



วารสาร

รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University

ISSN: 2730-3551 (Online)

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2563

Vol. 3 No. 1 January-June 2020



วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Journal of Political Science Suan Sunandha Rajabhat University

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2563)

Vol. 3 No. 1 (January - June 2020)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์

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

ขอบเขตของวารสาร

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

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.ฤเดช

เกิดวิชัย

นายกสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รศ.ดร.ชุดิภาณูจน์

ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผศ.ดร.ณัฐณภรณ์

เอกนราจินดาวัดน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บรรณาธิการ

ดร.ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รศ.ดร.ธนสุวิทย์	ทับทิมรัษฎ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
รศ.ดร.วิทยา	เมฆขำ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ดร.กาญจนา	โพธิวิชยานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์ศรายุทธ	ขวัญเมือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศ.ดร.จำนงค์	อดิวิวัฒนสิทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.สิทธิพันธ์	พุทธหุน	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.ทักษิณา	แสนเย็น	มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น
ดร.จิตภา	เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.สมพงษ์	เกษานุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.พงศ์สุภา	เฉลิมกลิ่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ดร.ธีรดนัย	กัปโก	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พิมพ์เผยแพร่ 2 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่

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

ติดต่อกองบรรณาธิการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี

707 ม.3 ถ.เลี้ยวเมืองอุดรธานี-สามพร้าว ต.สามพร้าว อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000

โทรศัพท์: 042-129556, 097-9359356 โทรสาร: 042-129662

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

E-mail: touch_life@outlook.co.th

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 2 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2563 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 7 บทความ

กองบรรณาธิการวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ดร.ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใน กรุงเทพมหานคร Marketing Mix Influencing Satisfaction in The Purchasing of Smart Phone in Bangkok	1
เชิดชัย ธรรมอมรพงศ์ Cherdchai Thamamornpong	
พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ของประชาชนใน เขตฝั่งธนบุรี Income and Expenditure Behavior for Personal Financial Planning of People in Thonburi	9
ชลธิชา วิริยะจงเจริญ Chonticha Wiriyaongcharoen	
ประสิทธิภาพการบริหารงานตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ใน บริษัท ไลออนไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด Strategy on Quality Management System ISO9001: 2015 Lions Tires (Thailand) Ltd.	21
วีรศรุต สุวงศ์ Weerasarut Suwong	
สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงิน และการธนาคาร Essential Competencies Required of Graduates from the Faculty of Business Administration Department of Finance and Banking	30
รุ่งโรจน์ สงสระบุญ Rungroje Songsraboon	
พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมกรณีศึกษา : คอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน Behavior of Purchasing Condominium in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension	40
สุธิดา ศรประเสริฐ Sutida Sornprasert	

ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงาน บมจ.วิริยะประกันภัยในยุคไทยแลนด์ 4.0 The Relationship of Knowledge Management to Human Resources Development of Viriyah Insurance Public Company Limited in Thailand 4.0	50
สุวัฒน์ สุขสมฤทธิ์ Suwat Suksomrit	
ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร Factors Affecting Demand for Personnel Master Degree Study of Private Companies in Bangrak Bangkok	60
อาทิตยา อักษรศรี Artitaya Aksornsri	
คำแนะนำการส่งบทความ	VI
ตัวอย่างการเขียนบทความเพื่อลงตีพิมพ์	XIII



ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
ในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร
Marketing Mix Influencing Satisfaction in The Purchasing
of Smart Phone in Bangkok.

เชิดชัย ธรรมอมรพงศ์

Cherdchai Thamamornpong

บัณฑิตวิทยาลัยสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Graduate School of Business Administration Siam University

Email: phakinthamamornpong@hotmail.com

Received: January 12, 2020

Revised: March 2, 2020

Accepted: March 18, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนจากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภครายละ 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผู้บริโภครายส่วนใหญ่ซื้อโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนจากศูนย์บริการหรือตัวแทนจำหน่ายเลือกซื้อเพื่อความทันสมัย โดยเลือกซื้อเมื่อรุ่นใหม่ออกมา เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 26 – 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานะภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รองลงมาคือเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนมีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท/เดือน ในส่วนพฤติกรรมใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟน 3 – 4 เดือน โดยนิยมซื้อที่ร้านจำหน่ายมือถือทั่วไป และตราสินค้าของโทรศัพท์สมาร์ทโฟนซื้อตราสินค้า Samsung รองลงมา คือ I-Phone โดยจ่ายเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งในราคา 20,001 – 25,000 บาท ซึ่งมีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโทรศัพท์สมาร์ทโฟนจากช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ และทางอินเทอร์เน็ต การตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง โดยผู้บริโภครายให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุด เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมซื้อ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแล้วมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นเช่นนี้เพราะโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนโดยทั่วไป มีรูปแบบการออกแบบที่สวยงาม มีความคุ้มค่ากับเงินที่ซื้อ ฟังก์ชันต่างๆในโทรศัพท์สมาร์ทก็ครบครัน นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคมาซื้อใช้ และหากผู้บริโภครายมีความพึงพอใจในด้านประสิทธิภาพการใช้งานด้านภาพลักษณ์ และ

ด้านความคุ้มค่าย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อทั้งในด้านความถี่ จำนวนเงินที่ใช้ซื้อแหล่งที่ซื้อสินค้าเป็นต้น ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้มากเท่าไรย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อให้เพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ความพึงพอใจ

Abstract

The purpose of this research to study buying behavior and marketing mix to influence satisfaction in purchasing Smart Phone in Bangkok. From consumer sampling in Bangkok of 400 people during February – May 2014. Using a questionnaire to collect information and data were analyzed using descriptive statistics. The frequency (Frequency) the percentage (Percentage) Average (Mean), standard deviation (Standard deviation) and Chi-Square statistic used to test the hypothesis.

The results showed that the majority of respondents were female than male. Aged between 26 - 30 years. The level of education at the undergraduate level. There are mostly single status. Most of the minor is employed as a staff / employee. The average income between 25,001 - 30,000 baht / month. Behavior on the part Most of the time to buy a smart phone smartphone 3-4 months. The most popular online mobile shopping stores. And brand of phone, smart phone brand Samsung bought most, followed by the I-Phone. By paying the purchase price of each of the 20,001 - 25,000 baht. The sources of information about mobile smart phone. Channel from sympathizers in the media and the Internet and buy yourself .By consumers as the most important factor of marketing mix on all 4 sides.

