prepared for Organizations*. The CEO reports. San Francisco: Jossey Bass Publisher.
- Schemerhorn, J. R., Hunt, J. G. & Osborn, R. N. (2003). *Organization behavior*. USA: John Wiley & Son.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper and Row.

รูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์
อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข
Creative Public Management Vision Model on Human Well-Being Index of Alpha
Generation, Department of Mental Health, Ministry of Public Health

ดวงกมล พลศิริพัฒน์¹ และ ชยุต ภวานันท์กุล²
Duangkamon Ponsiripat¹ and Shayut Pavapanunkul²

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}
Suansunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2}
E-mail: jukamon2009@gmail.com¹

Received: October 8, 2022

Revised: December 13, 2022

Accepted: December 14, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลสภาพการณ์ปัจจุบันเป็นปัจจัยพึงประสงค์ การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข และ 2) เพื่อสร้างรูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟาย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟาจากภาครัฐและเอกชน จำนวนทั้งหมด 17 คน ตามเกณฑ์ของแมคมิลแลน โดยวิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามมติของข้อมูลใช้ การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนา มัชยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ จากการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยพึงประสงค์ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยอัตวิสัย ประกอบด้วย คิดให้เป็น คิดที่มีประโยชน์ คิดเชิงบวก และคิดเสริมสร้าง ปัจจัยภาวะวิสัย ประกอบด้วย การปรับตัว การเรียนรู้ การรู้เท่าทัน และการเพิ่ม ความสุข 2) จากการสังเคราะห์นำดัชนีมวลรวมประชาชาติ และ 7S ของแมคคินซี ทำให้เกิดคุณค่าสร้างสรรค์ และสร้างรูปแบบบูรณาการวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์นำการสร้างความสำเร็จดัชนีพัฒนามนุษย์ อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟาสู่สังคม 5.0 เพื่อเป้าหมายพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมถึงคนไทย 4.0

คำสำคัญ: การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์, ดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุข, คนรุ่นอัลฟา

Abstract

This research aimed to identify the desirable factors, proposing a visionary model of creative public management relating to the well-being human development index of generation alpha, Department of Mental Health, Ministry of Public Health. According to the future research

theory method of using the Delphi technique approach to consensus of public and private experts on strategy for generation alpha's well-being human development, 17 persons in total were selected by the Macmillan criteria, obtained by the purposive sampling. Consensus data were collected from in-depth interviews and questionnaire and analyzed by descriptive statistics, including median and interquartile range (IR). The findings revealed that: 1) the two desirable factors: subjective factors consisting of clever thinking, helpful thinking, positive thinking, and empowering thinking, and objective factors, consisting of adaptation, learning, awareness, and increasing happiness. 2) the synthesized output of Gross National Happiness: GNH and 7 S McKinsey. It intends to progress the value creation of an integrated visionary model of creative public management, which could lead to success in the well-being human development index of generation alpha and achievement of society 5.0 for the Sustainable Development Goals (SDGs) strategy and Thai people 4.0.

Keywords: Creative Public Management, Human Well-Being Index, Alpha Generation

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2560 ถือเป็นปีเริ่มต้นการขับเคลื่อนประเทศภายใต้โมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งจะนำพาประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง และกับดักความไม่สมดุลในการพัฒนา พร้อม ๆ กับการเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ “ประเทศโลกที่หนึ่ง” ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ โดยกำหนดเป้าหมายใน 4 มิติ คือ ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นสร้างมูลค่าความอยู่ดีมีสุขทางสังคม เป็นสังคมที่เดินหน้าไปด้วยกันไม่ทอดทิ้งใครไว้ข้างหลัง การยกระดับคุณภาพมนุษย์ด้วยการพัฒนาคนให้เป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21” ควบคู่ไปกับการเป็น “คนไทย 4.0 ในโลกที่หนึ่ง” และการรักษาสีเขียวแวดล้อมเป็นสังคมน่าอยู่ควบคู่กับการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำอย่างเต็มรูปแบบ (คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) ในการที่จะทำให้ประเทศไทยและคนไทยที่จะมีบทบาทในอนาคตของประเทศต่อไป เช่นเดียวกับที่กำลังเป็นปรากฏการณ์ไปทั่วโลกก็คือ คนไทยรุ่นอัลฟา Alpha หรือ Alfa ได้แก่ คนไทยที่จัดอยู่ในกลุ่มตั้งแต่แรกเกิดถึงเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น (แรกเกิด-15 ปี) ซึ่งยึดถือตามแนวคิดนี้มีนักวิชาการให้ความสำคัญกับคนรุ่นอัลฟา คือ คนที่เกิดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 - 2568 (ค.ศ. 2010 - 2025) ตามแนวคิดของผู้ริเริ่ม คือ แมคครินเดิล (McCrindle) งานวิจัยของนาจีและคอลซี (Nagy & Kölcsey, 2017) พบว่า ในยุคของโลกที่การรับข่าวสารต้องมีการกรองข้อมูลแทนจะเป็นยุคของโลกแห่งข่าวสารที่ขยายตัวแต่กลับกลายเป็นโลกของข่าวสารมีอย่างจำกัด จึงต้องเรียนรู้ความเป็นไปของคนรุ่นที่จะมีบทบาทในอนาคตซึ่งเป็นศาสตร์ (Science) มากกว่าจะคิด เป็นเพียงการจัดการหรือการตลาด (Management or Marketing) ประกอบกับรายงานการพัฒนาเด็กและเยาวชนประจำปี พ.ศ. 2560 ของ กรมกิจการเด็กและเยาวชน กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ตามรายงานเปิดเผยในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 พบว่า เด็กช่วงวัย 6 - 12 ปี

เป็นช่วงวัยเรียน มีการพัฒนาทางสติปัญญา (IQ) หรือความสามารถทางสติปัญญายังอยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์และความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) แม้ยังอยู่ในระดับเกณฑ์ปกติขึ้นไปก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาช่วงวัยอายุที่เริ่มสูงขึ้น เด็กวัย 13 - 17 ปี เข้าสู่การเป็นวัยรุ่นกับพบว่ามีปัญหาจากการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ที่ไม่เหมาะสม จนเกิดปัญหาการติดเกมส์และพนันออนไลน์ จนนำมาสู่ปัญหาการฆ่าตัวตาย ความเสี่ยงจากโรคซึมเศร้าที่พบอยู่ในช่วงอายุ 10 - 19 ปี มีจำนวนเพิ่มขึ้น จนทำให้เกิดปัญหาต่อระบบการคิด (กรมกิจการเด็กและเยาวชน, 2561)

การขับเคลื่อนไปสู่ประเทศไทย 4.0 ได้นั้น สิ่งสำคัญก็คือเตรียมคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21 หรือคน 4.0 และช่วงวัยสำคัญ คือ การบ่มเพาะให้คนไทยรุ่นอัลฟา (Alpha or Alfa) ดังกล่าว ให้มีปัญญาเฉียบแหลม (Head) มีทักษะที่เห็นผล (Hand) มีสุขภาพที่แข็งแรง (Health) และมีจิตใจที่งดงาม (Heart) ซึ่งถือเป็นภารกิจสำคัญของทุกภาคส่วนในประเทศไทยที่ต้องให้ความสนใจ รวมทั้งภาคสาธารณสุขในการที่จะพัฒนาคนไทยรุ่นนี้ให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา ผ่านโมเดล “สาธารณสุขไทย 4.0” ที่มีความสอดคล้องกับโมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งการรู้เท่าทันสังคมโลกที่ต้องเผชิญจากภัย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ภัยการเรียนรู้เท่าทันดิจิทัล 2) ภัยจากสังคม 3) ภัยจากโลก เช่น เห็นได้ชัดกรณีโรคระบาด COVID-19 ภาวะโลกร้อน และสิ่งแวดล้อม 4) ภัยจากโทรศัพท์มือถือ และ 5) ภัยจากการต้องเรียนรู้เพื่อการทำงานในอนาคตที่ต่างจากปัจจุบัน โดยสิ้นเชิง (ABC NEWS Radio, 2020)

ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจหรือรู้จักคนรุ่นอัลฟาให้ลึกซึ้งขึ้นจึงกำลังเป็นที่สนใจศึกษาอย่างมากทั่วโลก โดยเฉพาะการพยายามหาปัจจัยที่เหมือนตัวชี้วัดความอยู่ดีมีสุขเพื่อพัฒนาคนรุ่นอัลฟาอย่างมาก (Inhorn & Smith-Hefner, 2020; Cuzzocrea, 2019; ญุเบศร์ สมุทรจักร, กมลชนก ขำสุวรรณ และกัญญาพชร สุทธิเกษม, 2563) ด้วยเหตุนี้เพื่อให้สอดคล้อง ผู้วิจัยขอนำแนวคิดของอมาตยา เซน (Sen, 2000) ซึ่งให้เห็นว่าการใช้ดัชนีการพัฒนามนุษย์มาวัดการจัดการภาครัฐนั้นเป็นการวัดที่เห็นพัฒนาการของมนุษย์เป็นแนวคิดเสมือนให้แสงสว่างแก่แนวทางการจัดการที่จะก่อมรรคผลในทางปฏิบัติแตกต่างจากการวัดอื่น ๆ ที่เหมือนตาบอดหรือตาฝ้าฟางต่อสังคมชีวิตของมนุษย์อย่างการวัดด้วยรายได้ประชาชาติ ซึ่งเป็นเพียง GNP พัฒนาเชิงวิชาการ และมองเพียงทางเลือกเดียวของการพัฒนาชีวิตมนุษย์เท่านั้น คือ มองมิติทางเศรษฐกิจรายได้หรือเชิงเศรษฐศาสตร์เป็นสำคัญ ส่งผลให้ปัจจุบันจึงเริ่มมีการศึกษาในปี ค.ศ.1990 ดัชนีการพัฒนามนุษย์ทางความอยู่ดีมีสุข โดยองค์การสหประชาชาติเพื่อการพัฒนา (The United Nations Development Program: UNDP) และด้วยแนวคิดของสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี เคเซอร์ นัมเกล วังชุก (His Majesty King Jigme Khesar Namgyel Wangchuck) แห่งประเทศภูฏาน จนเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกและถูกนำมาใช้ทางด้านความสุขประชาชาติ (Gross National Happiness: GNH) เพื่อสร้างดัชนีความสุขประชาชาติที่แสดงให้เห็นกับดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขได้อย่างดี โดยเฉพาะคนรุ่น อัลฟาที่ต้องปรับตัวรับกับสังคมดิจิทัล ที่เรียกว่า สังคม 5.0 เพื่อบรรลุยุทธศาสตร์เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ภายใต้โมเดลประเทศไทย 4.0 ก็ได้นำมาเป็นเป้าหมายไว้เช่นกันด้วย ถึงได้พัฒนาดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขเพื่อสู่ดัชนีความสุขประชาชาติ (Gross National Happiness: GNP) (Streeten, Burki, UI-Haq, Hicks & Stewart, 1981; Haq, 1999; Luchters & Menkhoff, 2000)

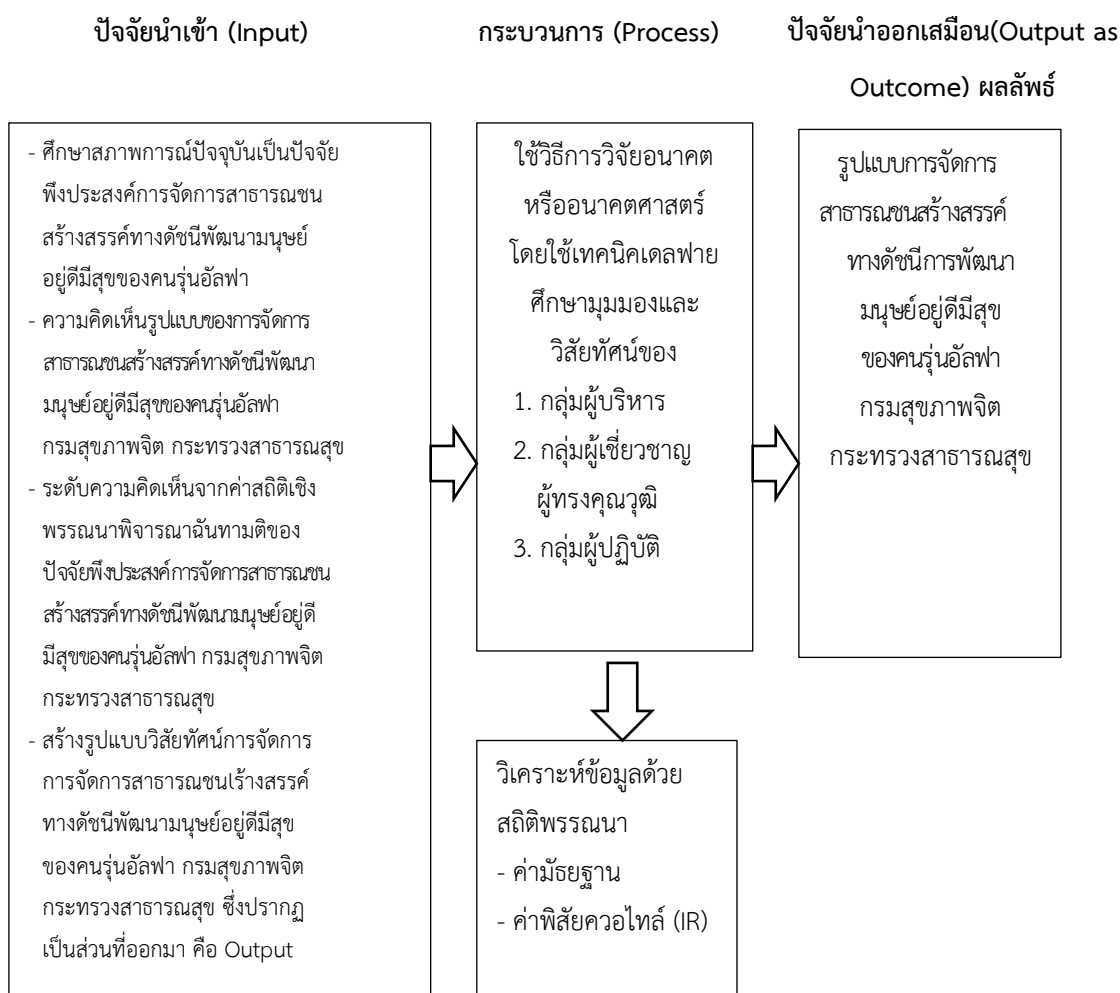
ดังนั้น จากเหตุผลที่กล่าวอ้างมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่ต้องศึกษาปัจจัยพึงประสงค์และนำไปสร้างรูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขชนสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา เพื่อส่งเสริมแผนพัฒนาสุขภาพจิตแห่งชาติ พ.ศ. 2561-2580 (กรมสุขภาพจิต, 2562) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข ให้เป็นมรรคผล และส่งเสริมประสิทธิภาพของแผนพัฒนาที่มีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น ในการมีสุขภาพที่ดีทั้งสุขภาพกาย จิตใจและความเป็นอยู่ที่ดี อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการจัดการที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นด้วย ภาครัฐในการตอบสนองพัฒนาการของมนุษย์ในการเตรียมการตอบสนองความต้องการและเตรียมการเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์เพื่อรวมการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลสภาพการณ์ปัจจุบันเป็นปัจจัยพึงประสงค์การจัดการสาธารณสุขชนสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข
2. เพื่อสร้างรูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขชนสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัย ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และปัจจัยนำออกเสมือนผลลัพธ์ (Output as Outcome) ตามแนวคิดเดวิด อีสตัน (Easton, 1965) ดังนี้



การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการศึกษาแบบเชิงวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา โดยมุ่งศึกษาแนวคิดการจัดการภาครัฐเพื่อความอยู่ดีมีสุข แนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ และแนวคิด 7S ของแมคคินซี เพื่อการประยุกต์ใช้

แนวคิดการจัดการภาครัฐเพื่อความอยู่ดีมีสุข

แนวคิดการจัดการภาครัฐหรือการจัดการสาธารณสุขโดยรัฐหรือรัฐบาล (Hunt, 2009; Pedace, 2008; Epstein, Bishop & Levin, 1978; United States, Department of State, 1970) เป็นแนวคิดของรัฐบาลออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ด้วยการพิจารณาคุณภาพชีวิตของการอยู่ดีมีสุขซึ่งโดยทั่วไปจะเป็นแนวคิดที่พิจารณาทางนักเศรษฐศาสตร์ แต่คุณภาพชีวิตของผู้คนมีหลากหลายมิติขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญของ สิ่งที่เกี่ยวข้องทรัพยากรที่จำเป็นหรือต้องการ และหลักการของการพิจารณาความอยู่ดีมีสุขขึ้นอยู่กับให้ความหมายจากค่านามธรรมตามจุดมุ่งหวังต้องการให้การจัดการภาครัฐต้องการ หรือบริหารจัดการสาธารณสุขโดยรัฐให้ความสำคัญในการเป็นกลุ่มเป้าหมายนี้ต้องดำเนินการสร้างความอยู่ดีมีสุข เช่น คำว่า คุณภาพชีวิต ความพึงพอใจในชีวิต สวัสดิการ มาตรฐานการครองชีพ ความเท่าเทียมทางสังคม (Quality of Life, Life Satisfaction, Welfare, Standard of Living, Live Ability, Social Quality) อย่างไรก็ตามทุกคำสำคัญก็มีศูนย์กลางหลักอยู่ที่ความอยู่ดีมีสุข (Well-being) เป็นกลยุทธ์ที่ต้องลงมือปฏิบัติ และผลลัพธ์หรือผลผลิตที่ออกมาชัดเจนเป็นสำคัญ เช่น คุณภาพชีวิต ความพึงพอใจในชีวิต สวัสดิการมาตรฐานการครองชีพเป็นแนวทางสู่ค่าสวัสดิการด้านต่าง ๆ ต่อไป ดังนั้น การพิจารณาความอยู่ดีมีสุขจึงเห็นได้ทั้งสองด้านพร้อมกันถึงแม้จะแยกพิจารณาก็ตาม แต่ทั้งสองด้านหรือสองปัจจัยนี้ก็ต้องเชื่อมโยงหรือพึ่งพาซึ่งกันและกัน คือ

- 1) ปัจจัยอัตวิสัย ได้แก่ การประเมินตนเอง ทั้งระบบคิด ค่านิยม แรงจูงใจ วัฒนธรรม
- 2) ปัจจัยภาวะวิสัย ได้แก่ การปรับตัวกับการยอมรับในสังคมที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการเรียนรู้ และรู้เท่าทันสังคมเพื่อเพิ่มความสุขให้กับตัวเอง

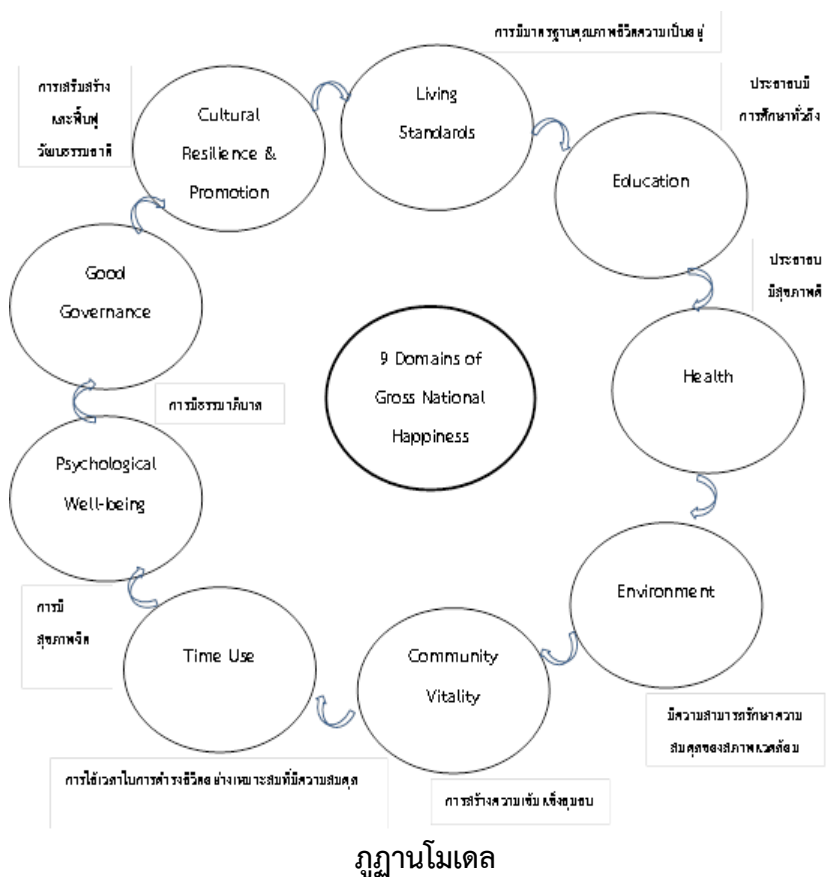
ด้วยเหตุนี้ การวัดความอยู่ดีมีสุขเพื่อพัฒนามนุษย์โดยมาตรวัดเสมือนตัวดัชนีที่เป็นความท้าทายทั้งทางแนวคิด และการนำไปปฏิบัติที่ต้องให้ความสนใจ โดยนำไปปรับใช้กับการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกทบทวนวรรณกรรม และบูรณาการเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ก็จะขอนำ The McMaster Model of Family Functioning ของประสิทธิภาพ 6 มิติของความอยู่ดีมีสุขทางรูปแบบหรือแบบจำลองครอบครัว จากงานสร้างสรรค์ของผลการวิจัยของแอฟสไตน์บิชอป และบาล์วิน (Epstein, Bishop & Levin, 1978) ดังนี้

- 1) ความสามารถในการแก้ไขปัญหา เป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนเพื่อให้เกิดความสามารถทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาาระบบคิด
- 2) การเห็นการสื่อสารรอบตัวได้ชัดเจนอย่างมีประสิทธิภาพจากการรู้เท่าทัน
- 3) การพัฒนาทักษะทางชีวิต ความเป็นอยู่ และเติมเต็มความสุขให้ตัวเองและครอบครัว
- 4) การปรับอารมณ์สร้างความหวังให้กำลังใจตนเองและคนรอบข้าง
- 5) การมีแผนการนำชีวิตให้ใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ
- 6) การควบคุมพฤติกรรมให้รู้ทันวิถีชีวิตและปรับบริบททางสังคม

จากที่กล่าวมาทั้งหมด หากนำแนวคิดการจัดการภาครัฐที่เรียกว่า Get Creative คือ การออกแบบรูปแบบการจัดการภาครัฐแบบสร้างสรรค์ ซึ่งนำแนวคิดของการจัดการภาครัฐแนวใหม่ที่ภาครัฐเองต้องอุทิศตนเองเพื่อประโยชน์สาธารณะในการปรับปรุงความเป็นอยู่ของพลเมืองให้มีความสุข (United States, Department of State, 1970) นำมาทำให้เป็นรูปธรรมและแนวคิดที่เรียกว่า ยุคแห่งการปกครองของรัฐบาลที่ทั่วถึงโดยแท้ของรองประธานาธิบดี อัลกอร์ แนะนำให้ประธานาธิบดีบิลคลินตันใช้จนเป็นที่ยอมรับ

แนวคิดความสุขมวลรวมประชาชาติ หรือ GNP (Gross National Happiness)

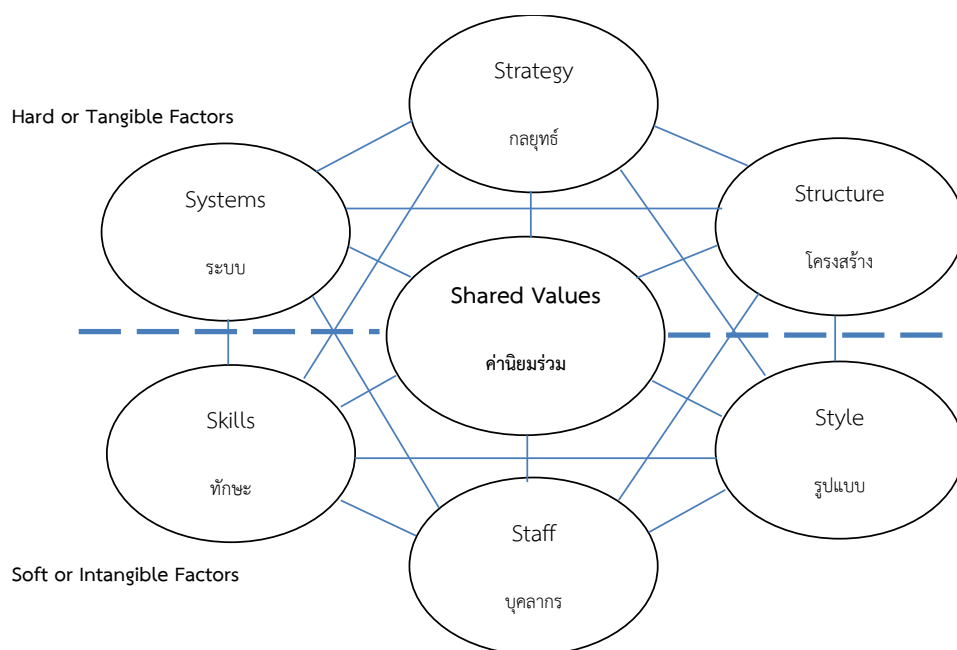
ตามพระราชปณิธานของสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี เคเซอร์ นัมเกล วังชุก (His Majesty King Jigme Khesar Namgyel Wangchuck) พระราชาธิบดี ลำดับที่ 4 แห่งราชอาณาจักรภูฏานได้ประกาศเจตนารมณ์สร้างความสุขภายในประเทศมากกว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 ผ่านคำกล่าวที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า “Gross National Happiness is More Important Than Gross National Product” ด้วยการวาง 4 เสาหลัก และ 9 แนวทางปฏิบัติ (9 Domains) เรียก “ภูฏานโมเดล” เพื่อนโยบาย 4 เสาหลัก ได้แก่ 1) ธรรมภิบาล (Good Governance) 2) การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน (Sustainable Socio-Economic Development) 3) การส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งคุณค่าทางวัฒนธรรม (Preservation and Promotion of Culture) และ 4) การให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม (Environmental Conservation) โดยพัฒนาการปฏิบัติทั้ง 9 ด้าน ดังภาพต่อไปนี้



แนวคิด 7S ของแมคคินซี (7S McKinsey) เพื่อการประยุกต์ใช้

7S คือ กรอบแนวคิดของแมคคินซี เป็นกรอบแนวคิดที่คิดค้นจากหนังสือชื่อ In Search of Excellence ปี ค.ศ.1980 ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกโดยบริษัทแมคคินซี (McKinsey & Company) เป็นบริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจ โดย โรเบิร์ต เอช. วอเตอร์แมน จูเนียร์, โทมัส เจ. ปีเตอร์ และ จูเลียน อาร์. ฟิลลิปส์ (Robert H. Waterman Jr., Thomas J. Peters and Julien R. Phillips) ที่ปรึกษาร่างแนวคิดประสิทธิภาพขององค์การ คล่องตัว องค์การที่ดีจะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ภายในของ 7 ปัจจัยต่อไปนี้ คือ 1. Strategy (กลยุทธ์) 2. Structure (โครงสร้าง) 3. Style (รูปแบบ) 4. System (ระบบ) 5. Staff (บุคคล) 6. Skills (ทักษะ) 7. Shared Values (ค่านิยมร่วม)

โดยแนวคิด 7S ของแมคคินซี หรือนิยมเรียกว่า แบบจำลอง 7S ถูกพัฒนาแนวคิดอย่างถ่องแท้เป็นปัจจุบันที่สุดจากงานวิจัยของเดอเมอร์ และโคเคากู (Kocaoğlu & Demir, 2019) ที่จัด 7S ของแมคคินซีให้เข้าใจง่ายและนำไปปฏิบัติสร้างความสำเร็จให้กับการแข่งขันในระดับชาติและนานาชาติ คือให้พิจารณา 7S นี้เป็นตัวแปรอิสระ โดยตัวแปรกลุ่มแข็งแกร่ง เรียกว่า Hard Elements ได้แก่ Strategy Structure และ System คือ กลยุทธ์ โครงสร้าง และระบบ ส่วนที่ถือว่ามีความอ่อนไหว เรียกว่า Soft Elements คือ การจัดการของรูปแบบ (Style) ค่านิยมร่วม (Shared Values) วัฒนธรรมองค์กร (Corporate Culture Style) ทรัพยากรมนุษย์ (Staff) และความสามารถ (Capabilities Skills) โดยใช้ให้เห็นว่า ค่านิยมร่วม (Shared Values) ควรเอาไว้อยู่ตรงกลางของแบบจำลองเป็นศูนย์กลางสู่การพัฒนาที่มีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยอื่นๆ ที่ถือเป็นปัจจัยในการสร้างสรรค์การจัดการ ซึ่งเสมือนสินค้าหรือกระบวนการแปลงกิจกรรม การจัดการจากวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์การหรือกลยุทธ์



กรอบแบบจำลอง 7S

จาก 7S ข้างต้นของกอกเดอนิซ คาร์ตาล และโคเมอร์คู (Gökdeniz, Kartal & Kömürcü, 2017) ได้นำมาเรียงใหม่ตามผลการวิจัย พบว่า 1) ค่านิยมร่วม (Shared Values) 2) โครงสร้าง (Structure) 3) ระบบ (Systems) 4) กลยุทธ์ (Strategy) 5) รูปแบบ (Style) 6) ส่วนสนับสนุน (Staff) และ 7) ทักษะ (Skills) นอกจากนี้ ทั้ง 3 นักวิชาการ

และนักวิจัยข้างต้นได้ให้แนวคิดไว้ว่า ทั้ง 75 นี้ ให้ประเมินการนำไปใช้ด้วยการเป็นไปตามบริบทของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งมีความต่างกันและวัตถุประสงค์การนำไปใช้เป็นสำคัญ แต่ต้องวิเคราะห์ภายใต้การเป็นปัจจัยแข็งแกร่งและมีความอ่อนไหว (Hard and Soft Factors) ในการใช้วิเคราะห์ความใกล้เคียงและไกลจากสภาพแวดล้อมที่สามารถเติมเต็มสมรรถภาพของกลยุทธ์ที่นำมาใช้อย่างมีความเป็นปัจจุบัน (Current Performance)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายเป็นการวิจัยอนาคต หรืออนาคตศาสตร์ โดยมุ่งเน้นการศึกษาวิจัยเชิงลึกเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอนาคตที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งวิธีการวิจัยเพื่อพยากรณ์ภาพในอนาคตที่สำคัญมีอยู่ 3 วิธี ได้แก่ 1) การคาดการณ์แนวโน้ม 2) การเขียนภาพในอนาคต และ 3) การปรึกษาผู้อื่น ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 17 ท่าน ตามเกณฑ์ธามิส ที. แมคมิลแลน (Macmillan, 1971) ตามความเกี่ยวข้องกับการจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารทำหน้าที่กำหนดนโยบายในการพัฒนากลุ่มเด็กวัยเรียนถึงวัยรุ่นให้มีพัฒนาการทั้งทางด้านสุขภาพจิต ให้มีความสมบูรณ์เพื่อเป็นคนไทย 4.0 สอดรับกับยุทธศาสตร์ชาติทางด้านสาธารณสุขและความมั่นคง จำนวน 5 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย (1) ปลัดกระทรวงสาธารณสุข (2) ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการสาธารณสุข (3) ที่ปรึกษเลขาธิการสภาความมั่นคงแห่งชาติ สมช. (4) ผู้อำนวยการสำนักบูรณาการและขับเคลื่อนการปฏิบัติงาน กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (5) ผู้ช่วยนายทหารฝ่ายเสนาธิการประจำรองผู้บัญชาการทหารสูงสุด กองทัพบก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิทำหน้าที่บรรยายวิชาการในการพัฒนา จำนวน 6 คน และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ปฏิบัติทำหน้าที่บริการจำนวน 6 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการศึกษาวิจัยปัจจัยพึงประสงค์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์ อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เพื่อรองรับตามนโยบายสาธารณะการพัฒนาคอนรุ่นวัยเรียนและวัยรุ่น (Generation Alpha) ของกรมสุขภาพจิต ดำเนินการตามเทคนิคเดลฟาย ดังนี้

แบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 แบบสอบถามปลายเปิด (Opened End) เป็นการถามคำถามอย่างกว้าง ๆ ให้ครอบคลุมประเด็นปัญหาของการวิจัย เพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามที่คัดเลือกไว้ ซึ่งผู้วิจัยสร้างกรอบคำถามในแบบสอบถามรอบที่ 1 โดยการนำกรอบแนวคิดในการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม นำมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์รอบที่ 2 และรอบที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด (Closed End) เป็นการสังเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกในรอบที่ 1 ซึ่งนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อหาฉันทมติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในปัจจัยพึงประสงค์ที่สามารถนำไปสร้างเป็นรูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์ อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา เพื่อส่งเสริมแผนพัฒนาสุขภาพจิตแห่งชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข และบรรลุผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เช่นกัน ซึ่งผลของการแสดงฉันทมติในรอบที่ 2 ก็จะนำไปสู่การ

ยืนยันฉันทามติในรอบที่ 3 ด้วยแบบสอบถามในรอบที่ 2 อาจมีการปรับเปลี่ยนตามฉันทามติที่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตอบในแบบสอบถามรอบที่ 2

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อขอรับหนังสือจากคณะบดีมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรอบที่ 1 โดยใช้การสัมภาษณ์ตัวต่อตัวแบบเห็นหน้า เพื่อทำการวิเคราะห์คำตอบโดยละเอียดและนำมาสังเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อกำหนดกรอบของคำถามในรอบที่ 2
3. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยกำหนดเวลาในการทดสอบด้วยแบบสอบถามแบบตัวต่อตัวเห็นหน้า ณ ที่ทำงานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และออนไลน์สำหรับผู้ไม่สะดวกให้เข้าพบเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เพื่อทำการวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่าง ควอไทล์ เพื่อพัฒนาเป็นข้อคำถามในรอบที่ 3
4. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามรอบที่ 3 ทำการเก็บรวบรวมตามวิธีเดียวกันกับรอบที่ 2 เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลยืนยันฉันทามติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
5. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบที่ได้รับจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามในแต่ละรอบอย่างละเอียด โดยก่อนเริ่มในรอบต่อไปก็จะให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญร่วมพิจารณาแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ โดยเฉพาะในรอบที่ 1 ก่อนจะสร้างเป็นแบบสอบถามในรอบที่ 2 ก่อนสร้างเป็นแบบสอบถามจริงในรอบที่ 2 เมื่อได้ความถูกต้องและสมบูรณ์แล้วจึงจะนำมาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ มัธยฐาน (Median) และพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลด้วยการคำนวณหาค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ หรือ Interquartile Range (IR) โดยนำมาวิเคราะห์ในโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัย

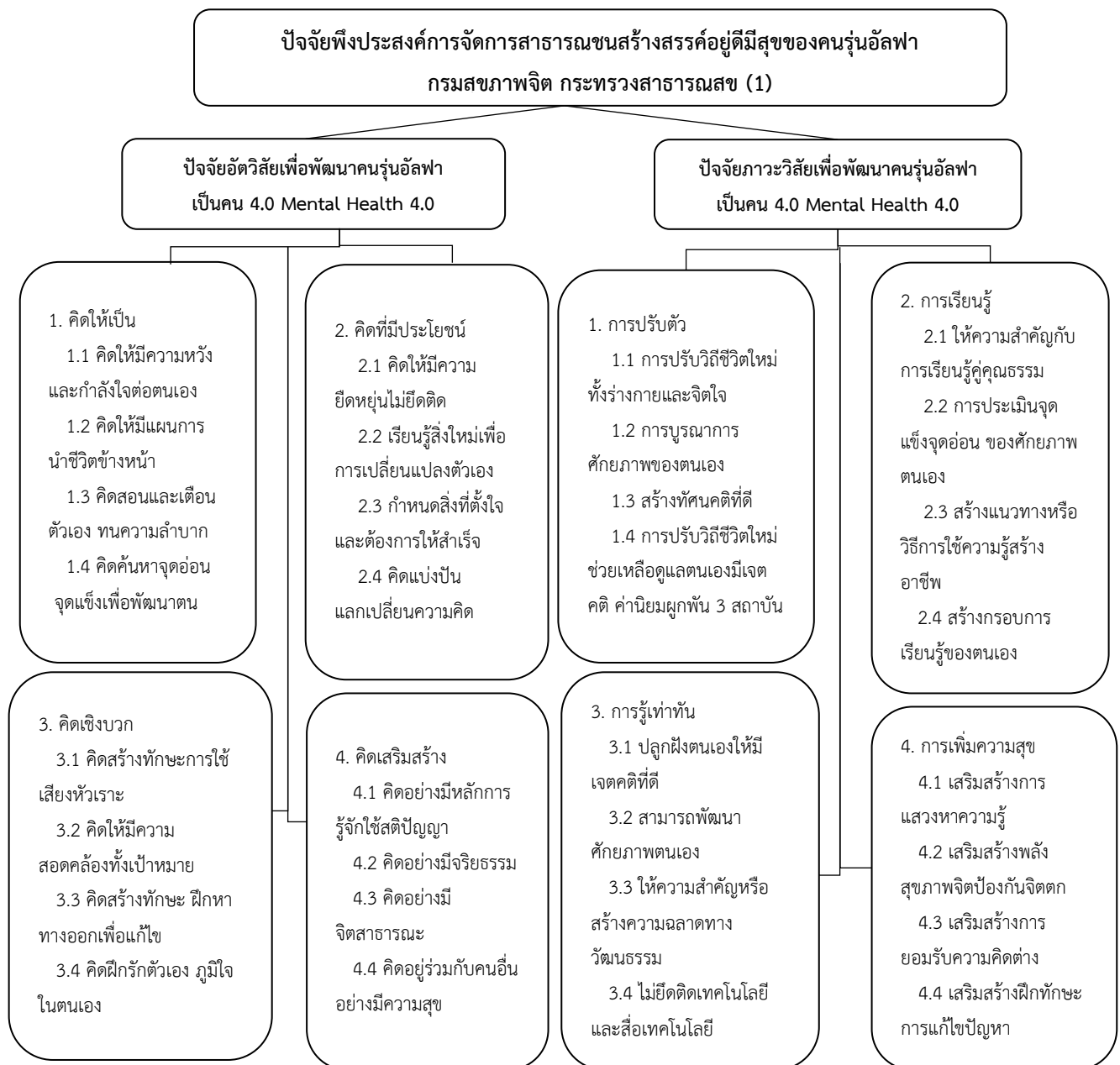
ปัจจัยพึงประสงค์เพื่อสร้างรูปแบบวิถีทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์ อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข รายละเอียดตามตาราง (1) ดังนี้

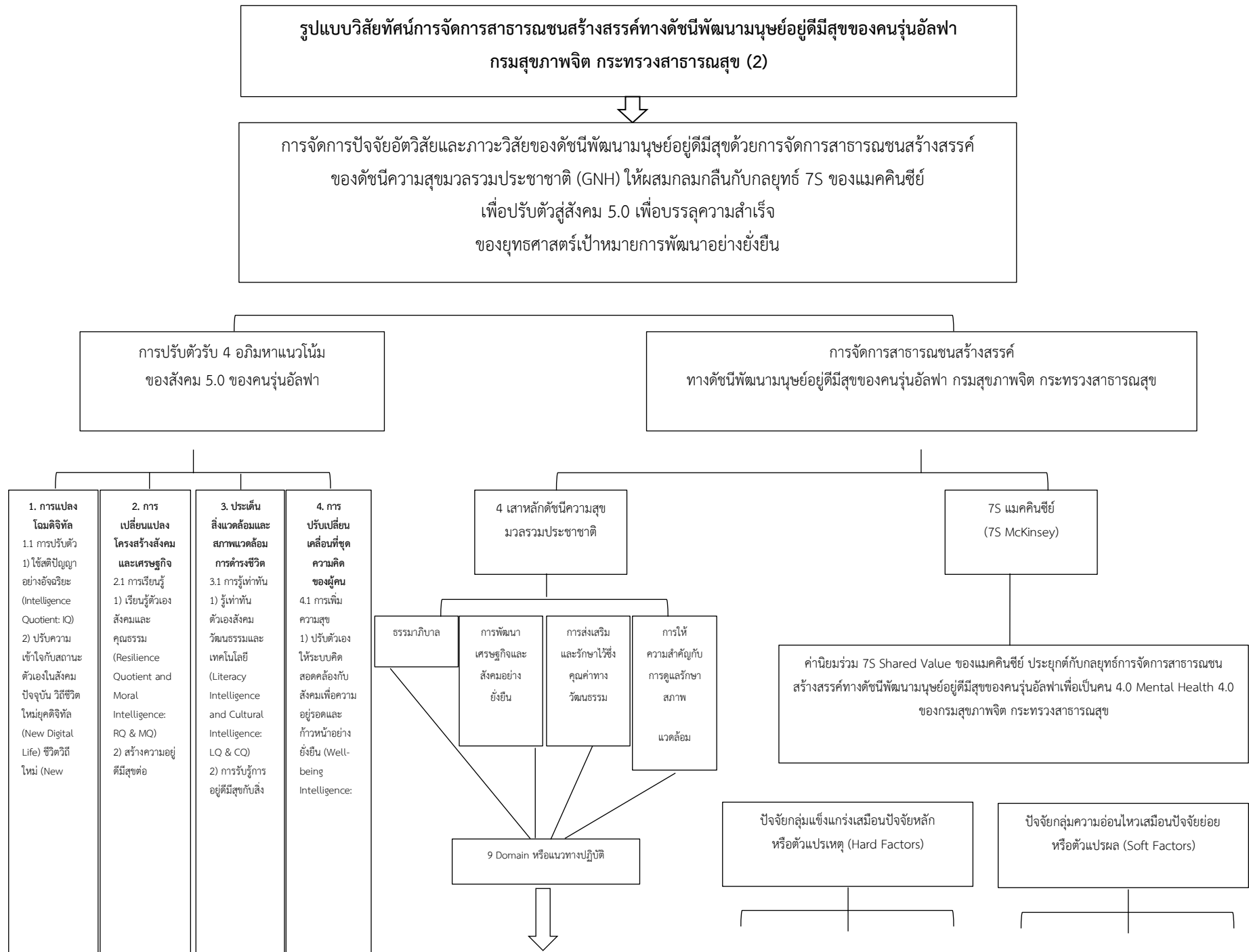
ส่วนที่ 1 ปัจจัยพึงประสงค์อัตวิสัย ประกอบด้วย คิดให้เป็น คิดที่มีประโยชน์ คิดเชิงบวก และคิดเสริมสร้าง