Hypothesis testing show that the demographics and buying behavior, marketing mix factors correlated with overall satisfaction in buying phones, smart phones, consumers in Bangkok. This is because mobile smart phones in general. There is a beautiful design. A value for money purchase. Functions in the smart phone is equipped. It also has a media-based advertising to entice consumers to buy used. If consumers are satisfied with the performance applications. The image and its value would affect the buying behavior in terms of frequency. The amount of the purchase Source of purchase, etc. So to satisfy the consumers' how much it would affect their buying habits to increase as well.

Keywords: Marketing Mix Factors, Satisfaction.





บทนำ

ในปัจจุบันโลกวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องทำให้อัตราความต้องการของสินค้าที่มีต่อผู้บริโภคทางด้านเทคโนโลยีมากตามไปด้วย เนื่องมาจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่มีกาพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้คนในสังคมมีโอกาสที่จะเลือกใช้เทคโนโลยีได้มากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับกับสภาพทางสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ดังนั้นเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันนี้จึงมีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในแต่ละวันเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการทำงานด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบันเทิงสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญหลักๆ ของการดำรงชีวิตมนุษย์ทั้งสิ้น และสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อีกอย่างหนึ่งก็คือ โทรศัพท์มือถือคงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า โทรศัพท์มือถือมีความสำคัญในหลายๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกรรมต่างๆ ซึ่งโทรศัพท์มือถือถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ห้าที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์เข้าไปอย่างปฏิเสธไม่ได้แล้ว

โทรศัพท์มือถือยังมีวิวัฒนาการและการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค ด้วยรูปแบบการใช้งานที่มีความหลากหลาย และมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลในสังคมเมืองหากแต่จะนึกย้อนไปในอดีตนั้นจะเห็นได้ว่า โทรศัพท์มือถือมีรูปร่างที่ขนาดใหญ่พกพาลำบาก ราคาสูง ความสามารถในการใช้งานได้เพียงแค่ออกโทรเข้าโทรออก เท่านั้น แต่เมื่อมองถึงโทรศัพท์มือถือในยุคปัจจุบันนี้สามารถสื่อสารและตอบสนองความต้องการหลายๆด้านได้ เป็นอย่างดี มีการปรับปรุงทั้งภาพลักษณ์ให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด พกพาสะดวก รูปแบบทันสมัย และมีการออกแบบการพัฒนาทางความคิดทางด้านแอปพลิเคชันต่างๆ เพิ่มขึ้นซึ่งนั่นก็คือโปรแกรมที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยสามารถใช้งานร่วมกับโทรศัพท์มือถือได้ เช่น กล้องถ่ายรูปที่มี ความละเอียดใกล้เคียงกับกล้องดิจิทัลทั่วไป บริการเสริมต่างๆ เช่น การส่งข้อความ SMS การส่งข้อความภาพ และเสียงในแบบ MMS การเล่นเกมอินเทอร์เน็ตผ่านทาง WAP (Wireless Application Protocol), EDGE (Enhanced Data Rates for Global Evolution), และ GPRS (General Packet Radio Service) ได้ทาง โทรศัพท์มือถือจากการพัฒนาขึ้นนี้ทำให้ระบบการสื่อสารมีลักษณะสมบูรณ์

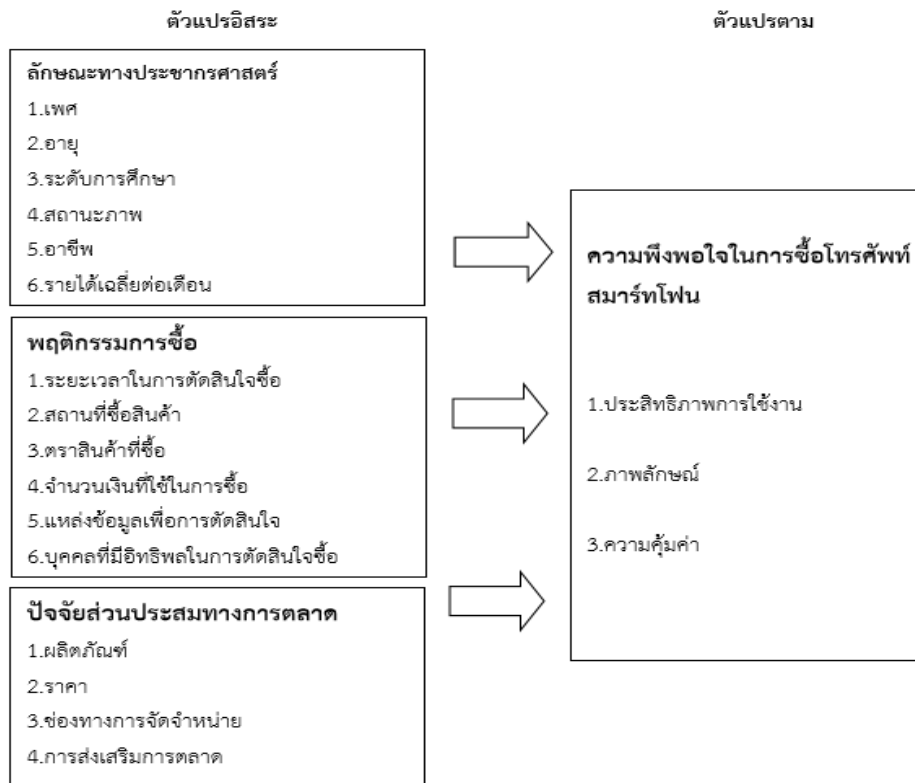
ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาหาพฤติกรรมการซื้อขายและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์มือถือในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ การซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์มือถือในกรุงเทพมหานคร



กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการสุ่มเก็บตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากประชาชนในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมดเนื่องจากประชากรมีจำนวนที่แน่นอน (Finite Population) ใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane) ในการคำนวณหาขนาดของตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อน = 0.05

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

แทนค่าสูตร $n = \frac{192,119}{1 + 192,119 (0.05)^2}$

$n = 400$ คน

จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 400 คน และใช้เกณฑ์การเลือกสุ่มตัวอย่าง โดยจะเลือกสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกผู้ที่จะตอบแบบสอบถามตามสถานศึกษา อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า ซึ่งคาดว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างอยู่อย่างหนาแน่น จนครบจำนวนที่ต้องการ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสัดริ้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน