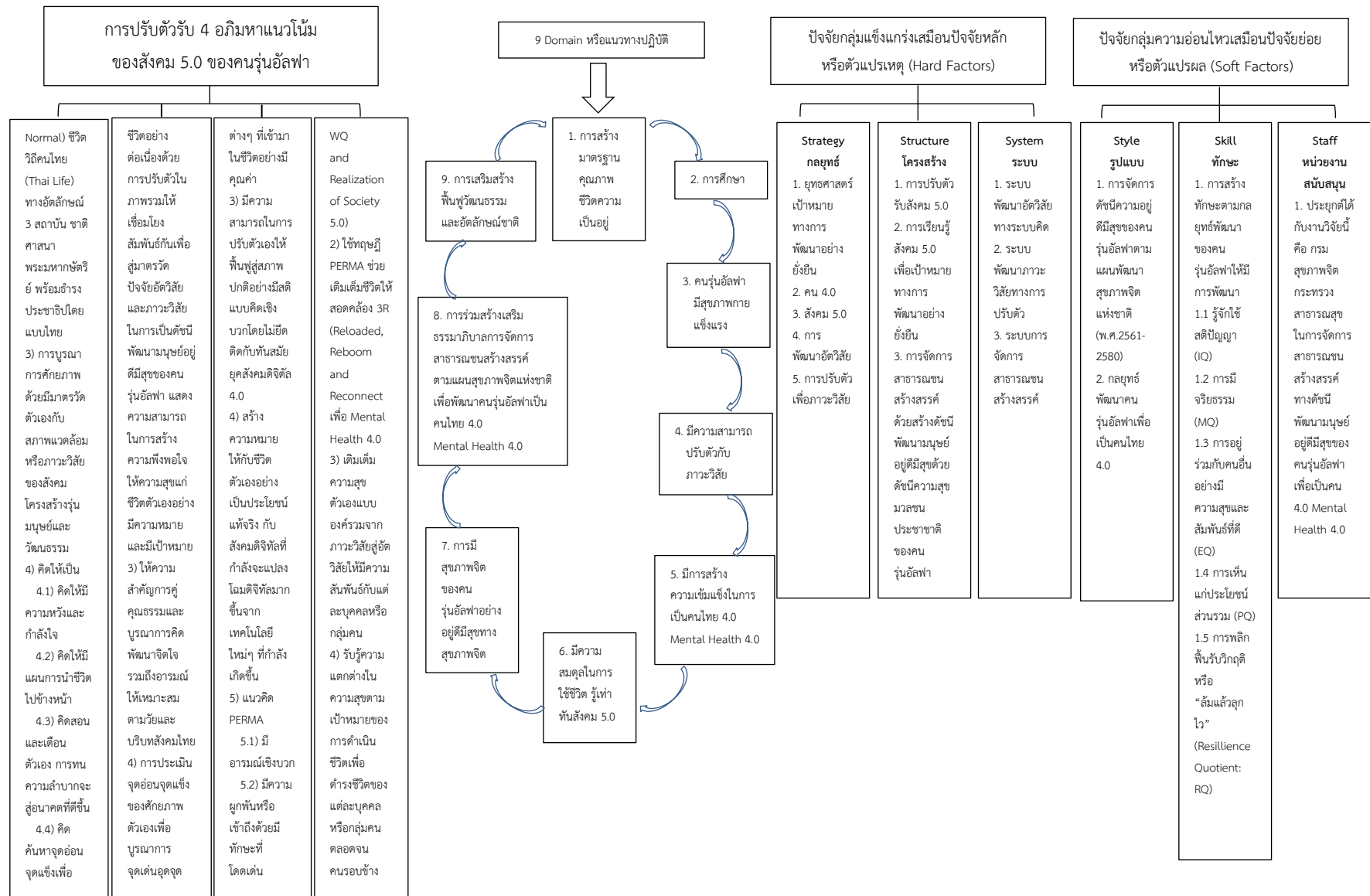
ส่วนที่ 2 ปัจจัยพึงประสงค์ภาวะวิสัย ประกอบด้วย การปรับตัว การเรียนรู้ การรู้เท่าทัน และการเพิ่มความสุข

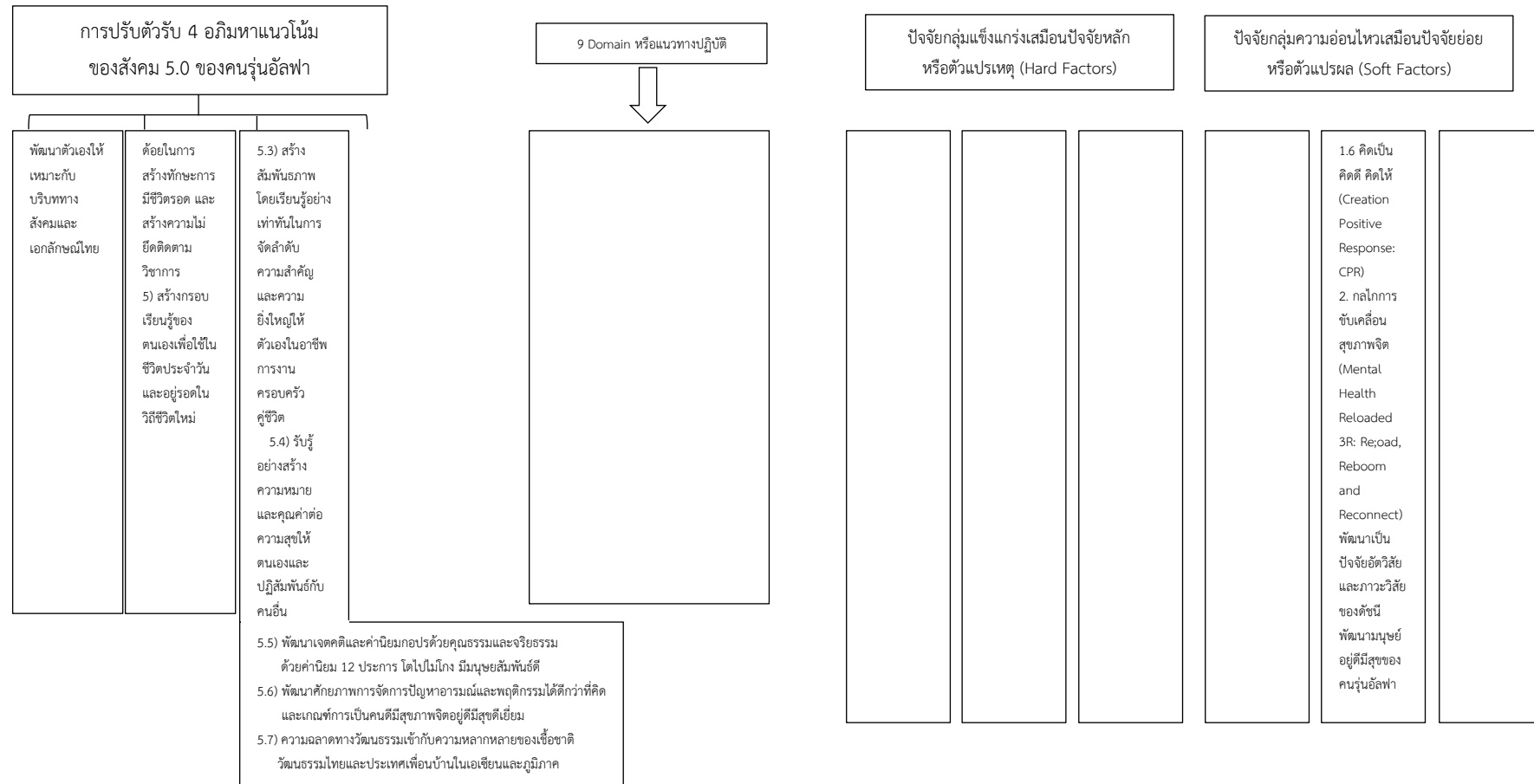
นอกจากนั้น นำปัจจัยพึงประสงค์อัตวิสัยและปัจจัยพึงประสงค์ภาวะวิสัย มาสร้างรูปแบบวิถีทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวง

สาธารณสุข ในการปรับตัวของคนรุ่นอัลฟ่าเข้าสู่สังคม 5.0 เพื่อบรรลุความสำเร็จยุทธศาสตร์เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยการผสมผสาน 7S ของแมคคินซี กับความสุขมวลรวมประชาชาติ ของสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี เคเซอร์ นัมเกล วังชุก รายละเอียดตามตาราง (2)









รูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟ่า กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

อภิปรายผล

1. ปัจจัยพึงประสงค์อัตวิสัย เพื่อพัฒนาคนรุ่นอัลฟาในการสร้างคุณสมบัติเป็นนักคิดสร้างสรรค์ เหตุผลคือไม่ให้ซ้ำกับส่วนประเภทการคิดและมิตการคิดที่มักใช้กันเพียงพิจารณาเป็นคำสำคัญ เช่น คิดได้ คิดดี คิดมีเหตุผล เป็นต้น ซึ่งส่วนมากก็ไม่ได้หลุดพ้นไปจากประเพณีปฏิบัติแบบเดิมๆ แล้ว เหมือนเพียงรวบรวมข้อมูลของมิตการคิดหรือประเภทการคิด แต่ไม่ส่งผลถึงตัวผู้คิด ควรพิจารณาในเรื่องขององค์ประกอบการพัฒนาบุคคลเพื่อสร้างคุณสมบัติสร้างสรรค์จะมีความชัดเจนยิ่งขึ้นมากกว่าการมองเพียงมิตการคิด เหมือนเพียงรวบรวมข้อมูลของมิตการคิดหรือประเภทการคิด แต่ไม่ส่งผลถึงตัวผู้คิดเหตุนี้แนวคิดและทฤษฎีซึ่งเกิดการซ้ำกันเสียเป็นส่วนใหญ่ นำมาอธิบายอีกจนเปลี่ยนจากคำว่าซ้ำเป็นซ้ำ ดังที่ อมาบิล (Amabile, 1989, p. 25) ให้แนวคิดว่า องค์ประกอบการพัฒนาบุคคลให้มีคุณสมบัติที่มีมิตการคิดที่ก่อประโยชน์ ต้องควรให้เป็นนักคิดสร้างสรรค์ คือการแสดงออกทางความสามารถพิจารณาความคิดสร้างสรรค์ ดังนี้ 1) แตกต่างไปจากสิ่งอื่น ๆ ที่ได้เคยทำมาก่อนได้เคยพบเห็นหรือเคยได้ยินมาก่อน คือความคิดใหม่ (Novelty) ประยุกต์กับผลการวิจัยนี้ คือ คิดเสริมสร้าง 2) นอกจาก มีความแตกต่างแล้ว จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้น่าสนใจมีความหมายในทางใดก็ทางหนึ่ง คือความเหมาะสม (Appropriateness) นำสู่การสร้างประโยชน์ได้ ประยุกต์กับผลการวิจัยนี้ คือ คิดที่มีประโยชน์และคิดให้เป็น รวมทั้งเป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเองและเป็นผู้ที่กล้าคิดกล้าแสดงออกมานะ อดทน ประยุกต์กับผลการวิจัยนี้ คือ คิดเชิงบวกนอกจากนี้โดยรวมแล้ว นักวิชาการ ผู้รู้ และผู้เชี่ยวชาญระดับต้นตำรับ จนถึงรุ่นหลังก็ยังอยู่ในความเห็นพ้องต้องกันอยู่ใน 2 ปัจจัย ซึ่งเป็นองค์ประกอบใหญ่ คือ ปัจจัยอัตวิสัยขององค์ประกอบทางความคิด (Cognitive) ที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบทางจิต อารมณ์ และความรู้สึกที่สัมพันธ์กับปัจจัยภาวะวิสัยของรายละเอียดปลีกย่อยตาม ความสนใจไปตามภาวะวิสัย คือ บริบทของสิ่งแวดล้อมในการทำธุรกิจหรือมิตสังคม จึงเห็นได้ว่าเมื่อประยุกต์กับผลการวิจัยเรื่องนี้ก็คือ ปัจจัย อัตวิสัยและภาวะวิสัยนั่นเอง ดังนั้น เพื่อให้เหตุผลข้างต้นเป็นเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ หรือปัจจัยการพัฒนาบุคคลให้มีคุณสมบัติเป็นนักคิดสร้างสรรค์ของนักวิชาการสาขาต่าง ๆ และผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศซึ่งเป็นที่ยอมรับฐานะกูรูระดับโลก

2. ปัจจัยพึงประสงค์ภาวะวิสัย จากข้อสรุปเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความคิดสร้างสรรค์และปัจจัยอัตวิสัย องค์ประกอบการพัฒนาบุคคลให้มีคุณสมบัติเป็นนักคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของความคิดสร้างสรรค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อเชื่อมโยงนำไปพิจารณาการพัฒนาคุณสมบัติคนรุ่นอัลฟาได้ต่อไป ดังนี้

ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการทางสมองของบุคคลที่แสดงออกในลักษณะของความสามารถในการคิดได้อย่างหลากหลาย หลายทิศทาง หลายแง่มุม มีความสามารถในการเชื่อมโยงสัมพันธ์สิ่งต่าง ๆ อย่างมีจินตนาการ มีการแสดงออกทางด้านบุคลิกภาพ อันจะนำไปสู่การคิดแก้ปัญหาที่แปลกใหม่หรือประดิษฐ์คิดค้นสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 2 มิติ คือ

1) มิติด้านการคิด ประกอบด้วย มีความคิดคล่องแคล่ว มีความคิดยืดหยุ่น มีความคิดริเริ่ม และมีความคิดละเอียดลออ

2) มิติด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วย มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม มีความมั่นใจในการคิดด้วยเหตุผลเชิงประจักษ์ของตนเอง

ที่ผ่านการทดสอบสมมติฐานแล้ว ไม่หวั่นไหวไปกับคำวิจารณ์ที่ผู้อื่น และมีความรอบคอบ ละเอียดลออในความคิดสร้างสรรค์

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาคุณสมบัติคนรุ่นอัลฟาให้เป็นคน 4.0 Mental Health 4.0 โดยพิจารณาเชื่อมโยงของการคิดสร้างสรรค์นี้ถือว่าเสมือนเป็นปัจจัยเชื่อมต่อกับปัจจัยภาวะวิสัยที่จะกล่าวในหัวข้อต่อไปทางความคิดทางอัตวิสัยที่จะพัฒนาคนรุ่นอัลฟาเพื่อนำไปประยุกต์การคิดเชิงสร้างสรรค์ในการปรับตัวเข้ากับภาวะวิสัยของสังคม 5.0 เพื่อบรรลุความยั่งยืนยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เติบโตโดยการนำแนวคิด 7S ของแมคคินซีกับความสุขมวลรวมประชาชาติของสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี เคเซอร์ นัมเกล วังชุก นำมาบูรณาการสร้างเป็นรูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข เพื่อพัฒนาให้เป็นคนไทย 4.0 Mental Health 4.0 พบว่ามีสองปัจจัยของดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุข คือ ปัจจัยพึงประสงค์อัตวิสัย และปัจจัยพึงประสงค์ภาวะวิสัย โดยเฉพาะการต้องให้คนรุ่นอัลฟาพัฒนาเป็นนักคิดสร้างสรรค์ด้วยการมีคุณสมบัตินักคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นจากการใช้อัตวิสัยทางการคิดที่พบ คือ 1) คิดให้เป็น 2) คิดให้มีประโยชน์ 3) คิดเชิงบวก และ 4) คิดเสริมสร้าง นำมาพัฒนาต่อยอดและประยุกต์สร้างความสำเร็จให้การดำเนินชีวิตเป็นการคิดเชิงกลยุทธ์สู่ดัชนีมวลรวมความสุขประชาชาติ (Gross National Happiness: GNH) ในการวัดสถานะความอยู่ดีมีสุขจาก 9 องค์ประกอบ ซึ่งองค์การสหประชาชาติเองก็พัฒนาดัชนีพัฒนามนุษย์ในการจัดค่าความอยู่ดีมีสุขของคนในสังคม จากที่ประสบความสำเร็จในประเทศภูฏาน ปี ค.ศ. 2010 สมเด็จพระราชาธิบดี จิกมี เคเซอร์ นัมเกล วังชุก ใช้ความเชื่อทางพุทธศาสนา จิตวิญญาณ และมิติทางสังคม มาสร้างดัชนีความสุขประชาชาติ 9 องค์ประกอบ คือ 1) ดัชนีการมีคุณภาพชีวิตที่ดีทางจิต ก็คือ สุขภาพจิต 2) ดัชนีการมีสุขภาพที่ดี 3) ดัชนีการใช้เวลา 4) ดัชนีการศึกษา 5) ดัชนีวัฒนธรรม 6) ดัชนีมาตรฐานการครองชีพ 7) ดัชนีความหลากหลายของระบบนิเวศและความยืดหยุ่น 8) ดัชนีพลังชุมชน และ 9) ดัชนีการบริหารจัดการที่ดีหรือธรรมาภิบาลภาครัฐ ซึ่งสามารถนำ 2 ปัจจัยจากผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ต่อยอดจัดหมวดหมู่เพื่อการศึกษาได้ จะทำให้ได้แนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมดัชนีขึ้นมาเพิ่มเติมที่สามารถเป็นไปได้

2. การนำปัจจัยพึงประสงค์อัตวิสัยและภาวะวิสัยไปสร้างเป็นรูปแบบวิสัยทัศน์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ทางดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟา กรมสุขภาพจิต พบว่าต้องพัฒนาคนรุ่นอัลฟาให้มีการปรับตัวรับ 4 อภิมาแนวโน้ม โดยใช้ความเชื่อมโยง ผสมกลมกลืนปัจจัยอัตวิสัยและภาวะวิสัยให้เข้าสู่สังคม 5.0 เพื่อบรรลุความสำเร็จของยุทธศาสตร์การพัฒนาให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน มีประเด็นของ 4 ยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์พัฒนาดัชนีความสุขอยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟาหรือขยายสู่กลุ่มอื่นจนถึงทั้งสังคมเป็นดัชนีความสุขประชาชาติ คือ 1) ยุทธศาสตร์ดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขในภาวะวิกฤติที่ยากหลีกเลี่ยง ดังเช่น ที่ทั้งโลกต้องเผชิญกับโรคระบาด โควิด-19 2) ยุทธศาสตร์ดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขกับการแปลงโฉมดิจิทัล 3) ยุทธศาสตร์ดัชนี

พัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขกับการแปลงโฉมดิจิทัลในประเด็นที่มีเรื่องนำศึกษาอีกหลายเรื่อง เช่นวัดความสามารถของผู้คนหรือรุ่นคนในการเผชิญการทำลายใหม่จากนวัตกรรมเทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ จนถึงแนวคิดค่านิยมและอุดมการณ์ตลอดจนความเป็นอิสระทางสิทธิส่วนบุคคลหรือที่องค์การสหประชาชาติให้ความสนใจอย่างมาก คือ ความโปร่งใสตรวจสอบได้และสิทธิมนุษยชน 4) ยุทธศาสตร์ธรรมาภิบาลการจัดการภาครัฐและเอกชนอยู่ดีมีสุขทางธรรมาภิบาลสวัสดิการสุขภาพและสาธารณสุข เป็นต้น และยุทธศาสตร์การจัดการสาธารณสุขสร้างสรรค์ สังคม 5.0 สู่สังคมสร้างสรรค์ที่จะนำสู่ความสำเร็จที่มีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนด้วยการแปลงโฉม 3 นวัตกรรมแนวคิดสำคัญ คือ 1) การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล 2) การใช้จินตนาการ 3) การสร้างสรรค์คุณค่า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเจาะลึกดัชนีพัฒนามนุษย์อยู่ดีมีสุขของคนรุ่นอัลฟาเปรียบเทียบกับคนรุ่นซี (Z) หรือวาย (Y) มีข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่าควรพิจารณาสู่กลุ่มอื่นต่อไป อีกทั้งงานศึกษาของกลุ่มผู้ปฏิบัติเห็นว่า คนรุ่นอื่นก็อาจมีพฤติกรรมแฝงด้วยการปรับตัวตามคนรุ่นอัลฟาที่อาจเป็นไปได้ เพราะมีความรู้น้อยกว่าหรือเชี่ยวชาญน้อยกว่าคนรุ่นอัลฟาที่เกิดมาพร้อมยุคเทคโนโลยีที่สมบูรณ์และใช้ชีวิตอยู่กับสังคมดิจิทัล อย่างเชิงเสียดมากกว่าคนรุ่นอื่น ขณะเดียวกันคนรุ่นอื่นก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับสังคมดิจิทัลอย่างมาก

2. ควรศึกษาเจาะลึกลงในหัวข้อสังคม 5.0 เพื่อบรรลุความสำเร็จของยุทธศาสตร์เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Society 5.0 for SDGs) ด้วยตัวแปรซึ่งเป็นส่วนประกอบของสังคม 5.0 คือ (1) สังคมสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation Society) (2) สังคมหลากหลาย (Diversity Society) (3) สังคมกระจายความมั่งคั่งและจำกัดข่าวสาร (Decentralized Wealth and Limited Information Society) (4) สังคมแห่งการปรับตัวสู่วิกฤติ (Resilient Society) และ (5) สังคมแห่งความต้องกลมกลืนกับธรรมชาติ (A Must Harmony with Nature Society) (6) สังคมแห่งการบรรลุผลสำเร็จของยุทธศาสตร์เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Achieving SDGs Society) (7) สังคมแห่งการลงทุนความรับผิดชอบต่อธรรมาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Governance for Responsible Investment for Environment Society of Public and Private Administration)

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการเด็กและเยาวชน. (2561). *รายงานการพัฒนาเด็กและเยาวชน ประจำปี พ.ศ. 2560*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2562). *แผนพัฒนาสุขภาพจิตแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2561 - 2580)*. ค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563 จาก <https://www.dmh-elibrary.org/items/show/450>
- ภูเบศร์ สมุทรจักร, กมลชนก ขำสุวรรณ และกัญญาพัชร สุทธิเกษม. (2563). *โลกที่ 3 ของ ซี-แอลฟา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580). (2561). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 135 ตอนที่ 82 ก 13 ตุลาคม 2561.
- ABC NEWS Radio. (2020). *What to know about Gen Alpha, the generation born 2010 to today*. New York: ABC Audio.

- Amabile, T. M. (1989). *Growing Up Creative: Nurturing a Life of Creativity*. New York: Buffalo, Creative Education Foundation.
- Cuzzocrea, V. (2019). Moratorium or Waithood? Forms of Time Taking and the Changing Shape of Youth. *Time & Society*, 28(2), 567-586.
- Easton, D. (1965). *System Analysis of Political Life*. New York: John Wiley.
- Epstein, N. B., Bishop, D. S. & Levin, S. (1978). The McMaster Model of Family Functioning. *Journal of Marital and Family Therapy*, 4(4), 19-31.
- Haq, M. ul. (1999). *Reflection on Human Development*. Delhi: Oxford University Press.
- Hunt, S. A. (2009). *Family Trends: British Families since the 1950s*. London: Research and Policy for the Real World, Family & Parenting Institute.
- Inhorn, M. C. & Smith-Hefner, N. J. (2020). *Waithood Gender, Education, and Global Delays in Marriage and Childbearing*. New York: Berghahn Books.
- Kocaoğlu, B. & Demir, E. (2019). The Use of McKinsey's 7s Framework as a Strategic Planning and Economic Assessment Tool in the Process of Digital Transformation. *Pressacademia*, 9(9), 114-119.
- Lüchters, G. & Menkhoff, L. (2000). Chaotic Signals from HDI Measurement. *Applied Economics Letters, Taylor & Francis Journals*, 7(4), 267-270.
- Macmillan, T. T. (1971). *The Delphi Technique*. Washington, D.C.: ERIC Clearinghouse.
- Nagy, Á. & Kölcsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or Science? *Acta Technologica Dubnicae*. 7(1), 107-115.
- Pedace, L. (2008). *Research Paper: Child Wellbeing in England, Scotland and Wales: Comparisons and Variations*. London: Research and Policy for the Real World, Family & Parenting Institute.
- Sen, A. (2000). A Decade of Human Development. *Journal of Human Development*, 1(1), 17-23.
- Streeten, P., Burki, S. J., Ul-Haq, M., Hicks, N. & Stewart, F. (1981). *First Things First: Meeting Basic Human Needs in the Developing Countries*. New York: A World Bank Publication, Published for the World Bank, Oxford University Press.
- United States, Department of State. (1970). *Diplomacy for the 70's: A Program of Management Reform for the Department of State*. Washington, D. C.: The Superintendent of Documents U.S. Government Printing Office.

การจัดการ การส่งเสริมและบทบาทการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
Management, Promotion, and Role in the Operation of the Jewelry and Gems
Industry

เงิน เตชะวรบท¹, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล², อัครมณี สมใจ³ และ วรณนัญญา ขนิษฐบุตร⁴

Ngern Techavorabot¹, Chandej Charoenwiriyaikul², Akramanee Somjai³

and Wannattha khanitthabud⁴

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4}

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

E-mail: s63563827013@ssru.ac.th¹, chandej.ch@ssru.ac.th², akramanee.so@ssru.ac.th³

Received: October 15, 2022

Revised: December 10, 2022

Accepted: December 13, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การจัดการการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี 2) การส่งเสริมการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี และ 3) บทบาทการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณีในกรุงเทพมหานครจำนวน 385 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด 2) การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด และ (3) บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: เครื่องประดับและอัญมณี, การจัดการ, การส่งเสริม

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the management of jewelry and gemstone industries. 2) the promotion of the jewelry and gems industry; and 3) the role of the jewelry and gems industry. This research is quantitative. The sample group used in this study was 385 jewelry and gemstone entrepreneurs in Bangkok. The instrument used for the research was a questionnaire, descriptive statistics, meaningful analysis, and standard deviation. The results showed that 1) Management of the jewelry and jewelry industry, 2) The promotion of the jewelry

and gems industry at the highest level, and (3) the role in the jewelry and gemstone industry at the highest level.

Keywords: Jewelry and Gem, Management, Promotion

บทนำ

การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยในระหว่างเดือนมกราคม-กรกฎาคม 2561 มีมูลค่าเติบโตร้อยละ 1.21 (ลดลงร้อยละ 7.74 ในหน่วยของเงินบาท) หรือมีมูลค่า 7,019.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (221,886.91 ล้านบาท) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2560 ที่มีมูลค่า 6,935.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (240,498.91 ล้านบาท) นับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญในอันดับที่ 3 และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.80 ของสินค้าส่งออกโดยรวมของไทย โดยมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากการส่งออกสินค้าสำคัญหลายรายการได้สูงขึ้น ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกไม่รวมทองคำพบว่า การส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่แท้จริงมีมูลค่า 4,320.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (136,599.49 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าร้อยละ 6.92 (ลดลงร้อยละ 2.31 ในหน่วยของเงินบาท)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยในปี พ.ศ. 2559 – 2560 มียอดการส่งออกสูงถึงมากกว่า 220 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ อัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศได้มาก ติดอันดับ 1 ใน 5 ของสินค้าจากประเทศไทย และในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ 1 ใน 10 ของโลกเป็นครั้งแรก (อันดับหนึ่งในทวีปเอเชีย) สินค้าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องประดับเงิน (อันดับที่ 2 ของโลก) เครื่องประดับทอง (อันดับที่ 13 ของโลก) รวมถึงอัญมณีเนื้อแข็งและเนื้ออ่อนที่ผ่านการเจียระไน (อันดับที่ 4 และอันดับที่ 2 ของโลก ตามลำดับ) [ข้อมูลจาก สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ปัจจัยหลักมาจาก คุณภาพการผลิตของช่างฝีมือไทยในการขึ้นรูปเครื่องประดับและการเจียระไน รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพของอัญมณี จึงทำให้อัญมณีจากทั่วโลกถูกนำผ่านเข้าสู่ประเทศไทยเพื่อผ่านกระบวนการพัฒนาและปรับปรุงจนได้เป็นอัญมณีที่สวยงาม จำหน่ายสู่ตลาดโลก ประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านของความสามารถในการผลิตที่หลากหลายของช่างฝีมือที่มีทักษะ มีความปราณีต รวมถึงความสามารถในด้านการออกแบบ (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ, 2561)

จากความสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับได้รับการกำหนดเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็น โดยสภาวิจัยแห่งชาติ ในปี 2560 โดยมีเป้าประสงค์ 3 ประเด็น ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมอัญมณีเครื่องประดับของประเทศไทยให้มี 1) ชีตความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศ 2) ให้มีความพร้อมในการรับรองคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ 3) การสร้างแนวทางในการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ชาวต่างชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
2. การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี
3. บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

การทบทวนวรรณกรรม

ความรู้ความเข้าใจเครื่องประดับและอัญมณี

เครื่องประดับในความหมายของไทยนั้น แต่เดิมมีคำศัพท์ที่อธิบายความหมายอยู่ 2 คำ คือ คำว่า ศิราภรณ์ หมายถึง เครื่องประดับศีรษะ และ ถนิมพิมพาภรณ์ หมายถึง เครื่องประดับกาย แต่ปัจจุบันมักเรียกรวมๆ ว่า "เครื่องประดับ" อันหมายถึง เครื่องหรือวัตถุที่ผลิตจากวัสดุมีค่า เช่น ทองคำ อัญมณี มีความงดงาม ใช้ในการประดับตกแต่งบนร่างกายมนุษย์ เครื่องประดับของไทยที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันนั้น มีต้นกำเนิดและพัฒนาการที่ยาวนาน ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงรัตนโกสินทร์ และได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นมา มิใช่เพียงเพื่อเป็นเครื่องหรือวัตถุที่ใช้ตกแต่งร่างกาย หรือเพื่อแสดงทักษะทางฝีมืออันประณีตเท่านั้น แต่ใช้ในการแสดงออกทางด้านจิตใจ ความเชื่อ และการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่ตนอยู่อาศัยอีกด้วย

ความหมายของเครื่องประดับ ความหมายของเครื่องประดับ มีคำอธิบายได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำเครื่องประดับนั้น ๆ ไปใช้ หรือจุดประสงค์ ที่มีการสร้างสรรค์เครื่องประดับนั้น โดยอาจแบ่งความหมายได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ความหมายโดยทั่วไป หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่ใช้ประดับตกแต่งร่างกายเพื่อความสวยงาม หรือเพื่อแสดงถึงสถานภาพทางสังคม ทั้งนี้ เครื่องประดับที่ใช้ในแต่ละพื้นที่ย่อมแตกต่างกัน ทั้งในด้านรูปร่างลักษณะ และวัสดุที่ใช้ผลิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานมาจากความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม รสนิยม ตลอดจนลักษณะทางภูมิศาสตร์ และการเมืองการปกครองของประเทศหรือดินแดนนั้น ๆ

2. ความหมายในเชิงพาณิชย์ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่ผู้หนึ่งผู้ใดผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้อื่น สำหรับใช้ตกแต่งร่างกาย เครื่องประดับในกลุ่มนี้ จึงมักสร้างขึ้นจากวัสดุที่มีมูลค่า หรือมีรูปลักษณะที่เป็นที่นิยมในสมัยนั้น ๆ และมักมีการผลิตเป็นจำนวนมาก ในระบบอุตสาหกรรม ที่ทำเป็นการค้า เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ทั้งนี้ รายละเอียดของการสร้างสรรค์จะแตกต่างไปจากเครื่องประดับในกลุ่มอื่น ๆ เช่น ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ความสนใจต่อรูปแบบ ณ เวลานั้น ๆ หรือแนวโน้มของสมัยนิยมที่มีผลต่อรสนิยมของผู้บริโภคในแต่ละฤดูกาล ตลอดจนความสะดวกสบายในการสวมใส่ใช้งาน

3. ความหมายในเชิงสร้างสรรค์ และศิลปะ หมายถึง วัตถุหรือสิ่งของที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสวมใส่บนร่างกาย โดยมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ต่อจิตใจ สามารถสร้างให้เกิดความรู้สึก และอารมณ์ต่าง ๆ ต่อผู้สวมใส่ หรือผู้ชม ผู้สร้างสรรค์งานเครื่องประดับในกลุ่มนี้ อาจเรียกว่า เป็น "ศิลปิน" ไม่ใช่ "ช่าง" เนื่องจากมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อแนวความคิดของผู้สร้างสรรค์ผ่านชิ้นงานเครื่องประดับไปสู่ผู้ชม

ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสำคัญต่อการ พัฒนาเศรษฐกิจของไทย มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2550-2554 หากเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกต่อ GDP จะพบว่า มูลค่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีสัดส่วนเฉลี่ยต่อ GDP อยู่ราวร้อยละ 3.45 ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูง

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยใน อันดับที่ 4 รองจากอุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่อง คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์ และ ยางพารา ในปี 2554 ประเทศไทยมีมูลค่าการค้าอัญมณี และเครื่องประดับรวมทั้งสิ้น 32,951 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ เป็นการนำเข้ารวม 20,650 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ และ ส่งออกรวม 12,301 ล้านบาทหรือสหรัฐฯ และมีจำนวน แรงงานในอุตสาหกรรมกว่า 1.3 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 3.31 ของแรงงานทั้งหมดในประเทศ

บทบาทของ SME ในอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ จำนวนสถานประกอบการและการจ้างงานจากการสำรวจสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ พบว่ามีจำนวนสถานประกอบการ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยทั้งหมด 15,777 แห่ง ร้อยละ 2.41 หรือผู้ประกอบการจำนวน 380 ราย เป็นกิจการขนาดใหญ่ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 97.59 หรือ เป็นจำนวน 15,397 ราย คือ ผู้ประกอบการ SME ปี 2554 GDP ของทั้งประเทศเท่ากับ 10,540 พันล้านบาท โดยเป็น GDP ของภาคการผลิต 4,965 พันล้านบาท และมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับทั้งหมด (รวม ทองคำ) คิดเป็นมูลค่าประมาณ 369 พันล้านบาท ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ทิศทางและประมาณการความต้องการแรงงานฝีมือ, กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, กระทรวงแรงงาน โครงการจัดทำสำมะโนอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณีในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการ คำนวณจากสูตร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณีในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการ คำนวณจากสูตร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้ความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับการจัดการดำเนิน อุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี และบทบาท ดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี ในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี และบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี ซึ่งมีเกณฑ์ค่าเฉลี่ยการแปลผล (Best & Kahn, 1993) ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
2.50-3.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00-1.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

ตารางที่ 1 การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. จัดการดำเนิน SME ไทย ให้มีกำลังของอุตสาหกรรมการผลิตส่งผลให้เกิดความหลากหลายของเครื่องประดับและอัญมณี	4.56	0.42	มากที่สุด
2. จัดการดำเนินวัตถุดิบในเหมืองต่าง ๆ อนุรักษ์เครื่องประดับและอัญมณีใช้เท่าที่จำเป็น	4.80	0.37	มากที่สุด
3. จัดการดำเนินเพิ่มการสั่งซื้อวัตถุดิบเครื่องประดับและอัญมณีจากพ่อค้าเร่ และควบคุมการผันผวนของราคาคุณภาพ และปริมาณที่ต่อเนื่อง	4.78	0.48	มากที่สุด
4. จัดการดำเนินด้านเงินลงทุน และทักษะในการถ่ายทอดเทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี	4.68	0.32	มากที่สุด
5. จัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากภูมิปัญญาชาวบ้านประกอบ	4.60	0.24	มากที่สุด
6. จัดการดำเนินจัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นต้น	4.57	0.54	มากที่สุด
7. จัดการดำเนินการทำการตลาดเครื่องประดับและอัญมณีออนไลน์ ให้รับการพัฒนาเต็มที่	4.61	0.61	มากที่สุด
8. จัดการดำเนินความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับและอัญมณีโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับ ต่างประเทศเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจ	4.83	0.24	มากที่สุด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
9. จัดการดำเนินทักษะการออกแบบเครื่องประดับและอัญมณีทันสมัยตอบสนองกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อมากขึ้น	4.74	0.37	มากที่สุด
10. จัดการดำเนินระบบข้อมูลรสนิยมการบริโภคเครื่องประดับและอัญมณีภายในประเทศและนอกประเทศ	4.67	0.51	มากที่สุด
11. จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการตัดสินใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณี	4.82	0.22	มากที่สุด
12. จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการวางกลยุทธ์การค้าเครื่องประดับและอัญมณี	4.64	0.42	มากที่สุด
13. จัดการดำเนินประสานรัฐบาลมีมาตรการด้านภาษี ช่วยเหลืออุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.73	0.43	มากที่สุด
14. จัดการดำเนินระบบเครือข่ายธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกในต่างประเทศได้	4.91	0.37	มากที่สุด
15. จัดการดำเนินเครื่องประดับและอัญมณีทางเครื่องมือเครื่องจักร และเทคโนโลยีขั้นสูงทั้งในกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐาน	4.66	0.43	มากที่สุด
ภาพรวมการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.57	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี มีการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$) โดยเรียงลำดับการจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จัดการดำเนินระบบเครือข่ายธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกในต่างประเทศได้ ($\bar{X} = 4.91$) จัดการดำเนินความรู้เกี่ยวกับเครื่องประดับและอัญมณีโอกาสในตลาดที่มีศักยภาพและกฎระเบียบการค้ากับ ต่างประเทศเข้าสู่ตลาดสากลของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.83$) จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการตัดสินใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.82$) จัดการดำเนินวัตถุดิบในเมืองต่าง ๆ อนุรักษ์เครื่องประดับและอัญมณีใช้เท่าที่จำเป็น ($\bar{X} = 4.80$) จัดการดำเนินเพิ่มการสั่งซื้อวัตถุดิบเครื่องประดับและอัญมณีจากพ่อค้าเร่ และควบคุมการผันผวนของราคาคุณภาพ และปริมาณที่ต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.78$) จัดการดำเนินทักษะการออกแบบเครื่องประดับและอัญมณีทันสมัยตอบสนองกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อมากขึ้น ($\bar{X} = 4.74$) จัดการดำเนินประสานรัฐบาลมีมาตรการด้านภาษี ช่วยเหลืออุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.73$) จัดการดำเนินด้านเงินลงทุน และทักษะในการถ่ายทอดเทคโนโลยีเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.68$) จัดการดำเนินระบบข้อมูลรสนิยมการบริโภคเครื่องประดับและอัญมณีภายในประเทศและนอกประเทศ ($\bar{X} = 4.67$) จัดการดำเนินเครื่องประดับและอัญมณีทางเครื่องมือเครื่องจักร และเทคโนโลยีขั้นสูงทั้งในกระบวนการผลิต และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.66$) จัดการดำเนินระบบข้อมูลให้ผู้ประกอบการวางกลยุทธ์การค้าเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.64$) จัดการดำเนินการทำการตลาดเครื่องประดับและอัญมณีออนไลน์ ให้รับการพัฒนาย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 4.61$) จัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากภูมิปัญญาชาวบ้านประกอบ ($\bar{X} = 4.60$) จัดการดำเนินจัดการดำเนินพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องประดับและอัญมณีจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นต้น ($\bar{X} = 4.57$)

และจัดการดำเนิน SME ไทย ให้มีกำลังของอุตสาหกรรมการผลิตส่งผลให้เกิดความหลากหลายของเครื่องประดับและอัญมณี ($\bar{X} = 4.56$) ตามลำดับ

การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

ตารางที่ 2 การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ส่งเสริมแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าเป็นตลาดซื้อขายอัญมณีระดับอุตสาหกรรม	4.53	0.62	มากที่สุด
2. ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าผู้บริโภค	4.64	0.64	มากที่สุด
3. ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณีสำหรับผู้ผลิตในภูมิภาค	4.60	0.40	มากที่สุด
4. ส่งเสริมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงการวางแผนธุรกิจทุกระดับ	4.78	0.62	มากที่สุด
5. ส่งเสริมธุรกิจอย่างพอประมาณหรือสัดส่วนกำไร และยั่งยืนระยะยาว	4.81	0.24	มากที่สุด
6. ส่งเสริมกระจายอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจด้วยการผลิตใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่ให้เกิดความมั่นคงในเศรษฐกิจ	4.74	0.82	มากที่สุด
7. ส่งเสริมศักยภาพภายในให้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ห่วงโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับ	4.82	0.69	มากที่สุด
8. ส่งเสริมความร่วมมือกันด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยี	4.52	0.41	มากที่สุด
9. ส่งเสริมการแข่งขันที่ใช้แรงงานไร้ฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับ ค่าแรงต่ำให้ก้าวสู่ระดับภูมิภาคต่างประเทศ	4.62	0.53	มากที่สุด
10. ส่งเสริมการสร้างคุณค่านวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยี	4.77	0.82	มากที่สุด
11. ส่งเสริมการปรับตัวอัญมณีและเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความท้าทายความเสี่ยงโอกาสอุปสรรคเศรษฐกิจ	4.56	0.69	มากที่สุด
12. ส่งเสริมการยกระดับอัญมณีนำในการการสร้างความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันระดับโลก	4.75	0.70	มากที่สุด
13. ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับต่อยอดไปสู่แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาอื่นที่มีความสำคัญสำหรับประเทศไทย	4.61	0.78	มากที่สุด
14. ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับการตอบสนองการทำงานจากกลุ่มคนที่ทำงานด้วยกันร่วมกันทำจึงประสบความสำเร็จ	4.84	0.75	มากที่สุด
15. ส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร โดยการสร้างและนำกระบวนการ จัดการความรู้	4.71	0.74	มากที่สุด
ภาพรวมการส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.62	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี มีการส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) โดยเรียงลำดับการส่งเสริมจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับการตอบสนองการทำงานจากกลุ่มคนที่ทำงานด้วยกันร่วมกันทำจึงประสบความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.84$) ส่งเสริมศักยภาพภายในให้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ห่วงโซ่คุณค่าอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.82$) ส่งเสริมธุรกิจอย่างพอประมาณหรือสัดส่วนกำไร และยั่งยืนระยะยาว ($\bar{X} = 4.81$) ส่งเสริมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงการวางแผนธุรกิจทุกระดับ ($\bar{X} = 4.78$) ส่งเสริมการสร้างคุณค่านวัตกรรม

องค์ความรู้และเทคโนโลยีอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.77$) ส่งเสริมการยกระดับอัญมณีนำในการการสร้างความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันระดับโลก ($\bar{X} = 4.75$) ส่งเสริมกระจายอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจด้วยการผลิตใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่ให้เกิดความมั่งคั่งในเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.74$) ส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร โดยการสร้างและนำกระบวนการ จัดการความรู้ ($\bar{X} = 4.71$) ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.64$) ส่งเสริมการแข่งขันที่ใช้แรงงานไร้ฝีมืออัญมณีและเครื่องประดับ ค่าแรงต่ำให้ก้าวสู่ระดับภูมิภาคต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.62$) ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับต่อยอดไปสู่แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาอื่นที่มีความสำคัญสำหรับประเทศไทย ($\bar{X} = 4.61$) ส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งวัตถุดิบอัญมณีสำหรับผู้ผลิตในภูมิภาค ($\bar{X} = 4.60$) ส่งเสริมการปรับตัวอัญมณีและเครื่องประดับให้สอดคล้องกับความท้าทายความเสี่ยงโอกาสอุปสรรคเศรษฐกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.56$) ส่งเสริมแหล่งแปรรูปสร้างมูลค่าสินค้าเป็นตลาดซื้อขายอัญมณีระดับอุตสาหกรรม ($\bar{X} = 4.53$) และส่งเสริมความร่วมมือกันด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยีอัญมณีและเครื่องประดับ ($\bar{X} = 4.52$) ตามลำดับ

บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

ตารางที่ 3 บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ต้องทำหน้าที่เป็นองค์การในกับรัฐ	4.82	0.24	มากที่สุด
2. ตัวแทนประกอบการทางอุตสาหกรรมภายใน ต่างประเทศ	4.76	0.64	มากที่สุด
3. ทำหน้าที่ในด้านการตลาด การส่งเสริมการลงทุน	4.60	0.52	มากที่สุด
4. ทำหน้าที่เทคโนโลยีการผลิต	4.66	0.64	มากที่สุด
5. ทำหน้าที่การพัฒนาแรงงาน	4.71	0.36	มากที่สุด
6. ทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs อย่างจริงจัง	4.51	0.74	มากที่สุด
7. เป็นแกนกลางของภาคเอกชน ภาคการผลิต กับภาคราชการ	4.62	0.52	มากที่สุด
8. เป็นผู้ชี้แนะการดำเนินงานส่งเสริมสนับสนุนพัฒนา SMEs	4.74	0.41	มากที่สุด
9. การแก้ไขปัญหาและการให้บริการประกอบการ SMEs	4.58	0.08	มากที่สุด
10. เร่งรัดการจัดทำฐานข้อมูลประกอบการ SMEs	4.54	0.24	มากที่สุด
11. เป็นประเภทอุตสาหกรรมและรายพื้นที่	4.72	0.62	มากที่สุด
12. เป็นกลไกหลักฟื้นฟูเสริมเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ	4.88	0.72	มากที่สุด
13. กลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนประเทศ	4.78	0.42	มากที่สุด
14. การเป็นฐานรากการพัฒนา SMEs ที่ยั่งยืน	4.68	0.41	มากที่สุด
15. สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs	4.67	0.46	มากที่สุด
ภาพรวมบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี	4.70	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องประดับและอัญมณี มีบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) โดยเรียงลำดับบทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณีจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เป็นกลไกหลักฟื้นฟูเสริมเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

($\bar{X} = 4.88$) ต้องทำหน้าที่เป็นองค์การในกับรัฐ ($\bar{X} = 4.82$) กลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจนประเทศ ($\bar{X} = 4.78$) ตัวแทนประกอบการทางอุตสาหกรรมภายใน ต่างประเทศ ($\bar{X} = 4.76$) เป็นผู้ชี้้นำการดำเนินงาน ส่งเสริมสนับสนุนพัฒนา SMEs ($\bar{X} = 4.74$) เป็นประเภทอุตสาหกรรมและรายพื้นที่ ($\bar{X} = 4.72$) ทำหน้าที่การพัฒนาแรงงาน ($\bar{X} = 4.71$) การเป็นฐานรากการพัฒนา SMEs ที่ยั่งยืน ($\bar{X} = 4.68$) สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม SMEs ($\bar{X} = 4.67$) ทำหน้าที่เทคโนโลยีการผลิต ($\bar{X} = 4.66$) เป็นแกนกลางของภาคเอกชน ภาคการผลิต กับภาคราชการ ($\bar{X} = 4.62$) ทำหน้าที่ในด้านการตลาด การส่งเสริมการลงทุน ($\bar{X} = 4.60$) การแก้ไขปัญหา และการให้บริการประกอบการ SMEs ($\bar{X} = 4.58$) เร่งรัดการจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs ($\bar{X} = 4.54$) และทำหน้าที่ส่งเสริม SMEs อย่างจริงจัง ($\bar{X} = 4.51$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

การจัดการดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อันดับที่ 1 จัดการดำเนินระบบเครือข่ายธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกในต่างประเทศได้ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณ สิริร่วมสกุล, วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2558) การบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัย (1) ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณี สะท้อนสภาพเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่มีข้อจำกัดหลายประการ ปัจจัยที่สนับสนุนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย หลักการบริหารแบบ 4 M และ POSDCORB แนวทางการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยและ แนวทางการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง (2) ปัจจัยที่สนับสนุนการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณี ประกอบด้วย: แนวคิดปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง; หลักการบริหารงาน; การบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย; การพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยและ; ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับไทย (3) แนวทางการบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ แนวคิดการบริหารจัดการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง; แนวคิดพัฒนาอุตสาหกรรม; แนวคิดกระบวนการบริหารPOSDCORB MODEL และ แนวคิดการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์

การส่งเสริมดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อันดับที่ 1 ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับ การตอบสนองการทำงานจากกลุ่มคนที่ทำงานด้วยกันร่วมกันทำจึงประสบผลสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑิตสา ศรีโสวรรณ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ เครื่องประดับทองและจิวเวลรี่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรี่ ของผู้บริโภคที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผล ต่อความพึงพอใจจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร และ ความสะดวกในการ เข้าถึงบริการ ขณะที่ปัจจัยทางลักษณะกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด การติดต่อสื่อสาร และวิธีชำระเงิน ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และหน้าร้าน และปัจจัย ด้านตราयीห่อ ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรี่ สำหรับปัจจัยด้าน ลักษณะประชากรศาสตร์ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษา

และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรีที่ไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยคาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้ประกอบการจะได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องประดับทอง และจิวเวลรีของผู้บริโภค เพื่อจะได้ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจ สูงสุดแก่ผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของลดา เมฆราตรี และคณะ (2561) การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ ผลการวิจัย พบว่า นโยบายของภาครัฐที่มีต่อการสนับสนุนธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทย อยู่ในระดับปานกลางองค์กรมีการบริหารนโยบายภาครัฐในกรอบแนวคิดพื้นฐานของ TQM อยู่ในระดับปานกลาง การประเมินความเป็นไปได้และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไปปฏิบัติด้วยการนำหลักของ PDCA มีระดับนโยบายอยู่ในระดับมาก ระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในองค์กรพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับการรับรู้ นโยบายภาครัฐ แตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ระหว่างประเภทของบริษัท อายุของบริษัททุนจดทะเบียน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวนบุคลากร และคุณสมบัติส่วนใหญ่ของบุคลากร และผลเปรียบเทียบระดับการนำนโยบายไปปฏิบัติตามลักษณะ ข้อมูลของบริษัท พบว่า แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทบาทดำเนินอุตสาหกรรมเครื่องประดับและอัญมณี อันดับที่ 1 เป็นกลไกหลักฟื้นฟูเสริมเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศมาพร สัตยสัมพันธ์สกุล (2560) แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านการผลิต ข้อได้เปรียบของไทยที่สำคัญประการหนึ่งคือ ประเทศไทยเป็นแหล่งความรู้ ด้านการพัฒนาคุณภาพอัญมณี มีแรงงานฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญและมีทักษะที่ดีเยี่ยม อาทิ การเผาพลอย การเจียรไนเพชรและพลอย เป็นต้น ซึ่งทักษะเหล่านี้ได้รับการยอมรับในตลาดโลก อย่างไรก็ดี ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ เนื่องจากไม่ใช่อุตสาหกรรมที่คนรุ่นใหม่นิยม รวมถึงมีจำนวนสถาบันการศึกษาระดับอาชีวศึกษาเพียงไม่กี่แห่งที่เปิดสอนในสาขานี้ ทำให้มีกำลังการผลิตบุคลากร ไม่สอดคล้องกับความต้องการด้านแรงงาน 2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ของตลาด อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยต้องพึ่งพิงตลาดต่างประเทศเป็นหลักโดยเฉพาะคู่ค้าสำคัญอย่าง ฮองกง และสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ดี จากข้อมูลพบว่า กำลังซื้อภายในประเทศมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเครื่องประดับทองและเพชรสะท้อนได้ จากการขยายกิจการของร้านเครื่องประดับต่าง ๆ ภายในห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพมหานคร และเมืองหลักในภูมิภาคต่าง ๆ 3) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนที่เข้มแข็ง อาทิ การผลิตไข่มุก ซึ่งสามารถผลิตได้สวยงาม ทำราคาได้ดี ไม่แพ้ประเทศผู้นำอย่าง จีน และ ญี่ปุ่น อีกทั้ง ธุรกิจสนับสนุน อาทิ ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจแฟชั่น ธุรกิจจัดงานวิวาห์ มีแนวโน้มเติบโตสูงต่อเนื่อง 4) ปัจจัยในด้านกลยุทธ์และการแข่งขัน ปัจจุบันอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก โดยเฉพาะกับจีนและอินเดีย ซึ่งมีข้อได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตและ การใช้เทคโนโลยีที่มากกว่า ประกอบกับผู้ประกอบการของไทยไม่เน้นการทำตลาดใหม่ มักรอผลิตตามคำสั่งซื้ออีกทั้งขาดการพัฒนา รูปแบบของสินค้าและสร้างตราสินค้าของตนเอง ทำให้ไม่สามารถมูลค่าเพิ่มได้มาก อย่างไรก็ดีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมีความเข้มแข็งสามารถสร้างความร่วมมือในรูปแบบองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ สมาพันธ์อัญมณี

เครื่องประดับ และโลหะมีค่าแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับดีสามารถผลักดันนโยบาย และมาตรการในระดับประเทศได้ 5) ปัจจุบันในด้านนโยบายภาครัฐ รัฐบาลไทยได้เล็งเห็นความสำคัญและมีการพัฒนาอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีมาตรการเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับหลายหน่วยงาน แต่ยังขาดการบูรณาการในการกำหนดนโยบาย ทำให้การสนับสนุนจากทาง ภาครัฐยังไม่ชัดเจน ขาดความต่อเนื่องและไม่ทั่วถึง จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางทางด้าน อัญมณีและเครื่องประดับด้วยปัจจัยสนับสนุนในหลายประการ แต่ต้องมีการกำหนดจุดยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างชัดเจนเพื่อให้อุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับของไทยเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สามารถแข่งขันในตลาดโลก

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐควรผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางในการประมวลผลอย เพื่อให้เกิดการหลั่งไหลของ วัตถุดิบ และมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองในการจัดซื้อวัตถุดิบ
2. ภาครัฐควรส่งเสริมการลงทุนร่วม ระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public - Private Partnership: PPP) ในการสร้างสถานศึกษาสายอาชีพ ทางด้านอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนและฝึกอาชีพอย่างครบวงจร
3. ควรมีระบบการรับรองมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่เป็นมาตรฐานสากล รวมทั้งมีการกำหนดตราสินค้าที่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อรวมทั้งส่งเสริมในเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งส่วนใหญ่ที่เป็น SME อาทิ การเปิดธนาคารเพื่อธุรกิจนี้โดยเฉพาะ รวมถึง ยกเลิกระบบภาษีเงินได้ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยหันมาจัดเก็บภาษีจากยอดขายแทน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตติสา ศรีโสวรรณ. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อ เครื่องประดับทองและจิวเวลรี่* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลดา เมฆราตรี และคณะ. (2561). การนำนโยบายการสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปปฏิบัติ. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 13(1), 57-64.
- ศมาพร สัตยสันต์สกุล. (2560). *แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย*. โครงการพัฒนานักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ รุ่นที่ 9 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ผลงานงวดที่ 2 รายงานส่วนบุคคล. 1-96.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2561). *อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมุ่งสู่กระแสความยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2564, จาก <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.290.1.0.html>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ. ค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2564, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/

สุวรรณ สิริอรัมสกุล, วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2558). การบริหารการพัฒนาอุตสาหกรรม อัญมณีและเครื่องประดับไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 5(3), 128-38.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education*. Boston: Allyn and Bacon.

การใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยมของนักการเมือง Using Charitable Organizations to Build Popularity

เฉลิมเกียรติ ทิพย์วรรณงาม¹, ปิยะนุช เงินคล้าย², ดำรงค์ศักดิ์ จันทอทัย³ และ นิพนธ์ โส๊ะเฮง⁴

Chalermkiat Tipwanngam¹, Piyanush Ngernklay², Damrongsak Chantothai³ and Nipphon Soheng⁴

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2,3,4}

Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: chalermkiat.t@framelessdesign.com¹

Received: October 18, 2022

Revised: December 14, 2022

Accepted: December 16, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของนักการเมืองในการใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยม 2) ศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล และ 3) เสนอแนะแนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนักการเมืองที่เป็นสมาชิก ผู้บริหารระดับสูง และเจ้าหน้าที่ขององค์กรการกุศล โดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล นักการเมืองกับสโมสรรโลออนส์ในต่างประเทศ และประเทศไทยไม่แตกต่างกันในส่วนของนโยบาย ที่ยังไม่มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการป้องกันไม่ให้สมาชิกใช้สโมสรรเป็นที่สร้างความนิยมทางการเมือง 2) กิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยม คือกิจกรรมการลงพื้นที่ และเป็นตัวแทนของสโมสรร โดยใช้กลยุทธ์การสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 3) แนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม พบว่ามีทั้งหมด 3 แนวทาง คือ 1) การวางระเบียบในการลงพื้นที่ 2) การกำหนดกฎหมายสำหรับการหาเสียงของนักการเมืองที่ทำงานภายใต้องค์กรการกุศลให้ชัดเจน และ 3) การทำกิจกรรมปลูกฝังการต่อต้านการใช้สโมสรรเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความนิยม

คำสำคัญ: บทบาทของนักการเมือง, องค์กรการกุศล, กิจกรรมทางการเมือง

Abstract

This research article aims to 1) study the role of politicians in using charitable organizations to create goodwill, 2) study activities that politicians use to create goodwill from charitable organizations, and 3) suggest ways to regulate political activities in the right direction. Qualitative research uses document research methods and in-depth interviews with member politicians,

senior management, and charitable organizations officials. It analyzes the content and interprets the meaning to summarize the results according to the research objectives.

The research results were as follows: 1) a study of activities used by politicians to build popularity in charitable organizations; Politicians with Lions clubs abroad and in Thailand are not different in terms of policies. However, there are no clear guidelines for preventing members from using the club as a place to create popularity in politics. 2) Activities used by politicians to create popularity are an area visit activity and representing the club by using a strategy to build a reputation to be known and public relations strategies. 3) Guidelines for controlling political activities in an appropriate direction. It was found that there were three approaches: (1) Establishing regulations for field visits and (2) Establishing a clear law for politicians working within charities. (3) Cultivate against the use of clubs as a tool for building popularity.

Keywords: Role of Politicians, Charities, Political Activities

บทนำ

การมองบทบาทหน้าที่ของนักการเมืองเป็นการพิจารณาถึงกิจกรรมที่ดำเนินการภายใต้การทำงานในภาพของพรรคการเมือง บทบาทหน้าที่ดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่นักการเมืองที่อยู่ภายใต้พรรคการเมืองกระทำไปตามเป้าหมายทางการเมืองของตน แต่ในเวลาเดียวกัน ก็ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ต่อสังคมตามมาด้วย ถึงแม้ว่าผลดีที่ตามมานั้น อาจจะไม่ใช่วัตถุประสงค์เบื้องต้นในการทำกิจกรรมของพรรคการเมืองก็ตาม บทบาทและหน้าที่ ซึ่งพรรคการเมืองกระทำ มีอยู่มากมาย แต่ที่สำคัญ ได้แก่ การจัดตั้งรัฐบาลขึ้น ทำหน้าที่บริหารประเทศ การทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างสังคมกับรัฐ การสรรหาผู้นำและบุคลากร ทางการเมือง และการนำเสนอประเด็นปัญหา และแนวทางแก้ไขให้แก่สังคม โดยทั่วไป บทบาทหน้าที่เหล่านี้ของพรรคการเมือง เป็นผลมาจากการแสดงบทบาททางการเมือง ในรูปของการเสนอตัวบุคคลลงสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งต่าง ๆ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และการทำหน้าที่ของพรรคการเมือง ในฐานะที่เป็นรัฐบาลหรือฝ่ายค้าน (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2562)

การที่บุคคลหนึ่งต้องการที่จะเข้าไปเป็นตัวแทนของประชาชน หรือนักการเมืองสิ่งที่ต้องทำให้เป็นไปตามที่ประชาชนต้องการคือแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเป็นที่พึ่งให้กับประชาชน ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่นักการเมืองต้องการแสดงให้ประชาชนเห็นว่าตนนั้นเป็นไปตามกรอบแห่งธรรมหรือกรอบแห่งกฎระเบียบที่สังคมกำหนด มีภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่น่าเชื่อถือสามารถเป็นต้นแบบแห่งพฤติกรรมทางสังคมได้เพราะถือได้ว่าตัวแทนหรือนักการเมืองเหล่านั้นย่อมเป็นเคารพ ยกย่องของหมู่ประชาชนทั้งหลาย ซึ่งภาพลักษณ์ของนักการเมืองมิใช่มีแค่งบประมาณหรือเงินเพื่อลงรับสมัครเลือกตั้งเท่านั้น การมีคุณสมบัติอื่น ๆ เช่น ความเข้าใจ เข้าถึง และการพัฒนาชุมชนจึงเป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้ได้รับเลือกเป็นนักการเมือง ซึ่งเส้นทางการสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองคือ สร้างภาพลักษณ์ให้กับนักการเมืองอย่างไรในยุคปัจจุบันอาจจะมีเส้นทางเหล่านี้ 1) การรักษาความพูดหรือมี

สัจจะต่อประชาชนอย่างแรงกล้า 2) การเข้าถึงและตื่นรนเพื่อถ่ายมอบความสุขให้กับประชาชนที่เดือดร้อน 3) เปิดใจรับฟังเสียงแห่งความคาดหวัง 4) พัฒนาตนเองอย่างสร้างสรรค์ และ 5) แสดงความรับผิดชอบ (พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปญโญ, 2564)

การสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองนั้น ย่อมมีอิทธิพลต่อคะแนนเสียงที่สนับสนุน เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ว่าภาพลักษณ์นั้นเหมาะสมต่อการได้รับเลือกหรือไม่ ซึ่งเป้าหมายของนักการเมืองที่สร้างภาพลักษณ์ มีเป้าหมายสำคัญอยู่ 7 ประการ คือ (Gregory & Wiechmann, 1991 อ้างถึงใน อริสา เหล่าวิเชียร, 2556)

1. เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับให้กับประชาชน รวมทั้งตำแหน่งทางการเมืองและการเมือง
2. เพื่อสร้างหรือให้คำนิยามใหม่แก่พรรคหรือนักการเมือง เช่น พรรคการเมืองสำหรับคนจน เป็นต้น
3. เป็นการมุ่งเป้าไปที่กลุ่มเป้าหมายสำหรับสนับสนุนพรรคการเมือง
4. เพื่อให้เกิดอิทธิพลหรือกระแสในการสนับสนุนนักการเมืองและพรรคการเมือง
5. เพื่อสร้างตำแหน่งของนักการเมืองและพรรคการเมือง ตามนโยบายที่วางไว้
6. เพื่อลดความรุนแรงของสถานการณ์ที่กระทบต่อชื่อเสียงของนักการเมืองและพรรคการเมือง หากมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว

7. เพื่อจูงใจให้สมาชิกพรรคคงอยู่ในพรรคการเมือง

ทั้งนี้ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสโมสรต่าง ๆ สามารถสร้างภาพลักษณ์รวมถึงการประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายผ่านการเป็นสปอนเซอร์ หรือการลงชื่อผู้สนับสนุนจะเห็นได้จากการเมืองภายหลังการรัฐประหาร พ.ศ. 2549 ที่นักการเมืองถูกตัดสิทธิ์ทางการเมือง จึงมีความจำเป็นต้องสร้างฐานทางสังคมขึ้นผ่านการบริหารสโมสรต่าง ๆ ตัวอย่างที่สามารถเห็นได้ชัดเจน คือ การเป็นผู้บริหารสโมสรต่าง ๆ ทั้งส่วนที่เป็นสโมสรที่ช่วยเหลือทางสังคม สโมสรฟุตบอล เป็นต้น การดำเนินกิจกรรมที่นำมาสู่การพัฒนาเมืองที่นำโดยสโมสรไม่ใช่ภาครัฐ ถือเป็น การสร้างภาพลักษณ์ และความนิยมการเมืองแก่ประชาชนในพื้นที่ เช่น สโมสรฟุตบอล เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแฟนบอลกับประธานสโมสรฟุตบอลไทย จึงคล้ายคลึงกับความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและนักการเมือง เป็นต้น (เมน สแตนดาร์ด, 2563)

ตามประกาศกระทรวงการคลัง ว่าด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 531) ลงวันที่ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรการกุศลไว้ว่า “มูลนิธิจะต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการกุศลสาธารณะในประเทศไทยเท่านั้น และจะต้องไม่มีวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งที่จะให้ประโยชน์เฉพาะแก่บุคคล คณะบุคคล หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งหรือเป็นส่วนใหญ่ การดำเนินงานของมูลนิธิต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์เท่านั้น และไม่มีการดำเนินงานของคณะกรรมการมูลนิธิเพื่อหาประโยชน์ส่วนตัว และไม่มีการใช้ชื่อมูลนิธิเพื่อหาประโยชน์ส่วนตัว” (กรมสรรพากร, 2565) และปัจจุบันมีนิติบุคคลที่ยื่นเป็นองค์กรสาธารณกุศลในประเทศไทย จำนวน 963 แห่ง (กรมสรรพากร, 2561) องค์กรภาคประชาสังคมต่าง ๆ ถูกให้แนวคิดที่จะปฏิเสธความเชื่อมโยงกับภาครัฐ เพราะมักเป็นพื้นที่ให้ความหวังกับประชาชน ประชาสังคมจึงเข้ามาเป็นพลังที่สาม นอกจากนี้นี่ยังมีองค์กรระหว่างประเทศที่เข้ามาสนับสนุน เช่น องค์กรการกุศลต่าง ๆ และแม้ว่าองค์กรการกุศลต่าง ๆ จะเข้ามาช่วยเหลือประโยชน์ของชาวบ้าน แต่ก็ไม่ใช่คนกลุ่มเดียวกัน (ธร ปิตติล, 2562) องค์กรการกุศล

เหล่านี้มีสมาชิกหลากหลายอาชีพซึ่งหนึ่งในนั้น คือ นักการเมือง ที่เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันงานต่าง ๆ ในองค์กรการกุศลให้ประสบความสำเร็จ โดยนักการเมืองที่เป็นสมาชิกขององค์กรการกุศลมีทั้งนักการเมืองในระดับประเทศ และนักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นพลังที่สามในการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ แก่องค์กรการกุศล ที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันงานต่าง ๆ ในสมาคมสโมสรไลออนส์ให้ประสบความสำเร็จ โดย นักการเมืองที่เป็นสมาชิกของสมาคมสโมสรไลออนส์มีทั้งนักการเมืองในระดับประเทศ และนักการเมืองท้องถิ่น ซึ่งมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน เช่น การร่วมมือในการช่วยเหลือประชาชน การอำนวยความสะดวก รวมไปถึงการผลักดันนโยบายต่าง ๆ

“สโมสรไลออนส์สากล” เป็นองค์กร (civil society organization) คือ การรวมตัวกันของประชาชนเป็นกลุ่มหรือองค์กรที่มีวัตถุประสงค์ ความเชื่อและอุดมคติร่วมกัน มีบทบาทสำคัญในการจัดการเรื่องต่าง ๆ เป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่มีหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจและไม่แสวงหากำไรสโมสรไลออนส์ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2460 (ค.ศ. 1917) โดยมีนายเมลวิน โจนส์ (Melvin Jones: 2422-2504) นักธุรกิจประกันชีวิตชาวอเมริกัน แห่งนครชิคาโก มลรัฐอิลลินอยส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นสมาชิกสโมสรนักธุรกิจแห่งหนึ่งในนครชิคาโก ได้เป็นผู้ริเริ่มชักชวนสโมสรนักธุรกิจอื่น ๆ ในนครชิคาโกและเมืองใกล้เคียงให้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นสมาคมสโมสร โดยมีอุดมการณ์ร่วมกันที่จะทำประโยชน์ให้สังคมให้ความสงเคราะห์ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ผู้ยากไร้หรือผู้ด้อยโอกาสมากกว่าตนโดยไม่หวังผลประโยชน์อื่นใดตอบแทนและไม่เลือกเชื้อชาติศาสนากับไม่เกี่ยวข้องกับลัทธิการเมืองการศาสนาใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้แทนสโมสรต่าง ๆ ได้ประชุมกันที่นครชิคาโก เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2460 ลงมติยอมรับอุดมการณ์ดังกล่าวและยินยอมใช้ชื่อสโมสรว่า “ไลออนส์ (Lions)” ร่วมกันกับให้เรียกชื่อสมาคมดังกล่าวว่า “สมาคมสโมสรไลออนส์” (Lions Club, 2013)

การที่องค์กรการกุศลได้ทำงานเชิงสังคม จึงเป็นช่องทางหนึ่งของนักการเมือง โดยในภาคของสมาชิก นักการเมืองจะมีส่วนเข้ามาช่วยให้องค์กรสาธารณกุศลสามารถขับเคลื่อนการบริหารงาน แต่ในอีกมุมหนึ่ง นักการเมืองยังคงเห็นองค์กรสาธารณกุศลเป็นฐานในการวางฐานเสียงให้กับตนและพรรคการเมือง ผลพวงจากการรัฐประหารเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 โดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) นักการเมืองและพรรคการเมืองทั้งหมด ต้องเว้นวรรคทางการเมือง จนถึงปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นเวลากว่า 4 ปีที่นักการเมืองและพรรคการเมืองต้องเว้นวรรคจากการหาเสียงและการประชาสัมพันธ์พรรคการเมืองของตน ดังนั้น เมื่อมีการเลือกตั้งเกิดขึ้นการจะชนะการเลือกตั้งได้นั้นส่วนหนึ่งจำเป็นจะต้องพึ่งพาอาศัยช่องทางของสมาชิก ผู้นำ และองค์กรสาธารณกุศลเพื่อให้ทีมงานสามารถทำการ สื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการเมือง เพื่อสร้างฐานเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีในชุมชน หรือเขตพื้นที่เลือกตั้งนั้น ๆ ด้วยเหตุนี้ องค์กรสาธารณกุศลจึงเข้ามามีส่วนเป็นปัจจัยสำคัญในการวางฐานเสียงให้กับนักการเมือง ซึ่งเป็นการวางฐานเสียงจากสมาชิกในองค์กรสาธารณกุศล และผู้ที่ได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรการกุศลต่าง ๆ ที่มีนักการเมืองเข้าร่วมนั้นเป็นช่องทางที่นิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะนักการเมืองท้องถิ่น โดยใช้วิธีการเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนหลัก และสร้างกิจกรรมที่สามารถเชื่อมโยงตนเองไว้กับกระแสน้ำได้อย่างถูกกฎหมายอีกทั้งยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักการเมืองอีกรูปแบบหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของนักการเมืองในการใช้อำนาจการกุศลในการสร้างความนิยม
2. เพื่อศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอันประกอบไปด้วย (1) ความร่วมมือโดยภาคีที่สาม (2) วัฒนธรรมทางการเมือง (3) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรการกุศลนักการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ และ (4) การจัดองค์การ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความร่วมมือโดยภาคีที่สาม

ตามที่ Almond & Powell (1980) ได้แบ่งกลุ่มผลประโยชน์ออกเป็น 4 รูปแบบ โดยมีการมองทั้งแบบที่ไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจนจนไปถึงรูปแบบที่มีโครงสร้างชัดเจน โดยมีรูปแบบโครงสร้างที่เกิดจากบุคคล ผลประโยชน์หรือความต้องการในรูปแบบเดียวกันรวมกลุ่มเข้าด้วยกัน และปัจจัยที่มีผลต่อการรวมกลุ่มมักเกิดจากความเชื่อ ค่านิยม ภูมิหลัง หรือบุคคลที่ทำอาชีพเดียวกัน และเกิดการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดอิทธิพลการต่อรองและผลักดันนโยบายที่ทางกลุ่มเรียกร้องให้สำเร็จ (सानนท์ ด้านภักดี และคณะ, 2561)

1. กลุ่มผลประโยชน์แบบชั่วคราว (Anomic Interest Groups) เช่น กลุ่มผู้ประท้วง
2. กลุ่มผลประโยชน์แบบไม่เป็นทางการ (Non-Associational Interest Groups) เช่น กลุ่มทางศาสนา เป็นต้น

3. กลุ่มผลประโยชน์แบบสถาบัน (Institutional interest group) มักมีการจัดการบริหารองค์กรที่มีความเป็นมืออาชีพสูง มีระเบียบแบบแผน เน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

4. กลุ่มผลประโยชน์แบบสมาคม (Institutional Interest Groups) เช่น สโมสรต่าง ๆ เป็นต้น

กลุ่มผลประโยชน์สามารถแบ่งได้ตามบทบาทหน้าที่ดังนี้ (มะลิ ทิพย์ประจง และนิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต, 2562 ; ประภาส ปันตบแต่ง, 2558)

1. บทบาทของความเป็นตัวแทน (Representation) คือ การเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ซึ่งบทบาทของกลุ่มผลประโยชน์นี้จะกลายเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างอำนาจการต่อรอง ในเรื่องที่ต้องการได้

2. บทบาทของการขยายช่องทางของการเมือง (Political participation channel) คือ กลุ่มผลประโยชน์มักเห็นถึงความขัดแย้ง ปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาจากกฎหมาย หรือความต้องการของกระแสดังกล่าว

3. บทบาทการสร้างกระบวนการเรียนรู้ (Education) คือ การที่กลุ่มผลประโยชน์เป็นกระบอกเสียงในการให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกทางการเมือง เช่น การไม่ซื้อสิทธิขายเสียง เป็นต้น รวมถึงการทำให้ประชาชนได้รับรู้ประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

4. บทบาทการกำหนดนโยบายสาธารณะ (Policy process) คือ การที่กลุ่มผลประโยชน์ได้สร้างข้อเรียกร้องตามความต้องการของกระแสสังคม และผลักดันไปสู่การกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ รวมทั้งประเมินนโยบาย ซึ่งกลุ่มผลประโยชน์จะทำหน้าที่ประสานงานระหว่างพรรคการเมืองและรัฐบาลในการตัดสินใจนโยบายต่าง ๆ

ความสัมพันธ์ของกลุ่มผลประโยชน์กับพรรคการเมืองไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด ก็ยังคงเป็นบทบาทที่ร่วมมือกันในการผลักดันนโยบาย หรือแก้ไขปัญหาาร่วมกัน บางครั้งอาจส่งผลทางลบด้วยเช่นกัน และเมื่อการเมืองเข้าสู่กลุ่มผลประโยชน์แล้ว และมีผู้ได้รับการเลือกเป็นตัวแทนอาจเกิดคำถามจากผู้ที่ไม่ได้เป็นตัวแทนได้ รวมไปถึงการไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ เช่น กลุ่มผลประโยชน์ที่มีผู้มีอิทธิพล นักธุรกิจ กับกลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่มีแต่กลุ่มคนระดับแรงงาน การผลักดันอาจเกิดความไม่เท่าเทียมจากฐานทรัพยากร และความร่วมมือ (มะลิทิพย์ประจง และนิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต, 2562)

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น กลุ่มผลประโยชน์นั้นหมายถึงกลุ่มองค์กรที่รวมตัวกันเพื่อมีอิทธิพลต่อนโยบายสาธารณะในระบบการเมือง ซึ่งความต้องการจะมุ่งสู่ทิศทางหรือจุดมุ่งหมายที่มีความเฉพาะเจาะจง ซึ่งขนาดของกลุ่มผลประโยชน์นั้นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวนมากจะได้รับการคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่มีสมาชิกน้อยกว่า ซึ่งองค์การการกุศลนั้นถูกจัดอยู่ในประเภทที่ 4 เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปของสมาคม ซึ่งจะต้องเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์ประเภทที่ 3 คือ กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปของสถาบัน จะมีอิทธิพลและบทบาททางการเมืองมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผลประโยชน์อื่น ๆ ได้แก่ กลุ่มพรรคการเมือง กองทัพ ข้าราชการ เป็นต้น ลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์ของไทยปัจจุบันมีสองลักษณะ คือ ส่วนกลุ่มผลประโยชน์ที่จัดตั้งด้วยตนเองกับกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นอิสระ

2. วัฒนธรรมทางการเมือง

วัฒนธรรมทางการเมือง เริ่มได้รับความสนใจจากนักวิชาการในช่วงทศวรรษ 1950-1960 และรุ่งเรืองสุดขีดในช่วงทศวรรษที่ 1980 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมกับการเมืองเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น วัฒนธรรมการเลือกตั้ง วิธีการเลือกตั้ง เป็นต้น (พระศิลาศักดิ์ สุขเมธ (บุญทอง) และบุญฤทธิ์ เพ็ชรวิศิษฐ์, 2562) ซึ่งแนวคิดของ Almond & Verba (1965) ที่แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

ประเภทที่หนึ่ง วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ (The Parochial Political Culture) เป็นวัฒนธรรมของคนที่ไม่มีความรู้เรื่องการเมือง รวมถึงคิดว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองเลย วัฒนธรรมทางการเมืองประเภทนี้มักเกิดขึ้นกับกลุ่มคนที่ขาดโอกาสในการรับรู้และเข้าใจถึงระบบการเมือง รวมถึงสังคมตามจารีตประเพณีดั้งเดิมซึ่งปกครองกันแบบง่าย ๆ เช่น ชนเผ่าดั้งเดิม เป็นต้น และยังรวมไปถึงกลุ่มคนที่ได้รับการปลูกฝังว่าเรื่องการเมืองเป็นเรื่องของนักปกครองที่ไม่เกี่ยวข้องกับตน

ประเภทที่สอง วัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้า (The Subject Political Culture) เป็นการเข้าใจต่อระบบการเมืองแบบทั่วไป ไม่ได้สนใจการเมืองตลอดกระบวนการ บุคคลเหล่านี้มักจะเชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมายของรัฐ แต่ไม่กล้าแสดงออกไม่กล้าเรียกร้องทางการเมือง ไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยถือว่าการเมืองเป็นเรื่องของผู้มีอำนาจหรือผู้มีบารมี เชื่อฟังและปฏิบัติตามระบบการเมือง วัฒนธรรมการเมืองแบบ

ไพร่ฟ้านี้มักมีอิทธิพลมาจากสังคมของเกษตรกรรมที่มองว่ารัฐคือผู้ปกครอง และตนคือประชาชนทั่วไปที่มีหน้าที่เชื่อฟังและปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น

ประเภทที่สาม วัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม (The Participant Political Culture) เป็นวัฒนธรรมทางการเมืองของบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับการเมืองเป็นอย่างดี มีการตื่นตัวทางการเมืองตระหนักรู้ในทางการเมือง มีจิตสำนึกทางการเมืองสูง เห็นคุณค่าและความสำคัญในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบให้ผู้ปกครองใช้อำนาจตามความต้องการของประชาชน ลักษณะวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วมจะพบในประเทศอุตสาหกรรมหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Country) และประเทศที่มีความมั่นคงทางการเมือง

ทั้งนี้ เป็นการยากที่จะชี้ชัดลงไปว่าในสังคมหรือเมือง ๆ หนึ่งจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นแบบใดแบบหนึ่งโดยเฉพาะ เนื่องจากความแตกต่างกันของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา ส่งผลต่อจิตสำนึกของคน ซึ่งสังคมต่าง ๆ ประชาชนจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองแบบผสม ได้แก่

1. วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมไพร่ฟ้า (Parochial –Subject Political Culture) คือ การที่ประชาชนไม่ยอมรับอำนาจแบบดั้งเดิม เช่น อำนาจของหัวหน้าเผ่า และเริ่มมีแนวคิดที่ดีต่อการเมืองที่มีตัวแทนมาจากประชาชน แต่ยังไม่เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง

2. วัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้าผสมมีส่วนร่วม (Subject –Participant Political Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนให้ความสนใจทางการเมือง และมีจิตสำนึกสูง แต่ประชาชนอีกกลุ่มยังไม่สนใจการเมืองมากนัก วัฒนธรรมทางการเมืองประเภทนี้จะทำให้การเมืองไม่มั่นคง เพราะประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมยังคงมีน้อย

3. วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมมีส่วนร่วม (Parochial –Participant Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนส่วนมากจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ แต่ด้วยผลประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทางเชื้อชาติ ศาสนา ความต้องการผลประโยชน์ส่วนร่วม ทำให้เกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมทางการเมืองเพื่อรักษาผลประโยชน์

จากที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นจะเห็นได้ถึงวัฒนธรรมทางการเมืองทั้ง 3 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ (The Parochial Political Culture) วัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้า (The Subject Political Culture) และวัฒนธรรมทางการเมืองแบบมีส่วนร่วม (The Participant Political Culture) ซึ่งเมื่อมาอยู่ในสังคมพื้นฐานของประชาชนย่อมแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นเรื่องของศักยภาพทางการเงิน ความรู้ ความสนใจทางการเมือง ย่อมทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างการเมืองทั้ง 3 ประเภท เป็นวัฒนธรรมทางการเมืองแบบผสมผสาน 3 รูปแบบ คือ รูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมไพร่ฟ้า (Parochial –Subject Political Culture) รูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบไพร่ฟ้าผสมมีส่วนร่วม (Subject –Participant Political Culture) และรูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบผสมมีส่วนร่วม (Parochial –Participant Culture)

3. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การการกุศลนักการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์

องค์การการกุศลเป็นหน่วยงานที่มีกลุ่มบุคคลที่มาร่วมกันดำเนินงาน โดยมีได้แสวงหากำไร แต่เป็นหน่วยงานที่มุ่งสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม มีทั้งการช่วยเหลือผ่านการบริจาค การแจกสิ่งของ รวมถึงเป็น

กระบอกเสียงให้กับประชาชนในการเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและภาครัฐในการให้ความช่วยเหลือประชาชนในด้านต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้เข้าร่วมกับองค์กรการกุศลได้แสดงภาพลักษณ์ของการเป็นช่วยเหลือสังคม ผ่านการดำเนินงานขององค์กร

นักการเมืองถือเป็นตัวแทนของประชาชนที่เข้าไปมีบทบาทในการทำงานแทนประชาชน ซึ่งการจะเข้าไปเป็นตัวแทนได้นั้นจะผ่านการเลือกจากประชาชน ทำให้นักการเมืองจำเป็นต้องแสวงหาอำนาจและใช้อำนาจของบุคคล/กลุ่มบุคคลเพื่อผลประโยชน์ (ณัฐพล ใจจริง, 2561) และการได้มาซึ่งคะแนนเสียง

3.1 องค์กรการกุศลและกลุ่มผลประโยชน์

องค์กรการกุศลเป็นหน่วยงานที่มีคนรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือสังคมสอดคล้องกับความต้องการของนักการเมืองที่ต้องการเพิ่มคะแนนเสียงให้กับตนเองในฐานะผู้ช่วยเหลือสังคม ซึ่งประเภทกลุ่มของผลประโยชน์ตามที่ Gabriel Almond และ G.Bingham Powell ได้กล่าวไว้ว่า สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ประเภทที่ 1 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันชั่วคราว ประเภทที่ 2 กลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสมาคม ประเภทที่ 3 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสถาบัน และประเภทที่ 4 เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสมาคม ซึ่งในรูปแบบของกลุ่มผลประโยชน์ที่ 4 นี้ จัดเป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่ได้รับการยอมรับอย่างสูง เพราะนอกจากจะมีบทบาทในการช่วยเหลือแล้ว ยังมีบทบาทเป็นในการเรียกร้องให้กับประชาชน ซึ่งองค์กรการกุศลได้ถูกจัดอยู่ในกลุ่มผลประโยชน์ประเภทนี้

3.2 นักการเมืองกับกลุ่มผลประโยชน์

กลุ่มผลประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการเมืองไทยในปัจจุบันถ้าพิจารณาตามกรอบแนวคิดของการจำแนกประเภทกลุ่มผลประโยชน์ของ Gabriel Almond และ Bingham Powell (ศตพล วรปัญญาตระกูล, 2554) ได้อธิบายถึงวิธีการของกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มอิทธิพล มีทั้งหมด 4 ข้อ คือ

1) ความสามารถที่จะระดมสิ่งสนับสนุน เช่น พลังงาน ทรัพยากร สมาชิก กำลังเงินความชำนาญทางการเมือง

2) ขึ้นอยู่กับว่าในเวลานั้นปัญหาใดกำลังเด่นเป็นที่สนใจในเวลานั้น ถ้าเป็นปัญหาที่สังคมกำลังให้ความสนใจ กลุ่มผลประโยชน์ก็จะมีบทบาทเด่นขึ้น