โดยกำหนด สมมติฐานของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.3 และ 44.8 ตามลำดับ มีอายุ 26 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.5 และรองลงมาคือ มีอายุ 20 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.3 โดยระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.8 มี สถานะภาพ โสดเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ มีสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 25.3 ส่วน ใหญ่ประกอบ อาชีพธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 15,000 – 20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.3

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟน 3 – 4 เดือน โดยนิยมซื้อที่ร้านจำหน่ายมือถือทั่วไปมากที่สุดรองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้าและ MBK และตรา สินค้า ของโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อตราสินค้า Samsung มากที่สุด รองลงมา คือ I-Phone โดยจำนวนเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อในราคา 20,001 – 25,000 บาท ซึ่งมีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน จากช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ มากที่สุดรองลงมา คือ ทางอินเทอร์เน็ต และในการซื้อจะ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ และรองลงมาคือเพื่อน เป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อย ต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระบบปฏิบัติการมีความเสถียร มีซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพ และมี ฟังก์ชันในการใช้งาน หลากหลายและง่ายต่อการใช้งาน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านราคาของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.52) โดยเรียงลำดับความสำคัญของ ปัจจัยย่อยต่างๆ จาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีระบบการผ่อนชำระเงินด้วยบัตรเครดิตได้ อุปกรณ์เสริมและอุปกรณ์ต่อพ่วงราคาไม่แพง และขายต่อได้ในราคาสูง ตามลำดับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ย มากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างในการทดลองใช้ มีศูนย์บริการหลายสาขาคงครอบคลุมพื้นที่ และสามารถสั่งซื้อออนไลน์ได้ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.68) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีของแถมให้เลือกหลายหลาย มีส่วนลดในการซื้ออุปกรณ์เสริมต่างๆ มีการ ลงทะเบียนลุ้นชิงรางวัลจากการซื้อ ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนใน กรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟน	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	สถานภาพสมรส	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1.ประสิทธิภาพการใช้งาน	0.063	0.115	0.000*	0.079	0.000*	0.000*
2.ภาพลักษณ์	0.000*	0.000*	0.000*	0.057	0.000*	0.107
3.ความคุ้มค่า	0.000*	0.000*	0.113	0.000*	0.098	0.000*

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig. *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านภาพลักษณ์ และด้านความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านภาพลักษณ์ และด้านความคุ้มค่า

อายุ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านประสิทธิภาพการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์

สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านความคุ้มค่า

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านประสิทธิภาพการใช้งาน และด้านภาพลักษณ์



รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านประสิทธิภาพการใช้งาน และด้านความคุ้มค่า

ทั้งนี้เนื่องจากค่า Sig. ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
1.ประสิทธิภาพการใช้งาน	0.011*	0.000*	0.000*	0.002*
2.ภาพลักษณ์	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
3.ความคุ้มค่า	0.000*	0.000*	0.001*	0.000*

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig. *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร ในด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ด้านภาพลักษณ์ และด้านความคุ้มค่า ทั้งนี้เนื่องจากค่า Sig. ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงผลดังตารางที่ 2

อภิปรายผล

ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่เป็นเช่นนี้เพราะโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนโดยทั่วไปมีรูปแบบการออกแบบที่สวยงามมีความคุ้มค่ากับเงินที่ซื้อ ฟังก์ชัน ต่างๆในโทรศัพท์สมาร์ทท์ครบครัน นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาตามสื่อต่างๆเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคมาซื้อใช้จนส่งผลให้ผู้ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากพฤติกรรมการณ์การซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านประสิทธิภาพการใช้งานด้านภาพลักษณ์ และด้านความคุ้มค่าย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อทั้งในด้านความถี่ จำนวนเงินที่ใช้ซื้อแหล่งที่ซื้อสินค้า เป็นต้น ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้มากเท่าไรย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้อให้เพิ่มขึ้นได้เช่นกัน ความพึงพอใจในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทิตตา ผ่อนผัน (2556) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นำมาศึกษา ทั้งหมด 7 ด้าน มีจำนวน 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์ระดับมากกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน อินเทอร์เน็ตในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เครื่องคอมพิวเตอร์

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของร้านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยด้านขนาดของร้านอินเทอร์เน็ต และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของร้านอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับด้านความต้องการของลูกค้าที่อยากให้ทางผู้ประกอบการ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนตราสินค้าต่างๆ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาถึงความภักดีในตราสินค้าของโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเพื่อนำผลวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุง ยุทธศาสตร์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค
3. ควรที่จะจัดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล สาเหตุ และปัญหาของผู้บริโภค แล้วนำผลข้อมูลดังกล่าวมา จัดทำแผนงานและโครงการแต่ละปีตามลำดับความสำคัญและความจำเป็น เพื่อจะได้พัฒนาแก้ไขปัญหาให้เป็นไป ตามความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- ชญานิษฐ์ กาญจนการุณ. (2556). การศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจต่อตราสินค้าและการรับรู้ด้าน *Brand Coolness* ของผู้บริโภคที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อ (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร.
- ชัยรัตน์ วงศ์ชื่น. (2550). พฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจของผู้ซื้อโทรศัพท์มือถือตราแบล็กเบอร์รี่ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปัทิตตา ผ่อนผัน. (2556). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านอินเทอร์เน็ต ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม (วิทยานิพนธ์สาขาบริหารธุรกิจ). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- วุฒิกุล ทองลิ้ม. (2552). คุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อมือถือแอลจีของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุขสันต์ เจียมศิวานนท์. (2550). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พีดีเอ โฟนของ HP ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล
ของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

Income and Expenditure Behavior for Personal Financial Planning
of People in Thonburi

ชลธิชา วิริยะจงเจริญ

Chonticha Wiriyaongcharoen

บัณฑิตวิทยาลัยสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Graduate School of Business Administration Siam University