3) ขึ้นอยู่กับโครงสร้างของรัฐบาล เช่น ในสหรัฐอเมริกา เป็นต้องแสวงหาอิทธิพลต่อกลุ่มผู้มีอำนาจทางการเมืองหลายกลุ่ม เนื่องจากการปกครองแบบรัฐรวม (Federal State) ในขณะที่อังกฤษที่เป็นรัฐเดี่ยว (Unitary State) ซึ่งมีกลุ่มอำนาจที่แคบกว่า แต่เข้าถึงได้ยากกว่าในสหรัฐอเมริกา

4) ความเป็นตัวของตัวเองหรือความเป็นอิสระของกลุ่ม ข้อนี้มีส่วนสำคัญในเรื่องประสิทธิผลของกลุ่มผลประโยชน์และกลุ่มอิทธิพล

จะเห็นได้ว่าการรวมตัวกันของกลุ่มสมาคมมีผลต่อนักการเมืองที่อยู่ในกลุ่ม ซึ่งจะช่วยจัดข้อเรียกร้องของประชาชน หากเมื่อมองจากวัฒนธรรมทางการเมืองแล้ว การถือเป็นระบบอุปถัมภ์ (Patronage System) เป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีฐานะทางสังคม เศรษฐกิจไม่เท่ากัน ที่ต่างฝ่ายมีปฏิสัมพันธ์ต่างตอบแทน

4. การจัดองค์การ

การจัดการองค์การ คือการบริหารงานให้สำเร็จได้โดยใช้บุคคล ซึ่งการบริหารนั้นอาจหมายถึงกระบวนการวางแผน การจัดการ การสั่งการ และการควบคุมทรัพยากรโดยมีการกำหนดนโยบายจากผู้บริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์องค์การ (เกษม แก้วสนั่นและเพ็ญศรี ฉิรินัง, 2564) การจัดการองค์การที่เป็นแนวคิดในการสร้างฐานการบริหารที่ได้นำมาปรับใช้กับระบบราชการไทยที่ถือได้ว่าเป็นระบบราชการที่ใหญ่ที่สุด คือ แนวคิดของ Max Weber ได้เสนอแนวคิดการจัดการบริหารองค์การในเชิงอุดมคติ ที่เรียกว่า Bureaucracy ที่เป็นโจทย์ในการบริหารบนฐานของความเป็นเหตุมีผล (อรุณี สันธิติวณิช, 2560) ซึ่งการบริหารประกอบด้วย 2 ส่วน คือ กลไกการบริหาร (Administrative Apparatus) ทำหน้าที่เป็นตัวประสานระหว่างผู้นำและผู้ถูกปกครอง และต้องมีความเหมาะสมกับรูปแบบของอำนาจที่ผู้นำในสังคมนั้นใช้อยู่ และอำนาจ (Power) เป็นอำนาจที่ชอบธรรม (Legitimizing of Power) ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการยอมรับของคนในสังคม ซึ่งแนวคิดของ Max Weber ได้วางระบบราชการในอุดมคติจะประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ 7 ประการ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉန္ฐิสสุตา ชัยโฉม และคณะ, 2564) ดังนี้

1. **หลักลำดับชั้น (Heirachy)** หลักการนี้ มีเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรต้องอยู่ภายใต้การควบคุมโดยเชื่อว่า การบริหารที่มีลำดับชั้นจะทำให้ระบบการสั่งการและการควบคุมมีความรัดกุม ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพการบริหารที่เน้นกฎเกณฑ์และขั้นตอนมีความเหมาะสมในช่วงศตวรรษที่ 19-20 แต่เมื่อสถานการณ์โลกเปลี่ยนไปการบริหารตามลำดับชั้นจึงเริ่มมีปัญหา เพราะการทำงานในปัจจุบันต้องการความรวดเร็ว คนต้องการเสรีภาพมากขึ้น

2. **หลักความสำนึกแห่งความรับผิดชอบ (Responsibility)** เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีความสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อภาระหน้าที่ของตน ความรับผิดชอบหมายถึง การรับผิดชอบและรับผิดชอบต่อภาระใด ๆ ที่ตนได้กระทำลงไปและความพร้อมที่จะให้มีการตรวจสอบโดยผู้บังคับบัญชาอยู่ตลอดเวลาด้วย

3. **หลักแห่งความสมเหตุสมผล (Rationality)** ความถูกต้องเหมาะสมของแนวปฏิบัติที่จะนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ คือ มีการกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจนในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับเพราะวิธีการทำงานจะแสดงให้เห็นว่าจะทำงานอย่างไร วิธีการใดที่ทำให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

4. **หลักการมุ่งสู่ผลสำเร็จ (achievement orientation)** การปฏิบัติงานใด ๆ ต้องมุ่งสู่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์การ ผู้ปฏิบัติงานต้องมีหลักการและวิธีการในการตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติได้อย่างถูกต้องโดยยึดถือหลักประสิทธิภาพหรือหลักประหยัด การบริหารจะได้รับประสิทธิผลสูงสุดต่อเมื่อมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะงานสถานที่ ช่วงเวลา สภาพแวดล้อม ในทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเป้าหมายหรือผลสำเร็จที่ต้องการ

5. **หลักการทำให้เกิดความแตกต่างหรือมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization)** การจัดระบบส่วนงานอาจยึดหลักการจัดการองค์การได้หลายรูปแบบ คือ

5.1 การแบ่งส่วนงานตามพื้นที่ เป็นการแบ่งงานโดยการกำหนดพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน และมีการกำหนดภารกิจ บทบาท อำนาจหน้าที่ที่องค์กรต้องบริหารจัดการไว้ด้วย เช่น การแบ่งพื้นที่การบริหารราชการออกเป็น จังหวัด อำเภอ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล

5.2 การแบ่งงานตามหน้าที่ หรือภารกิจที่องค์กรจะต้องปฏิบัติ เช่น การจัดแบ่งงานของกระทรวงต่าง ๆ เช่น กระทรวงกลาโหม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง

5.3 การแบ่งงานตามลูกค้า หรือผู้รับบริการ เช่น การแบ่งโรงพยาบาล ออกเป็น โรงพยาบาลเด็ก โรงพยาบาลหญิง โรงพยาบาลสงฆ์

5.4 การแบ่งงานตามขั้นตอนหรือกระบวนการทำงาน โดยคำนึงว่างานที่จะสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนอะไรบ้าง แล้วกำหนดหน่วยงานมารองรับ

6. หลักระเบียบวินัย (discipline) ต้องมีการกำหนดระเบียบ วินัย และบทลงโทษ ขึ้นมาเพื่อเป็นกลไกการควบคุมความประพฤติของผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์กร

7. หลักความเป็นวิชาชีพ (Professionalization) ผู้ปฏิบัติงานในองค์การราชการ ถือเป็นอาชีพอย่างหนึ่ง และต้องปฏิบัติงานเต็มเวลา ซึ่งผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนตัวบทกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในภาระหน้าที่ของตนด้วย สาเหตุที่ระบบราชการประสบความสำเร็จ เพราะทำให้ระบบการทำงานเกิดความชัดเจน มีการใช้อำนาจตามสายการบังคับบัญชา คนส่วนใหญ่ยังมีความจำเป็นและต้องการบริการสาธารณะจากรัฐ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉวีรัฐสุตา ชัยโณม และคณะ, 2564).

นอกจากนี้ การที่องค์กรถูกออกแบบขึ้นนั้น จะต้องพิจารณาในเรื่องสายงานความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้น ๆ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการทำให้การจัดองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล Gannon Martin ได้กล่าวถึงการจัดการองค์กรใน 4 มิติ ดังนี้ (Gannon, Martin J, 1977 อ้างถึงใน เกษม แก้วสนั่นและเพ็ญศรี ฉิรินัง, 2564)

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (documentary research) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (structured interview) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อคำถามในการสัมภาษณ์ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งนำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องได้ทำการพิจารณาขอบเขตเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการ และเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารและผู้ประสานงานของสโมสรไลออนส์ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่นครชิคาโกมลรัฐอิลลินอยส์ สหรัฐอเมริกา จำนวน 3 คน สมาชิกในองค์กรการกุศล (สโมสรไลออนส์) Howard-suamico lions club เมืองกรีนเบย์มลรัฐ วิสคอนซิน ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 5 คน ผู้บริหารและผู้ประสานงานขององค์กรการกุศลของสโมสรไลออนส์ ในประเทศไทย จำนวน 7 คน สมาชิกในองค์กรการกุศลของสโมสรไลออนส์ในประเทศไทย จำนวน 8 คน และนักการเมืองที่เป็นสมาชิกในองค์กรการกุศล ของสโมสรไลออนส์ ในประเทศไทย จำนวน

8 คน พร้อมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยทำการจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) โดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบโดยทำการสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

ผลการวิจัย

1. บทบาทของนักการเมืองในการใช้อำนาจการกุศลสร้างความนิยม

จากการศึกษาบทบาทของนักการเมืองกับองค์กรการกุศลเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างต่างประเทศและในประเทศไทย พบว่า ในต่างประเทศมีการสนับสนุนให้นักการเมืองเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสโมสร รวมไปถึงการมีตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือการเปิดงานต่าง ๆ สำหรับการหาเสียง นักการเมืองสามารถใช้วิธีการใดก็ได้ในการแสดงออกทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทางสโมสรไม่มีแนวปฏิบัติที่เคร่งครัดในการป้องกันการใช้สโมสรเป็นที่หาเสียงของนักการเมือง สำหรับในประเทศไทยถือได้ว่าบทบาทของนักการเมืองกับองค์กรการกุศลไม่แตกต่างกันกับต่างประเทศมากนัก เนื่องจากนักการเมืองถือได้ว่าเป็นภาคีที่สามในการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการหาสถานที่เพื่อการดำเนินกิจกรรม การช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรม รวมไปถึงการแจ้งประชาชน กลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการช่วยเหลือขององค์กรการกุศล รวมไปถึงวัฒนธรรมทางการเมือง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเมือง การมีส่วนร่วมซึ่งวัฒนธรรมทางการเมืองถือเป็นการสร้างความคิด ความเชื่อ ให้กับประชาชน โดยมีบทบาทของความเป็นตัวแทน (Representation) คือการเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ซึ่งบทบาทของนักการเมืองจะเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างอำนาจการต่อรอง ในเรื่องที่ต้องการได้ โดยการสร้างพื้นที่ส่วนร่วมที่เชื่อมต่อกันระหว่างประชาชนและภาครัฐ ซึ่งระบบการเป็นตัวแทนนี้ถือเป็นสมดุของการเมืองเพื่อที่จะช่วยในการต่อรองเจรจาตามความต้องการของประชาชน หรือกลุ่มผลประโยชน์

การเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรการกุศลที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศ รวมไปถึงกระบวนการบริหารจัดการที่คล้ายการจำลองสนามเลือกตั้ง การทำงานทางการเมือง เช่น การเลือกตั้งเป็นตัวแทนเขต การเป็นผู้ว่าราชการภาค การเป็นรองผู้ว่าราชการภาค ย่อมต้องมีการหาเสียงเลือกตั้ง โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น เข้าพบปะกับนายกสโมสรและสมาชิก การแจกแผ่นพับนโยบายหาเสียง และการประกาศตัวในกิจกรรมต่าง ๆ และการทำงานในฐานะของผู้ที่ได้รับการเลือกตั้ง การวางตำแหน่งของคณะกรรมการในตำแหน่งต่าง ๆ ทั้งกรรมการบริหาร กรรมการที่ดูแลงบประมาณ กรรมการที่ดูแลกลยุทธ์การบริหารจัดการต่าง ๆ ภายในองค์กร จะเห็นได้ว่าองค์กรการกุศลที่มีขนาดใหญ่ มีเครือข่ายทั่วโลกอย่างสโมสรไลออนส์ มีการวางผังโครงสร้างอย่างเป็นระบบ และอาจพูดได้ว่าเป็นการจำลองการเมือง ให้ได้เรียนรู้ถึงวิธีการหาเสียง การวางกลยุทธ์ในการหาเสียง รวมไปถึงการวางแผนนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการไว้วางใจจากสมาชิกในการเลือกตั้งเข้าสู่การเป็นผู้นำองค์กรได้ (ไชยา พรหมา, สัมภาษณ์ 22 สิงหาคม 2564)

แต่ถ้าองค์กรการกุศลมีแนวทางป้องกันมิให้นักการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์ใด ๆ เข้ามาแสวงหาผลประโยชน์ได้ และสามารถควบคุมแยกกิจกรรมทางการเมืองกับกิจกรรมการกุศลได้อย่างชัดเจน เมื่อนั้นก็จะ

สามารถเป็นกระบอกเสียงในการให้ความรู้ การสร้างจิตสำนึกทางการเมืองที่ดี โดยปราศจากการแอบแฝงด้วยระบบอุปถัมภ์ เช่น การไม่ซื้อสิทธิ์ขายเสียง หรือการตอบแทนบุญคุณได้เช่นกัน (สันทพจน์ สุขศรีเมือง, สัมภาษณ์ 10 ตุลาคม 2564)

2. กิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล

จากการศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศลพบว่า นักการเมืองเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของสโมสร รวมไปถึงการมีตัวแทนนักการเมืองท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมหรือการเปิดงานต่าง ๆ สำหรับการหาเสียง นักการเมืองสามารถใช้วิธีการใดก็ได้ในการแสดงออกทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทางสโมสรไม่มีแนวปฏิบัติที่เคร่งครัดในการป้องกันการใช้สโมสรเป็นที่หาเสียงของนักการเมือง กิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล พบว่า กิจกรรมที่นักการเมืองใช้ในการสร้างความนิยมเกิดขึ้นใน 2 ส่วน คือ

1. กิจกรรมเพื่อสังคม ที่เป็นภารกิจหลักขององค์กรการกุศลที่บริการชุมชนโดยนักการเมืองเน้นการให้เงินทุนและแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ใน 4 เรื่องหลัก คือ การพิทักษ์สายตา ด้านเยาวชน การบรรเทาทุกข์จากภัยพิบัติ และการสนองความต้องการของมนุษยชาติ

2. กิจกรรมร่วมกลุ่มของสมาชิก ได้แก่ การประชุมสามัญประจำปี (Regular Meeting) การประชุมคณะกรรมการบริหารสโมสร (Board Meeting) การประชุมพิเศษ (Special Meeting) การประชุมใหญ่ประจำปีของสโมสร กิจกรรมวันโลออนส์สากลบริการ(วันโลออนส์เดย์) การฉลองวันครบรอบการรับบัตรชาร์เตอร์ของสโมสร และการประชุมใหญ่ประจำปีโลออนส์สากล

สำหรับกลยุทธ์ของนักการเมืองที่ใช้ในการสร้างความนิยม พบว่า นักการเมืองใช้กลยุทธ์การสร้างความรู้จักให้ตนเอง และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผ่านทางกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางองค์กรการกุศลได้จัดขึ้น โดยมีบทบาทของความเป็นตัวแทนคือการเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ ซึ่งบทบาทของนักการเมืองจะเป็นกลไกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างอำนาจการต่อรอง โดยได้รับประโยชน์ในการเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรการกุศลที่มีเครือข่ายครอบคลุมทั่วประเทศทำให้ได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริงในการใช้วิธีต่าง ๆ โดยสามารถสร้างพื้นที่ในการเข้ามาทำกิจกรรมร่วมกับประชาชนเพื่อสร้างความนิยมผ่านองค์กรการกุศลรวมถึงการประกาศตัวในกิจกรรมงานต่าง ๆ ในฐานะของนักการเมืองในนามสมาชิก หรือผู้นำองค์กรการกุศล (วิทยา แก้วภราดัย, สัมภาษณ์ 27 กันยายน 2564)

โดยจะเห็นได้ว่าองค์กรการกุศลที่มีขนาดใหญ่ ที่มีเครือข่ายทั่วโลกอย่างสโมสรโลออนส์ มีการวางแผนโครงสร้างอย่างเป็นระบบ ซึ่งพูดได้ว่าเป็นการจำลองการเมือง ให้ได้เรียนรู้ถึงวิธีการหาเสียง การวางแผนกลยุทธ์ในการหาเสียง รวมไปถึงการวางแผนงานนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับการไว้วางใจจากสมาชิกในการเลือกตั้งเข้าสู่การเป็นผู้นำองค์กรได้ในอนาคต (ไชยา พรหมา, สัมภาษณ์ 22 สิงหาคม 2564)

3. แนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสมกับองค์กรการกุศล

จากบทบาทของนักการเมืองในการใช้อำนาจการกุศลในการสร้างความนิยม จะเห็นได้ว่าสโมสรเป็นจุดเริ่มต้นของผู้ที่มีความประสงค์ที่จะเล่นการเมือง แต่ต้องการหาฐานการสนับสนุน หรือองค์กรที่จะสร้างให้ตนเองกลายเป็นที่รู้จักของสังคม ด้วยสโมสรมีแนวทางการทำกิจกรรมที่ชัดเจน การบริหารสโมสร การจัดประชุมต่าง ๆ

ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นฐานในการทำงานในภาคของการเมือง นอกจากนี้ สำหรับผู้ที่ป็นนักการเมืองอยู่แล้วยังคงสามารถแยกแยะตำแหน่งของตน และตำแหน่งภายในสโมสได้อย่างชัดเจน (สุรภา ประยงค์ระวิกุล, สัมภาษณ์ 14 สิงหาคม 2564)

การที่นักการเมืองเข้าสู่องค์กรการกุศลไม่ว่าจะเป็นเพราะความต้องการเพื่อสร้างความนิยม หรือเป็นเพราะความต้องการช่วยเหลือประชาชน ยังคงถือเป็นข้อดีที่ได้ช่วยเหลือประชาชน เพราะนักการเมืองถือได้ว่าเป็นผู้ช่วยสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ให้สามารถลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งนี้ หากนักการเมืองมีความต้องการใช้องค์กรการกุศลเป็นฐานการสนับสนุนตนเอง แต่เนื่องด้วยสมาชิกของสโมสรไลออนส์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ทำให้เกิดการป้องกันบางส่วน ทำให้สโมสยังคงยืนหยัดในวัตถุประสงค์การดำเนินงานอยู่ได้ และแม้ว่านักการเมืองจะมีการใช้กิจกรรมของสโมสรเป็นฐานในการหาเสียงในรูปแบบของการแฝงการประชาสัมพันธ์ แต่ทั้งนี้ ก็ยังคงอยู่ในขอบเขตที่สมาชิกสามารถจัดการได้

ตามที่ Almond & Powell ได้กล่าวถึงกลุ่มผลประโยชน์ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันชั่วคราว โดยที่ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน

ประเภทที่ 2 กลุ่มผลประโยชน์ที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสมาคม กลุ่มผลประโยชน์นี้เกิดขึ้นจากการมีปัญหาร่วมกัน

ประเภทที่ 3 กลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสถาบัน

ประเภทที่ 4 เป็นกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปแบบของสมาคม

ซึ่งกิจกรรมการรวมกลุ่มที่อยู่ในรูปแบบของสมาคม หรืออาจเรียกได้ว่าสโมสร ถูกจัดอยู่ในประเภทที่ 4 คือ การรวมกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกัน ในรูปแบบของสมาคมโดยมุ่งผลประโยชน์ในการช่วยเหลือประชาชนเป็นหลัก ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าเมื่อเกิดกิจกรรมร่วมกันสิ่งที่ตามมาคือ นักการเมืองสามารถสื่อสารถึงประชาชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ในการให้ความช่วยเหลือประชาชน องค์กรสาธารณะ (Public Organization) เป็นองค์กรที่ส่งเสริมผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ หรืออาจเรียกว่าสโมสรถูกจัดเป็นกลุ่มที่มีใช้ภาครัฐ (นันทนา นันทวโรภาส, 2558 อ้างถึงในชินนิตร์ ม้าทอง, 2560) เป็นผู้สื่อสารออกไป ซึ่งสโมสรเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ย่อมส่งต่อถึงภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ดี สิ่งเหล่านี้เองที่เป็นจุดสร้างให้นักการเมืองสามารถสื่อสารถึงประชาชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางสโมสรได้จัดทำขึ้น

อภิปรายผล

1. บทบาทของนักการเมืองในการใช้องค์กรการกุศลในการสร้างความนิยม

จากการศึกษาบทบาทของนักการเมืองกับองค์กรการกุศลเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างต่างประเทศและในประเทศไทย พบว่า บทบาทของนักการเมืองกับองค์กร การกุศลมีรูปแบบการเข้ามามีส่วนรวมในกิจกรรมเหมือนกับประเทศไทย กล่าวคือ นักการเมืองคือภาคที่สามที่ให้การช่วยเหลือกิจกรรมของสโมสรเป็นไปอย่างราบรื่น รวมไปถึงบทบาทของการเป็นกลไกในการสร้างอำนาจการต่อรองกับภาครัฐ เรื่องที่ต้องการให้นำไปสู่การปฏิบัติได้ ทำให้นักการเมืองสามารถแสดงออกทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ และสโมสก็ไม่มีแนวปฏิบัติที่เคร่งครัดในการป้องกันการใช้สโมสรเป็นที่สร้างความนิยมของนักการเมือง เพราะถือได้ว่าเป็นภาคที่สามในการมี

ส่วนช่วยในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการหาสถานที่เพื่อการดำเนินกิจกรรม การช่วยประชาสัมพันธ์กิจกรรม ในฐานะของความเป็นตัวแทน (Representation) คือ การเป็นผู้ประสานงานระหว่างประชาชนกับภาครัฐ โดยการสร้างพื้นที่ส่วนร่วมที่เชื่อมต่อระหว่างประชาชนและภาครัฐ ซึ่งระบบการเป็นตัวแทนนี้ถือเป็นสมดุของการเมืองเพื่อที่จะช่วยในการต่อรองเจรจาตามความต้องการของประชาชน หรือกลุ่มผลประโยชน์ สอดคล้องกับ ดำรงค์ศักดิ์ จันทพิชัย (2563) ในเชิงการทำงานในลักษณะเครือข่าย (Networking) หรือในเชิงพันธมิตร ในแง่เนื่องการภาคประชาสังคมในความหมายที่กว้างเป็นความร่วมมือของพหุภาคี (Pluralism) ซึ่งกลุ่มผลประโยชน์ตามทฤษฎีของ Almond & Powell (1980) ประเภทกลุ่มผลประโยชน์ที่มีการรวมตัวกันในรูปของสมาคม กลุ่มผลประโยชน์ประเภทนี้โดยทั่วไปจะได้รับการยอมรับอย่างสูง (จุฬพล หนีพานิช, 2552) และขนาดของกลุ่ม โดยกลุ่มมีจำนวนสมาชิกมากจะมีโอกาสในการประสบความสำเร็จในการสร้างอิทธิพลมากกว่ากลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกน้อย (จักษ์ พันธุ์ชูเพชร, 2548) รุ่งเกียรติ เอื้อยสุขสันต์ (2550) ได้กล่าวถึง รูปแบบการสร้างฐานคะแนนเสียงของพรรคประชาธิปัตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมี 2 รูปแบบ คือ 1) การสร้างฐานคะแนนเสียงโดยอาศัยความเป็นพรรคการเมือง 2) การสร้างฐานคะแนนเสียงโดยอาศัยตัวบุคคล ประกอบไปด้วยคุณสมบัติและบุคลิกภาพส่วนตัว ความใกล้ชิด การเข้าถึงประชาชนรวมถึงการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านต่าง ๆ

2. ผลการศึกษากิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์กรการกุศล

กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นกิจกรรมที่นักการเมืองที่ไม่เป็นสมาชิก และที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมเพื่อส่งเสริมความเป็นที่นิยม เพราะกิจกรรมเป็นรูปแบบการพบปะประชาชน และการมอบสิ่งของให้ความช่วยเหลือสำหรับกิจกรรมการรวมกลุ่มของสมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นนักการเมืองที่เป็นสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรม หรือผู้ที่ต้องการเป็นนักการเมืองในอนาคตเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสร้างฐานเสียงให้ผู้ที่อยู่ในสมาคมได้รู้จักตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล ใจจริง (2561) นักการเมืองถือเป็นตัวแทนของประชาชนที่เข้าไปมีบทบาทในการทำงานแทนประชาชน ซึ่งการจะเข้าไปเป็นตัวแทนได้นั้นจะผ่านการเลือกจากประชาชน ซึ่งวัลลภ รัฐนัตรานนท์ และณพพล อัครชาติ (2558) ได้กล่าวถึง กลวิธีการหาเสียงในการเลือกตั้งของนักการเมืองมีหลายรูปแบบ ได้แก่ การปราศรัย การใช้รถยนต์ติดเครื่องขยายเสียง ประชาสัมพันธ์ การให้เงินซื้อเสียง การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม และ สอดคล้องกับจุฬพล หนีพานิช (2552) ทำให้นักการเมืองจำเป็นต้องแสวงหาอำนาจและใช้อำนาจของบุคคล/กลุ่มบุคคลเพื่อผลประโยชน์ องค์กรการกุศลเป็นหน่วยงานที่มีคนร่วมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือสังคม สอดคล้องกับความต้องการของนักการเมืองที่ต้องการเพิ่มคะแนนเสียงให้กับตนเองในฐานะผู้ช่วยเหลือสังคม และสอดคล้องกับทฤษฎีของกลุ่มผลประโยชน์ตามทฤษฎีของ Almond & Powell (1980)

3. ข้อเสนอแนะแนวทางในการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม

ในการกำหนดแนวทางจากผลการดำเนินการวิจัยได้วางแนวทางไว้ 3 แนวทางคือ 1) การวางนโยบายเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ โดยวิธีการจัดประชุมเพื่อให้เป็นนโยบายกลางในการกำกับดูแล เพื่อไม่ให้นักการเมืองนำองค์กรการกุศลใช้เป็นฐานเสียง 2) การวางระเบียบในการลงพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางให้กับสโมสรในการลงพื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัด และ 3) การทำกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสโมสร และสมาชิกในสโมสร จะเห็นได้ว่าข้อเสนอแนะหลักของการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองเกิดขึ้นจากการ

กำหนดการจัดการองค์กรของทางสโมสร์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Max Weber ได้วางระบบราชการในอุดมคติจะประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ 7 ประการ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉวีรัฐสุดา ชัยโณม และคณะ, 2564) 1) หลักลำดับชั้น (Heirachy) หลักการนี้ มีเป้าหมายที่จะทำให้องค์กรต้องอยู่ภายใต้การควบคุม โดยเชื่อว่าการบริหารที่มีลำดับชั้นจะทำให้ระบบการสั่งการและการควบคุมมีความรัดกุม ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพการบริหารที่เน้นกฎเกณฑ์และขั้นตอนมีความเหมาะสม 2) หลักความสำนึกแห่งความรับผิดชอบ (Responsibility) เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีความสำนึกแห่งความรับผิดชอบต่อการทำงานของตน 3) หลักแห่งความสมเหตุสมผล (Rationality) การดำเนินงานให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ คือ มีการกำหนดระเบียบวิธีปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจนในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อให้งานสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ 4) หลักการมุ่งสู่ผลสำเร็จ (achievement orientation) โดยยึดถือหลักประสิทธิภาพหรือหลักประหยัด การบริหารจะได้รับประสิทธิผลสูงสุดต่อเมื่อมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะงานสถานที่ช่วงเวลา สภาพแวดล้อม ในทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเป้าหมายหรือผลสำเร็จที่ต้องการ 5) หลักการทำให้เกิดความแตกต่างหรือมีความชำนาญเฉพาะด้าน (Specialization) มีการแบ่งงาน และจัดแผนงาน หรือจัดส่วนงานขึ้นมา เพราะภารกิจงานขององค์การขนาดใหญ่มีจำนวนมากจึงต้องมีการแบ่งงานที่ต้องทำออกเป็น ส่วน ๆ เช่น จัดส่วนงาน 6) หลักระเบียบวินัย (discipline) ต้องมีการกำหนดระเบียบ วินัย และบทลงโทษ ขึ้นมาเพื่อเป็นกลไกการควบคุมความประพฤติของผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์การ และ 7) หลักความเป็นวิชาชีพ (Professionalization) ผู้ปฏิบัติงานในองค์การราชการ ถือเป็นอาชีพอย่างหนึ่ง และต้องปฏิบัติงานเต็มเวลา ซึ่งผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนตัวบทกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในภาระหน้าที่ของตนด้วย สาเหตุที่ระบบราชการประสบความสำเร็จ (Weber, 1977 อ้างถึงใน ฉวีรัฐสุดา ชัยโณม และคณะ, 2564) และยังคงสอดคล้องกับ ดำรงศักดิ์ จันทิพย์ (2563) การสร้างความตระหนักรู้ให้กับสมาชิก และสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อป้องกันการใช้อำนาจการกุศลเป็นที่สร้างความนิยมให้กับนักการเมือง ซึ่งการรวมตัวรวมกลุ่มของประชาสังคมจะบรรลุความสำเร็จในเป้าประสงค์ร่วมกัน และเมื่อเกิดการรวมตัวรวมกลุ่มเป็นองค์กรภาคประชาสังคม ย่อมนำมาซึ่งความหลากหลาย ดังนั้นการเมืองการปกครองในภาคประชาสังคมที่แตกต่างกัน ย่อมมีที่มาที่แตกต่างกันด้วย เหตุนี้ลักษณะขององค์กรภาคประชาสังคมที่ปรากฏอยู่ การที่ผู้คนในสังคม เห็นวิกฤตการณ์ หรือสภาพปัญหาในสังคมที่สลับซับซ้อนยากแก่การแก้ไข มีวัตถุประสงค์ร่วมกันซึ่งนำไปสู่การก่อจิตสำนึก (Civic Consciousness) ร่วมกัน มารวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือองค์กรพลเรือน (Civic Group) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน (Partnership) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหาหรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในการสร้างข้อบังคับ กำหนดบทลงโทษ ให้เกิดมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ เน้นความเป็นมืออาชีพ ของสมาชิกโดยมีการควบคุมกิจกรรมทางการเมืองให้อยู่ในทิศทางที่เหมาะสม ซึ่งความสำเร็จของวัตถุประสงค์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ การที่สมาชิกมีจิตสำนึกที่ดี ร่วมมือกันต่อต้านผู้ที่ตั้งใจทำผิดกฎขององค์กรการกุศล ร่วมกันสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความเป็นมืออาชีพ รวมถึงการผลักดันคนเหล่านั้นให้หลุดออกจากการเป็นสมาชิก เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำองค์กรการกุศลไปใช้เป็นที่สร้างความนิยมของนักการเมือง

สรุปการวิจัย

ดัชนีนิพนธ์เรื่อง การใช้องค์การการกุศลในการสร้างความนิยมนักการเมือง ในครั้งนี้ทำให้เห็นถึงบทบาทของนักการเมืองที่ใช้องค์การการกุศลสร้างความนิยมจากการเก็บข้อมูลจากในประเทศและต่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของนักการเมืองที่มีอิสระที่ใช้เวทีต่าง ๆ ในการหาเสียง หากมองในมุมขององค์การการกุศล เองนักการเมืองถือเป็นภาคีที่สามที่จะช่วยเหลือกิจกรรมขององค์กรให้สำเร็จลุล่วง รวมไปถึงการเป็นคนกลางที่จะช่วยผลักดันความต้องการนโยบายของภาครัฐ โดยกิจกรรมที่นักการเมืองใช้สร้างความนิยมจากองค์การการกุศล จะถูกแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ 1) กิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรได้จัดทำขึ้น และ 2) การเป็นตัวแทนต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้ว่าเขต หรือผู้บริหารของสโมสร ในส่วนนี้ถือได้ว่าเป็นสถานที่จำลองการเมืองขนาดเล็ก ที่ทำให้ผู้ที่ต้องการเป็นนักการเมืองได้วางฐานเสียงไว้ ซึ่งแนวทางในการควบคุมกิจกรรมภายในสโมสรควรต้องมีการกำกับดูแลผ่านการวางระเบียบภายใน การส่งเสริมให้สมาชิกได้รับรู้และเกิดการควบคุมภายในของสมาชิก รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ภายในระหว่างสมาชิกเพื่อร่วมกันป้องกันไม่ให้ผู้ที่ต้องการใช้สโมสรเป็นฐานสร้างความนิยม

ข้อเสนอแนะ

1. องค์การการกุศลควรมีการวางนโยบายที่ทำให้เกิดความเป็นกลาง
2. องค์การการกุศลควรกำหนดกฎหมายเพื่อป้องกันการใช้ประโยชน์จากองค์การการกุศลในช่วงที่มีการเลือกตั้ง
3. องค์การการกุศลควรสร้างให้สมาชิกในองค์การการกุศลมีความเป็นหนึ่งเดียวกันเพื่อร่วมกันปกป้องและไม่ยินยอมในการให้นักการเมืองใช้เพื่อสร้างฐานเสียงของตนเองถือเป็นส่วนสำคัญในการใช้องค์การการกุศลในการสร้างความนิยมนักการเมือง

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2561). รายชื่อมูลนิธิ สมาคม สถานสาธารณกุศล. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561, จาก <http://www.rd.go.th/publish/29157.0.html>
- กรมสรรพากร. (2565). ประกาศกระทรวงการคลัง ว่าด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม (ฉบับที่ 531). ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.rd.go.th/46844.html>
- เกษม แก้วสนั่น และเพ็ญศรี ฉิรินัง. (2564). การจัดการองค์กรไปสู่ความสำเร็จ. วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์, 6(4), 88-108.
- จักษ์ พันธุ์เพชร. (2548). รัฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพฯ: บริษัท เคล็ดไทย จำกัด
- จุมพล หนิมพานิช. (2552). กลุ่มผลประโยชน์กับการเมืองไทยแนวเก่า แนวใหม่และกรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทรัฐดา ชัยโสม, จักรี ศรีจารุเมธิญาณ และชุลีพร นาหัวนิล. (2564). ระบบการบริหารราชการไทย. วารสารพุทธมคค์ ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม, 6(1), 241-247.

- ณัฐพล ใจจริง. (2561). *นักการเมืองท้องถิ่น*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title>
- ดำรงศักดิ์ จันทโพธิ์. (2563). การจัดการสาธารณะเชิงความร่วมมือโดยภาคีที่สาม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(1), 434-452.
- ธร ปิติตล. (2562). *หลากหลายคำถามเรื่องประชาสังคม (1): ปัญหาของแนวคิด*. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2563, จาก <https://www.the101.world/arguments-of-civil-society-1/>
- ประภาส ปิ่นตบแต่ง. (2558). กรอบการวิเคราะห์การเมืองแบบกลุ่มผลประโยชน์: พัฒนาการ ข้อถกเถียง และสถานภาพการศึกษาวิจัย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 41(2), 1-18.
- พระครูปลัดวัชรพงษ์ วชิรปัญญา. (2564). *การสร้างภาพลักษณ์ทางจริยธรรมของนักการเมืองไทยยุคใหม่*. ประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 7 “วิถีพุทธ วิถีชุมชน รากฐานชีวิตศาสน์เชิงสังคมล้านนาในสังคมวิถีใหม่” วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ณ วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, หน้า 717 – 727.
- พระศิลาศักดิ์ สุเมธ (บุญทอง) และบุญฤทธิ์ เพ็ชรวิเศษ. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการกล่อมเกลากองการเมืองกับวัฒนธรรมทางการเมือง. *วารสารปัญญาปณิธาน*, 4(1), 33-49.
- มะลิ ทิพย์ประจง และนิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต. (2562). อำนาจผลประโยชน์ทางการเมือง. *วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์*, 2(2), 16-32.
- เมน สแตนดี. (2563). *ทำไม ประธานสโมสร จึงเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของทีมฟุตบอลเมืองไทย?*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.blockdit.com/posts/5e7c4773f6a02a0cabf823cd>
- รุ่งเกียรติ เอี้ยวสุขสันต์. (2550). *การสร้างฐานคะแนนเสียงของพรรคการเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีพรรคประชาธิปัตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัลลภ รัฐนัตรานนท์ และนพพล อัครชาติ. (2558). การศึกษาการเมืองถิ่นและนักการเมือง-ถิ่นจังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 2(1), 23-48.
- ศตพล วรปัญญาตระกูล. (2554). *วัฒนธรรมทางการเมือง: รูปแบบที่เหมาะสมในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างการรวมกลุ่มและบทบาททางการเมืองของสมาชิก-ผู้แทนราษฎร* (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- सानนท์ ด้านภักดี และคณะ. (2561). พรรคการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 7(2), 377-392.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2562). *บทบาทและหน้าที่ของพรรคการเมือง*. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2562, จาก <http://kanchanapisek.or.th/>
- อริสา เหล่าวิชา, (2556). *ภาพลักษณ์นักการเมือง*. *วารสารนักบริหาร*, 33(2), 57-62.
- อรุณี สันติวิทย์. (2560). *ฐานปรัชญาของระบบราชการในอุดมคติ*. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(2), 679-688.
- Almond, G. A., & Verba, S. (1965). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Boston: Little, Brown and Company.

Almond, G. A., & Powell, G. B. (1980). *Comparative politics today: A world view*. Boston: Little, Brown.

Lions Club. (2013). ประวัติสโมสรไลออนส์. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก <http://lions-goodmantown.org/index.php/category/2-2013-10-12-04-40-42>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Factors Influencing the Decision to Shop through Social Media
of Suan Sunandha Rajabhat University Students

เบญจวรรณ ยศระวาส¹ และ ดวงสมร รุ่งสวรค์โพธิ์²

Duangkamon Ponsiripat¹ and Duangsamorn Rungsawanpho²

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2}

Suansunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2}

E-mail: benjawan.yo@ssru.ac.th¹

Received: October 12, 2022

Revised: December 16, 2022

Accepted: December 17, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6P's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรของ Taro Yamane's เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-Test One-Way Anova และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอย ผลการศึกษาพบว่า 1) ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 1-2 ครั้ง/เดือน ความรู้เกี่ยวกับการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางออนไลน์ที่เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ อันดับแรก และเหตุผลที่ซื้อสินค้าที่ซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เลือกกระบวนการซื้อสินค้าง่าย และสะดวก 2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) ของธุรกิจการขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านคุณภาพของการใช้บริการของเว็บไซต์ อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ รองลงมาอยู่ในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบ และปัจจัยด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์, สื่อสังคมออนไลน์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

This research aims to study 1) the different demographic factors that influence purchasing decisions via social media of Suan Sunandha Rajabhat University students and 2) the 6P market factors that influence purchasing decisions through social media of Suan Sunandha Rajabhat University students. Collect data from a sample of 400 people, collect data using questionnaires. Analyze data using statistics, percentages, averages, standard deviations, T-Test One-Way Anova, and inferred statistics by analyzing regression equations. The results showed how often we used the Internet to make purchases via social media. We found that 1) the sample was mainly 1-2 times/month. Knowledge of shopping via social media we found that most of the models had a high level of understanding of buying goods via social media. A device used to access the Internet to make purchases through social media. Most use mobile phones and smartphones to shop through social media. Online shopping channels found that, first and foremost, the reasons for buying products purchased through social media. Most of them choose the easy and convenient purchasing process. 2) The marketing mix factors (6P's) of the business of selling products via social media are at the highest level, including marketing promotion factors. We found the quality of web service factors to be the highest, including efficiency, system availability, and responsiveness.