Email: sakina_sung@hotmail.com

Received: January 21, 2020

Revised: February 20, 2020

Accepted: March 17, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี จากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ระหว่างมกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ.2557 โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 35 ปี และรองลงมาคือ มีอายุ 26 – 30 ปี ตามลำดับ โดยระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานะภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้ระหว่างเฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาท/เดือน รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท/เดือน ในส่วนพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายโดยการบันทึกบัญชีลงในโปรแกรมบันทึกรายรับรายจ่าย บันทึกลงในคอมพิวเตอร์ และบันทึกลงในสมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายมากกว่า 4 ปี โดยวัตถุประสงค์ในการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย คือ เพื่อทราบรายรับรายจ่ายของตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อวางแผนการออมเงิน และวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อการเกษียณ ในส่วนการใช้ประโยชน์จากการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วางแผนการออมและการใช้เงินในอนาคต รองลงมาคือ ใช้วางแผนการลงทุนเพื่อวางแผนการเกษียณ ส่วนเหตุผลสำคัญที่การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่าไม่มีความรู้ในการจัดทำ รองลงมาคือ ไม่มีเวลา เห็นว่ามีความยุ่งยากในการจัดทำ และเห็นว่าไม่มีความจำเป็น ซึ่งความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่นให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์ใช้หรือไม่ ส่วนใหญ่ตอบว่า ใช่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา



อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และทัศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ทุกด้าน คือ ด้านความรู้ ความเข้าใจและความสำคัญ และด้านการส่งเสริมและการเผยแพร่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อโทรศัพท์ สมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ในเขตฝั่งธนบุรีทุกด้าน คือ วิธีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ระยะเวลาในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย วัตถุประสงค์สำคัญในการจัดทำ ประโยชน์ที่ได้รับ เหตุผลสำคัญที่การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชน และความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่นให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์ ทั้งนี้เนื่องจากค่า Sig. ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.05

จากการศึกษาทำให้เห็นว่าการที่จะทำให้ประชาชนหันมาทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลนั้น การส่งเสริมจากภาครัฐนั้นมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจวิธีการในการจัดทำบัญชี ซึ่งมีประโยชน์ต่อการวางแผนการออม และการวางแผนการเงินโดยรวมของประชาชน ที่จะสามารถทำให้ผู้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายส่วนบุคคล มีการใช้ประโยชน์ในการควบคุมรายจ่ายต่างๆ การวางแผนการเงิน และทราบถึงรายรับของตนว่าเพียงพอต่อการสร้างออมเงิน และการวางแผนการใช้เงินในอนาคตหรือไม่ และสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่ทางรัฐบาลควรให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดทำบัญชีนั้น รัฐบาลควรส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักการลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนให้แก่เงินออมของประชาชนในเชิงอกเงย อันเป็นการที่จะทำให้ประชาชนมีความมั่นคงในฐานะทางการเงินในระดับที่เหมาะสมตามอัตภาพของแต่ละคน โดยรัฐควรมุ่งเน้นการส่งเสริมในระดับชุมชนให้เกิดเป็นชุมชนตัวอย่างที่มีความมั่นคงในชีวิต

คำสำคัญ: บัญชีรายรับรายจ่าย, การวางแผนการเงินส่วนบุคคล, การออมเงินและการลงทุน



Abstract

This research are intended to study Income and Expenditure Behavior for Personal Financial Planning of People in Thonburi. Side of the sample of 400 people during January to March 2014 using a questionnaire to collect information and data were analyzed by statistics. Freq (Frequency) and percentage (Percentage) Average (Mean), standard deviation (Standard deviation) and the chi-square (Chi-square) to test the hypothesis.

The results showed that most respondents were female, aged 31-35 years, followed by the age of 26-30 years, followed by education level of the respondents, most undergraduate education. The Single Status Most career as a staff / employee. Average income is between 15,001 - 20,000 baht / month, followed by a median income of between 10,000 - 15,000 baht / month. The behavior found that most respondents accounting income by taking into account the revenue expenditure consigned. Save to PC and save it in a smartphone. Most of the revenue and expenditure accounting for over 4 years. The purpose of the income statement is to get most of their income, followed by savings plan. And personal financial planning for retirement. Using the advantage of preparing the income statement. Most respondents used savings and spending plan for the future, followed by a planned investment for retirement planning. The major reason that the income statement is widely popular among the general public. Most respondents argue that no knowledge of the preparation of the second is that there are no difficulties in the preparation. And that there is no need the idea is to invite others to the income statement because it could be useful or not. Most say yes

Result of this study found that demographic characteristics such as gender, age, marital status, education, occupation, income per month. And attitudes towards boosting the income statement for all aspects of understanding and importance. And the promotion and dissemination. Correlated with the behavior of buying phones smartphones using the Android operating system in all aspects Thonburi is how to prepare income statement. Period in the income statement. The key objective in the preparation benefits the major reason that the income statement is widely popular among the people. And the idea to invite others to the income statement because it could be useful. This is because the Sig. Obtained from the correlation is less than 0.05.

The study makes the point that to make people to income statement for the Personal Financial Planning. Promoted by the government is encouraging people to take part in a cognitive method of accounting. It is useful to plan savings. And overall financial planning of individuals. To be able to make a personal income statement. Utilized to control various expenses. Planning



to use and know that their income is sufficient to generate savings. And plans to use the funds in the future. And one thing that the government should provide no less important than the preparation of the accounts. Government should encourage the public to know the return on investment of public money to grow. People have to make a new level of financial stability as appropriate to their individual circumstances. The state should focus on promoting the community level to the community for a stable life.

Keywords: Income Statement, Personal Financial Planning, Savings and Investments.

บทนำ

จากสภาวะสังคมปัจจุบันที่เต็มไปด้วยกระแสวัตถุนิยม และความฟุ้งเฟ้อ พุ่งเฟ้อ จนทำให้คนไทยหลงเดินทางผิดไปตามกระแสนิยมจนกลายเป็นปัญหา โดยเฉพาะปัญหาหนี้สินที่ไม่มีวัน จบสิ้น ซึ่งการจะดำรงชีวิตให้อยู่รอดภายใต้สังคมในปัจจุบัน แนวทางหนึ่งที่ประชาชนไทยควรยึดถือ คือ การพึ่งตนเอง รู้จักความพอประมาณ และไม่ประมาท ตามแนวปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงมองเห็นถึงความสำคัญของการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับตัวเอง รู้จักความพอมีพอกิน พอมีพอใช้ คำนึงถึงหลักเหตุผลและการประมาณตนเอง พร้อมกับทรงเตือนสติประชาชนคนไทยไม่ให้ประมาท โดยเฉพาะการใช้จ่ายเงินอันเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต

การจัดทำบัญชีครัวเรือน หรือ บัญชีรายรับรายจ่ายนี้ ไม่ใช่เป็นแต่เพียงการจดบันทึกรายการต่างๆ ที่เป็นเงินเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในครอบครัว รู้จักช่วยเหลือแบ่งปันกันในสังคม มีการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับการจดบันทึกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ทำให้ประชาชนทุกคนรู้จักการบริหารจัดการด้านการเงินและการวางแผนการทำงานทุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้ การทำบัญชีครัวเรือนทำให้ครอบครัวมีความสุขใช้ชีวิตโดยยึดหลักความพอเพียง มีเหตุมีผล รู้จักพึ่งพาตนเอง มีความพอประมาณ การเงินมีสภาพคล่อง รู้จักการเก็บออม ทุกคนรู้ถึงแหล่งที่มาของรายรับและการใช้ไปของค่าใช้จ่ายในแต่ละวัน สามารถนำข้อมูลการใช้จ่ายมาวางแผนบริหารการเงินในอนาคตได้

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของประชาชน จึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สังคม และประชาชนในวงกว้างต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

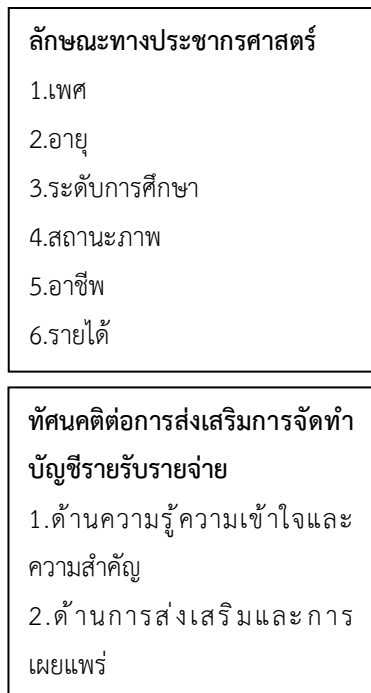
1. เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี



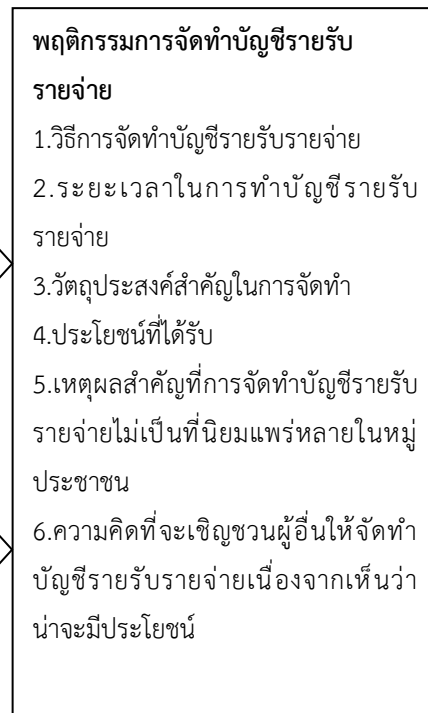
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์และทัศนคติต่อพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี
2. ทัศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปิ่นสุวรรณเตสยานนท์ (2548) ศึกษาความคิดรวบยอดเกี่ยวกับค่านิยมพื้นฐานเรื่อง “การประหยัดและออมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ค่านิยมอยู่ในระดับที่พึงประสงค์นักเรียนหญิงมีค่านิยมด้านการประหยัดและออมสูงกว่าผู้ชายเนตรนภิสภาพเนตร (2549:บทคัดย่อ) อิทธิพลของลักษณะการรับชมโทรทัศน์ที่มีต่อจิตลักษณะและพฤติกรรมประหยัดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คนผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่มีเพศและอาชีพของบิดามารดาต่างกันมีพฤติกรรมการประหยัดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยนักเรียนหญิงมีพฤติกรรมการประหยัดสูงกว่านักเรียนชาย

กานต์รวี (2550) ได้ทำการศึกษาถึง “ทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. ต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของเกษตรกรลูกค้าผู้กู้เงินจาก ธ.ก.ส. ที่มีต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรลูกค้าผู้กู้เงินจาก ธ.ก.ส. ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ พฤติกรรมของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. ต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน พบว่า ส่วนใหญ่เคยได้รับแจกสมุดบัญชีครัวเรือนจาก ธ.ก.ส. คิดเป็นร้อยละ 87.8 เคยได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 93.3 เคยได้รับการสอนการจัดทำบัญชีครัวเรือนจากพนักงาน ธ.ก.ส. คิดเป็นร้อยละ 78.9 โดยมีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้หลังการอบรม คิดเป็นร้อยละ 68.9 มีการจดบันทึกบัญชีครัวเรือนด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.6 ส่วนการให้ผู้อื่นเป็นผู้จดบันทึกบัญชีครัวเรือนให้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ภรรยาเป็นผู้จดบันทึกบัญชีครัวเรือนให้ คิดเป็นร้อยละ 65.6 ความต่อเนื่องในการจดบันทึกบัญชีครัวเรือน มีการจดบันทึกบัญชีครัวเรือนอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 52.2 สาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถจดบันทึกบัญชีต่อเนื่องได้มีสาเหตุมาจากการไม่มีเวลา คิดเป็นร้อยละ 54.4 ทัศนคติของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. ต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติในระดับเห็นด้วยต่อการทำบัญชีครัวเรือน คือ ทำให้ทราบรายได้-รายจ่าย ของตนเองในแต่ละเดือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมาคือ ทำให้วางแผนการชำระหนี้ ธ.ก.ส. ได้ครบจำนวนและตรงตามเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ทำให้มีการใช้จ่ายอย่างรอบคอบและไม่ฟุ่มเฟือย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ทำให้สามารถปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ทำให้มีเงินออมมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 การทำบัญชีครัวเรือนเป็นการทำบัญชีอย่างง่ายไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และยังทำให้มีชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้นมากกว่าแต่ก่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนความคิดเห็นที่อยู่ในระดับไม่มีความคิดเห็น คือ ทำให้สามารถวางแผนเพิ่มรายได้และลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 อีกทั้งเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะจัดทำบัญชีครัวเรือน เนื่องจากเห็นว่า มีประโยชน์และยังทำให้ทราบรายละเอียดรายได้-รายจ่าย ของตนเองในแต่ละเดือน อีกทั้งยังสามารถวางแผน การชำระหนี้ ธ.ก.ส. ได้ครบจำนวนและตรงตามเวลาที่กำหนด มีเงินออมเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือนอย่างรอบคอบไม่ฟุ่มเฟือย มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินและหารายได้เพิ่ม และสามารถปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงได้ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการจดบันทึกบัญชีครัวเรือน คือ ไม่ค่อยมีเวลาจดบันทึกบัญชีครัวเรือน เนื่องจากเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ ต้องทำงานตั้งแต่เช้าจนถึงเย็น ทำให้ไม่มีเวลาในการเขียนหนังสือหรือเกิดความเหน็ดเหนื่อย จึงไม่ค่อยสนใจที่จะบันทึกรายรับ-รายจ่าย อีกทั้งรายรับของเกษตรกรไม่ได้มีรายรับทุกวันจึงทำให้เกษตรกรไม่สนใจที่จะจดบันทึกบัญชีครัวเรือน

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการสุ่มเก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน จากประชาชนในเขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม และเขตบางบอนกรุงเทพมหานคร จำนวน 607,207 คน (ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2555) จึงคำนวณโดยใช้สูตรหาขนาดตัวอย่าง $n = \frac{Z^2}{4e^2}$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ความผิดพลาดไม่เกิน 5% จะได้จำนวนตัวอย่าง 385 คน ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างแบบสอบถามขึ้น เพื่อป้องกัน



ความผิดพลาดจากการเก็บข้อมูลเป็น 400 คน และใช้เกณฑ์การเลือกสุ่มตัวอย่าง โดยจะเลือกสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกผู้ที่จะตอบแบบสอบถามตามสถานศึกษา อาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้า ซึ่งคาดว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างอยู่อย่างหนาแน่น จนครบจำนวนที่ต้องการ

ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.5 และ 34.5 ตามลำดับ มีอายุ 31 – 35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 และรองลงมาคือ มีอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.8 โดยระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 16.8 มีสถานะภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ มีสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ มีอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 19.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่างเฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.3

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายโดยการบันทึกบัญชีลงในโปรแกรมบันทึกรายรับรายจ่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ บันทึกลงในคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 28.3 และบันทึกลงในสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายมากกว่า 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ 1 – 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.5 โดยวัตถุประสงค์ในการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย คือ เพื่อทราบรายรับรายจ่ายของตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ เพื่อวางแผนการออมเงิน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อการเกษียณเพียงร้อยละ 14.5 ในส่วนการใช้ประโยชน์จากการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วางแผนการออมและการใช้เงินในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ใช้วางแผนการลงทุนเพื่อวางแผนการเกษียณ คิดเป็นร้อยละ 28.5 ใช้วางแผนการลงทุนเพื่อเก็งกำไร และใช้วางแผนการดำเนินชีวิตอย่างมั่นคง และบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงินใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ 6.3 ตามลำดับ ส่วนเหตุผลสำคัญที่การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชนทั่วไป ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่าไม่มีความรู้ในการจัดทำ คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ ไม่มีเวลา คิดเป็นร้อยละ 24.8 เห็นว่ามีความยุ่งยากในการจัดทำ คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเห็นว่ามี ความจำเป็น คิดเป็นร้อยละ 9.8 ซึ่งความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่นให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์ใช้หรือไม่ ส่วนใหญ่ตอบว่า ใช่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.5

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความความคิดเห็นของทัศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี ดังนี้

1.ด้านความรู้ความเข้าใจและความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการจัดทำบัญชี ประชาชนไม่มีความรู้การวางแผนการเงินส่วนบุคคล ประชาชนไม่ทราบถึงประโยชน์ของการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายส่วนบุคคล ประชาชนมีความเข้าใจว่าเป็นเรื่องยุ่งยากในการจัดทำ และประชาชนไม่เห็นถึงความสำคัญของการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายและการวางแผนการเงินส่วนบุคคล

2.ด้านการส่งเสริมและการเผยแพร่

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย ในเรื่อง ไม่มีการส่งเสริมจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม ไม่มีการส่งเสริมการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีรายรับรายจ่ายที่สะดวกในการใช้งาน และสามารถใช้งานได้ฟรี รัฐไม่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ขาดการส่งเสริมให้ประชาชนจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายและการวางแผนการเงินตั้งแต่เด็ก และไม่มีการส่งเสริมความรู้ในการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายและการวางแผนการเงินส่วนบุคคลจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

ตารางที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ตโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ในเขตฝั่งธนบุรี

พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	สถานะภาพสมรส	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1.วิธีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.001* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
2.ระยะเวลาในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
3.วัตถุประสงค์สำคัญในการจัดทำ	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
4.ประโยชน์ที่ได้รับ	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*



พฤติกรรมการทำบัญชี รายรับรายจ่ายเพื่อการ วางแผนการเงินส่วนบุคคล	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	สถานะ ภาพ สมรส	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)	(สัมพัทธ์)
5.เหตุผลสำคัญที่ทำให้การจัดทำ บัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่ นิยมแพร่หลายในหมู่ ประชาชน	0.000* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)
6.ความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่น ให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย เนื่องจากเห็นว่าน่าจะมี ประโยชน์	0.000* (สัมพัทธ์)	0.002* (สัมพัทธ์)	0.002* (สัมพัทธ์)	0.008* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)	0.000* (สัมพัทธ์)

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig. *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทุกด้าน คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ในเขตฝั่งธนบุรีทุกด้าน คือ วิธีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ระยะเวลาในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย วัตถุประสงค์สำคัญในการจัดทำ ประโยชน์ที่ได้รับ เหตุผลสำคัญที่ทำให้การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชน และความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่นให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์ ทั้งนี้เนื่องจากค่า Sig. ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงผลดังตารางที่ 1



สมมติฐานที่ 2 ทศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายกับพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี

พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล	ทศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย	
	ด้านความรู้ความเข้าใจและความสำคัญ	ด้านการส่งเสริมและการเผยแพร่
1.วิธีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
2.ระยะเวลาในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
3.วัตถุประสงค์สำคัญในการจัดทำ	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
4.ประโยชน์ที่ได้รับ	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
5.เหตุผลสำคัญที่การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชน	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)
6.ความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่นให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์	0.000* (สัมพันธ์)	0.000* (สัมพันธ์)