Keywords: Making Online Shopping Decisions, Social Media, Suan Sunandha Rajabhat University

บทนำ

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัล (Digital Society) อย่างเต็มตัว ยุคที่ทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดด คนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้นและมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ซึ่งอินเทอร์เน็ต หรือสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก และเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ซึ่ง Social Media หรือ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั่นคือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกสามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ ซึ่งอินเทอร์เน็ต หรือสังคมออนไลน์ (Social Network) ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันนั้น เนื่องจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยีและอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสาร รวมถึงระบบเครือข่ายสัญญาณต่างๆ ทำให้การติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นอย่างมาก การใช้อินเทอร์เน็ตมีความหลากหลายแตกต่างกันไป เช่น ติดตามข่าวสาร ค้นหาข้อมูล รับส่งข้อมูล เล่นเกม และที่น่าสนใจคือการนำเอาอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ โดยอาศัยรูปแบบการบริการ เรียกว่า “บริการ เครือข่ายสังคม หรือ Social Networking Service (SNS)” โดยเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ตที่ใช้เขียนและอธิบายความสนใจและ

กิจกรรมที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น รวมทั้งข้อมูลส่วนตัว บทความรูปภาพผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น และเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่นๆ รวมไปถึงเป็น แหล่งข้อมูลจำนวนมากมหาศาลที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล (Cheung, Chiu & Lee, 2011) จากสถิติพบว่าปัจจุบันมีคนกว่า 100 ล้าน คนทั่วโลกที่ติดต่อกันผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์ ซึ่งแต่ละคนสามารถที่จะสร้าง Profile ของตนเองและสามารถเชื่อมต่อกับ Profile ของบุคคลอื่น เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันได้

ไลฟ์สไตล์ของคนไทยในปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันมากขึ้นทั้งการเข้าใช้บริการออนไลน์ ของภาคเอกชน เช่น Social Media, เรียนออนไลน์, ดูหนัง/ฟังเพลงออนไลน์, สั่งอาหารออนไลน์, ซื้อสินค้า ออนไลน์ ฯลฯ และบริการออนไลน์ของภาครัฐ เช่น จ่ายภาษีออนไลน์, จองคิวหนังสือเดินทางออนไลน์ ฯลฯ ซึ่งการบริการทางออนไลน์เป็นประโยชน์กับทั้งผู้ให้บริการที่ช่วยลดต้นทุนด้านคนและการจัดการ สามารถเก็บ ข้อมูลจากธุรกรรมออนไลน์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้ตอบสนองความต้องการ ของผู้ใช้บริการต่อไป ในขณะที่ผู้ใช้บริการยังได้รับความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ ในการใช้บริการที่ดีและเพิ่มช่องทางการใช้บริการมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจุบันอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีมากมายหลายรูปแบบ เช่น โทรศัพท์มือถือ โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ อีกทั้งราคายังมีแนวโน้มถูกลง ประกอบกับ โปรโมชันอินเทอร์เน็ตยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จึงทำให้ประชาชน สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวัยรุ่นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะวัยรุ่นมีอุปนิสัยชอบทดลอง ค้นหาสิ่งใหม่ๆ มีความทันสมัยอยู่เสมอรวมถึงเป็นกลุ่มที่อยู่ในตลาดของสินค้าที่ ยาวนานที่สุด (วีรณัฐ ราชระยับ, 2556) โดยเฉพาะในวัยรุ่นที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็น กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อการค้นหาข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ จึงมีโอกาที่จะ ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้กลุ่มนักศึกษาสามารถซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าด้วย ตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งในการศึกษารั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าผ่านทางสื่อ สังคมออนไลน์ หรือผู้ที่สนใจธุรกิจประเภทนี้ได้ทราบว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทาง สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้เข้าใจถึงแนวโน้มความต้องการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ปรับปรุงแก้ไขปัญหา และพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคม ออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อ สังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6P's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการสนับสนุนกรอบแนวคิดในการวิจัย ทั้งตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ที่ได้ศึกษาตามกรอบแนวคิดของการวิจัยผู้วิจัยได้มีการนำเสนอแนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ มีความสำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างมาก เพราะสิ่งเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการในตัวสินค้า การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ก็จะทำให้เกิดตลาดใหม่ๆ ขึ้นมาและทำให้ตลาดอันดับไป หรือลดความสำคัญลงได้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่ได้รับความนิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) 1. เพศ (Sex) 2. อายุ (Age) 3. สถานภาพครอบครัว (Marital Status) 4. รายได้ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ดังนั้นจึงเป็นตัวแปรที่น่าสนใจในการนำมาศึกษา ซึ่งผู้วิจัยเลือกจะศึกษาตัวแปรประชากรศาสตร์ด้านเพศ (Sex) อายุ (Age) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) ระดับชั้นปีการศึกษา (Academic year) คณะที่ศึกษา (Faculty) เพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคอันจะนำไปสู่ความพึงพอใจตามความต้องการ ตามความคิดและตามจิตและตามประสบการณ์ของผู้บริโภค การศึกษาผู้บริโภคจะก่อให้เกิดแนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจัดจำหน่ายข้อมูลข่าวสาร และส่วนประสมการตลาดอื่นๆ ที่เหมาะสมและถูกต้องโดยสามารถแสดงรูปแบบพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคได้ (Kotler, 2013) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ในตลาดปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคเป็นใหญ่ และมีความสำคัญที่สุดของนักธุรกิจ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารการตลาด การตัดสินใจซื้อ ฯลฯ จะช่วยให้ผู้บริหารทนายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคนั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคนำมาตัดสินใจซื้อคืออะไร รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด (ราช ศิริวัฒน์, 2560) ซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

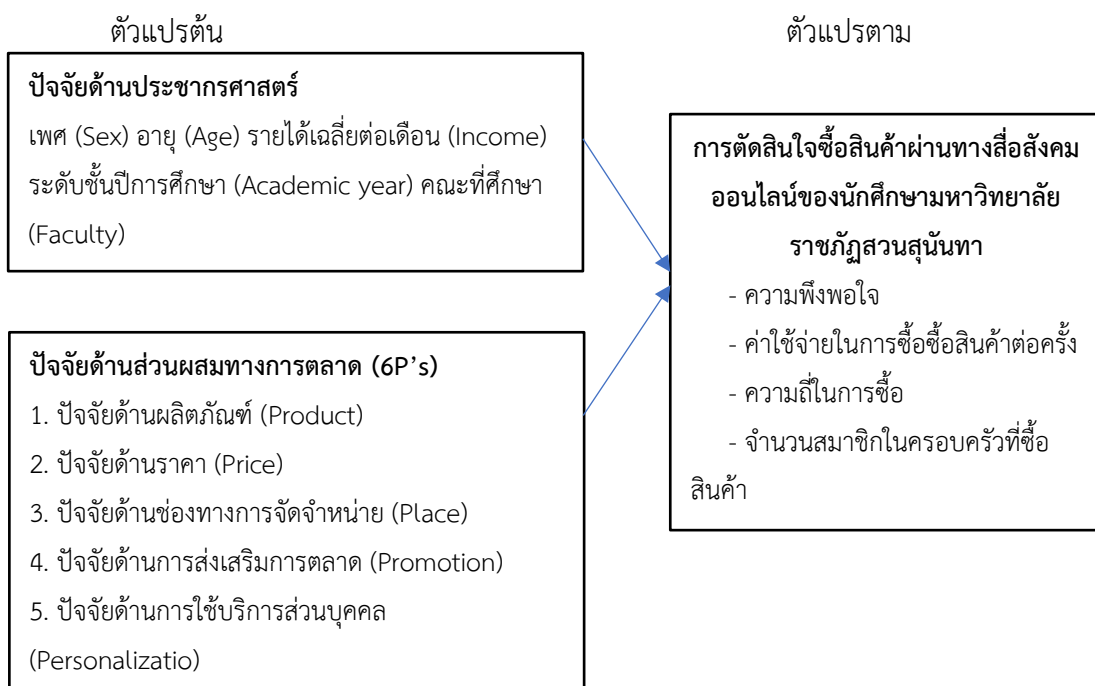
(Analyzing Consumer Behavior) ยังเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้าหรือ บริการ คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจับกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6 Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 6P's

ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดออนไลน์ เป็นองค์ประกอบทางการตลาดแบบใหม่ ที่ประยุกต์ใช้ องค์ประกอบการตลาดดั้งเดิม (4P's) ร่วมกับความสามารถพิเศษของเทคโนโลยี ที่เพิ่มด้านการให้บริการแบบ เจาะจงและรักษาความเป็นส่วนตัว ทำให้เกิดองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ (6P's) โดยส่วนผสมทางการตลาด ออนไลน์ทุกปัจจัยมีความเกี่ยวเนื่องกัน และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินการตลาดออนไลน์ (ธิดา ศรีบุญนาท และคณะ, 2562) ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดออนไลน์ 6P's ของ E-Commerce มีรายละเอียดที่แตกต่างจากการทำตลาดแบบ Offline Marketing โดยมีรายละเอียด (สุณิสา ตรงจิตร, 2559) ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) แบ่งได้เป็น 2 ประเภท 1.1) สินค้าดิจิทัล (Digital Product) เช่น ซอฟต์แวร์ เพลง หนังสือดิจิทัล ซึ่งส่งสินค้าได้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต 1.2) สินค้าที่ไม่ใช่ดิจิทัล (Physical Product) เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ ซึ่งต้องมีการจัดส่งผ่านช่องทางการขนส่งให้ถึงมือผู้ซื้อการค้าทางออนไลน์ ลูกค้าไม่สามารถ จับต้องเลือกสินค้าได้ก่อนจะได้แต่เพียงแค่อารมณ์และคำบรรยาย ซึ่งต้องให้ภาพที่ชัดเจนและรายละเอียดของสินค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจให้มากที่สุด แต่ต้องไม่เกินความจริง รูปภาพชัดเจน ไม่มัว มีคำวางตำแหน่งภาพ สมดุล มีทั้งขนาด Preview และ Full หากเป็นสินค้าบริการต้องให้เห็นส่วนสำคัญของการบริการที่มีระดับ มีคุณภาพ บรรยายภาพที่ดีการเขียนข้อความบรรยายต้องเขียนให้กระชับได้ใจความและเชิญชวน 2) ด้านราคา (Price) การวางขายสินค้าออนไลน์จะมีราคาถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับสินค้า ซึ่งเมื่อนำมารวมกับค่าขนส่งแล้ว ถ้ามี ราคาเพิ่มมากขึ้นอาจจะทำให้ความน่าสนใจลดลงหรือลูกค้าเปลี่ยนใจได้อาจใช้วิธีปรับราคาให้ต่ำ เมื่อรวมค่าขนส่ง แล้วยังคงต่ำกว่าหรือเท่ากับตลาด หากไม่สามารถปรับเรื่องราคาให้เน้นความสะดวกจากการสั่งซื้อ การส่งเสริมการขาย หากราคาที่ยังไม่รวมค่าขนส่งต้องบอกให้ลูกค้าทราบว่ายังไม่ได้รวมค่าจัดส่งและให้ข้อมูลด้านการจัดส่ง ด้วย 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การนำเสนอเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้สนใจเข้าชมและเลือกใช้บริการ ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ในประเทศและต่างประเทศ Search Engine 4) ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion) การส่งเสริมการขาย เป็นหลักการสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดการติดตาม อย่างต่อเนื่องและสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอมีการเปลี่ยนแปลงเป็นประจำทำให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อให้สิทธิ แก่สมาชิก หรือลูกค้าประจำ 5) ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) การให้บริการส่วนบุคคล เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเว็บไซต์กับลูกค้าที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก การทักทาย การให้ความรู้สึก และให้การปฏิบัติที่ดี 6) ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) สิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด คือ การรักษาความเป็นส่วนตัว จึงเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องยึดมั่น เป็นจรรยาบรรณต่อลูกค้าให้มีการปฏิบัติตามประกาศ นโยบายรักษาความเป็นส่วนตัวที่ให้อำนาจให้ลูกค้าเป็นผู้เข้าถึงและสามารถแก้ไขได้เพียงผู้เดียวตรวจสอบข้อมูล ส่วนตัวของลูกค้าจากสถาบัน หน่วยงานที่ไว้วางใจและเชื่อถือได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีการศึกษา 2562 ภาคเรียนที่ 1 จำนวน 23,580 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากรของ Taro Yamane และกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 (Yamane, 1973)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อคำถามด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับชั้นปีการศึกษา และคณะที่ศึกษา ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางออนไลน์ที่เลือกซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ลักษณะของแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิด วิธีการ Check List ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) และความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (6Ps) ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านคุณภาพของการใช้บริการของเว็บไซต์ (Quality of Web Service) ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ปัจจัยด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ปัจจัยด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ปัจจัยด้านความสามารถในการหาสิ่งทดแทนเมื่อเกิดความผิดพลาดในการจัดส่งสินค้า (Compensation) และปัจจัยด้านการติดต่อ (Contact)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการวิจัย ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทำการเก็บรวบรวมดังนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ตำรา บทความ ที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) การออกแบบ แบบสอบถาม ตลอดจนการเขียนรายงานผลการวิจัย

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยจะแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จากนั้นทำการลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า และนำไปประมวลผลข้อมูลโดยจะนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statics Analysis) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ประกอบด้วย T-Test และ One-Way Anova เพื่ออธิบายความแตกต่างของแต่ละปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ไพศาล วรคำ, 2558) สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Multiple Regression) เพื่อค้นหาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลการวิจัย

1. ความถี่ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 1-2 ครั้ง/เดือน ความรู้เกี่ยวกับการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ในระดับมาก อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางออนไลน์ที่เลือกซื้อสินค้าออนไลน์พบว่าอันดับแรก และเหตุผลที่ซื้อสินค้าที่ซื้อผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เลือกกระบวนการซื้อสินค้าง่าย และสะดวก

2. ข้อมูลเกี่ยวกับคะแนนระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (6P,s) ของธุรกิจการขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์, ปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการของเว็บไซต์ (Quality of Web Service) และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) และความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

2.1 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด (6P's) ของธุรกิจการขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) ของธุรกิจการขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)

2.2 ปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการของเว็บไซต์ (Quality of Web Service)

ปัจจัยด้านคุณภาพของการให้บริการของเว็บไซต์ (Quality of web service) พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของระบบ (System Availability) และปัจจัยด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) ตามลำดับ

2.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) และความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty)

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ (Brand Awareness) พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่กลุ่มตัวอย่างรู้จักตราสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์นี้เหนือตราสินค้าอื่น และปัจจัยด้านความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ยังคงซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

2.4 การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่าอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งต่อคนที่ซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าส่วนใหญ่น้อยกว่า 500 บาท ความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่าส่วนใหญ่ 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบน้อยกว่า 1 คน

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยด้านเพศกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่า เพศต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ การซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้ทุกเพศไม่ว่าจะ

เป็นเพศชายหรือเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับกัลยา โททองหลวง และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครราชสีมา พบว่า เพศต่างกันมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าไม่ว่าเพศใดๆ ก็สามารถที่จะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ จึงทำให้เพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยด้านอายุกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่า อายุต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ การซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้ทุกช่วงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับกัลยา โททองหลวง และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการศึกษาซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า อายุต่างกันมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าไม่ว่าอายุต่างกัน ก็สามารถที่จะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ จึงทำให้อายุที่ต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ การซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้ทุกระดับรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับกัลยา โททองหลวง และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการศึกษาซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าไม่ว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ก็สามารถที่จะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้ จึงทำให้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ปัจจัยด้านระดับชั้นปีการศึกษากับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่าระดับชั้นปี การศึกษาต่างกันที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับชั้นปีการศึกษาที่ต่างกัน มีความคิด แนวทางการตัดสินใจ แนวทางการดำเนินชีวิต และความคาดหวัง แตกต่างกันไป

ปัจจัยด้านคณะที่ศึกษากับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์พบว่าคณะที่ศึกษาต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ การซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำได้ทุกคณะเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าคณะที่ศึกษาที่แตกต่างกัน สามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ได้

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) ของธุรกิจการขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) ของธุรกิจการขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เลือกซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับสุณิสรา ตรงจิตต์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) และวิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าส่วนประสมทางการตลาด (6P's) สร้างความพึงพอใจและความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (6P's) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อธุรกิจของท่านโดยสินค้าในสื่อสังคมออนไลน์มีการให้ข้อมูลสินค้าอย่างละเอียดครบถ้วน ราคาที่ซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีราคาไม่แพงกว่าการซื้อผ่านวิธีการอื่น ขั้นตอนการซื้อสินค้าตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการต้องมีความสะดวก รวดเร็ว เจ้าของผู้ประกอบการสินค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ควรมอบส่วนลดพิเศษในวันพิเศษ หรือเทศกาลต่าง ๆ มีเงื่อนไขคุ้มครองส่วนลดมีความเหมาะสมใช้งานได้จริง และมีการชี้แจงนโยบายความเป็นส่วนตัวอย่างชัดเจน เป็นต้น เพื่อให้ธุรกิจของผู้ประกอบการประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

ด้านคุณภาพของการให้บริการของเว็บไซต์ (Quality of web service) นับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการบริการบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบการควรวางแผนผังบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าใจง่ายมีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ละเอียดแยกประเภท เพื่อที่จะให้ผู้ใช้บริการที่ซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่สับสนและเกิดความยุ่งยากในการใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

เพิ่มเครื่องมือในการทำการวิจัย เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกข้อมูล เป็นต้น โดยสุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนข้อมูลด้านประชากรที่แตกต่างกัน เพื่อเข้าถึงความต้องการ ความคาดหวังจากความรู้สึก ความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา โตทองหลวง และคณะ. (2561). การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2562, 220-231. วิทยาลัยนครราชสีมา.
- ธิดา ศรีบุญนา และคณะ (2562). ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเกาหลีผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์. วารสารบริหารธุรกิจและสังคม มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2(3), 88-100.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 13 มิถุนายน 2563, จาก <https://doctemple.wordpress.com>
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรณัฐ รายระยับ. (2556). พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านอินเทอร์เน็ตในกลุ่มวัยรุ่น (วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.). (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. ค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-behavior-2019-press-release.html>



- สุณิสา ตรงจิตร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P. Y., & Lee, M. K. O. (2011). Online Social Networks : Why do Students Use Facebook. *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1137-1343.
- Kotler, Philip. (2013). *Marketing Management (The Millennium edition)*. Upper Saddle River, NJ : Person Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis. Trierd edition*. New York: Harper and Row Publication.

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์
ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
Relationship between Financial Ratios Dividend Payment Policy and Securities
Prices of Service Industry Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand

เจนจิรา จันทรทอง¹ และ พรรณทิพย์ อย่างกลั่น²
Jenjira Chanthong¹ and Phanthip Yangklan²

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม¹
School of Accountancy, Sripatum University, Thailand ^{1,2}
E-mail: Jenjira130@hotmail.com¹

Received: August 2, 2022

Revised: December 19, 2022

Accepted: December 21, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี 2560-2564 รวมระยะเวลา 5 ปี จำนวน 75 บริษัท โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวมทั้งสิ้น 375 ข้อมูล ที่มาจากการเลือกแบบเจาะจง โดยอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ และนโยบายการจ่ายเงินปันผล ประกอบด้วย อัตราเงินปันผลต่อหุ้น อัตราการจ่ายเงินปันผล โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 2) อัตรากำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: อัตราส่วนทางการเงิน, นโยบายการจ่ายเงินปันผล, อุตสาหกรรมบริการ, ราคาหลักทรัพย์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the relationship between financial ratios and securities prices of companies in the service industry listed on the Stock Exchange of Thailand

and 2) to study the relationship between dividend payment policy and stock prices of industrial companies. Services listed on the Stock Exchange of Thailand. It is quantitative research. The sample group includes Service industry companies listed on the Stock Exchange of Thailand during the year 2017-2021, totaling five years, totaling 75 companies. The data used in the study consisted of 375 data from specific selections. The financial ratios used in the study consisted of working capital ratios. Return on Assets, Return on Equity, Earning per share ratio, Gross margin, Operating profit margin, net profit margin, and dividend payment policy consisting of dividend yield and dividend payout ratio. Descriptive statistics were used to analyze the data to describe the general nature of the data: correlation coefficient analysis and multiple regression analysis in hypothesis testing. The results showed that 1) the earnings per share ratio was significantly positively correlated with the stock price at 0.01 level and 2) the gross margin was significantly positively correlated with the stock price at 0.05 levels.

Keywords: Financial Ratios, Dividend Policy, Service Industry, Stock Prices

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งระดมเงินทุนที่มีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมของประเทศ รวมถึงยังเป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์ ตลอดจนการควบคุมการซื้อขายหลักทรัพย์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยุติธรรม การจดทะเบียน การให้บริการและพัฒนาระบบต่าง ๆ เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในการซื้อขายหลักทรัพย์ รวมถึงทำหน้าที่เป็นสำนักหักบัญชี (Clearing House) เป็นศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ นายทะเบียนหลักทรัพย์ หรือกิจกรรมการดำเนินการธุรกิจอื่น ๆ ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) โดยตลาดหลักทรัพย์ได้มีการจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Group) และหมวดธุรกิจ (Sector) ของบริษัทจดทะเบียน โดยบริษัทที่ประกอบธุรกิจเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันจะจัดให้อยู่ในหมวดเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่ต้องการจะเข้ามาลงทุนนั้นสามารถที่จะเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างบริษัทจดทะเบียนได้ และยังสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้อย่างเหมาะสม โดยปัจจุบันมีการจัดโครงสร้างกลุ่มอุตสาหกรรมออกเป็น 8 กลุ่ม และแบ่งเป็นหมวดธุรกิจ 28 หมวด ของตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค อุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน อุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง อุตสาหกรรมทรัพยากรอุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมเทคโนโลยี เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564)

เนื่องจากสถานะเศรษฐกิจในประเทศไทยหลังจากคลี่คลายสถานการณ์ทางการเมือง การเบิกจ่ายงบประมาณนั้นสามารถกลับมาดำเนินได้ตามปกติ แต่เศรษฐกิจของประเทศไทยก็ยังคงค่อย ๆ ฟื้นตัวอย่างช้า ๆ

ซึ่งอาจเป็นผลมาจากปัจจัยภายในประเทศ เนื่องจากภาคธุรกิจมีการชะลอการลงทุน ผู้บริโภคมีการระมัดระวังในการใช้จ่ายซึ่งอาจเป็นผลมาจากสภาวะเศรษฐกิจ และปัจจัยภายนอกที่เศรษฐกิจทั่วโลกยังฟื้นตัวได้ไม่เต็มที่ ทำให้การส่งออกของประเทศยังคงซบเซา ดังนั้น การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยนั้นถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ต้องการแสวงหาผลตอบแทนที่ให้ผลประโยชน์ที่ดีกว่า ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนนั้นได้นำไปพิจารณาในการประกอบการตัดสินใจที่จะลงทุน คือ ผลตอบแทนจากเงินปันผล และกำไรจากผลต่างของราคาซื้อและราคาขายของหลักทรัพย์ โดยโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นก็จะควบคู่ไปกับการเสี่ยงที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน จากผลงานวิจัยของ สินี ภาคย์อุพาร (2558) ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรจะศึกษาการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์กับอัตราส่วนทางการเงินอื่น ๆ และนักลงทุนยังต้องพิจารณาถึงปัจจัยในการลงทุนด้านอื่นๆ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน แนวโน้มของเศรษฐกิจในอนาคต รวมไปถึงการวิเคราะห์งบการเงิน เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (คณิตสาทวีสุวรรณไกร, 2563)

โดยส่วนใหญ่บทที่ใช้ในการวิเคราะห์งบการเงินมากที่สุดจะเป็นงบแสดงฐานะการเงินของบริษัท ที่จะแสดงให้เห็นถึงสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นในช่วงการดำเนินธุรกิจ และงบกำไรขาดทุนที่จะแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจ เพื่อนำมาประกอบการประเมินความสามารถในการทำกำไร (Profitability Analysis) การพยากรณ์ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต รวมถึงการประเมินความเสี่ยงของบริษัท (Risk Analysis) ด้วยเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้อัตราส่วนทางการเงินเพื่อเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์งบการเงิน

การวิจัยครั้งนี้จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลและการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์เป็นปัจจัยที่อยู่ภายใต้การควบคุม การกำกับดูแลหรือการดำเนินงานของกิจการ (ศรีสุตา นามรักษา, 2561) และเพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจของนักลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในการตัดสินใจเลือกลงทุนที่ได้รับผลตอบแทนที่ดีที่สุด และยังช่วยพยากรณ์ทิศทางของราคาตลาดสำหรับนักลงทุนในการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. อัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. นโยบายการจ่ายเงินปันผลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วนทางการเงิน หมายถึง หมายถึง การนำรายการที่ปรากฏในงบการเงิน ตั้งแต่สอง หรือมากกว่าสอง รายการเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ที่ส่งผลให้เปอร์เซ็นต์ หรือสัดส่วน หรือแม้แต่จำนวนครั้งเป็นจำนวนรอบ คือ อัตราส่วนดังต่อไปนี้

1) อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง เป็นอัตราส่วนที่วัดถึงความสามารถของกิจการในการชำระหนี้ระยะสั้นเมื่อครบกำหนด นั่นคือพิจารณาว่าสินทรัพย์หมุนเวียนสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้ง่ายมากน้อยเพียงใด เพื่อดูถึงความยืดหยุ่นของเงินหมุนเวียน เนื่องจากภาระที่ต้องชำระเมื่อครบกำหนด อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) และอัตราส่วนทรัพย์สินคล่องตัว (Quick Ratio)

2) อัตราส่วนความสามารถในการดำเนินงาน เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการใช้ทรัพย์สินของหน่วยธุรกิจ โดยเปรียบเทียบกับสินทรัพย์การลงทุน หมุน ซึ่งประกอบด้วย อัตราการหมุนของทรัพย์สินรวม (Total Asset Turnover) อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (Account Receivable Turnover) และระยะเวลาจัดเก็บหนี้โดยเฉลี่ย (Average Collection Period) อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงคลัง (Inventory Turnover) และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า (Days in Inventory)

3) อัตราส่วนวัดความสามารถในการชำระหนี้ ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินรวม (Debt Ratio) แสดงถึงสัดส่วนของหนี้สินรวมของบริษัทเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ที่มีอยู่ทั้งหมด ซึ่งใช้วัดว่าเงินลงทุนในสินทรัพย์ของบริษัทมาจากเงินกู้ยืมจากภายนอกเป็นสัดส่วนเท่าใด นอกจากนี้ยังแสดงถึงความสามารถในการชำระหนี้ของบริษัทด้วย อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นหลัก (Debt to Equity Ratio) แสดงโครงสร้างของเงินทุน (Capital Structure) ของบริษัท โดยจะเป็นการวัดว่าบริษัทใช้เงินทุนจากภายนอกเมื่อเทียบกับเงินทุนภายในของบริษัทเองว่ามีสัดส่วนเท่าใด

4) อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ได้แก่ อัตราส่วนกำไรขั้นต้น อัตราส่วนผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เป็นอัตราส่วนที่บ่งบอกถึงความสามารถของกิจการที่จะนำสินทรัพย์ที่มีไปใช้ประโยชน์ในดำเนินการของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

5) อัตราส่วนทางการตลาดที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์หุ้น ได้แก่ อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (Price to Book Value Ratio) โดย Book Value คิดมาจาก Equity/Number of Shares โดยทั่ว ๆ ไปแล้วค่า PBV นี้ยิ่งต่ำยิ่งดี และอัตราส่วนกำไรสุทธิต่อหุ้น (Earnings per share) แสดงให้เห็นถึงกำไรของบริษัทเมื่อเทียบ

กับจำนวนหุ้นทั้งหมด สามารถคำนวณได้โดยการนำกำไรสุทธิรอบ 12 เดือนล่าสุดเป็นตัวตั้งแล้วหารด้วยส่วนของ
ผู้ถือหุ้น (ขวัญภา เติงศิริ, 2561)

นโยบายการจ่ายเงินปันผล

อัตราเงินปันผลตอบแทน คือ เงินส่วนแบ่งกำไรจากการประกอบการที่จ่ายให้กับผู้ถือหุ้น โดยเงินปันผลจะ
เกิดขึ้นหลังจากมีรายได้ หักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และหักค่าภาษีเงินได้ก่อน แล้วจึงนำมาแบ่งกำไรให้กับผู้ถือหุ้นตาม
อัตราการจ่ายเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) ที่แต่ละบริษัทได้มีนโยบายกำหนดไว้ซึ่งบางบริษัทอาจสงวน
กำไรส่วนดังกล่าวไว้นำไปลงทุนต่อ แทนการจ่ายกำไรส่วนเกินให้กับผู้ถือหุ้น โดยการจ่ายเงินปันผลจะถูกพิจารณา
ในการประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้นปีละ 1 ครั้ง

อัตราการจ่ายเงินปันผล คือ นโยบายการจ่ายเงินปันผลของธุรกิจเมื่อมีผลกำไรเกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หลักทรัพย์ด้วยปัจจัยพื้นฐานเพื่อจะได้พิจารณางบการเงินของกิจการที่ลงทุนได้
(ปิยะพร สารสุวรรณ, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน และการวิเคราะห์การลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน การลงทุน หมายถึง การนำเงินส่วนหนึ่งมาก่อให้เกิดกระแสเงินสด
รับในอนาคต ซึ่งจะชดเชยให้กับผู้นำเงินมาลงทุน โดยกระแสเงินสดรับนี้ควรที่จะคุ้มกับอัตราเงินเพื่อ
ความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นและกระแสเงินสดรับในอนาคต ซึ่งการลงทุนสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. การลงทุนเพื่อการบริโภค หมายถึง การลงทุนเกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าประเภทถาวร เช่น บ้าน
รถยนต์ ตู้เย็น โทรทัศน์ และอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งไม่ได้หวังผลกำไรในรูปของตัวเงิน แต่ผู้ลงทุนหวังความพอใจในการใช้
สินทรัพย์เหล่านี้

2. การลงทุนในธุรกิจ หมายถึง การซื้อสินทรัพย์เพื่อประกอบธุรกิจหารายได้ และมีความคาดหวังรายได้
ที่ได้รับต้องชดเชยความเสี่ยงในการลงทุน

3. การนำเงินไปลงทุน ในหลักทรัพย์ประเภทต่าง ๆ กล่าวคือ การนำเงินไปซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารที่
ออกจำหน่ายหรือให้กู้ยืมเพื่อระดมเงินทุน (บุญศรีธรรม์ บริรักษ์เจริญกิจ, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์การลงทุน การวิเคราะห์การลงทุนจะเริ่มจากการวิเคราะห์สถานะเศรษฐกิจ
โดยรวมในขณะนั้น และสถานะเศรษฐกิจที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อคาดการณ์สภาพตลาดหลักทรัพย์ชนิด
ต่างๆที่กำลังตัดสินใจลงทุน ว่าการเปลี่ยนแปลงทางสถานะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดมีผลกระทบต่อเงิน
ลงทุนอย่างไรโดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพนั้น เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่เทคนิคในการผลิต สิทธิบัตร
การบริหารงานของบริษัท สถานะการแข่งขัน เป็นต้น และในส่วนของการวิเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์
ปัจจัยต่าง ๆ ที่สรุปออกมาเป็นตัวเลข เช่น การวิเคราะห์งบการเงิน ประกอบด้วย งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ งบแสดง
ฐานะการเงิน สำหรับกลุ่มหุ้นสามัญ เพื่อทำการกำหนดมูลค่าของกำไรต่อหุ้น เงินปันผล และราคาหุ้น ในอนาคต
 เป็นต้น (บุญศรีธรรม์ บริรักษ์เจริญกิจ, 2556)

แนวคิดเกี่ยวกับงบการเงิน และการใช้ข้อมูลในงบการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับงบการเงิน งบการเงิน หมายถึง รายงานทางการเงินอย่างหนึ่งที่บริษัทต่าง ๆ ต้องจัดทำ
อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อวัตถุประสงค์ในการทบทวนหรือเพื่อรายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงานในรอบปีที่

ผ่านมา หรือช่วงเวลาหนึ่งตามที่ผู้บริหารของบริษัทได้กำหนดไว้ รายงานเหล่านี้จะแสดงให้เห็นถึงฐานะการเงินของการลงทุน การจัดหาแหล่งเงินทุนของบริษัท ทั้งนี้ งบการเงินของบริษัทต้องจัดทำให้สะท้อนถึงข้อเท็จจริงที่ถูกต้องตามวิธีการบัญชีที่รับรองทั่วไป และตามการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารบริษัทที่ต้องอาศัยความสามารถในการประมาณการและความเที่ยงธรรม ชื่อสัตย์สุจริตในการจัดทำงบการเงิน เช่น กระบวนการในการประมาณการหนี้สินที่คาดว่าจะเรียกเก็บไม่ได้ การประมาณการอายุการใช้งานของสินทรัพย์เพื่อตัดค่าเสื่อมราคา เป็นต้น (เพชรี ขุมทรัพย์, 2555)

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลในงบการเงินเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน เพชรีขุมทรัพย์ (2555) ได้แบ่งจุดมุ่งหมายของการใช้งบการเงินเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการตัดสินใจลงทุนในหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ไว้ด้วยกัน 4 ประการ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจุดมุ่งหมายของการใช้งบการเงิน ประกอบด้วย

1. เป็นเครื่องมือสำหรับการกลั่นกรองเบื้องต้น เพื่อเลือกลงทุนหรือเพื่อวิเคราะห์บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่กำลังจะตัดสินใจลงทุน
2. เป็นเครื่องมือสำหรับการพยากรณ์ฐานะการเงินในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับบริษัทเหล่านั้น
3. เพื่อใช้ในการวินิจฉัยปัญหาการบริหาร และการดำเนินงานและปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่นักลงทุนกำลังตัดสินใจเข้าไปลงทุน
4. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความสามารถในการบริหารงานของฝ่ายบริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัย ตำรา หนังสือ บทความและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาใช้ในการประกอบการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินนโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลการดำเนินงานระหว่างปีพ.ศ. 2560 ถึงปี พ.ศ. 2564 รวมระยะเวลา 5 ปี จำนวน 75 บริษัท โดยเป็นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารวมทั้งสิ้น 375 ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเงื่อนไข 1) ไม่รวมบริษัทที่ข้อมูลงบการเงินไม่ครบถ้วน

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีผลการดำเนินงานระหว่างปีพ.ศ. 2560 ถึงปี พ.ศ. 2564

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	จำนวนบริษัท
บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	175
หัก บริษัทที่ข้อมูลทางการเงินไม่ครบถ้วน	(100)
จำนวนบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	75

ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มากำหนดกรอบแนวคิดกลุ่มตัวแปร ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมงบการเงินซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2564 รวมเป็นระยะเวลา 5 ปี จำนวน 75 บริษัท ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 375 ข้อมูล เป็นตัวแทนในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อศึกษาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน นโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ การวิเคราะห์ค่าความทนทาน (Tolerance) และค่าองค์ประกอบการขยายความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวนั้นไม่มีปัญหาความเป็นเส้นตรงร่วมอย่างมาก หรือตัวแปรอิสระไม่มีความซ้ำซ้อนกัน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมและลักษณะทั่วไปของข้อมูล

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	0.36	15.38	2.37	2.70
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	-4.40	26.93	9.12	6.60
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	-13.77	40.40	11.11	10.42
อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น	-1.77	56.15	2.12	7.08
อัตรากำไรขั้นต้น	-43.77	93.57	29.99	18.30
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	-58.96	87.36	11.25	20.31
อัตรากำไรสุทธิ	-65.89	79.95	6.68	20.51
อัตราเงินปันผลตอบแทน	0.62	9.64	2.68	1.92
อัตราการจ่ายเงินปันผล	-43.93	150,058.00	2,253.70	17,327.71
ราคาหลักทรัพย์	0.49	1,192.25	49.54	149.36

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ 0.36 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 15.38 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 2.37 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 2.70 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -4.40 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 26.93 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 9.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 6.60 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -13.77 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 40.40 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 11.11 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 10.42 อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -1.7 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 56.15 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 2.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 7.08 อัตรากำไรขั้นต้น มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -43.77 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 93.57 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 29.99 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 18.30 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -58.96 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 87.36 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 11.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 20.31 อัตรากำไรสุทธิมีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -65.89 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 79.95 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 6.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 20.51

อัตราเงินปันผลตอบแทน มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ 0.62 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 9.64 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 2.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 1.92 อัตราการจ่ายเงินปันผล มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ -43.93 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 150,058.00 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 2,253.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 17,327.71 ราคาหลักทรัพย์ มีค่าต่ำสุดที่ร้อยละ 0.49 ค่าสูงสุดที่ร้อยละ 1,192.25 ค่าเฉลี่ยที่ร้อยละ 49.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ร้อยละ 149.36

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	0.36	15.38	2.37	2.70
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	-4.40	26.93	9.12	6.60
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	-13.77	40.40	11.11	10.42
อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น	-1.77	56.15	2.12	7.08
อัตรากำไรขั้นต้น	-43.77	93.57	29.99	18.30
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	-58.96	87.36	11.25	20.31
อัตรากำไรสุทธิ	-65.89	79.95	6.68	20.51
อัตราเงินปันผลตอบแทน	0.62	9.64	2.68	1.92
อัตราการจ่ายเงินปันผล	-43.93	150,058.00	2,253.70	17,327.71
ราคาหลักทรัพย์	0.49	1,192.25	49.54	149.36

* ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ** ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง -0.8 ถึง 0.8 จะถือว่าตัวแปรอิสระคู่หนึ่งมีความสัมพันธ์กันมาก เรียกว่า เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง (Multicollinearity) จากตารางที่ 4 พบว่ามีตัวแปรอิสระ 6 ตัว ที่เกิดความสัมพันธ์กันเองในระดับสูง (Multicollinearity) เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ต่ออัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าเท่ากับ 0.885 ตัวแปรอิสระอัตรากำไรจากการดำเนินงานต่ออัตรากำไรสุทธิ มีค่าเท่ากับ 0.978 ตัวแปรอิสระอัตราส่วนกำไรต่อหุ้นกับอัตราการจ่ายเงินปันผล มีค่าเท่ากับ 0.916 แต่เมื่อมีการทดสอบอีกครั้งโดยการวิเคราะห์ค่าความทนทาน (Tolerance) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.126 – 0.951 ซึ่งมีความมากกว่า 0.1 และการวิเคราะห์ค่าองค์ประกอบการขยายความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.052 – 7.801 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความเป็นเส้นตรงร่วมกันอย่างมาก (Multicollinearity) หรือไม่มีความซ้ำซ้อนกันในการวัด นอกจากนี้เมื่อมีการวิเคราะห์ค่า Durbin – Watson พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.627 – 2.101 แสดงให้เห็นว่าไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) หรืออีกนัยหนึ่งคือ Durbin – Watson มีค่าในช่วง 1.5 – 2.5 ดังนั้น จึงสามารถนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณ

3. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ตารางที่ 4 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

	Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.139	8.059		.141	.888
CR	-.598	1.185	-.011	-.505	.615
ROA	-.269	.936	-.012	-.287	.775
ROE	-.007	.655	-.001	-.011	.991
EPS	19.723	.949	.935	20.789	.000**
GPM	.419	.168	.051	2.498	.015*
OPM	-.380	.756	-.052	-.503	.617
NPM	-.071	.777	-.010	-.092	.927
DY	.469	1.386	.006	.338	.736
DP	.001	.000	.072	1.630	.108

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (EPS) (Beta = 0.935) ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ (SP) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และอัตรากำไรขั้นต้น (GPM) (Beta = 0.051) ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ (SP) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อัตราส่วนเงินหมุนเวียน (CR) (Beta = -0.011) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) (Beta = -0.012) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) (Beta = -0.001) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (OPM) (Beta = -0.052) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) (Beta = -0.010) อัตราเงินปันผลตอบแทน (DY) (Beta = 0.006) อัตราการจ่ายเงินปันผล (DP) (Beta = 0.072) ไม่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ (SP) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อภิปรายผล

1. อัตราส่วนเงินหมุนเวียน ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานอัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูดาพร สอนภักดี และทาริกา แยมะมั่ง (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องอัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้พบว่า อัตราส่วนเงินหมุนเวียน ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียน

ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า บริษัทมีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันจึงทำให้มีสภาพคล่องในการชำระหนี้ที่ต่างกัน อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัศมี ศรีลาวงศ์ (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งได้พบว่า อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราส่วนผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ แสดงให้เห็นว่า บริษัทไม่สามารถนำสินทรัพย์ไปใช้ให้เกิดผลประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ถือหุ้นไม่สามารถที่จะได้รับผลตอบแทนได้มากเพียงพอต่อความต้องการ อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กังสดาล วงษ์สกุล (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจและอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน ซึ่งได้พบว่า อัตรากำไรต่อหุ้น มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ แสดงให้เห็นว่าเมื่อบริษัทมีกำไรสุทธิในรอบระยะบัญชีนั้น ๆ ในจำนวนที่สูงก็จะส่งผลให้บริษัทมีกำไรต่อหุ้นสูง และราคาหลักทรัพย์ก็จะสูงขึ้นด้วย ซึ่งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาภากร วนเศรษฐ (2559) ที่ได้กล่าวไว้ในประเทศไทยนั้นกำไรสุทธิต่อหุ้นมีอิทธิพลมากที่สุดต่อราคาหลักทรัพย์ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ราย 5 ปี หรือการวิเคราะห์รายปี อัตรากำไรขั้นต้น มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูดาพร สอนภักดี (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องอัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้พบว่า อัตรากำไรขั้นต้น มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์แสดงให้เห็นว่า บริษัทมีความสามารถในการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดผลกำไร ซึ่งนักลงทุนจะใช้อัตราส่วนกำไรขั้นต้นมาประเมินประสิทธิภาพในการลงทุนหรือเป็นเกณฑ์ในการประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงลักษณ์ ผุดผือก, ฐิตาภรณ์ สินจรรยาศักดิ์, อมรา ตีรศรีวัฒน์ และภาสวรรณ สุนทรักษ์ (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งได้พบว่า อัตรากำไรจากการดำเนินงานและอัตรากำไรสุทธิ ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

2. อัตราเงินปันผลตอบแทน ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานนโยบายการจ่ายเงินปันผลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิตสา ทวีสุวรรณไกร (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางการเงินเพื่อการลงทุนกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ซึ่งได้พบว่า อัตราเงินปันผลตอบแทนไม่สัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ แสดงให้เห็นว่า การจ่ายปันผลจะขึ้นอยู่กับกำไรสุทธิไม่เกี่ยวกับราคาหุ้น ซึ่งเมื่อใดที่มีการประกาศจ่ายเงินปันผลนักลงทุนมักจะทยอยกันขายหุ้นทำให้ราคาหุ้นต่ำ ซึ่งกล่าวได้ว่าอัตราเงินปันผลตอบแทนเป็นเพียงตัวบ่งชี้ในการตัดสินใจของนักลงทุนเท่านั้น อัตราการจ่ายเงินปันผล ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูดาพร สอนภักดี (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่องอัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้พบว่า อัตราการจ่ายเงินปันผล ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์

สรุป

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราส่วนทางการเงิน คืออัตราส่วนกำไรต่อหุ้น (EPS) มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ (SP) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อัตรากำไรขั้นต้น (GPM) ความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ (SP) ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (OPM) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ (SP)

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายการจ่ายเงินปันผลกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า นโยบายการจ่ายเงินปันผล คืออัตราเงินปันผลตอบแทน (DY) อัตราการจ่ายเงินปันผล (DP) ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ (SP)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 สำหรับนักลงทุน ผู้ที่สนใจลงทุน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการประกอบการตัดสินใจที่จะเลือกลงทุนได้อย่างเหมาะสมและถูกต้องที่สุด

1.2 สำหรับภาคธุรกิจ สามารถนำข้อมูลทางการเงินนั้นมาใช้ในการประกอบการวางแผนการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานตามรูปแบบที่ได้คาดหวังได้ ทั้งยังช่วยในการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การเพิ่มตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล อาจทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถานการณ์การเมือง อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการเงินอัตราเงินเฟ้อ มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

2.2 การเพิ่มกลุ่มตัวอย่างและขยายเวลาในการเก็บข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ใช้เพียงกลุ่มตัวอย่างของบริษัทอุตสาหกรรมบริการเท่านั้น และใช้ข้อมูลในช่วงปีพ.ศ. 2560 – 2564 ซึ่งรวมเป็นระยะเวลา 5 ปี ดังนั้นควรมีการเก็บข้อมูลย้อนหลังมากกว่านี้และอาจใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้เห็นผลถึงผลของการศึกษาและความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). *ภาพรวมองค์กร ความเป็นมาและบทบาท*. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.set.or.th/th/about/overview/journey>

- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2565, จาก https://www2.set.or.th/th/regulations/simplified_regulations/industry_sector_p1.html
- สินี ภาควิชาการ. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดสูงสุดของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คณิตสา ทวีสุวรรณไกร. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทางการเงินเพื่อการลงทุนกับมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (สารนิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ขวัญภา เต็กศิริ. (2562). อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมบริการ. วารสารชุมชนวิจัย, 12(2), 71-84.
- ปิยะพร สารสุวรรณ. (2562). อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทนกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) (สารนิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญศรี บัณฑิต. (2556). กลยุทธ์การลงทุนและการตัดสินใจลงทุนในหุ้นและอนุพันธ์ของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดสงขลา (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- เพชร ชุมทรัพย์. (2555). วิเคราะห์งบการเงิน หลักการและประยุกต์. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีสุดา นามรักษา. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (สารนิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อาภากร วนเศรษฐ. (2559). ผลกระทบอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์: กรณีประเทศไทยและอินโดนีเซีย (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กังสดาล วงษ์สกุล. (2563). ปัจจัยทางเศรษฐกิจและอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(1), 1-15.
- ชุดาพร สอนภักดี และทริกา แยมะมัง. (2563). อัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารการจัดการและการพัฒนา, 8(1), 151-164.
- รัศมี ศรีลาวงค์. (2561). การศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้างในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- นงลักษณ์ ผุดผือก, ฐิตาภรณ์ สินเจริญศักดิ์, อมรา ติรศรีวัฒน์ และภาสวรรณ สุนทรักษ์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI). วารสารบัญชีปริทัศน์, 1(1), 20-32.

อิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุน
หลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
The Effect of Liquidity and Profitability on Investors' Decisions in the Service
Sector of the Stock Exchange of Thailand (Set)

อินทร์ทิรา ภูระหงษ์

Intira Phoorahong

นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาบัญชี คณะบัญชีมหาวิทยาลัยศรีปทุม บางเขน กรุงเทพฯ
Graduate Student in Master of Accountancy, Department of Accounting, School of Accountancy,
Sripatum University, Bangkok, Thailand
E-mail: intira.0340@gmail.com

Received: July 28, 2022

Revised: December 19, 2022

Accepted: December 21, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 70 บริษัท ระหว่างปี พ.ศ. 2561 – 2563 ใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษา พบว่า 1) สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ 2) สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยระยะเวลาเก็บหนี้ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล แต่สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ และอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล 3) ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ 4) ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล

คำสำคัญ: สภาพคล่อง, ความสามารถในการทำกำไร, การตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์

Abstract

This research aims to study the influence of liquidity and profitability on investment decisions. Companies in the service industry group in the Stock Exchange of Thailand Contain data on stock exchanges, management industries, and several 70 companies from 2018 - 2020. They are used in multiple regression analysis to test the hypothesis.

The study's results found that 1) the business's liquidity as measured by the working capital ratio, Fast working capital ratio, Receivable turnover ratio collection period, Inventory turnover rate, and sales period does not affect investment decisions measured by securities prices 2) Business liquidity is measured by collection periods and sales periods. However, it positively affects investment decisions as measured by the dividend payout ratio. 3) Profitability of an entity as measured by gross margin operating profit margin, net profit margin Return on Total Assets, and the rate of return on equity does not affect investment decisions measured by stock prices. 4) Profitability of businesses as measured by gross margin. Operating profit margin, net profit margin Return on Total Assets, and the rate of return on equity do not affect investment decisions as measured by dividend payout ratios.

Keywords: Liquidity, Profitability, Investment Decisions

บทนำ

เศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเกิดปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจทางการเงินทำให้บริษัทได้รับผลกระทบทำให้มีภาวะการแข่งขันกันเพิ่มสูงขึ้น และเกิดปัญหาในด้านการเข้าถึง แหล่งเงินทุนตามมา การร่วมเป็นเจ้าของกิจการกับบริษัทต่าง ๆ ที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ หรือการลงทุนในตลาดหุ้นนั้นการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นับเป็นทางเลือกหนึ่งของการลงทุนที่น่าสนใจ ซึ่งผู้มีเงินออมหรือต้องการนำเงินมาลงทุนมีโอกาสจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในอัตราที่สูงกว่าและหลากหลายรูปแบบกว่า โดยเฉพาะในภาวะปัจจุบันที่อัตราดอกเบี้ยลดต่ำลงจนอยู่ใน ระดับที่ไม่น่าพอใจต่อการฝากเงิน

ราคาของหลักทรัพย์ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในตลาดทุน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการคาดการณ์ทิศทาง และแนวโน้ม ซึ่งจะเป็นที่นิยมใช้สำหรับนักวิเคราะห์ทางเทคนิคและเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยตัดสินใจ การลงทุน เนื่องจากราคาหลักทรัพย์นั้นเปรียบเสมือนตัวชี้วัดความสำเร็จของบริษัทอย่างหนึ่ง คือ หากบริษัทมีผลดำเนินงานที่ดีก็จะทำให้ราคาหลักทรัพย์สูงขึ้นไปด้วย และเมื่อราคาหลักทรัพย์สูงขึ้นก็ส่งผลให้ทำให้มูลค่าของบริษัทสูงขึ้นไปด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นในการลงทุนในหลักทรัพย์จะต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจประกอบการตัดสินใจลงทุน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การศึกษาในครั้งนี้คาดว่าจะประโยชน์ต่อนักลงทุนที่สนใจลงทุน อีกทั้งยังสามารถนำไปกำหนดเปิดเผยข้อมูล

บริษัทที่สำคัญ ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพิจารณาการใช้ข้อมูล อัตราส่วนทางการเงินประกอบการตัดสินใจในการลงทุนอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในการจ่ายเงินปันผล ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในการจ่ายเงินปันผล ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์

สมมติฐานข้อที่ 2 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล

สมมติฐานข้อที่ 3 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์

สมมติฐานข้อที่ 4 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล

การทบทวนวรรณกรรม

การที่เราใช้จ่ายเงินสดรูปแบบหนึ่งในปัจจุบัน โดยมุ่งหวังจะได้รับผลตอบแทนจากการใช้จ่ายนั้นในอนาคต ซึ่งผู้ลงทุนเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่จะได้รับคืนนั้น จะสามารถชดเชยระยะเวลา อัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า หรืออาจกล่าวได้ว่า การลงทุนหมายถึง การออมเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้น ซึ่งเราต้องยอมรับความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน การตัดสินใจนำเงินออมมาลงทุน เราจึงต้อง

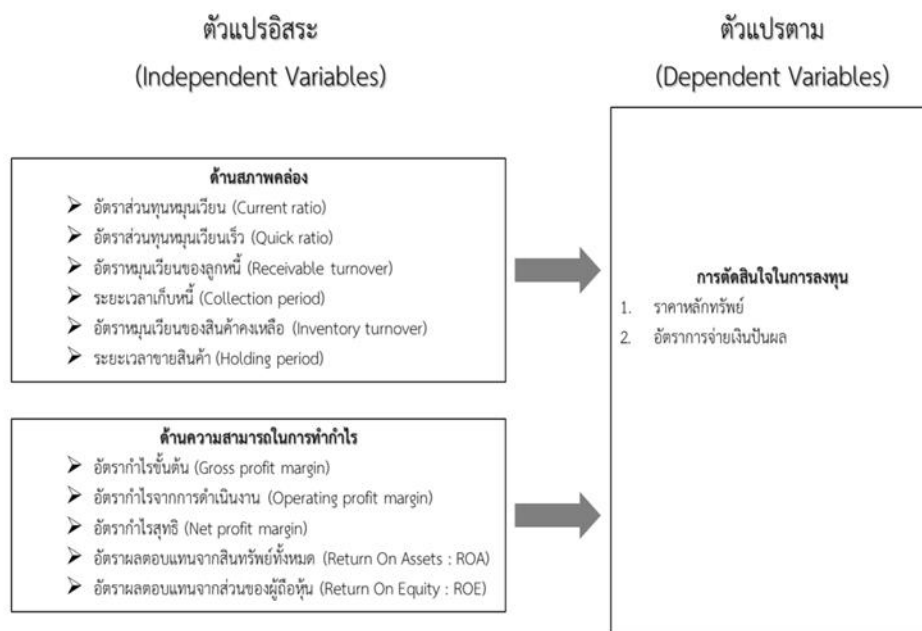
พิจารณาอย่างรอบคอบ และศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนนั้นเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามที่คาดหวัง และเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553)

Martani, Mulyono and Khairurizka (2009) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนในหลักทรัพย์ในตลาดอินโดนีเซีย ระหว่างปี 2003 – 2006 จากการศึกษาพบว่า อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทน ส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลตอบแทนหลักทรัพย์ Oguzhan, Serdar & Gokhan (2012) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในตุรกี ผลจากการศึกษาพบว่าอัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรมีผลต่อผลตอบแทนหลักทรัพย์

สำหรับการศึกษาในประเทศไทย ทิพากร ศรีชัยธำรง (2564) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของงบกระแสเงินสดที่มีผลต่อสภาพคล่องและความมั่งคั่งสูงสุดของธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า งบกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับสภาพคล่อง และสภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับความมั่งคั่งสูงสุดของธุรกิจ โดยงบกระแสเงินสด 3 กิจกรรมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และทิศทางตรงกันข้ามกับสภาพคล่อง พรรณวร จันทรโณ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของสหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลราชวิถี ระหว่างปี 2553 ถึง 2562 โดยการใช้การทดสอบถดถอยเชิงเส้น ในการทดสอบสมมติฐานการศึกษา จากผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนสภาพคล่องมีผลอิทธิพลสูงสุดต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของสหกรณ์ออมทรัพย์ ขวัญภา เเคิกศิริ (2561) ได้ศึกษาอิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาตลาดหลักทรัพย์บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ผลการศึกษาพบว่าอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อัตราส่วนผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (P/BV) อัตราส่วนราคาตามบัญชี (BVPS) มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.01$) และอัตราส่วนทุนหมุนเวียนปรับแต่งใหม่ (MICR) มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.05$) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า อัตราส่วนที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ได้แก่ อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนมูลค่าตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีต่อหุ้น (P/BV) อัตราส่วนราคาตามบัญชีต่อหุ้น (BVPS) และอัตราส่วนเงินสด (CASH)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้จำแนกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ข้อมูลงบการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย งบแสดงฐานะทางการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และงบกระแสเงินสด จากข้อมูลเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย (1) หมวดพาณิชย์ จำนวน 31 บริษัท (2) หมวดการแพทย์ จำนวน 23 บริษัท (3) หมวดสื่อและสิ่งพิมพ์ จำนวน 26 บริษัท (4) หมวดบริการเฉพาะกิจ จำนวน 5 บริษัท (5) การท่องเที่ยวและสันทนาการ จำนวน 11 บริษัท และ (6) หมวดขนส่งและโลจิสติกส์ จำนวน 22 บริษัท รวมจำนวนทั้งสิ้น 126 บริษัท

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ เพื่อให้ผลการศึกษานี้ช่วยให้นักลงทุน หรือผู้บริหารนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ของแต่ละบริษัท ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินผลการดำเนินงาน แนวโน้มและความเสี่ยงของกิจการได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาผ่านตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นดังกล่าวข้างต้น (ซึ่งไม่รวมถึงบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูผลการดำเนินงานบริษัทที่อยู่ในกลุ่ม MAI industry หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัทที่ไม่แจ้งว่าประสงค์จะให้เปิดเผยข้อมูลและบริษัทที่ไม่มีความสมบูรณ์ของข้อมูลหรือบริษัทที่ได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในระหว่างปี) โดยกลุ่มตัวอย่างจะจำกัดเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมบริการติดต่อกันระหว่างปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2563 จำนวน 70 บริษัท รวมทั้งสิ้น 210 ตัวอย่าง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็นหลายชนิด แต่ละชนิดจะเหมาะกับข้อมูลแต่ลักษณะ ผู้ทำวิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาเครื่องมือแต่ละชนิดทั้งลักษณะเครื่องมือ วิธีการสร้างและข้อดีข้อเสีย เพื่อให้สามารถใช้ได้เหมาะสมกับการวิจัยของตน ประกอบไปด้วยตัวแปรและการวัดค่าที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. สภาพคล่อง มีทั้งหมด 6 อัตราส่วน

1.1 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน

$$\text{สูตร} = \text{สินทรัพย์หมุนเวียน (CA)} \div \text{หนี้สินหมุนเวียน (CL)}$$

1.2 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว

$$\text{สูตร} = (\text{สินทรัพย์หมุนเวียน (CA)} - \text{สินค้าคงเหลือ}) \div \text{หนี้สินหมุนเวียน (CL)}$$

1.3 อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้

$$\text{สูตร} = \text{ยอดขายสุทธิ} \div \text{ลูกเฉลี่ย}$$

1.4 ระยะเวลาเก็บหนี้

$$\text{สูตร} = 365 \div \text{อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้}$$

1.5 อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ

$$\text{สูตร} = \text{ต้นทุนสินค้าขาย} \div \text{สินค้าคงเหลือเฉลี่ย}$$

1.6 ระยะเวลาขายสินค้า

$$\text{สูตร} = 365 \div \text{อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ}$$

2. ความสามารถในการทำกำไร มีทั้งหมด 5 อัตราส่วน

2.1 อัตรากำไรขั้นต้น

$$\text{สูตร} = \text{ขายสุทธิ} - \text{ต้นทุนขาย} \times 100 \div \text{ขายสุทธิ}$$

2.2 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน

$$\text{สูตร} = \text{กำไรสุทธิจากการดำเนินงาน} \times 100 \div \text{ขายสุทธิ}$$

2.3 อัตรากำไรสุทธิ

$$\text{สูตร} = \text{กำไรสุทธิ} \times 100 \div \text{ขายสุทธิ}$$

2.4 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด

$$\text{สูตร} = \text{กำไรสุทธิ} \times 100 \div \text{สินทรัพย์รวม}$$

2.5 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

$$\text{สูตร} = \text{กำไรสุทธิ} \times 100 \div \text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}$$

3. ราคาหลักทรัพย์ จากสรุปข้อมูลหลักทรัพย์ราคาปิด

4. อัตราการจ่ายเงินปันผล จากสรุปข้อมูลหลักทรัพย์ประจำปี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิจัยนี้เป็นเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บข้อมูลงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2563 รวม 3 ปี โดยศึกษาจากรายงานงบการเงิน

และข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ56-1) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ หมวดพาณิชย์ หมวดการแพทย์ หมวดสื่อและสิ่งพิมพ์ หมวดบริการเฉพาะกิจ หมวดการท่องเที่ยวและสันทนาการ และหมวดขนส่งและโลจิสติกส์ ที่มีรอบระยะเวลาดำเนินงานตามปีปฏิทินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2563 ได้จำนวนข้อมูลทั้งสิ้น 210 ตัวอย่าง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมเกี่ยวกับอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาการขายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น และวิเคราะห์โดยการวัดค่าด้วย ราคาหลักทรัพย์ และอัตราการจ่ายเงินปันผล มาทำการถดถอยและประมวลผลข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือมีนัยสำคัญทางสถิติ และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 คือมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างสูง โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อศึกษาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum) ของสภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาการขายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ใช้พิจารณากับราคาหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งวัดค่าโดยใช้ราคาหลักทรัพย์ และอัตราการจ่ายเงินปันผล

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ด้านสภาพคล่อง และด้านความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาการขายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น

3. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานของประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ประกอบด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาการขายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งวัดค่า โดยใช้ราคาหลักทรัพย์ และอัตราการจ่ายเงินปันผล โดยแสดงเป็นตัวแบบสมการ regression เพื่อทดสอบ

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาการขายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น วัดค่าโดยใช้ราคาหลักทรัพย์ และอัตราการจ่ายเงินปันผล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานทางการเงิน ประกอบไปด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และงบกระแสเงินสด จากเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการนำตัวแปรต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 3 ปี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย จำนวน 70 บริษัท รวมทั้งสิ้น 210 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis โดยทำการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปลักษณะเบื้องต้นของข้อมูลแต่ละตัวแปร ได้แก่ ค่าต่ำสุดของข้อมูล (Minimum) ค่าสูงสุดของข้อมูล (Maximum) ค่าเฉลี่ยของข้อมูล (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (Standard Deviation) เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมทั่วไปของข้อมูล และลักษณะการแจกแจงค่าทางสถิติเบื้องต้นจากกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งหมด 70 บริษัท จำนวน 210 ข้อมูล มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

	Minimum	Maximum	Mean	Std.
ราคาหลักทรัพย์	0.53	2660.00	49.10	211.12
อัตราการจ่ายเงินปันผล	0.31	44.86	3.35	4.12
อัตราส่วนทุนหมุนเวียน	0.26	21.37	2.40	3.22
อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว	0.06	16.53	1.66	2.51
อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้	2.15	196.81	18.51	27.52
ระยะเวลาการเก็บหนี้	1.85	170.14	42.77	29.56
อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ	0.49	1749.95	70.83	260.76
ระยะเวลาขายสินค้า	0.21	750.08	62.75	100.35
อัตรากำไรขั้นต้น	-41.63	93.62	29.46	17.12
อัตรากำไรจากการดำเนินงาน	-167.43	87.60	11.06	22.56
อัตรากำไรสุทธิ	-148.30	79.84	7.47	20.94

	Minimun	Maximun	Mean	Std.
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด	-35.83	59.97	9.65	11.19
อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น	-17.59	64.78	8.91	9.42

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายสรุปได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ของตัวแปรที่ศึกษาอัตราส่วนสภาพคล่อง และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร กับราคาหลักทรัพย์ และอัตราการจ่ายเงินปันผล พบว่า ราคาหลักทรัพย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 49.10 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.53 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 2660.00 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 211.12 อัตราการจ่ายเงินปันผล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.31 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 44.86 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 4.12 อัตราส่วนทุนหมุนเวียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.26 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 21.37 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 3.22 อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.66 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.06 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 16.53 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.51 อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 18.52 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 2.15 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 196.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 27.52 ระยะเวลาการเก็บหนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 42.77 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 1.85 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 170.14 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 29.56 อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 70.83 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.49 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 1749.95 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 260.76 ระยะเวลาขายสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 62.75 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.21 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 750.08 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 100.35 อัตรากำไรขั้นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 29.46 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -41.63 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 93.62 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 17.12 อัตรากำไรจากการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 11.06 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -167.43 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 87.60 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 22.56 อัตรากำไรสุทธิ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.47 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -148.30 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 79.84 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 20.94 อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9.65 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -35.83 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 59.97 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 11.19 อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 8.91 มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -17.59 ค่าสูงสุดอยู่ที่ 64.78 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 9.42

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis)

ในเบื้องต้นจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา เพื่อป้องกันการเกิด Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัว ซึ่งการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง อาจส่งผลให้สมการตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นจึงต้องตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อให้แน่ใจว่าตัวแปรอิสระ สามารถคงอยู่ในสมการตัวแปรได้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะพิจารณาจากค่า Sig. (2-tailed) หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน ในทางตรงกันข้าม หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน หลังจากนั้นจึงจะทำการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยจะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (อินทัย ตรีวานิช, 2552)



ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

	Current ratio	Quick ratio	Receivable turnover	Collection period	Inventory turnover	Holding period	GPM	OPM	NPM	ROE	ROA
Current ratio	1	0.902**	-0.071	0.103	-0.082	0.156*	0.381**	-0.157*	-0.123	-0.104	-0.081
Quick ratio		1	-0.129	0.096	-0.042	0.13	0.388**	-0.152*	-0.125	-0.085	-0.060
Receivable turnover			1	-0.528**	-0.069	0.145	-0.054	-0.008	0.008	0.148	0.134
Collection period				1	0.024	0.077	-0.057	-0.143	-0.156*	-0.179*	-0.137
Inventory turnover					1	-0.157*	-0.190*	0.328**	0.342**	0.005	-0.021
Holding period						1	0.142	-0.125	-0.133	-0.098	-0.055
GPM							1	0.127	0.129	0.190*	0.221**
OPM								1	0.988**	0.498**	0.472**
NPM									1	0.541**	0.485**
ROE										1	0.837**
ROA											1

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาค่า Sig. (2-tailed) ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วย (1) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (2) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (3) อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (4) ระยะเวลาเก็บหนี้ (5) อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (6) ระยะเวลาการขายสินค้า (7) อัตรากำไรขั้นต้น (8) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (9) อัตรากำไรสุทธิ (10) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (11) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น สามารถวิเคราะห์ผลได้ ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.902 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (Receivable turnover) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.071 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับระยะเวลาการเก็บหนี้ (Collection period) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.103 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (Inventory turnover) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.082 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับระยะเวลาขายสินค้า (Holding period) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.156 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตรากำไรขั้นต้น (GPM) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.381 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตรากำไรจากการดำเนินงาน (OPM) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.157 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตรากำไรสุทธิ (NPM) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.123 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (ROE) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.104 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (Current ratio) กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROA) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.081 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับอัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (Receivable turnover) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.129 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับระยะเวลาการเก็บหนี้ (Collection period) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.096 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (Inventory turnover) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.042 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับระยะเวลาขายสินค้า (Holding period) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.13 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับอัตรากำไรขั้นต้น (GPM) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.388 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (OPM) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.152 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับอัตรากำไรสุทธิ (NPM) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.125 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (ROE) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.085 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick ratio) กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROA) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.060 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ (Receivable turnover) กับระยะเวลาการเก็บหนี้ (Collection period) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.528 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาขายสินค้า (Holding period) กับอัตรากำไรจากการดำเนินงาน (OPM) ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.125 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อย

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรสุทธิ (NPM) กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROA) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.485 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (ROE) กับอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROA) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.837 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับมาก

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาการขายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่มีความสัมพันธ์กันสูง คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้นอยู่ในช่วงระหว่าง -0.156 – 0.902 ซึ่งน้อยกว่า 1.00 ซึ่งไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำตัวแปรอิสระดังกล่าวข้างต้นเข้าสมการถดถอย เพื่อการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

3. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ โดยมีแบบจำลองการวิจัย ตามลำดับดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่า VIF น้อยกว่า 10 คือ อยู่ระหว่าง 1.033 – 6.091 นั่นคือ ไม่เกิด Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.024 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 – 2.50 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่แบบสมการการถดถอย ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมการถดถอยเชิงพหุคูณของสภาพคล่องกับราคาหลักทรัพย์

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	93.653	42.165		2.221	0.028		
Current ratio	-2.162	12.593	-0.033	-0.172	0.864	0.210	6.091
Quick ratio	0.674	15.978	0.008	0.042	0.966	0.167	5.973
Receivable turnover	-0.538	0.726	-0.070	-0.741	0.460	0.675	1.481
Collection period	-0.649	0.667	-0.091	-0.974	0.331	0.964	1.440
Inventory turnover	-0.011	0.064	-0.014	-0.172	0.864	0.968	1.033
Holding period	-0.032	0.178	-0.015	-0.178	0.859	0.841	1.189

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.091$ (9.1%) $R^2 = 0.008$ (0.8%)

ค่า Adjusted R Square = -0.028 (-2.8%) ค่า Durbin-Watson = 2.024

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพคล่องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนด้านราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์อิทธิพลด้านสภาพคล่อง ที่ประกอบไปด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ จากผลลัพธ์นี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1

2. จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่า VIF น้อยกว่า 10 คือ อยู่ระหว่าง 1.033 – 6.091 นั่นคือ ไม่เกิด Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.057 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 – 2.50 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่แบบสมการการถดถอย ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมการถดถอยเชิงพหุคูณของสภาพคล่องกับอัตราการจ่ายเงินปันผล

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.339	0.679		1.973	0.050		
Current ratio	-0.257	0.203	-0.201	-1.270	0.206	0.164	6.091
Quick ratio	0.259	0.257	0.157	1.007	0.316	0.210	5.973
Receivable turnover	-0.013	0.012	-0.089	-1.141	0.255	0.675	1.481
Collection period	0.025	0.011	0.183	2.374	0.019	0.694	1.440
Inventory turnover	0.000	0.001	-0.024	-0.361	0.719	0.968	1.033
Holding period	0.022	0.003	0.536	7.660	0.001	0.841	1.189

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.571$ (57.1%) $R^2 = 0.326$ (32.6%)

ค่า Adjusted R Square = 0.301 (30.1%) ค่า Durbin-Watson = 2.057

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพคล่องที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนด้านราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์อิทธิพลด้านสภาพคล่อง ที่ประกอบไปด้วย อัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยระยะเวลาเก็บหนี้ และระยะเวลาขายสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ 2 ตัวนี้ส่งผลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม จากผลลัพธ์นี้จึงสนับสนุนสมมติฐานนี้ และผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ และอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ กับการตัดสินใจลงทุนที่ส่งผลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล จากผลลัพธ์นี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 2

3. จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่า VIF น้อยกว่า 10 คือ อยู่ระหว่าง 1.052 – 7.592 นั่นคือ ไม่เกิด Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.009 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 – 2.50 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่แบบสมการการถดถอย ตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมการถดถอยเชิงพหุคูณของความสามารถในการทำกำไรกับราคาหลักทรัพย์

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	20.075	37.709		0.532	0.595		
GPM	0.226	0.965	0.018	0.234	0.815	0.951	1.052
OPM	2.449	4.947	0.262	0.495	0.621	0.201	6.793
NPM	-0.679	5.472	-0.067	-0.124	0.901	0.209	7.592
ROE	-0.834	2.965	-0.044	-0.281	0.779	0.236	4.239
ROA	0.942	3.279	0.042	0.287	0.774	0.272	3.677

ค่าสำคัญทางสถิติ R = 0.199 (19.9%) R² = 0.039 (3.9%)

ค่า Adjusted R Square = 0.010 (1%) ค่า Durbin-Watson = 2.009

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการทำกำไรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนด้านราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์อิทธิพลด้านความสามารถในการทำกำไร ที่ประกอบไปด้วย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น มีส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจาก

สินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ จากผลลัพธ์นี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 3

4. จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า มีค่า VIF น้อยกว่า 10 คือ อยู่ระหว่าง 1.052 – 7.592 นั่นคือ ไม่เกิด Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตราสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.105 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 – 2.50 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ ไม่มีอัตราสัมพันธ์ในข้อมูล ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่แบบสมการการถดถอย ตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมการถดถอยเชิงพหุคูณของความสามารถในการทำกำไรกับอัตราการจ่ายเงินปันผล

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.393	0.732		3.267	0.001		
GPM	0.006	0.019	0.027	0.341	0.734	0.951	1.052
OPM	0.150	0.096	0.820	1.560	0.121	0.201	6.793
NPM	-0.201	0.106	-1.022	-1.893	0.060	0.209	7.592
ROE	0.010	0.058	0.026	0.165	0.869	0.236	4.239
ROA	0.059	0.064	0.134	0.921	0.358	0.272	3.677

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.224$ (22.4%) $R^2 = 0.050$ (5%)

ค่า Adjusted R Square = 0.021 (2.1%) ค่า Durbin-Watson = 2.105

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสามารถในการทำกำไรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนด้านอัตราการจ่ายเงินปันผล ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์อิทธิพลด้านความสามารถในการทำกำไร ที่ประกอบไปด้วย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล จากผลลัพธ์นี้จึงไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 4

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐ ญ ตะกั่วทุ่ง (2558) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราส่วนด้านสภาพคล่องไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ญัฐพัทธ์ ญันทานุลักษณ์ (2560) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือยในตลาดหลักทรัพย์ไฮจิมนท์ ประเทศเวียดนาม ที่พบว่าอัตราส่วนด้านสภาพคล่องไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ใด ๆ เลย ซึ่งอาจมาจากสภาพคล่อง เป็นเครื่องชี้ฐานะทางการเงินในระยะสั้นเท่านั้น ไม่ได้สะท้อนถึงผลกำไรของบริษัท ดังนั้นนักลงทุนไม่ควรให้ความสำคัญกับอัตราส่วนนี้มากนัก

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสภาพคล่องที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในการจ่ายเงินปันผล ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยระยะเวลาเก็บหนี้ และระยะเวลาขายสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ 2 ตัวนี้ส่งผลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยระยะเวลาเก็บหนี้ และระยะเวลาขายสินค้าส่งผลกับอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล การที่บริษัทสามารถเก็บหนี้ได้เร็ว และทำการขายสินค้าออกได้เร็วนั้นเป็นผลดีที่ทำให้บริษัทมีการหมุนเวียนของเงินสด และสินค้าคงเหลือ ทำให้บริษัทอาจประกาศจ่ายเงินปันผลได้ ดังนั้นนักลงทุนจึงควรให้ความสำคัญกับการวัดระยะเวลาเก็บหนี้ และระยะเวลาขายสินค้าที่จะเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของบริษัท และยังพบว่า สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ และอัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ กับการตัดสินใจลงทุนที่ส่งผลต่ออัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราส่วนการจ่ายเงินปันผล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ญัฐ ญ ตะกั่วทุ่ง (2558) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราส่วนด้านสภาพคล่อง ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ญัฐพัทธ์ ญันทานุลักษณ์ (2560) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือยในตลาดหลักทรัพย์ไฮจิมนท์ ประเทศเวียดนาม ที่พบว่าอัตราส่วนด้านสภาพคล่องไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ใด ๆ เลย ซึ่งอาจมาจากสภาพคล่อง เป็นเครื่องชี้ฐานะทางการเงินในระยะสั้นเท่านั้น ไม่ได้สะท้อนถึงผลกำไรของบริษัท ดังนั้นนักลงทุนไม่ควรให้ความสำคัญกับอัตราส่วนนี้มากนัก

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในราคาหลักทรัพย์ ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Martani, Mulyono (2009) ที่พบว่า ความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสาเหตุมาจากการศึกษาคนละกลุ่มอุตสาหกรรม คนละตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ก็มีความแตกต่างกัน จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายราคาหลักทรัพย์ใด ๆ ได้

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในการจ่ายเงินปันผล ของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตรากำไรจ่ายเงินปันผล ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Oguzhan. Sarder & Gokhan (2012) ที่พบว่า ความสามารถในการทำกำไร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่ออัตรากำไรจ่ายเงินปันผล ซึ่งสาเหตุมาจากการศึกษาคนละกลุ่มอุตสาหกรรม คนละตลาดหลักทรัพย์ รวมถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ก็มีความแตกต่างกัน จึงทำให้ไม่สามารถอธิบายราคาหลักทรัพย์ใด ๆ ได้

สรุปผลการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลา เก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยหลักทรัพย์	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลา เก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตรากำไรจ่ายเงินปันผล	สนับสนุนสมมติฐาน และไม่สนับสนุน สมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 3 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตรา ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 4 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วย อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตรา ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตรากำไรจ่ายเงิน ปันผล	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ผู้ศึกษาได้ทราบถึงอิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ว่าความสำคัญของสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรนั้นมีผลต่อการตัดสินใจที่จะลงทุนในกิจการนั้น ๆ และยังเป็นข้อมูลในนักลงทุนได้ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ
2. นักลงทุน และผู้มีส่วนได้เสียนั้นสามารถนำข้อมูลไปประเมินกิจการว่ามีปัญหาด้านการเงินที่อาจทำให้เกิดขึ้นในอนาคต และสามารถวางแผนเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในอนาคตต่อไป
3. ภาครัฐกิจ สามารถนำผลการศึกษาสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ และวางแผนการปฏิบัติงานให้เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้บริษัทมีสภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไรที่ดีได้ เพื่อผลประโยชน์ที่ดีในระยะยาว
4. ประโยชน์ต่อภาครัฐและนักการวิเคราะห์ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้พิจารณาวิเคราะห์สภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไร สำหรับการวางแผนพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เพิ่มกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น อาจทำให้ครอบคลุมไปถึงบริษัทที่ไม่ได้อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. ศึกษาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นที่น่าสนใจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
3. เพิ่มตัวแปรอิสระให้มากขึ้นเพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญณา เค้กศิริ. (2564). อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ. *วารสารชุมชนวิจัย*, 12(2), 71-84.
- ชัยสรณ์ รังคะภูติ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจอุตสาหกรรมทางการเงินจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐ ณะกัณฑ์. (2558). ความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพัชร์ ฉันทานุกุล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์กลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือยในตลาดหลักทรัพย์ไฮจิมนท์ (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). *ข้อมูลหมวดอุตสาหกรรม 2563*. ค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565, จาก <http://www.setsmart.com/ism/setorComparisonFinancial.html>

- ทิพากร ศรีชัยอำรง. (2564). อิทธิพลของงบกระแสเงินสดต่อสภาพคล่องและความมั่งคั่งสูงสุดของธุรกิจ
กรณีศึกษา: กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารศิลปะการจัดการ*, 5(1),
87-102.
- บุญนาถ เกิดสินธุ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและราคาตามหลักทรัพย์กลุ่มพาณิชย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พรรณวร จันทร์โก. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล: กรณีศึกษาสหกรณ์ออมทรัพย์
โรงพยาบาลราชวิถี จำกัด. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 15(22), 73-86.
- ศุภีพร คำเครื่อง. (2564). อิทธิพลของสภาพคล่องและความสามารถในการบริหารหนี้สินที่มีต่อราคาหุ้นและอัตรา
เงินปันผลตอบแทนของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 9(2), 171-188.
- สุทธิเพ็ญ ดีสวัสดิ์. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนจากกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์
และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรี
ปทุม.
- Abdolreeza Ghasempour. (2013). The Relationship between Operational Financial Ratios and
Firm's Abnormal Stock Returns. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and
Technology*, 15(6), 2839- 2845.
- Martani, D., Mulyono, & Khairurizka, R. (2009). The effect of financial ratios, firm size, and cash flow
from operating activities in the interim report to the stock return. *Chinese Business Review*,
8(6), 44.
- Oguzhan, Serdar & Gokhan. (2012). The Rule of Financial Ratios in Determining The Stock Prices.
Journal of Management & Economics, 19(2), 277-288.
- Prosoft WINSpeed. (2563). *อัตราส่วนทางการเงิน*. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก [https://www.prosof
twinspeed.com/Article/Detail/Financial-Ratio](https://www.prosoftwinspeed.com/Article/Detail/Financial-Ratio)

สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย
Competency of the Personnel of the Office of the Headquarters of the Royal
Thai Armed Forces Headquarters

ณัฐชัย ม่วงเปรม¹ และ ราเชนทร์ นพรัฐวงศกร²

Natthachi Mounghprem¹ and Rachen Nophanatwongsakorn²

มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์^{1,2}

Southeast Asia University, Thailand^{1,2}

E-mail: marukung1527@gmail.com¹

Received: August 8, 2022

Revised: December 20, 2022

Accepted: December 21, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย 2) เพื่อศึกษาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร และ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง บุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย จำนวน 243 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ค่าที และค่าความแปรทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า 1) สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และ 2) บุคลากรที่มี เพศ อายุ ราชการต่างกัน มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานของสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: สมรรถนะในการปฏิบัติงาน, สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

Abstract

This research aims to 1) Study the competency of the personnel of the office of the headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters. 2) Studying competency of the personnel of the office of the headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters. A questionnaire was used to collect data from a sample of 243 offices of the headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters personnel. The statistics used to analyze the data are Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way variable. The results showed that 1) the competency of the personnel of the office of the headquarters of the Royal

Thai Armed Forces Headquarters was at a high level, with an average of 3.88. and 2) Personnel of different genders and ages of service had significantly different competency of the personnel of the office of the headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters at the 0.05 level. However, the age, education level, and average monthly income were not different.

Keywords: Competency, Office of the Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters

บทนำ

ระบบราชการเป็นเรื่องที่รัฐบาลทุกยุคทุกสมัยให้ความสำคัญ และได้ดำเนินการปฏิรูประบบราชการมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากปัญหาด้านต่าง ๆ เช่น การไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน การทุจริตคอร์รัปชัน ขาดความโปร่งใสไม่สามารถตรวจสอบได้ ขาดความเป็นอิสระในการแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ อีกทั้งอิทธิพลของกระแสโลก ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การเมืองเป็นไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ตลอดจนการแข่งขันในสังคมโลกและประเทศต่าง ๆ จึงเป็นปัจจัยสำคัญให้ต้องมีการปฏิรูประบบราชการอย่างจริงจัง เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นระบบราชการยุคใหม่ทั้งหมด (กาญจนชนก ภัทรวิชช์, 2554)

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วย การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 9 มุ่งเน้นพัฒนาระบบราชการ กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐปรับปรุงและพัฒนาการบริหารราชการเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขต่อประชาชน และเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า (รวมถึงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ. 2556 - 2561) ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบราชการไทย เพื่อยกระดับขีดความสามารถและมาตรฐานการทำงานหน่วยงานภาครัฐให้อยู่ในระดับสูงเทียบเท่ามาตรฐานสากล (High Performance) สร้างความเชื่อถือไว้วางใจ พัฒนาสุขภาวะ และมุ่งสู่ความยั่งยืน โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและพัฒนากำลังพล คือยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนให้มีขีดสมรรถนะสูงและทันสมัย บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2556) ซึ่งในการประเมินผลการปฏิบัติงานของส่วนราชการ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กำหนดเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) มาใช้เป็นตัวชี้วัดการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญทั้งด้านการบริหารหน่วยงานและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจากแนวคิดการบริหารราชการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นหลัก องค์กรสมัยใหม่รวมถึงหน่วยงานภาครัฐจึงนำแนวคิดสมรรถนะ (Competency Model) มาใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารด้วยเชื่อว่า ความถนัด ความเชี่ยวชาญทางวิชาการ ความมุ่งมั่น ไม่ใช่ตัวชี้วัดที่ดีของผลงานและความสำเร็จ หากแต่เป็นผู้มีความสามารถในการประยุกต์ใช้หลักการหรือองค์ความรู้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในงาน จึงเรียกว่าเป็นผู้มีสมรรถนะ นอกจากนี้สมรรถนะยังเป็นรากฐานของบุคคลหนึ่ง ๆ ซึ่งมีความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลกับการปฏิบัติงานที่เหนือกว่าหรือการมีประสิทธิผล ที่สามารถอ้างอิงกับเกณฑ์มาตรฐานในงานหนึ่งหรือสถานการณ์หนึ่งได้ โดยสมรรถนะหมายถึงคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ความสามารถทักษะและ

คุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่นในองค์กร สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายได้ตามต้องการและขับเคลื่อนองค์กรสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance)

กองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งมีขอบเขตความรับผิดชอบและหน้าที่สำคัญดูแลรักษาและทำความสะอาดสถานที่ บริเวณนอกอาคาร กองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย และดำเนินการเกี่ยวกับงานสุขาภิบาลทั้งปวง รวมทั้งระดับตึกแต่ละสถานที่ ณ ที่ตั้ง กองบัญชาการกองทัพไทย ให้บริการแรงงาน ตลอดจนการบริการอื่น ๆ ประสานงาน และกำกับดูแลหน่วยต่าง ๆ ที่มาสนับสนุนการปฏิบัติงาน ณ ที่ตั้งกองบัญชาการกองทัพไทย ควบคุม อำนาจการ ประสานงาน กำกับดูแลและดำเนินการเกี่ยวกับการระงับป้องกัน การรักษาความปลอดภัยสถานที่ บุคคลสำคัญ ทรัพย์สินของทางราชการ ณ ที่ตั้งกองบัญชาการกองทัพไทย เป็นหน่วยที่ปฏิบัติภารกิจ เพื่อสนองตอบ ต่อนโยบายผู้บัญชาการทหารสูงสุด และ การระงับป้องกันที่ตั้ง กองบัญชาการกองทัพไทย ดังนั้น หน่วยจึงต้องมีความพร้อม ในการเตรียมกำลังพลเพื่อป้องกันภัยคุกคามรูปแบบใหม่ ที่จะมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของส่วนราชการ ภายในกองบัญชาการ เช่น ภัยจากกลุ่มผู้เรียกร้องทางการเมือง ภัยจากธรรมชาติ หรือภัยจากเหตุการณ์นอกความคาดหมาย หน่วยจึงดำเนินการฝึกเตรียมความพร้อมด้าน การป้องกันอัคคีภัย การระงับป้องกันที่ตั้ง โดยหน่วยมีการสนธิกำลังจากส่วนราชการต่าง ๆ ในกองบัญชาการ เพื่อทำการฝึกเตรียมความพร้อม ในการระงับป้องกันที่ตั้ง ซึ่งประกอบด้วยกองร้อยรักษาการณ์ การร้อยสารวัตรทหารกองร้อยระงับป้องกันชุดสารวัตรทหารผสมเหล่าชุดปฏิบัติการจิตวิทยาและประชาสัมพันธ์ ชุดเจ้าหน้าที่เทคนิคชุดแพทย์ชุดบรรเทาสาธารณภัย ชุดกองหนุนส่วนใหญ่ จากบทบาทหน้าที่อันสำคัญของกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยที่มีความจำเป็นต้องมีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาสมรรถนะบุคลากรกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร

สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน และอายุราชการต่างกัน มีสมรรถนะในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

McClelland (1998) ได้ให้ความหมายของสมรรถนะไว้ว่า หมายถึง บุคลิกลักษณะที่เป็นพื้นฐานของปัจเจกบุคคลซึ่งมีส่วนในการทำนายผลการปฏิบัติ งานที่ดี และ/หรือตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในงานสมรรถนะ

ประกอบด้วยแรงขับ (motives) ลักษณะ (traits) แนวคิด/ความคิดของตน (self - concepts) ทศคติ (attitude) หรือคุณค่า (values) ความรู้ในเนื้อหา (content knowledge) หรือ ความรู้ ความคิด (cognitive) หรือทักษะเชิงพฤติกรรม (behavioral skills) ที่สามารถวัดได้หรือเชื่อถือได้ ซึ่งประกอบกันทำให้บุคคลแต่ละคนได้รับความสำเร็จในการทำงานแตกต่างกัน

รัชฎา ณาน (2550) ได้กล่าวถึง สมรรถนะ หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคล แสดงออก โดยเกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ในการทำงานให้ประสบ ความสำเร็จและบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรให้มีผลงานได้ตามเกณฑ์หรือโดดเด่นกว่า 7 มาตรฐานที่กำหนดและเป็นการจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานที่มี ประสิทธิภาพสูงออกจากบุคคลอื่นอย่างสมเหตุสมผล

Davies and Ellison (1997) ให้คำนิยามของสมรรถนะว่าเป็นคุณลักษณะที่ทำให้คน ปฏิบัติงานได้ดีขึ้น หรือเกิดผลผลิตที่ดีขึ้น สมรรถนะในมุมมองนี้เป็นปัจจัยชี้แนะที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำงานเป็นปัจจัยนำเขาที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จของงาน

Richard (1982) ได้กล่าวไว้ว่าสมรรถนะ คือ พฤติกรรมที่บุคลากรแสดงออกมาแตกต่างกันในด้านทักษะ (Skills) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคลากร (Trait) และแรงจูงใจ (Motive)

ดังนั้นสรุปได้ว่า สมรรถนะ (Competency) หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของบุคคล ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับผลสำเร็จของงานและเกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะความสามารถ และคุณลักษณะส่วนบุคคลอื่น ๆ เป็นกลุ่มพฤติกรรมในการทำงาน ซึ่งเกิดจากการที่บุคลากรมีความรู้ ทักษะ และความสามารถ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการทำงานให้ประสบความสำเร็จ หรือมีผลงานที่โดดเด่นการนำสมรรถนะมาใช้ นอกจากจะประเมินเรื่องความรู้ ทักษะ ความสามารถและ คุณลักษณะอื่น ๆ แล้วยังต้องคำนึงถึงกลุ่มพฤติกรรมในการทำงานเพิ่มขึ้นด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่า ความรู้ ทักษะ และความสามารถเป็นพื้นฐานที่จะทำให้บุคลากรปฏิบัติงานได้ และสมรรถนะเป็นส่วนที่ต่อยอดเพิ่มเติมขึ้นมาให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

Kaplan and Norton (2004) แบ่งองค์ประกอบของสมรรถนะเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ที่เหมาะสมต่องานที่องค์กรกำหนด เช่น รู้เรื่อง งานที่จะทำ รู้เรื่องลูกค้า เป็นต้น

2) ทักษะ (Skill) หมายถึง ทักษะที่สอดคล้องกับความรู้ เช่น ทักษะในการต่อรอง ทักษะในการให้คำปรึกษา และทักษะในการบริหารโครงการ เป็นต้น

3) ค่านิยม (Values) หมายถึง กลุ่มของคุณลักษณะพิเศษหรือพฤติกรรมที่สร้างผลงานที่โดดเด่นงานบางอย่างต้องทำเป็นทีม บางอย่างต้องทำคนเดียว การสร้างค่านิยมให้กลมกลืนกับงานจึงเป็นสิ่งจำเป็น

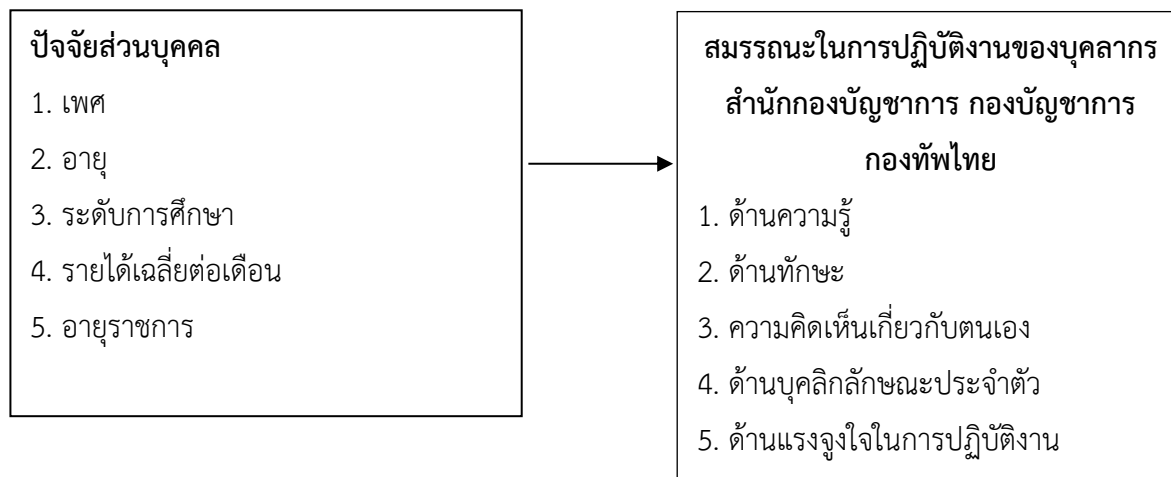
สรุปได้ว่า องค์ประกอบของสมรรถนะ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะ เฉพาะบุคคล (Personal Characteristics) เช่น ภาพลักษณ์ (Self -image) หรือ มโนทัศน์ในตน (Self concept) ค่านิยม (Values) พฤติกรรม (Behaviors) เจตคติ (Attitude) ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวอาจเกิดจากความสามารถของบุคคลนั้น ๆ เอง หรือเกิดจากความสามารถที่สร้างขึ้นภายหลังจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในการทำงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวความคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาประชากรได้แก่ บุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพบกไทย จำนวน 620 คน (กองบัญชาการกองทัพบกไทย, 2565 และกลุ่มตัวอย่างได้แก่ บุคลากร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพบกไทย จำนวน 243 คน ได้จากได้จากโดยสูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane, 1967)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุราชการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากร 1) ด้านความรู้ 2) ด้านทักษะ 3) ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง 4) ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว 5) ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1. ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Devastation) ใช้อธิบายแบบสอบถามในส่วนที่ 2 สมรรถนะในการปฏิบัติงาน

สถิติเชิงอนุมาน

1. t-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสมรรถนะในการปฏิบัติงานกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมี 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. One way ANOVA: F-test ใช้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างสมรรถนะในการปฏิบัติงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยวิธีการของ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ด้านบุคลิกลักษณะประจำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวม

สมรรถนะในการปฏิบัติงาน ภาพรวม	ระดับสมรรถนะ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความรู้	3.73	0.57	มาก
2. ด้านทักษะ	3.99	0.55	มาก
3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง	3.61	0.54	มาก
4. ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว	4.01	0.51	มาก
5. ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	4.03	0.56	มาก
รวม	3.88	0.40	มาก

2. พบว่า บุคลากรที่มี เพศ อายุ ราชการต่างกันมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานของสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่า Sig.	สมรรถนะในการปฏิบัติงาน	
		การยอมรับ สมมติฐาน	ไม่ยอมรับ สมมติฐาน
เพศ	0.000*	✓	
อายุ	0.485		✓
ระดับการศึกษา	0.895		✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.751		✓
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	0.000*	✓	

อภิปรายผล

การศึกษาสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

1. สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านบุคลิกลักษณะประจำ ด้านทักษะ ด้านความรู้ และด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ตามลำดับ บุคลากรสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ได้รับการพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง มีการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จึงทำให้เกิดสมรรถนะในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธารณี อภัยโรจน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาสมรรถนะหลักเพื่อการพัฒนาบุคลากร: กรณีศึกษา สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะหลักของบุคลากรในปัจจุบัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลงานวิจัยของผลงานวิจัยของธณินันท์ ทองปานคุณานนท์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทโพสโค (ไทยแลนด์) จำกัด ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัทโพสโค (ไทยแลนด์) จำกัด มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ทั้งภาพรวมและรายด้านของพนักงานอยู่ในระดับมาก

2. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บุคลากรที่มี เพศ และอายุราชการต่างกันมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานของสำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วน อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากเป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากบุคลากรที่เป็นเพศชายได้ปฏิบัติหน้าที่ในเชิงรุกมากกว่าบุคลากรที่เป็นเพศหญิง ซึ่งส่วนใหญ่จะสังกัดในส่วนของอำนวยการ ดังนั้นบทบาทหน้าที่ของบุคลากรที่เป็นเพศชาย จึงมีความหลากหลายมากกว่าบุคลากรเพศหญิงจึงก่อให้เกิดสมรรถนะในการปฏิบัติงานในบริบทที่ต่างกันต่างกัน อีกทั้ง อายุราชการมีความแตกต่าง เนื่องจากบุคลากรที่มีอายุราชการมาเป็นระยะเวลายาวนาน ย่อมเกิดความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่ราชการ จึงมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานสูงกว่าบุคลากรที่มีอายุราชการน้อยกว่า ซึ่งผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับวินัย ไขขาว (2559) ได้ศึกษาเรื่อง

สมรรถนะหลักของพนักงาน บริษัท คริวแม่ศรีเรือน จำกัด และบริษัทในเครือ ผลการศึกษาพนักงานที่มีเพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะหลัก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และฉันทน์นันท ทองปานคุณานนท์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทโพสโค (ไทยแลนด์) จำกัด พนักงานที่มีอายุงานต่างกันมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานทั้งภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ด้านความรู้ ผู้บริหารและผู้บังคับบัญชา ต้องมีการส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติให้มากยิ่งขึ้น
2. ด้านทักษะ ผู้บังคับบัญชาต้องฝึกฝนให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความสามารถใช้ทักษะในการแก้ไขสถานการณ์ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นภายในองค์กรได้ทันเวลา
3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาต้องสร้างความรู้สึกเชื่อมั่นในตัวบุคลากรให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้พนักงานเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในตนเองมากยิ่งขึ้น
4. ด้านบุคลิกลักษณะประจำตัว องค์การต้องมีการกำหนดระเบียบ ข้อบังคับในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติของบุคลากรอย่างเท่าเทียมกัน
5. ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาต้องมีการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือน เงินเดือน และสวัสดิการแก่บุคลากรอย่างยุติธรรมและเสมอภาค เป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่เสริมสร้างสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากร เช่น การพัฒนาตนเอง ภาวะผู้นำ เป็นต้น เพื่อสามารถได้ทราบถึงปัจจัยที่เสริมสร้างและพัฒนาสมรรถนะในการปฏิบัติงานให้ยิ่งขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

- กองบัญชาการกองทัพไทย. (2565). *การวางแผนอัตรากำลังพล*. กรุงเทพฯ: กองทัพไทย.
- กาญจนาชนก ภัทรวินชนันท์. (2554). *การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะหลักเพื่อใช้ในการประเมินข้าราชการ กรณีศึกษาสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา (ก.ค.ศ.)* (วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฉันทน์นันท ทองปานคุณานนท์. (2557). *สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทโพสโค (ไทยแลนด์) จำกัด* (สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- ธาริณี อภัยโรจน์. (2553). *การศึกษาสมรรถนะหลักเพื่อการพัฒนาบุคลากร: กรณีศึกษา สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รัชฎา ณ น่าน. (2550). *สมรรถนะหลักของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดน่าน* (วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วินัย ไช้ขาว. (2559). *สมรรถนะหลักของพนักงาน บริษัท คราวแม่ศรีเรือน จำกัด และบริษัทในเครือ* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2556). *คู่มือการประเมินผลการปฏิบัติงานของระบบราชการ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- Davies, B., and Ellison, L. (1997). *School Leadership for the 21st Century*. London: Rutledge.
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (2004). *Strategy Maps*. School Publishing Corporation.
- McClelland, D. C. (1998). Identifying competencies with behavioral-event interviews. *Psychological Science*, 9(5), 331-339.
- Richard, E. (1982). *The Competent Manager: A Model for Effective Performance*. New York: John Wiley & Sons.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper and Row.

บทบาทและความคิดทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์
Roles and Political Thoughts of Mr. Meechai Reuchupan

ศุภาพิชญ์ ศิริพร ณ ราชสีมา¹, สุรพล ราชภักดิ์², จักรี ไชยพินิจ³ และ เกรียงชัย ปิงประวดี⁴

Supapiech Siriporn Na Ratchasima¹, Suraphol Rajbhandaraks²

Chakkri Chaipinit³ and Kriangchai Pungprawat⁴

มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2,3,4}

Ramkhamhaeng University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: supapiech@hotmail.com¹

Received: December 8, 2022

Revised: December 22, 2022

Accepted: December 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเรียนรู้ทางสังคม 2) บทบาทชนชั้นนำทางการเมืองและ 3) การเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ในบทบัญญัติต่าง ๆ ในรัฐธรรมนูญ ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยวิเคราะห์เชิงเนื้อหาแล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเรียนรู้ทางสังคมของนายมีชัยเกิดจากประสบการณ์ทางสังคม ส่งผลให้นายมีชัยเกิดความมุ่งมั่นในการศึกษา สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และเพื่อนร่วมงาน ส่งผลให้เกิดการหล่อหลอมความคิด 2) พฤติกรรมของนายมีชัยให้เกิดการพัฒนาตัวตน ประสบความสำเร็จในชีวิต เกิดทักษะ และความชำนาญเฉพาะตัว นายมีชัยไม่ใช่กลุ่มชนชั้นนำในสังคม ด้วยศักยภาพ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในด้านกฎหมายส่งผลให้ชนชั้นนำในสังคม สนับสนุน และส่งเสริมให้นายมีชัยเข้ามาปฏิบัติงานการเมืองจนรับตำแหน่งทางการเมือง ส่งผลให้นายมีชัยกลายเป็นชนชั้นนำในสังคม นายมีชัยร่วมร่างรัฐธรรมนูญ 7 ฉบับ ความคิดทางการเมืองกับการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมีชัยในการบัญญัติกฎหมายในรัฐธรรมนูญมีความแตกต่างกันตามบริบททางการเมือง และสังคม 3) กระบวนการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมีชัยต้องผ่านขั้นตอนของการพิจารณาทางเลือกแต่ละทางเลือก ทั้งนี้ปัจจัยในการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลขึ้นอยู่กับปัจจัยความเชื่อ และความปรารถนา ผลประโยชน์ของตนเอง และส่วนรวม ข้อจำกัดของทางเลือกของนายมีชัย ได้แก่ การสั่งการของผู้มีอำนาจ การวางกรอบ กฎ กติกาให้ผู้ร่างรัฐธรรมนูญปฏิบัติตาม ปัญหาทางสังคม การเมือง รวมถึงความต้องการ หรือความปรารถนาของนายมีชัย จึงเป็นข้อจำกัดที่นายมีชัยต้องนำมาพิจารณาเพื่อตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด และนำมาซึ่งผลประโยชน์กับคนจำนวนมากที่สุด

คำสำคัญ: ความคิดทางการเมือง, ชนชั้นนำ, การตัดสินใจ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study social learning, 2) to the role of the political elite, and 3) the rational selection of Mr. Meechai Ruchuphan in various provisions in the constitution using means of document research. And in-depth interviews by analyzing the content and interpreting the meaning to summarize the results according to the objectives of the research.

The results showed that 1) Social experiences caused Mr. Meechai's social learning. As a result, Mr. Meechai was determined to study family institution academy and colleagues. 2) The behavior of Mr. Meechai to develop his identity. Success in life is born of unique skills and expertise. Mr. Meechai is not an elite group in society. With his potential, competence, and expertise in law, the elites in society support and encourage Mr. Meechai to work in politics until he accepts political positions. As a result, Mr. Meechai became an elite in society. Mr. Meechai participated in the drafting of 7 constitutions. Political ideas and rational selection decisions of Mr. Meechai in legislation in the constitution differ according to the political and social context. 3) Reasonable decision-making process. As a result, Mr. Meechai had to go through the process of considering each alternative. However, the factor for rational selection depends on the belief factor and desire. The limitations of Mr. Meechai's choices include orders of the powerful and laying out a framework, rules, and regulations for the constitutional drafters to follow Social and political problems, including the needs or the wishes of Mr. Meechai. Therefore, it is a limitation that Mr. Meechai must consider to make the best choice and bring benefits to the most significant number of people.

Keywords: Political Thought, Elite, Decision-Making

บทนำ

หลักการของการเมืองในระบอบประชาธิปไตยได้แก่ หลักเสรีภาพ (liberty) ความเสมอภาค (equality) อำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน (popular sovereignty) ด้วยความสัมพันธ์ของมนุษย์และสังคม ส่งผลให้การเมืองจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของมนุษย์ การทำความเข้าใจในบริบทต่าง ๆ ของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย หรือในทางการเมืองมีความจำเป็นต้องใช้หลักการหรือมุมมองที่มีความหลากหลาย ปัจจัยหนึ่งของการเมือง คือ มนุษย์ในสังคม หรือปัจเจกบุคคลผู้มีอำนาจในทางสังคม การทำความเข้าใจถึงเหตุและผลของความคิด พฤติกรรมทางการเมืองของปัจเจกบุคคล เพื่อนำมาซึ่งการอธิบายปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ในทางการเมืองจึงมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนในสังคม ดังนั้นการศึกษาความคิดทางการเมืองของปัจเจกบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในทางการเมืองของไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการทำความเข้าใจการเมืองของไทย

ปัจเจกบุคคลที่มีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากในสังคมการเมืองของประเทศไทย เช่น นายมีชัย ฤชุพันธุ์ ผู้ที่มีบทบาทในทางการเมือง เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายของประเทศไทย อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีส่วนในการร่างรัฐธรรมนูญของไทยหลายฉบับด้วยกันนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นทางการเมืองในมุมมองที่หลากหลายตามบริบทหรือบทบาททางการเมืองที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา ด้วยบทบาท หรือตำแหน่งทางการเมืองที่นายมีชัยได้รับล้วนมีบทบาท หน้าที่ และอำนาจที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาบทบาท ความคิดทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ จึงเป็นการศึกษาถึงการเรียนรู้ทางสังคม ความเป็นชนชั้นนำ และการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในบทบัญญัติต่าง ๆ ในรัฐธรรมนูญที่นายมีชัยได้เข้าไปร่วมร่างรัฐธรรมนูญ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเรียนรู้ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนายมีชัย ฤชุพันธุ์
2. เพื่อศึกษาบทบาทความเป็นชนชั้นนำทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์
3. เพื่อศึกษาการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ในการบัญญัติบทบัญญัติต่าง ๆ

ในรัฐธรรมนูญ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์

สมมติฐานข้อที่ 2 สภาพคล่องของกิจการที่วัดด้วยอัตราส่วนทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาเก็บหนี้ อัตราหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาขายสินค้า ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล

สมมติฐานข้อที่ 3 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยราคาหลักทรัพย์

สมมติฐานข้อที่ 4 ความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดด้วยอัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด และอัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น ส่งผลในเชิงบวกต่อการตัดสินใจลงทุนที่วัดด้วยอัตราการจ่ายเงินปันผล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization)

Bandura (1977) การเรียนรู้ทางสังคม (Socialization) เป็นปฏิกิริยาตอบสนองของบุคคลที่ไม่ได้มีมาตั้งแต่กำเนิด ปฏิกริยาดังกล่าวจะต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง และส่งผลให้บุคคลแสดงเป็น

พฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา การเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์สามารถแบ่งได้ 2 วิธี คือ 1) การเรียนรู้จากผลของการกระทำ (Learning By Response Consequences) และ 2) การเรียนรู้จากการเลียนแบบ (Learning Through Modeling)

Elkin & Handel (1983) การขัดเกลาทางสังคมเป็นการเกิดขึ้นของการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์อันเกิดจากกลุ่มทางสังคมที่มีหน้าที่ในการทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมปราศจากความขัดแย้ง ด้วยหน้าที่ของกลุ่มทางสังคมมีความแตกต่างกันทั้งหน้าที่ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หน่วยงานของการขัดเกลาทางสังคม ได้แก่ 1) ครอบครัว (The family) 2) โรงเรียน (The School) 3) กลุ่มเพื่อน (The Peer Group) 4) กลุ่มสื่อสารมวลชน (The Media of Mass Communication)

แนวคิดชนชั้นนำ (Elitism)

ระดม วงษ์น้อย (2527) การศึกษาปัจเจกบุคคลที่เป็นชนชั้นนำจะต้องทำการศึกษาลึถึงปัจจัยที่ผลักดันให้ปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มคนสามารถขึ้นมาเป็นชนชั้นนำได้ จะต้องศึกษาลักษณะหรือปัจจัยใน 4 ขั้นตอน คือ 1) ต้องระบุถึงตัวบุคคลที่เป็นชนชั้นนำก่อน 2) ต้องสำรวจปัจจัยใดที่ส่งเสริมให้บุคคลเป็นชนชั้นนำ 3) สำรวจลำดับชั้นของอำนาจที่แตกต่างกัน และความสัมพันธ์ที่แตกต่างของอำนาจของชนชั้นนำ และ 4) สามารถศึกษาเปรียบเทียบชนชั้นนำกับปัจเจกบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่ชนชั้นนำ

Mosca (1939) แบ่งแนวคิดชนชั้นปกครองหรือชนชั้นนำ 7 ประเด็น 1) ในระบบสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมที่ยังไม่พัฒนาหรืออาจเป็นสังคมที่ยังไม่เริ่มมีอารยธรรม ไปจนถึงสังคมที่มีการพัฒนาและมีความก้าวหน้ามีความมั่นคงจะประกอบด้วยผู้คน 2 ชั้น คือ ชนชั้นปกครอง และชนชั้นที่ถูกปกครอง ชนชั้นปกครองมักจะมีจำนวนน้อยกว่า 2) อำนาจเหนือกว่าที่แท้จริงของแนวคิดชนชั้นปกครอง หรือชนชั้นทางการเมืองตั้งอยู่บนพื้นฐานโครงสร้างที่แตกต่างกันของชนชั้นปกครอง 3) บุคคลคนเดียวไม่สามารถควบคุมกลุ่มคนขนาดใหญ่โดยปราศจากการสนับสนุนจากกลุ่มคนส่วนน้อยภายในกลุ่มใหญ่ได้ และกลุ่มคนส่วนน้อยจะเป็นผู้ที่ควบคุมคนส่วนใหญ่ 4) พัฒนาการของคนกลุ่มน้อย หรือชนชั้นนำ ในอดีตสังคมอารยธรรมชั้นสูง สงครามคือภาวะพิเศษ ที่ทำให้เกิดชนชั้นปกครองหรือชนชั้นทางการเมือง กล่าวคือ ผู้กล้าหาญในกองทัพเป็นสังคมชั้นสูงมีโอกาสขึ้นเป็นชนชั้นปกครองหรือชนชั้นทางการเมือง 5) สิทธิพิเศษของชนชั้น ชนชั้นผู้ปกครองหรือชนชั้นนักรบจะสามารถมีสิทธิในการครอบครองที่ดิน 6) ในทางศาสนา สังคมที่ความเชื่อทางศาสนามีความเข้มข้น และพระผู้สอนศาสนาจะอยู่ในรูปแบบของความศรัทธาเป็นชนชั้นพิเศษซึ่งเป็นการปกครองโดยชนชั้นสูงที่เกี่ยวกับพระ โดยส่วนใหญ่ มักได้รับและครอบครองส่วนแบ่งของความมั่งคั่งและอำนาจทางการเมือง 7) ในบางประเทศ ชนชั้นหรือกลุ่มในสังคมเป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาโดยกำเนิด

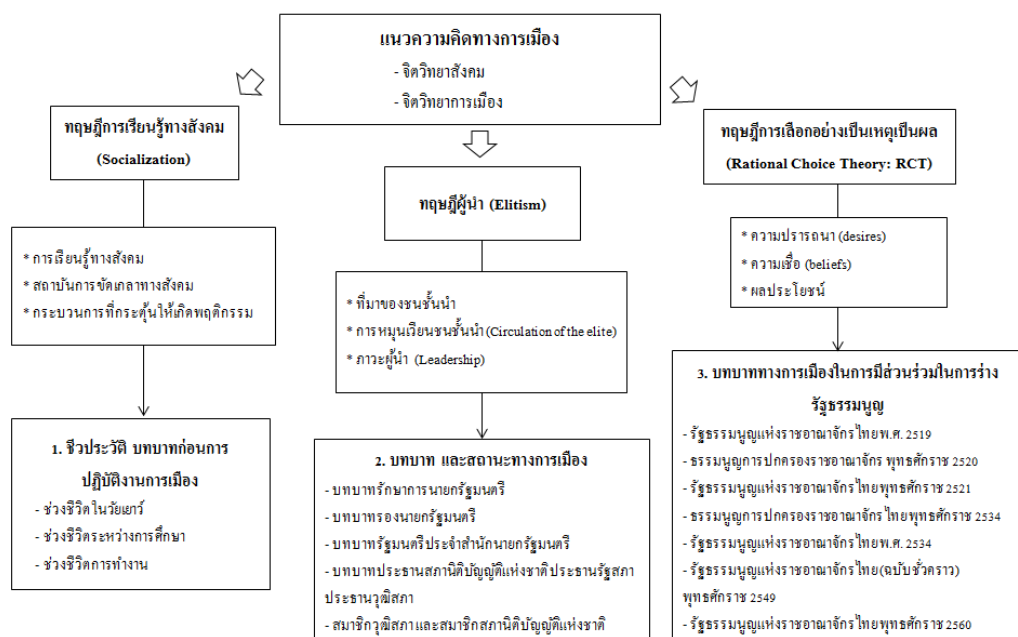
ทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Rational Choice Theory: RCT)

ปรัชญา เวสารัชช์ (2559) การที่จะพิจารณาถึงการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล สามารถพิจารณาได้จาก 4 องค์ประกอบ คือ 1) เป้าหมาย ค่านิยม หรือสิ่งที่ปรารถนา 2) ทางเลือกที่จะทำให้เป้าหมายเกิดความสำเร็จ 3) ผลของการเลือก และ 4) การตัดสินใจเลือกทางเลือก

Jon Elster (2009 อ้างถึงใน ไชยันต์ ไชยพร, 2557) ทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Rational Choice Theory) เป็นทฤษฎีที่มุ่งศึกษาปัจจัยสนับสนุนการกระทำของปัจเจกบุคคล ซึ่งการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็น

ผลของปัจเจกบุคคลอาจเกิดจากผลประโยชน์ของตนเองหรือผลประโยชน์ของส่วนรวมก็ได้ โดยอธิบายถึง ความเป็นเหตุเป็นผลของผู้กระทำ (rational actor) ประกอบด้วยปัจจัยที่จูงใจให้เกิดการกระทำ 2 ปัจจัย คือ 1) ความเชื่อ (beliefs) และ 2) ความปรารถนา (desires) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะเป็นปัจจัยสนับสนุนว่าวิธีการที่ควรกระทำที่ดี ที่สุดอันจะนำไปสู่เป้าหมายที่ปรารถนาคือวิธีการใด ซึ่งความเชื่อ (beliefs) ในทฤษฎีจะต้องประกอบด้วยข้อมูลที่ จำนวนมากเท่าที่ผู้กระทำจะสามารถหามาได้ และข้อมูลดังกล่าวจะต้องเป็นข้อมูลที่เที่ยงธรรม โดยผ่าน กระบวนการพิจารณาแล้วว่าเป็นข้อมูลที่ความสำคัญในการนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ และความปรารถนา (desires) ประกอบด้วยความพอใจเลือก (preferences) ที่อาจกล่าวถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ คือ ความปรารถนา ที่เป็นประโยชน์ของตนเอง หรือผลประโยชน์ของผู้อื่น ทั้งนี้ในความปรารถนาดังกล่าวอาจเป็นความปรารถนาที่ แอบแฝงไปด้วยสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ถูกต้องก็ได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยมุ่งศึกษาความคิดทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ โดยศึกษาชีวประวัติ ประวัติการศึกษา การทำงาน พฤติกรรม ความคิด และการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ตลอดจนการเข้ามามีบทบาททางการเมือง การตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในการบัญญัติบทบัญญัติต่าง ๆ ในรัฐธรรมนูญ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ศึกษาจากเอกสาร บทความในวารสาร หนังสือพิมพ์ รายงานการประชุม บันทึก การประชุม และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) นายมีชัย ฤชุพันธุ์ และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์ เนื้อหาแล้วตีความหมาย เพื่อสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

1) การเรียนรู้ทางสังคมของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ประสบการณ์ทางสังคมในช่วงวัยเด็ก ประสบการณ์ในการทำงานของนายมีชัย สะท้อนถึงการรับรู้ทางสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งในการหล่อหลอมและกล่อมเกลานายมีชัย มีจุดมุ่งหมายของตนเองคือการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น เกิดการปลูกฝังระเบียบวินัย (basic discipline) ความมุ่งมั่น (aspiration) รวมถึงการปฏิบัติตนให้สามารถอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้ นายมีชัยมีความคิดในการพึ่งพาตนเอง อาจกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะทางความคิดในการอยู่รอดในสังคม นายมีชัยมองโลกแห่งความเป็นจริงทางสังคม การยอมรับความจริงของชีวิต และพยายามปฏิบัติตนให้สังคมยอมรับตนเองให้ได้อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการอธิบายถึงความคิด ความรู้สึกที่มีต่อสังคม อันส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากจินตนาการ ความคิด และความรู้สึกที่ได้รับอิทธิพลมาจากสังคม เส้นทางการเรียนรู้ และบริบททางสังคมของนายมีชัยจะต้องพึ่งพาตนเอง ด้วยความมุ่งมั่นในการศึกษาส่งผลให้เกิดแรงกระตุ้น และเป็นแรงผลักดันให้นายมีชัยส่งตนเองเรียนในระดับที่สูงขึ้น อีกทั้งยังใช้เวลาว่างจากการทำงานเรียนพิมพ์ดีดเสริมหลังจากการทำงานประจำ เมื่อได้รับวุฒิการศึกษาที่สูงขึ้น ได้สอบการแข่งขันการเข้าทำงานราชการโดยใช้ความสามารถด้านพิมพ์ดีด จนสามารถส่งตนเองเรียนกฎหมายในคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อเรียนจบปริญญาตรี ความต้องการความมั่นคงในชีวิตตนเองและครอบครัว นายมีชัยได้สมัครสอบและทำงานที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างการทำงานได้สมัครสอบชิงทุนของกฤษฎีกาเพื่อเรียนกฎหมาย และสมัครงานที่สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน จนได้ทำงานที่สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน และยังได้รับทุนศึกษาต่อปริญญาโทด้านกฎหมายเปรียบเทียบที่ Southern Methodist University ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งในที่นี่ความสำเร็จและเป้าหมายในชีวิตของนายมีชัยปฏิเสธไม่ได้ว่าเกิดจากความมุ่งมั่น พยายามของนายมีชัย

โดยในที่นี้ผู้วิจัยเห็นว่าพฤติกรรมของนายมีชัยในการแสวงหาความรู้ ความมานะอดทน ความพยายามต่าง ๆ ที่นายมีชัยมีอยู่ส่งผลให้นายมีชัยประสบความสำเร็จ กล่าวได้ว่า ความคิดและพฤติกรรมของนายมีชัยเกิดจากแรงขับเคลื่อนภายในตนเองที่ต้องการอยู่รอดภายในสังคม ต้องการความสำเร็จอันได้มาจากการพึ่งพาตนเอง ประกอบกับสถานภาพ (status) และบทบาท (role) ของนายมีชัยในแต่ละช่วงการทำงานส่งผลให้นายมีชัยเกิดความรู้สึก ความคิด ความปรารถนา การใช้เหตุผล และการตัดสินใจ ประสบการณ์ทางสังคมในที่ทำงาน เพื่อนร่วมงาน หรือการรับรู้ทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งในการหล่อหลอม และกล่อมเกลานายมีชัย มีจุดมุ่งหมายของตนเอง ส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมความขยัน อดทน ความเพียร ความพยายาม ความอดุสาหะของนายมีชัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ทางสังคม (socialization) อันหมายถึงการที่บุคคลบุคคลหนึ่งจะมีความคิด ความรู้สึก หรือพฤติกรรมอย่างใดนั้น การแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เกิดจากจินตนาการ ความคิด และความรู้สึกที่ได้รับอิทธิพลมาจากสังคม ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความคิดและพฤติกรรมของนายมีชัยได้ว่าพฤติกรรมของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกบุคคล ทำให้เข้าใจถึงสาเหตุของความคิดและพฤติกรรมของนายมีชัย ซึ่งบอกได้ถึงทัศนคติเชิงบวกในประเด็นต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิต

2) บทบาทการเป็นชนชั้นนำทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ที่ได้เข้ามามีบทบาทในทางการเมืองในหลายรัฐบาล และยังได้รับตำแหน่งทางการเมืองหลายตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ในทางการเมือง นายมีชัยได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ซึ่งนายมีชัยความรู้และความเชี่ยวชาญ

รวมถึงประสบการณ์ในการทำงานที่สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ประสบการณ์การทำงานกับนักการเมือง หรือผู้บริหารประเทศในหลายสมัย บวกกับอุปนิสัยของนายมีชัยที่เป็นคนที่มีความขยัน ความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นในการทำงาน แสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลา จึงได้รับการสนับสนุน และผลักดันให้นายมีชัยได้เข้ามาช่วยเหลืองานทางการเมืองในแง่ของกฎหมาย นายมีชัยได้เข้ามาอยู่ในกลุ่มของชนชั้นนำจากสถานการณ์ความไม่สงบในสมัยนายสัญญา ธรรมศักดิ์ เป็นนายกรัฐมนตรี ในเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 ชนชั้นนำนายประกอบ หุตะสิงห์ รองนายกรัฐมนตรี และประธานคณะกรรมการกฤษฎีกาในสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ผู้บังคับบัญชาของนายมีชัยในสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เห็นคุณสมบัติในการทำงานของนายมีชัย จึงชักชวนให้ช่วยงาน และมอบหมายภารกิจที่สำคัญให้ปฏิบัติ อาจกล่าวได้ว่านายมีชัยที่มีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาโดยการอ้างอิงจากหน้าที่ของตน และหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายสำเร็จผู้บังคับบัญชาหรือในที่นี้ผู้วิจัยขอใช้คำว่าชนชั้นนำทางการเมืองในสังคมไทยยอมรับคนที่อยู่ในชนชั้นที่ต่ำกว่าสามารถพัฒนาตนเองโดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ เช่นระบบการศึกษาเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของตนจนเป็นที่ยอมรับนับถือของบุคคลทั่วไป เมื่อพ้นจากสมัยนายกรัฐมนตรีสัญญา ธรรมศักดิ์ เข้าสู่สมัยนายกรัฐมนตรี หม่อมราชวงศ์ เสนีย์ ปราโมช (1) สมัยหม่อมราชวงศ์ คึกฤทธิ์ ปราโมช และสมัยหม่อมราชวงศ์ เสนีย์ ปราโมช (2) นายมีชัยปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งปรึกษานายกรัฐมนตรีฝ่ายกฎหมาย

ความเป็นชนชั้นนำ (Elite) ที่มาของความเป็นชนชั้นนำ ความโดดเด่นในความสามารถของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ใน 3 ประการ คือ 1) นายมีชัย ไม่ได้เกิดในกลุ่มของชนชั้นนำเดิม หรือชนชั้นนำในสังคม แต่นายมีชัยถูกจัดอยู่ในชนชั้นสูงหรือชนชั้นนำ เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีศักยภาพและความสามารถส่วนบุคคล และทักษะการทำงานในองค์กรในระดับสูง อีกทั้งยังเป็นชนชั้นนำทางการเมือง (Governing elite) เป็นบุคคลหนึ่งที่มีอิทธิพลและตำแหน่งทางการเมือง นายมีชัยได้รับการสนับสนุนจากชนชั้นนำทางการเมืองด้วยคุณลักษณะ ความสามารถในด้านกฎหมาย ให้เข้ามาปฏิบัติงานทางการเมือง อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสับเปลี่ยนหรือหมุนเวียนชนชั้นนำโดยนำบุคคลที่มีศักยภาพการทำงานให้เข้ามาทำงานเมื่อเกิดสถานการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลง 3) องค์การหรือสถาบันทางสังคม ส่งเสริมความเป็นชนชั้นนำให้นายมีชัย เนื่องจากรัฐบาลหรือผู้มีอำนาจเป็นผู้สนับสนุนให้นายมีชัยได้เข้ามามีส่วนช่วยราชการในทางการเมือง แต่ทั้งนี้ความเป็นชนชั้นนำของนายมีชัยจะเกิดขึ้นไม่ได้หากนายมีชัยขาดคุณสมบัติของผู้ผู้นำ

3) การร่างรัฐธรรมนูญในความคิดและการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในบทบัญญัติต่าง ๆ ของรัฐธรรมนูญที่นายมีชัยเข้าไปมีส่วนในการร่างรัฐธรรมนูญ 7 ฉบับ ซึ่งในเนื้อหาหรือบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญแต่ละฉบับ นายมีชัยได้เข้าไปมีส่วนในรายละเอียดตามบริบททางสังคม บริบททางการเมืองที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยแยกการวิเคราะห์ความคิด การตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในบทบัญญัติเฉพาะที่นายมีชัยเป็นผู้เสนอหลักการหรือความคิดของตนบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ รวมถึงบทบัญญัติที่เป็นข้อวิพากษ์วิจารณ์ในทางการเมือง ผู้วิจัยสรุปการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ โดยแบ่งตามรัฐธรรมนูญ ดังนี้

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2519 เป็นรัฐธรรมนูญที่เกิดจากการปฏิวัติ หลัง 6 ตุลาคม 2519 และ ธรรมนูญการปกครองราชอาณาจักร พุทธศักราช 2520 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกและฉบับที่สองที่นายมีชัยได้มีชื่ออยู่ในคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ โดยบทบาทหรือหน้าที่ของนายมีชัยจะยังไม่ได้เป็นผู้เสนอแนวคิดหรือ

หลักการใด ด้วยเป็นรัฐธรรมนูญฉบับแรกที่นายมีชัยได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง โดยการใช้ความรู้ในด้านกฎหมาย เรียบเรียงประเด็นในบทบัญญัติต่าง ๆ ให้เป็นภาษากฎหมาย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2521 เกิดจากคณะปฏิวัติ ภายใต้การนำของพลเรือเอก สงัด ชลออยู่ ทำการยึดอำนาจการปกครองแผ่นดินในวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2520 เป็นผลให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2519 สิ้นสุดลง และมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญการปกครองราชอาณาจักร พุทธศักราช 2520 ซึ่งเป็นธรรมนูญการปกครองที่ประกาศให้มีการจัดทำรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ เพื่อให้มีการเลือกตั้งทั่วไปในปี พ.ศ. 2521 ในส่วนของความคิดหรือประเด็นในรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2521 ของนายมีชัยในมาตรา 33 เรื่องการเวนคืนที่ดิน ในวรรค 5 และวรรค 6 บทบัญญัติแห่งมาตรา 33 ความคิดของนายมีชัยในทางเลือก คือ ให้เพิ่มเติมความในวรรคที่ 5 และ 6 ให้ใส่ไว้ในรัฐธรรมนูญ ด้วยความปรารถนาคือผลประโยชน์ของประชาชน เหตุผลที่ว่า การที่รัฐเวนคืนที่ดินจากประชาชน และในการเวนคืนมีการกำหนดการเวนคืนว่าเรื่องอะไรได้บ้าง โดยนายมีชัยเห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ อันเป็นการสร้างความชอบธรรมให้เกิดขึ้นจากการเพิ่มเติมความในมาตราดังกล่าว หากอธิบายตามหลักทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Rational Choice Theory) การตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุของนายมีชัยในบทบัญญัตินี้ดังกล่าวเป็นความปรารถนาในเหตุผลของข้อมูลอันเกี่ยวข้องกับการเวนคืนที่ดินซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชน ทั้งนี้ในทางเลือกของนายมีชัย คือ เสนอให้เพิ่มเติมความในวรรคดังกล่าว หรือไม่เพิ่มเติม ซึ่งในการตัดสินใจเลือกนี้นายมีชัยได้พิจารณาถึงผลของทางเลือก และได้ตัดสินใจเลือกเสนอให้เพิ่มเติมความในมาตราที่ 33 ดังกล่าว

ธรรมนูญการปกครองราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 และรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2534 มติของคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญมีมติเลือกนายมีชัย ฤชุพันธุ์ เป็นประธานคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ ประเด็นความคิดของนายมีชัย คือ การเสนอแนวคิดการมีผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภา Ombudman แต่ข้อเสนอดังกล่าวเมื่อเข้าสู่ขั้นของรัฐสภาได้ถูกตัดออกไป รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2534 มีประเด็นทางการเมืองเกี่ยวกับบทบัญญัติใน 4 ประเด็น คือ 1) ไม่เห็นด้วยในการที่ให้ประธานวุฒิสภาเป็นประธานรัฐสภา 2) ไม่เห็นด้วยกับการที่นายกรัฐมนตรีไม่ต้องเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 3) ไม่เห็นด้วยกับบทเฉพาะการว่าด้วยอำนาจของวุฒิสภา 4) ไม่เห็นด้วยกับการที่บัญญัติให้การทำงานของสภาในแต่ละสมัย มี 2 สมัย ผู้วิจัยสรุปประเด็นข้อวิจารณ์ดังกล่าว โดยวิเคราะห์ถึงปัญหา ทางเลือก และการตัดสินใจเลือก ในทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในแต่ละประเด็นได้ว่า ในประเด็นที่หนึ่ง ไม่เห็นด้วยในการที่ให้ประธานวุฒิสภาเป็นประธานรัฐสภา และ ประเด็นที่สาม ไม่เห็นด้วยกับบทเฉพาะการว่าด้วยอำนาจของวุฒิสภา ซึ่งในทั้งสองประเด็นดังกล่าว ไม่ใช่บทบัญญัติที่นายมีชัยและคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญได้บัญญัติไว้ ซึ่งร่างเดิมของคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญได้กำหนดให้ประธานสภาผู้แทนราษฎรเป็นประธานรัฐสภา และในบทเฉพาะการว่าด้วยอำนาจของวุฒิสภา ในร่างแรกของคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญไม่ได้ให้อำนาจวุฒิสภา เมื่อเข้าสู่ขั้นกรรมาธิการของสภาได้มีการเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าวด้วยเงื่อนไขปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจเจก ได้แก่ ความเชื่อ และความปรารถนา ซึ่งสามารถพิจารณาได้โดยผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคล ผลประโยชน์ของผู้อื่น หรือ อรรถประโยชน์ ทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในสองประเด็นนี้ ผู้วิจัยสรุปว่านายมีชัย ไม่ได้มี

ทางเลือกใดในการตัดสินใจเลือกทางเลือก เนื่องจากเป็นการปฏิบัติงานนอกเหนือจากหน้าที่ และอำนาจของตนเองไปแล้วในทางเลือกที่มีจึงเป็นเพียงการบัญญัติบทบัญญัติทั้งสองประเด็นไว้ในรัฐธรรมนูญเท่านั้น

ประเด็นที่สอง นายกรัฐมนตรีไม่ต้องเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นข้อเสนอและความปรารถนาของนายมีชัย โดยทางเลือกในประเด็นนี้สามารถแบ่งออกได้ 2 ทางเลือกคือ 1. นายกรัฐมนตรีมาจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และ 2. นายกรัฐมนตรีไม่ต้องมาจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งผลสรุปที่นายมีชัยเลือกคือทางเลือกที่สอง โดยเหตุผลในการสนับสนุนการตัดสินใจ คือความปรารถนาของนายมีชัยเอง ประกอบกับการได้มาซึ่งข้อมูลประวัติศาสตร์ทางการเมือง กล่าวคือ ที่มาของนายกรัฐมนตรีในอดีตไม่ได้มาจากการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่ได้มีการวัดคุณค่าว่าที่มาของนายกรัฐมนตรีจะต้องมาจากไหน เพราะเมื่อใดที่สถานการณ์ทางการเมืองไม่ปกติที่มาของนายกรัฐมนตรีจึงไม่ใช่ข้อจำกัด เช่นดังสถานการณ์ทางการเมืองที่ยอมรับให้นายอานันท์ ปันยารชุน รับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีหลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ แต่ทั้งนี้ในกระบวนการพิจารณารัฐธรรมนูญไม่ได้สิ้นสุดที่ความคิดของนายมีชัย ในกระบวนการนั้นต้องผ่านการพิจารณาเห็นชอบจากคณะกรรมการการของรัฐสภาด้วยดังนั้นแนวความคิดดังกล่าวจึงได้บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ

และประเด็นที่สี่ การบัญญัติให้การทำงานของสภาในแต่ละปีมี 2 สมัย เป็นบทบัญญัติที่นายมีชัยและคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญพิจารณาและมีความเห็นตรงกันในการบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ ซึ่งปัจจัยสนับสนุนความคิดเห็นของรัฐบาล โดยพิจารณาผลประโยชน์ร่วมที่จะเกิดขึ้นกับรัฐบาล ผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา และประชาชน กล่าวคือ รัฐบาลเห็นว่าในการกำหนดวาระประชุมหลายสมัย ก็จะทำให้การอภิปรายไม่ไว้วางใจทุกสมัย ซึ่งในสมัยประชุมได้กำหนดวาระต่าง ๆ ไว้แล้ว ดังนั้นในระยะเวลาของสมัยประชุมสมาชิกผู้แทนราษฎรสามารถนำเวลาดังกล่าวไปปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่

สรุปความประเด็นโต้แย้งรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2534 หากพิจารณาจากหลักคิดของ Jon Elster (2009) ที่ศึกษาเรื่อง rationality (ความเป็นเหตุเป็นผล) เจื้อนไขปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของปัจเจก ได้แก่ ความเชื่อและแรงปรารถนา ซึ่งประเด็นโต้แย้งของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2534 ทั้งสี่ประเด็น ด้วยนายมีชัยดำรงตำแหน่งประธานคณะกรรมการการร่างรัฐธรรมนูญ ชี้แจงถึงประเด็นโต้แย้งดังกล่าว ในส่วนของประเด็นที่หนึ่ง คือ ไม่เห็นด้วยในการที่ให้ประธานวุฒิสภาเป็นประธานรัฐสภา และประเด็นที่สาม ไม่เห็นด้วยกับบทเฉพาะการว่าด้วยอำนาจของวุฒิสภา จากปัจจัย rationality ความเป็นเหตุเป็นผลของ Elster ในประเด็นนี้ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นความต้องการของกรรมการการของสภาอันอยู่เหนือการพิจารณาของนายมีชัยและคณะร่างรัฐธรรมนูญ แต่หากพิจารณาถึงเหตุผลของการแก้ไขของคณะกรรมการพิจารณาร่างรัฐธรรมนูญของสภา จากทฤษฎีของ Elster ในการแก้ไขประเด็นดังกล่าวเหตุปัจจัยในเรื่องของผลประโยชน์ของปัจเจกจึงเป็นไปได้ยาก แต่ผลประโยชน์ของ Elster ยังประกอบด้วยเหตุผลที่อิงกลุ่มหรือเชิงสถาบันที่คณะกรรมการพิจารณาร่างรัฐธรรมนูญมีแรงจูงใจ หรือแรงปรารถนาในการแก้ไขบทบัญญัติดังกล่าว ในประเด็นทั้งสองที่คณะกรรมการพิจารณาร่างรัฐธรรมนูญของสภามีการแก้ไขเป็นเหตุผลในการพิจารณาจากแรงปรารถนาอันเกิดจากผลประโยชน์เชิงสถาบันที่พิจารณาแล้วว่าวุฒิสภาสามารถรักษาความเป็นกลางได้ วุฒิสภาสามารถสละเวลามาทำงานได้อย่างเต็มที่ รวมถึงในกรณีที่สภาผู้แทนราษฎรหมดอายุหรือถูกยุบสภาประธานวุฒิสภาคงดำเนินการบริหารงานต่อไปได้

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2549 เป็นธรรมนูญการปกครองเป็นรัฐธรรมนูญชั่วคราว เพื่อไปสู่การร่างใหม่เพื่อตั้งสภานิติบัญญัติ นายมีชัยได้รับนโยบายในการร่างรัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว เพื่อส่งต่ออำนาจการบริหารประเทศให้กับรัฐบาลใหม่ ส่วนรัฐธรรมนูญฉบับถาวรให้สภาร่างรัฐธรรมนูญไปจัดทำ ในรัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราวจะไม่มีบทบัญญัติทำนองมาตรา 17 และคณะยึดอำนาจพร้อมจะสลายตัวโดยเร็ว รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่จะให้คนกลางไปร่างต่อไปนั้น เมื่อร่างเสร็จแล้วควรนำออกให้ประชาชนออกเสียงลงประชามติ ดังนั้นในหลักการคิดเหตุผลของการตัดสินใจของนายมีชัยในรัฐธรรมนูญฉบับนี้จึงไม่ได้มีหลักการตัดสินใจใดที่นำมาซึ่งความแตกต่างจากรัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราวฉบับอื่น ๆ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 เป็นรัฐธรรมนูญสืบเนื่องจากรัฐประหารในประเทศไทย พ.ศ. 2557 และประกาศการยกเลิกรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ส่งผลให้มีการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ มีการตั้งคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญโดยมีนายบวรศักดิ์ อุวรรณโณ เป็นประธานคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ และสภาปฏิรูปแห่งชาติมีมติให้รับร่างรัฐธรรมนูญของคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ ทำให้มีการตั้งคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญขึ้นใหม่ มีนายมีชัย ฤชุพันธุ์ เป็นประธานกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ เมื่อรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2560 ผ่านประชามติ มีเสียงวิจารณ์ในหลายประเด็น ผู้วิจัยสรุปความคิดและการตัดสินใจเลือกอย่างมีเหตุผลของนายมีชัยในประเด็น ดังนี้ 1) รัฐธรรมนูญออกแบบมาให้แก้ไขยาก 2) อำนาจของสมาชิกวุฒิสภา 3) ความคิดของนายมีชัย สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย กฎหมายควรมีเท่าที่จำเป็น ประเด็นใหม่ในรัฐธรรมนูญ 4) การเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสม Mixed Member Apportionment (MMA) 5) รัฐธรรมนูญฉบับปราบโกง และ 6) นายกรัฐมนตรีคนนอก

1. รัฐธรรมนูญออกแบบมาให้แก้ไขยาก นายมีชัยได้กล่าวถึงการร่างรัฐธรรมนูญว่า ในการร่างรัฐธรรมนูญจะพิจารณาถึงปัญหาที่เคยเกิดขึ้นในอดีต และนำปัญหาดังกล่าวมาทบทวนเพื่อหาทางออกของปัญหา กล่าวคือในอดีตพรรคการเมืองที่มีเสียงข้างมากในสภาและมีการแก้ไขรัฐธรรมนูญจนเกิดปัญหา เนื่องจากมีเสียงข้างมากในสภา จึงสามารถแก้ไขรัฐธรรมนูญได้ ดังนั้นรัฐธรรมนูญอันเป็นตัวบทกฎหมายที่มีผลต่อองค์กรและประชาชน และใครเป็นผู้กำหนดกระบวนการในการร่างรัฐธรรมนูญ Jon Elster กล่าวถึง เจื่อนไขปัจจัยที่มีผลต่อผู้ร่างรัฐธรรมนูญในการร่างรัฐธรรมนูญ ประกอบด้วยปัจจัยแห่งผลประโยชน์ ความเชื่อ และแรงปรารถนา ซึ่งผลประโยชน์ดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนบุคคล ผลประโยชน์ของกลุ่ม และผลประโยชน์เชิงสถาบัน โดย Elster เห็นว่าผลประโยชน์ส่วนบุคคลของผู้ร่างรัฐธรรมนูญเป็นเหตุปัจจัยเพียงเล็กน้อย ส่วนผลประโยชน์ของกลุ่ม และผลประโยชน์เชิงสถาบันจะเป็นเหตุปัจจัยที่สำคัญต่อการร่างรัฐธรรมนูญ จากการศึกษาความคิดของนายมีชัยในการบัญญัติมาตราต่าง ๆ ในรัฐธรรมนูญ 2560 กับทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล ในทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหาดังกล่าว นายมีชัยมีทางเลือกใน 2 ทางเลือก คือ 1. ปลดปล่อยปัญหาที่เคยเกิดขึ้นในอดีตไว้ และ 2. กำหนดกฎเกณฑ์ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังนั้นผลการพิจารณาทางเลือก คือ สร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาใหม่ โดยใช้ข้อมูลที่มีในอดีตเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาป้องกันปัญหา ดังนั้นจากการแก้ไขรัฐธรรมนูญได้โดยง่ายในอดีตนายมีชัยจึงได้วางกฎเกณฑ์ไว้ในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ อาจกล่าวได้ว่าแรงจูงใจหรือแรงปรารถนาในประเด็นการแก้ไขรัฐธรรมนูญของนายมีชัย คือ เหตุการณ์ทางการเมืองในอดีต โดยพิจารณาเลือกทางเลือกที่ให้ผลแห่งทางเลือกคือผลประโยชน์ของส่วนรวม

2. ที่มา และอำนาจของสมาชิกวุฒิสภา รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ได้กำหนดอำนาจของสมาชิกวุฒิสภาเป็นอำนาจใหม่ เช่น อำนาจในการลงมติเลือกนายกรัฐมนตรีร่วมกับสภาผู้แทนราษฎร หรือการติดตามเร่งรัดแผนการปฏิรูปประเทศและยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และเป็นอีกหนึ่งข้อวิพากษ์วิจารณ์ในทางการเมือง ความมุ่งหมายของบทบัญญัติที่มาของสมาชิกวุฒิสภาในบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญที่มานั้นแท้จริงของสมาชิกวุฒิสภาเป็น ที่มาที่มาจากประชาชน กล่าวคือ วุฒิสภาประกอบด้วยสมาชิกจำนวนสองร้อยคน ซึ่งมาจากการเลือกกันเองของบุคคลซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ อาชีพ ลักษณะ หรือประโยชน์ร่วมกัน หรือทำงานหรือเคยทำงานด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายของสังคม โดยในการแบ่งกลุ่มต้องแบ่งในลักษณะที่ทำให้ประชาชนซึ่งมีสิทธิสมัครรับเลือกทุกคนสามารถอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ และในมาตรา 107 บทบัญญัติเพื่อกำหนดที่มาของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) แนวทางใหม่ในความต้องการให้วุฒิสภาไม่ผูกพันกับพรรคการเมือง เพื่อความเป็นอิสระทางความคิดและการตัดสินใจ จึงเกิดแนวคิดสมาชิกวุฒิสภาที่มาจากหลากหลายอาชีพแบ่งคนออกตามสาขาอาชีพ ในที่นี้ตามหลักการคิดดังกล่าว ประเด็นความสัมพันธ์ทางความคิดของนายมีชัยจากแนวคิดของ Elster ความต้องการอันเป็น ที่มาของสมาชิกวุฒิสภาเป็นแรงปรารถนาของนายมีชัยที่ไม่ต้องการให้ผู้มีอำนาจผูกขาดอำนาจไว้กับสมาชิกวุฒิสภา ประเด็นอำนาจของสมาชิกวุฒิสภา เช่น การปฏิรูปการไต่สวนเรื่องการเลือกนายกรัฐมนตรี ประเด็นดังกล่าวอยู่ในบทเฉพาะกาลซึ่งพ้นจากอำนาจในการบัญญัติของนายมีชัย และกรธ. ซึ่งในร่างรัฐธรรมนูญของกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ (กรธ.) ไม่มีประเด็นเรื่องอำนาจในการเลือกนายกรัฐมนตรี บทบัญญัตินี้ดังกล่าวมาจากการทำประชามติทั้งนี้ในทางเลือกของนายมีชัยจึงไม่ปรากฏ นายมีชัยและ กรธ. ต้องบัญญัติความดังกล่าวไว้ในรัฐธรรมนูญ จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากรณีอำนาจของสมาชิกวุฒิสภาการตัดสินใจของนายมีชัยร่วมกับคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญ โดยหลักเกณฑ์หรือเจตจำนงของผู้ร่างรัฐธรรมนูญจากการบรรยายข้างต้นแสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการร่างรัฐธรรมนูญที่ผู้ร่างได้พิจารณาถึงหลักการและเหตุผลในการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในการบัญญัติรัฐธรรมนูญ ถึงแม้ว่านายมีชัยจะกล่าวในเบื้องต้นว่าคณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญมีอิสระในทางความคิดอันปราศจากการครอบงำของคณะบุคคล (คสช.) แต่ด้วยกระบวนการพิจารณารัฐธรรมนูญต้องผ่านกระบวนการทางนิติบัญญัติซึ่งกระบวนการดังกล่าวเหนือการควบคุมของนายมีชัย ดังนั้นในประเด็นที่มาจากสมาชิกวุฒิสภาและอำนาจของสมาชิกวุฒิสภานั้นเป็นข้อพิจารณาได้ถึงผู้มีอำนาจในการกำหนดบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ

3. ความคิดของนายมีชัย กฎหมายควรมีเท่าที่จำเป็น ด้วยนายมีชัยเป็นนักกฎหมาย กฎหมายต่าง ๆ ย่อมผ่านสายตาของนายมีชัย และด้วยความต้องการกฎหมายได้พัฒนา เมื่อได้มีโอกาสในการร่างรัฐธรรมนูญจึงต้องการให้กฎหมายพัฒนา ต้องการให้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 เป็นรัฐธรรมนูญฉบับหนึ่งที่พัฒนาประเทศไปสู่วันข้างหน้า ดังนั้นจึงบัญญัติเรื่องสิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทยไว้ในรัฐธรรมนูญ โดยมีหลักการคือการปฏิรูประบอบราชการบัญญัติไว้ใน มาตราที่ 25 สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย ตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 บรรคที่ 2 สิทธิหรือเสรีภาพใดที่รัฐธรรมนูญให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ หรือให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ แม้ยังไม่มีมาตรการกฎหมายนั้นขึ้นใช้บังคับ บุคคลหรือชุมชนย่อมสามารถใช้สิทธิหรือเสรีภาพนั้นได้ตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ อธิบายได้ว่ามาตรา 25 ผลักดันให้เกิดการปฏิรูประบอบราชการให้เกิดความรวดเร็วขึ้น และในมาตรา 77 รัฐพึงจัดให้มีกฎหมายเพียงเท่าที่จำเป็น เป็นข้อเสนอของนายมีชัย

ซึ่งกฎหมายคือกรอบในการกำหนดการกระทำ และบทลงโทษบุคคลในสังคมมีกฎหมายจำนวนมากที่ประชาชนไม่รู้กฎหมายบางเรื่องไม่ได้ใช้แล้วเนื่องจากสถานการณ์เปลี่ยนไปแต่กฎหมายยังคงบังคับใช้อยู่

หากพิจารณาการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมีชัย โดยหลักเกณฑ์ในการพิจารณากฎหมายว่ามีความจำเป็นต่อสังคมการกำหนดกฎเกณฑ์ หรือกฎหมายในสังคมผู้ที่มีหน้าที่คือผู้ที่มีอำนาจฝ่ายนิติบัญญัติ หรือรัฐสภา ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่านายมีชัยเป็นบุคคลหนึ่งที่ปฏิบัติงานฝ่ายนิติบัญญัติ และเมื่อได้รับบทบาทหน้าที่นายมีชัยจึงมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกในการใช้ความคิดในการตรากฎหมาย อีกทั้งนายมีชัยเป็นผู้ที่คลุกคลีอยู่กับกฎหมายจึงมีความรู้เป็นอย่างมากเกี่ยวกับการใช้กฎหมายว่ากฎหมายหรือข้อบังคับใดที่ปัจจุบันได้นำมาใช้หรือนำมาปฏิบัติบ้าง ดังนั้นสามารถอธิบายถึงความคิดและการตัดสินใจเลือกของนายมีชัย เป็นความปรารถนาของนายมีชัยเนื่องจากความคิดที่เกิดจากความรู้ที่ว่ากฎหมายบางอย่างไม่สามารถบังคับใช้ได้ในปัจจุบันหรือไม่มีความจำเป็นในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวแล้ว ซึ่งความคิดดังกล่าวจะสอดคล้องกับ Elster (1989, อ้างถึงใน ไชยันต์ ไชยพร, 2557) ที่ว่าการกระทำที่เกิดจากการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในเงื่อนไขความปรารถนา (desires) ของนายมีชัย แต่ในที่นี้ผลประโยชน์จากแรงปรารถนาของนายมีชัยไม่ใช่ผลประโยชน์ของนายมีชัยเอง ซึ่งผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากแรงปรารถนาคือประชาชนผู้ที่ต้องถูกกฎหมายตีกรอบในการดำเนินชีวิตในสังคมผู้ที่ได้รับผลประโยชน์อีกคือประเทศชาติ กล่าวคือได้เห็นควรยกเลิกกฎหมายบางฉบับหรือปรับปรุงและพิจารณากฎหมายเพื่อบังคับใช้ประชาชนเท่าที่สมควร

4. การเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสม (MMA) เป็นข้อเสนอของนายมีชัย ด้วยเหตุผลความเป็นประชาธิปไตยที่ยึดหลักเสียงข้างมากและเคารพเสียงข้างน้อย ได้นำเสียงข้างน้อยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ หลักคิดเรื่องหลักผลประโยชน์ของ Elster (2009) ระบบการเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสมไม่สามารถกล่าวได้ว่าเป็นผลประโยชน์ส่วนตนของผู้ร่างรัฐธรรมนูญ แต่ผลประโยชน์จะเป็นผลประโยชน์เชิงสถาบัน คือพรรคการเมือง ทั้งนี้หากมองในทางเลือกของนายมีชัย การกำหนดทางเลือกรูปแบบการเลือกตั้งจึงประกอบด้วย 3 ทางเลือก คือ ทางเลือกที่ 1. รูปแบบการเลือกตั้งแบบบัตรใบเดียวดังที่เคยมีในอดีต ทางเลือกที่ 2. รูปแบบการเลือกตั้งแบบบัตรสองใบ และ ทางเลือกที่ 3. รูปแบบการเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสม ที่เป็นหลักการใหม่ที่จะนำมาใช้ในการเมืองของประเทศไทย ทั้งนี้ในผลของทางเลือก นายมีชัยพิจารณาและเลือกทางเลือกที่สาม โดยพิจารณาจากผลของทางเลือกทั้งสามทาง กล่าวคือนายมีชัยตั้งต้นความปรารถนาจากความต้องการให้คะแนนเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้นำมาใช้ในทุก ๆ คะแนนเสียง ในทางเลือกที่สามจึงเป็นทางเลือกที่ผลตรงกับความปรารถนาของนายมีชัยมากที่สุด อีกทั้งยังมีปัจจัยสนับสนุนในทางเลือกที่สามอีกคือ การใช้รูปแบบการเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสมมีการใช้ในสหพันธ์สาธารณรัฐเม็กซิโก และรัฐ Baden-urttemberg ของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี

5. รัฐธรรมนูญฉบับปราบโกง ฉายาของรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2560 ได้มาจากความมุ่งหมายของ คสช. และกรอบของรัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว 2557 ที่ต้องการให้ป้องกันการปราบปรามการทุจริต ดังนั้นคุณสมบัติกับลักษณะต้องห้ามจึงเข้มงวดกับกลไกที่จะขจัดการโกง ในมาตรา 235 หมายความว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ นายมีชัยเน้นย้ำเรื่องการปราบปรามการทุจริต โดยสร้างการตัดสินใจแบบใหม่ คือการตัดสินใจสมัครรับเลือกตั้ง หมายความว่าหากทุจริตจะสมัครรับเลือกตั้งไม่ได้อีกเลย เป็นการตัดสินใจตลอดชีวิต หลักการดังกล่าวปรากฏในมาตรา 235 และ มาตรา 144 ทั้งนี้ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล นายมีชัยได้รับปัจจัย

สนับสนุนคือข้อมูลของการทุจริตที่เคยเกิดขึ้น และหลักแห่งผลประโยชน์ที่จะได้รับจากบทบัญญัติในการปราบปรามการทุจริต กล่าวคืออำนาจการเมืองมีความโปร่งใส มีความตั้งใจที่จะเข้ามาช่วยเหลือประชาชนอย่างแท้จริง คุณสมบัติหรือกฎข้อบังคับ บทลงโทษต่าง ๆ ย่อมไม่เป็นผลต่อการตัดสินใจเข้ามาดูแลประชาชนในการเข้ามาเป็นตัวแทนของประชาชน ดังนั้นประโยชน์สูงสุดที่จะได้รับจากการบัญญัติหลักการดังกล่าว คือผลประโยชน์ของประชาชนโดยรวม

6. นายกรัฐมนตรีคนนอกเป็นหลักคิดของนายมีชัยที่พยายามสร้างกลไกประเด็นที่มาจากนายกรัฐมนตรีโดยนายมีชัยมองกลับไปที่ประวัติศาสตร์การเมืองไทยถึงที่มาของนายกรัฐมนตรีในอดีต รวมถึงปัญหาที่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยที่ส่งผลให้เกิดความเสียหาย ซึ่งปัญหาที่เป็นข้อถกเถียงกันในเรื่องของที่มาของนายกรัฐมนตรีในหลายประการ คือ 1) นายกรัฐมนตรีต้องมาจาก ส.ส.เพื่อที่จะได้ยึดโยงกับประชาชน 2) ไม่จำเป็นที่นายกรัฐมนตรีต้องมาจาก ส.ส. เพราะอย่างไร ส.ส.ก็ต้องเป็นผู้เลือก ซึ่ง ส.ส. ก็คือผู้ที่ประชาชนเลือกมาเป็นตัวแทนของตน นายมีชัยจึงพิจารณาว่าทำอย่างไรถึงจะบรรลุถึงข้อโต้แย้งทั้งสองอย่างได้ คือพิจารณาในทางเลือกที่ว่า ประชาชนสามารถไปเลือกคนที่เหมาะสมจะเป็นนายกรัฐมนตรีภายในพรรคการเมืองหรือนอกพรรคการเมืองก็ได้ และยังคงให้สภามีอำนาจเบ็ดเสร็จในการที่จะเลือก อีกทั้งต้องยึดโยงกับประชาชน แต่ไม่ใช่เลือกนายกรัฐมนตรีโดยตรงจากประชาชน เพราะประชาชนจะไม่ได้คนที่ตนเองคิด ในขณะเดียวกันแนวโน้มที่ว่าพรรคการเมือง นายทุนบางพรรคเมื่อได้เสียงข้างมากก็จะเสนอใครก็ไม่รู้ขึ้นมาเป็นนายกฯโดยที่ประชาชนไม่มีทางที่จะเล็งได้ ดังนั้นนายมีชัยจึงคิดกลไกประเด็นที่มาจากนายกรัฐมนตรีขึ้นมาในมาตรา 159 เป็นบทบัญญัติแก้ปัญหที่ว่านายกรัฐมนตรีไม่ได้มาจากการเลือกตั้ง นายมีชัยสร้างกลไกว่าถ้าคนที่จะมาเป็นนายกรัฐมนตรีต้องได้ผ่านสายตาของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเสียก่อน โดยกำหนดไว้ตั้งแต่ มาตรา 88 ว่าตอนสมัครรับเลือกตั้งให้พรรคการเมืองแจ้งรายชื่อบุคคลที่เห็นว่าสมควรเป็นนายกรัฐมนตรีไม่เกิน 3 รายชื่อ และประกาศรายชื่อให้ประชาชนได้รับทราบ ซึ่งจะเป็นการแก้ปัญหาที่กล่าวว่าไม่ยึดโยงกับประชาชน ดังนั้นมาตรา 159 นายมีชัยจึงเขียนรองรับว่าเวลาตั้งนายกรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบ จะเห็นได้ว่าจะมี 2 เส้นที่ยึดโยงกับประชาชน (1) ก็คือสภาผู้แทนราษฎรเป็นคนเลือก เป็นคนเสนอ คนที่จะต้องเป็นพรรคการเมืองที่มีสมาชิกไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 มิฉะนั้นพรรคการเมืองจะเสนอชื่อจำนวนมาก (2) ตัวนายกฯที่ถูกเสนอมาอยู่ในรายชื่อ ตอนที่จะไปเลือกตั้งยังยึดโยงกับประชาชนเพราะที่ผ่านมาพรรคการเมืองไปหยิบเอาใครก็ได้มาเป็นนายกฯ ดังนั้นพรรคการเมืองจะเสนอชื่อใครมาเป็นนายกฯต้องบอกให้ประชาชนรู้ว่า

ทั้งนี้ความคิดของนายมีชัยในประเด็นนายกรัฐมนตรีคนนอก หากนำหลักการคิดการเลือกอย่างมีเหตุผลของ Elster (1989) และกระบวนการตัดสินใจเลือกของ ปรัชญา เวสารัชช์ (2559) มาวิเคราะห์เพื่ออธิบายเหตุจูงใจของนายมีชัยผู้ร่างรัฐธรรมนูญ อันได้แก่ ความเชื่อ แรงปรารถนา และผลประโยชน์ สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อนายมีชัยต้องวางกลไกในการแก้ไขปัญหาเรื่องที่มาของนายกรัฐมนตรี นายมีชัยจึงต้องศึกษาประวัติศาสตร์ทางการเมืองเกี่ยวกับที่มาของนายกรัฐมนตรี ซึ่งจะนำมาซึ่งข้อมูลจำนวนมาก ดังนั้นนายมีชัยจึงต้องคิดถึงความเป็นไปได้ที่หลากหลาย นายมีชัยได้จัดการต่อชุดของความเป็นไปได้ (feasible set) ของที่มาของนายกรัฐมนตรีโดยพิจารณาจากความเชื่อเป็นตัวกำหนดว่าหากใช้ทางเลือกการเสนอชื่อนายกรัฐมนตรีของพรรคการเมืองผลลัพธ์ที่ได้คือประชาชนได้รู้ว่าพรรคการเมืองแต่ละพรรคจะเลือกใครเป็นนายกรัฐมนตรีบ้าง ซึ่งนายมีชัยได้คำนึงถึงประชาชนจากการคิดถึงการเมืองในอดีตที่ผ่านมา อีกทั้งประเด็นสนับสนุนที่เป็นเหตุการณ์อันเป็นที่มา

ของนายกรัฐมนตรีที่ไม่ใช่สมาชิกพรรคการเมือง คือ นายอานันท์ ปันยารชุน ที่ได้รับเลือก และได้รับการสนับสนุน เป็นนายกรัฐมนตรีหลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ

อภิปรายผล

การเรียนรู้ทางสังคมของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ เกิดจากประสบการณ์ทางสังคมในช่วงวัยเด็กส่งผลให้นายมีชัย ต้องมีความรับผิดชอบต่องานในการตั้งใจศึกษา อีกทั้งประสบการณ์ในการทำงานของนายมีชัยที่สะท้อนถึงการรับรู้ทางสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งในการหล่อหลอม และกล่อมเกลานำให้นายมีชัยมีจุดมุ่งหมายของตนเองคือการศึกษา ในระดับที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการปลูกฝังระเบียบวินัย (basic discipline) ปลูกฝังความมุ่งมั่น (aspiration) รวมถึงการปฏิบัติตนให้สามารถอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้ ทั้งนี้การเรียนรู้ และความคิดของนายมีชัยต่อสังคม นายมีชัยมีความเชื่อในบริบททางสังคม อันเป็นการสร้างแรงผลักดัน เป็นการเสริมแรง และสร้างแรงจูงใจให้นายมีชัยมีความคิดในการพึ่งพาตนเอง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ อุดร ยอมเจริญ (2537) ที่ทำการศึกษา ความคิดทางการเมืองของพลตรี จำลอง ศรีเมือง กล่าวสรุปว่า ความคิดทางการเมืองของพลตรี จำลอง ศรีเมือง ได้รับอิทธิพลจากการเรียนรู้อบรมกล่อมเกลามาจากภูมิหลังประสบการณ์ การศึกษา สภาพแวดล้อม และบริบททางสังคม ตามช่วงระยะเวลานั้น ๆ มีส่วนสำคัญต่อการกำหนดแนวความคิดทางการเมือง

บทบาทการเป็นชนชั้นนำทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ที่ได้เข้ามามีบทบาทในทางการเมือง และยังคงมีความสำคัญต่อรัฐบาลในหลายรัฐบาล ข้อค้นพบในความเป็นชนชั้นนำทางการเมืองของนายมีชัยเริ่มต้นจากบทบาท หน้าที่ของนายมีชัยในเรื่องความรู้ด้านกฎหมาย ส่งผลให้นายมีชัยได้รับมอบหมายภารกิจในทางการเมือง ได้รับการส่งเสริม การสนับสนุนจากนักการเมือง ซึ่งสามารถเรียกกลุ่มนักการเมืองได้ว่าเป็นคนกลุ่มน้อยในสังคม หรือกลุ่มชนชั้นนำทางการเมือง (Mosca, 1939, p. 51) ด้วยสถานการณ์ทางการเมืองที่ชนชั้นนำทางการเมืองได้ให้นายมีชัยเข้ามาปฏิบัติงานทางการเมือง ในระยะเริ่มต้นการเข้ามาปฏิบัติงานทางการเมืองของนายมีชัยเกิดจากความรู้ ความสามารถด้านกฎหมายของนายมีชัย อีกทั้งอุปนิสัยของนายมีชัยที่เป็นคนรักในการแสวงหาความรู้ ซึ่งเป็นคุณลักษณะผู้นำ หรือภาวะผู้นำ ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้นายมีชัยได้เป็นส่วนหนึ่งของชนชั้นนำทางการเมือง หรือชนชั้นนำทางการเมือง หากกล่าวถึงความเป็นชนชั้นนำในสังคมของนายมีชัยในระยะเริ่มแรกของการได้รับตำแหน่งทางการเมือง หากวัดจากผลงานนายมีชัยยังไม่ได้มีความโดดเด่นเท่าที่ควร แต่ด้วยความรู้ด้านกฎหมายที่นายมีชัยมีอยู่บวกกับการได้รับโอกาสเข้ามาช่วยงานรัฐบาลในสมัยต่อ ๆ มา ประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญส่งผลให้เกิดความโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด โดยวัดจากตำแหน่งทางการเมืองที่ได้รับ นายมีชัยได้รับความไว้วางใจจากชนชั้นนำทางการเมืองจนได้รับตำแหน่งสูงสุดคือตำแหน่งรองนายกรัฐมนตรี และอีกประการหนึ่งในการก้าวข้ามความเป็นบุคคลธรรมดาขึ้นมาเป็นชนชั้นนำของนายมีชัย ผู้ที่ไม่ได้เกิดมาพร้อมในเรืองของการเป็นชนชั้นนำในสังคม แต่สามารถเข้ามาเป็นบุคคลที่สำคัญบุคคลหนึ่งในสังคม มีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างมากในทางการเมือง และเป็นที่ยอมรับในสังคมในประเด็นของความเชี่ยวชาญด้านกฎหมาย นายมีชัยจึงได้รับการมอบหมายให้เป็นผู้หนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการร่างรัฐธรรมนูญของประเทศไทย และปฏิเสธไม่ได้เลยว่านายมีชัยได้พัฒนาตนเองจากความรู้ ความสามารถของตนเองจนสามารถนำพาตนเองขึ้นมาเป็นชนชั้นนำในสังคม ทั้งนี้ในความเป็นชนชั้นนำ และคุณลักษณะของชนชั้นนำของนายมีชัยมีความแตกต่างจากผลงานของ

ณรงค์ฤทธิ์ ชัยสาขันธ์ (2560) ศึกษาชีวิตและแนวคิดทางการเมืองของนายควง อภัยวงศ์ กล่าวคือ นายควง อภัยวงศ์ เกิดมาในครอบครัวของชนชั้นนำ ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวในเรื่องของการศึกษาที่ดี มีกลุ่มสังคมเพื่อนที่อยู่ในกลุ่มของชนชั้นนำ เช่น จอมพล ป. พิบูลสงคราม และนายปรีดี พนมยงค์ และในส่วนที่มีความสอดคล้องกับความเป็นชนชั้นนำของนายมิชัย คือ การได้รับใช้ประเทศชาติในการรับราชการ และเข้ามาจับบทบาทในทางการเมืองโดยใช้ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ อันเป็นคุณสมบัติที่สนับสนุนบุคคลให้สามารถก้าวข้ามผ่านความเป็นบุคคลธรรมดาในสังคมขึ้นมาเป็นชนชั้นนำได้

การร่างรัฐธรรมนูญในความคิดและการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลในบทบัญญัติต่าง ๆ ของรัฐธรรมนูญที่นายมิชัยเข้าไปมีส่วนในการร่างรัฐธรรมนูญ จำนวน 7 ฉบับ ดังที่กล่าวสรุปข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่าการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลของนายมิชัยที่มีต่อรัฐธรรมนูญมีความแตกต่างกันตามบริบททางสังคมการเมืองขณะนั้น ๆ แต่ด้วยหลักการหรือกระบวนการตัดสินใจในการเลือกทางเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล นายมิชัยได้ไตร่ตรองและพิจารณาถึงผลของทางเลือก และตัดสินใจเลือกในหนทางที่เป็นประโยชน์มากที่สุด เป็นประโยชน์ทั้งส่วนรวม และประโยชน์ของตนเองเช่นกัน ทั้งนี้ในประโยชน์ของนายมิชัยที่ได้รับจากการตัดสินใจเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล คือ ตรงกับความปรารถนาของตนเองที่ต้องการการเปลี่ยนแปลง แต่ในความปรารถนาหรือประโยชน์ของนายมิชัยนั้น เป็นประโยชน์ที่เป็นลำดับรองลงมาจากประโยชน์ของส่วนรวม หรืออรรถประโยชน์ ทั้งนี้หากประเมินจากข้อโต้แย้ง หรือประเด็นข้อวิจารณ์ทางการเมืองของรัฐธรรมนูญแต่ละฉบับ ข้อจำกัดของทางเลือกที่นายมิชัยมีอยู่นั้น ประกอบด้วยข้อจำกัดในหลายประการ เช่น ผู้มีอำนาจในการสั่งการ หรือชี้แนะ หรือการวางกรอบกฎ กติกาให้ผู้ร่างรัฐธรรมนูญปฏิบัติตาม ข้อจำกัดในทางเลือกของนายมิชัย คือ บริบทปัญหาทางการเมืองที่เคยเกิดขึ้นมาในอดีตส่งผลให้เกิดการรัฐประหาร ดังนั้นในการร่างรัฐธรรมนูญผู้ร่างรัฐธรรมนูญจึงต้อง คัดค้านกลไกในการแก้ไขปัญหามองทางการเมืองที่เคยเกิดขึ้นอันนำมาซึ่งความขัดแย้งภายในประเทศ จนนำมาสู่การทำรัฐประหาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดทางการเมืองและบทบาทของนายแคว้น นรปติ ในฐานะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สำนวน ศิริบุรี, 2537) กล่าวคือ นายแคว้น นรปติ เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ได้ใช้ความรู้ด้านกฎหมายของตนเอง ในการปฏิบัติหน้าที่ทางนิติบัญญัติด้วยความพยายามในการคัดค้าน และสนับสนุนร่างพระราชบัญญัติที่เห็นว่าจะส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยรวม แต่ข้อจำกัดของการกระทำของนายแคว้น คือการเป็นผู้บริหารที่อยู่ฝ่ายค้านสิ่งที่ทำได้จึงเป็นเพียงความพยายามการตั้งกระทู้ถาม การเสนอญัตติ การอภิปรายทั่วไป การลงมติไม่ไว้วางใจรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี จะเห็นได้ว่ากระบวนการของทางเลือกในการตัดสินใจใด ๆ ต้องผ่านปัจจัยที่จะสนับสนุนความคิดของปัจเจกบุคคลให้เลือกในทางเลือกที่ได้กำหนดไว้ แต่ทั้งนี้ในทางเลือกบางทางเลือกก็จะถูกจำกัดด้วยบริบทของอำนาจในการตัดสินใจของผู้อื่น

ทั้งนี้ในความสอดคล้องในการตัดสินใจเลือกทางเลือกของนายมิชัยส่งผลให้เกิดข้อวิจารณ์ทางสังคมเกิดประเด็นข้อโต้แย้งต่าง ๆ มีความสอดคล้องกับการตัดสินใจของถนัด คอมันตร์ ที่ปรับเปลี่ยนการดำเนินนโยบายด้วยการนำองค์การอาเซียนมาเป็นทางเลือกในการดำเนินนโยบายด้านความมั่นคง และดำเนินนโยบายปรับความสัมพันธ์กับจีนคอมมิวนิสต์ ซึ่งนโยบายดังกล่าวได้ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างถนัด คอมันตร์ กับผู้นำทหารไทย กล่าวถึงในความสอดคล้อง คือในการตัดสินใจเลือกทางเลือกจนนำมาสู่การเลือกทางเลือก และนำมาสู่การปฏิบัติเป็นกระบวนการของการตัดสินใจอย่างเป็นเหตุเป็นผลของผู้มีอำนาจ ในทางเลือกทุกทางเลือกย่อมมีผล

ของทางเลือกซึ่งผู้เลือกจะต้องคำนึงถึงบางสิ่งบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็น ความเชื่อ ความปรารถนา หรือผลประโยชน์ ทั้งนายมีชัย และนายถนัด คอมันตร์ ย่อมพิจารณาถึงผลแห่งทางเลือกแล้วจึงได้ตัดสินใจเลือกทางเลือกนั้น

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความคิดทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ผู้วิจัยมีประเด็นข้อเสนอแนะบางประการ ในการศึกษาครั้งต่อไป คือ ในการศึกษาความคิดทางการเมืองของนายมีชัย ฤชุพันธุ์ ผู้วิจัยมุ่งเน้นในการศึกษา ความคิดทางการเมืองในประเด็นของการเรียนรู้ทางสังคม บทบาทความเป็นผู้นำของนายมีชัย และการตัดสินใจ เลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผลเฉพาะประเด็นของความคิดของนายมีชัยที่นายมีชัยเป็นผู้เสนอความคิดในบทบัญญัติ แห่งรัฐธรรมนูญ และบทบัญญัติที่เป็นข้อวิพากษ์วิจารณ์ในทางการเมืองตามรัฐธรรมนูญที่นายมีชัยได้เข้าไปมีส่วน เกี่ยวข้องในการร่างรัฐธรรมนูญ ซึ่งภายหลังจากการศึกษาผู้วิจัยมีประเด็นที่อยากจะเพิ่มเติมในการศึกษาครั้งต่อไป ในประเด็นของความคิดของปัจเจกบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการร่างรัฐธรรมนูญโดยยึดโยงกับนโยบายของรัฐบาล ในแต่ละยุค ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจในความคิดของผู้ร่างรัฐธรรมนูญ ความเป็นอิสระทางความคิด หรือ กระบวนการทางการเมืองที่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายอันมีผลต่อรัฐธรรมนูญ สาเหตุของบทบัญญัติ ที่เปลี่ยนไปของรัฐธรรมนูญแต่ละฉบับ

เอกสารอ้างอิง

- ไชยันต์ ไชยพร. (2557). *จอห์น เอสเตอร์ กับทฤษฎีการเลือกอย่างเป็นเหตุเป็นผล* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: Way of book.
- ณรงค์ฤทธิ์ ชัยสาเย็น. (2560). *ชีวิตและแนวคิดทางการเมืองของควง อภัยวงศ์* (ดุชนิพนธ์ขปรัชญาดุชนิพนธ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรัชญา เวสารัชช. (2559). *การศึกษาการเมืองตามแนวทางการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ระดม วงษ์น้อม. (2527). *แนวความคิดเรื่องชนชั้นนำและการศึกษาโครงสร้างอำนาจชุมชน*. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำรวน ศิริบุรี. (2537). *แนวความคิดทางการเมืองและบทบาทของนายแคว้ว นรปติ ในฐานะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุดร ยอมเจริญ. (2537). *ความคิดทางการเมืองของพลตรีจำลอง ศรีเมือง* (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Elkin, F. & Handel, G. (1983). *The child and society : the process of socialization*. (4th ed.). New York: Random House.
- Elster, J. (1989). *Solomonic Judgements*. Cambridge: Cambridge University Press.



Elster, J. (2009) *Reason and Rationality*. translated by Steven Rendall. Princeton, New Jersey: Princeton University.

Mosca, G. (1939). *The Ruling Class*. New York: McGraw-Hill.

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาคาร 37 ชั้น 1 เลขที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ถนนอุททองนอก แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์: 02-1601240, 097-9359356
โทรสาร: 02-1601240
Email: ajdhs.ssruj@gmail.com