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig. *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ทุกด้าน คือ ด้านความรู้ความเข้าใจและความสำคัญ และด้านการส่งเสริมและการเผยแพร่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ในเขตฝั่งธนบุรีทุกด้าน คือ วิธีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ระยะเวลาในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย วัตถุประสงค์สำคัญในการจัดทำ ประโยชน์ที่ได้รับ เหตุผลสำคัญที่การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่ประชาชน และความคิดที่จะเชิญชวนผู้อื่นให้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเนื่องจากเห็นว่าน่าจะมีประโยชน์ ทั้งนี้เนื่องจากค่า Sig. ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงผลดังตารางที่ 2

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาทำให้เห็นว่าการที่จะทำให้ประชาชนหันมาทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลนั้น การส่งเสริมจากภาครัฐนั้นมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจวิธีการในการจัดทำบัญชี ซึ่งมีประโยชน์ต่อการวางแผนการออม และการวางแผนการเงินโดยรวมของประชาชน ที่จะ



สามารถทำให้ผู้จัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายส่วนบุคคล มีการใช้ประโยชน์ในการควบคุมรายจ่ายต่างๆ การวางแผนการเงิน และทราบถึงรายรับของตนว่าเพียงพอต่อการสร้างออมเงิน และการวางแผนการเงินในอนาคตหรือไม่ และสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่ทางรัฐบาลควรให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดทำบัญชีนั้น รัฐบาลควรส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักการลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนให้แก่เงินออมของประชาชนให้งอกเงย อันเป็นการที่จะทำให้ประชาชนมีความมั่นคงในฐานะทางการเงินในระดับที่เหมาะสมตามอัตภาพของแต่ละคน โดยรัฐควรมุ่งเน้นการส่งเสริมในระดับชุมชนให้เกิดเป็นชุมชนตัวอย่างที่มีความมั่นคงในชีวิต

ในด้านการบริหารจัดการเงินของคนในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น การรวมกลุ่มในลักษณะกองทุนชุมชน ที่สามารถเป็นแหล่งเงินทุนที่ประชาชนในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า ทั้งยังเป็นการช่วยให้ชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ในหลายๆ ด้าน โดยการปรับรูปแบบกองทุนต่างๆ ของประเทศที่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมาปรับใช้กับชุมชน อาทิ เช่น กองทุนพลังงาน กองทุนสวัสดิการต่างๆ กองทุนประกันสังคม เป็นต้น โดยการจัดการกองทุนดังกล่าวควรมีการบริหารจัดการโดยชุมชนและมีเจ้าหน้าที่ของรัฐคอยให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด

โดยส่วนสำคัญที่จะทำให้สิ่งเหล่านี้เกิดเป็นรูปธรรมได้นั้น จุดเริ่มต้น คือ การที่ประชาชนรู้จักการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของตน เพื่อจะได้ทราบว่าตนเองมีเงินออมคงเหลือสำหรับวางแผนการเงินส่วนบุคคลหรือไม่ เมื่อประชาชนมีการปฏิบัติอยู่เป็นประจำ และสามารถจัดการกับเงินของตนเองให้มีคงเหลือมากพอสำหรับเป็นเงินออมแล้วนั้น ต่อมาประชาชนจะเริ่มมีความสนใจในการทำให้เงินออมของตนเหล่านั้นมีผลตอบแทนงอกเงย ต่อแต่นี้ก็เป็นหน้าที่ของหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมให้ชุมชนที่มีประชาชนจำนวนมากที่มีความต้องการสร้างผลตอบแทนของเงินออมของตน ในการจัดตั้งกองทุนต่างๆ ในการบริหารเงิน โดยให้กองทุนเหล่านั้นเป็นกองทุนที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของชุมชนในด้านต่างๆ และมีการบริหารจัดการเพื่อให้กองทุนนั้นๆ สามารถสร้างผลตอบแทนในรูปตัวเงิน โดยการจัดการของคนชุมชน และเกิดประโยชน์ในรูปแบบอื่นในการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญ แข็งแกร่ง และมีความยั่งยืน จากการลงทุนโดยกองทุนชุมชนในการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ดีให้แก่ชุมชนของตน ทำให้สมาชิกในชุมชนได้มีสาธารณูปโภคที่มีราคาถูกลง และมีคุณภาพ จากการร่วมมือกันของคนในชุมชน และส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนมีการวางแผนการเงินเพื่อนำเงินออมเหล่านั้นมาลงทุนให้เกิดความยั่งยืนแก่ชุมชน ลูกหลาน และเกิดความมั่นคงทางชีวิตให้กับตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี เพื่อให้การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้มีสิทธิพลในการทำบัญชี ควรให้ความรู้ คำแนะนำ อธิบายถึงข้อดี ข้อเสียของการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายให้สมาชิกภายในครัวเรือนได้รับทราบ ร่วมกันวิเคราะห์ถึงการใช้จ่ายเงินของครัวเรือน เพื่อกำหนดการใช้จ่ายเงินในอนาคตให้สอดคล้องกัน ควรมีวัตถุประสงค์ในการทำบัญชีรายรับรายจ่าย โดยอาจมีการเพิ่มสัดส่วนการออมของครัวเรือนเพื่อสำรองไว้เป็นค่าใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เมื่อถึงคราวจำเป็น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

หัวหน้าชุมชน ต้องสร้างระบบเสริมแรงให้แก่ประชาชนมาเป็นตัวอย่างผู้อื่น และหากผู้ใดไม่เข้าใจในเรื่องการทำบัญชีส่วนบุคคล ก็สามารถไปสอบถามจากบุคคลเหล่านี้ได้ที่สามารถทำบัญชีส่วนบุคคลได้เป็นอย่างดี

2. ควรมีการศึกษาแนวทางการจัดทำหรือการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน เพื่อเสริมสร้างความรู้ให้แก่นักเรียนและผู้สนใจทั่วไป หรือมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือนในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ในแต่ละพื้นที่มาเปรียบเทียบกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2555, ธันวาคม). ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับประชากรของกรุงเทพมหานคร .สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.dopa.go.th>
- ชาโรนี ฉัตรไชยสิทธิกุล. (2543). *การออมของครัวเรือนในจังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตรรัตน์ สงวนศักดิ์. (2545). *พฤติกรรมของการออมของผู้มีรายได้ประจำ กรณีศึกษาพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปราณี เนรมิตร. (2553). *การศึกษาอิทธิพลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรในเขตอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- พนม กิติวัง. (2543). *พฤติกรรมของการออมของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภูวนัย พุ่มไทรทอง. (2551). *ปัญญา ชูเลิศ, รศรินทร์ เกรย์ และ ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต. การสร้างความอยู่ดีมีสุข: การทำบัญชีครัวเรือน. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- มยุรี กิม่วงสง. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางน้ำเปรี้ยว จังหวัดฉะเชิงเทรา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วาริณ มงคลสมัย. (2551). *การจัดทำบัญชีครัวเรือนของชุมชนในตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีครัวเรือนของชุมชนในตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.



ประสิทธิภาพการบริหารงานตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 ใน บริษัท โลอ้อนไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด
Strategy on Quality Management System ISO9001: 2015 Lions Tires (Thailand) Ltd.

วีรศรุต สุวงศ์

Weerasarut Suwong

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันรัชต์ภาคย์

Student Master of Arts Program, Ratchapak Institute

Email: weerasarutsuw@liontyres.com

Received: February 8, 2020

Revised: March 16, 2020

Accepted: April 20, 2020

บทคัดย่อ

ระบบบริหารคุณภาพ ตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาซึ่งปัญหาการปรับตัวและเตรียมพร้อม จึงเป็นที่มาของการศึกษาว่าสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรค ปัจจัยที่มีผล และแนวทางการนำข้อกำหนดกลยุทธ์ในระบบการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานใน บริษัท โลอ้อนไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือ มีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 3 ท่านพบว่ามีความสอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องของบริษัทดังกล่าว จำนวน 30 คน ใช้การสรุปวิเคราะห์และอธิบายผลเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าสภาพปัจจุบันบริษัทดังกล่าวนี้ต้องมีการปรับตัวตามมาตรฐานคุณภาพ มีปัญหาและอุปสรรคคือการต้องปรับปรุงบริษัทให้เป็นไปตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านกฎหมายและระเบียบบุคลากร และทุนที่ต้องเตรียมพร้อมโดยมีผลกระทบทั้งสิ้น และแนวทางการนำข้อกำหนดเป็นกลยุทธ์ของการบริหารจัดการ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานเกิดความร่วมมือ 3 ฝ่ายคือ ราชการ หน่วยงานที่รับผิดชอบและบริษัทฯ

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การจัดการ, ระบบคุณภาพ, ISO9001:2015



Abstract

Quality management according to ISO 9001: 2015 is constantly changing, bringing adaptability and preparedness. It is the source of the study of current conditions and problems and obstacles, and factors affecting Strategies for implementing in the management system. To improve management efficiency in Lions Tires (Thailand) Co., Ltd. This is a qualitative research. The research tool was a structured interview proved by three experts who found it consistent with the objectives. The key informants are the executives, workers, and employees of the company, in total of 30 people. The research was analyzed and describe descriptively. The results show that the current situation of this company has to adapt to the quality standards. The problem and obstacle is to improve the company to meet the standards related to legal factors and regulations, personnel, and capital to be prepared, which all have an impact. And the way to use a strategy of management to develop the efficiency of the management, is the cooperation of 3 parties: government agencies, responsible sectors, and the company.

Keywords: strategy, management, quality system, ISO9001: 2015.

บทนำ

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน การปรับกลยุทธ์ในการบริหารงานคุณภาพของหน่วยงาน ตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยการจัดทำระบบบริหารคุณภาพขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อปฏิบัติตามสิ่งที่ เป็นไปตามความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อรักษาและปรับปรุงประสิทธิผลของระบบบริหารคุณภาพขององค์กร และรักษาระดับของคุณภาพการบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยพยายามวางหลักการปฏิบัติในรูปแบบของการวางแผนวงจรเดมมิง PDCA. (Deming Cycle) คิดค้นโดย Walter Shewhart,(1989) (Plan) วางแผน (Do) ลงมือปฏิบัติ (Check) การตรวจวัดและการตรวจติดตาม (Action) การปฏิบัติการแก้ไขและป้องกันปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ดังนั้น "คุณภาพ" ที่กล่าวนี้ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความพยายามมุ่งมั่นเอาใจใส่ของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับภายในองค์กรที่จะนำเอาความรู้ทักษะและประสบการณ์มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างคุณภาพให้เกิดขึ้นในทุก ๆ ขั้นตอนในการผลิตหรือการให้บริการจากข้อดีของระบบการบริหารงานคุณภาพนี้เองจึงทำให้มีการนำไปใช้กันอย่างกว้างขวางทั่วโลกและได้กำหนดให้เป็นเงื่อนไขหนึ่งในวงการคาที่เป็นที่ยอมรับ จนกระทั่งได้มีการนำไปกำหนดเป็นมาตรฐานในระดับสากลขององค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือ ISO ซึ่งรู้จักกันแพร่หลายในชื่อมาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 เป็นมาตรฐานสากล ที่ระบุข้อกำหนดสำหรับระบบบริหารคุณภาพขององค์กรวัตถุประสงค์ของมาตรฐานนี้ได้มีการกำหนดกลุ่มของข้อกำหนดที่ซึ่งหากมีการนำระบบไป ประยุกต์ใช้ อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ ลูกค้าของ องค์กรนั้นสามารถมั่นใจ ได้ว่าจะสามารถ ส่งมอบ



ผลิตภัณฑ์ / บริการที่ซึ่งสอดคล้อง ต่อความ ต้องการและคาดหวัง รวมทั้งสอดคล้องกับข้อกำหนด ทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นระบบแบบแผนที่ใช้ในการบริหารงานองค์กร เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ ในการดำเนินงานของ ระบบบริหารคุณภาพ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มาตรฐาน ISO 9001:2015 คือหนึ่งในระบบบริหารคุณภาพที่เป็นที่ ยอมรับในระดับสากล เป็นการระบุข้อกำหนดที่จำเป็นในระบบบริหารคุณภาพ โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า อย่างเป็นระบบ มากกว่าการมุ่งเน้นการทดสอบ ตรวจสอบในผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ด้วยการมุ่งส่งเสริมให้มีการ นำเอาแนวทางการจัดการโดยมองแบบกระบวนการ ในการบริหารงานด้านคุณภาพขององค์กร โดยรวมๆ ว่ากิจกรรมใดๆ ก็ตามที่มีการรับสิ่งป้อนเข้า (Inputs) แล้วมีการเปลี่ยนแปลงให้กลายเป็นผลิตผลของกิจกรรม และ ส่งออกไปเป็นสิ่งป้อนออก (Outputs) แล้วกิจกรรม เช่นกล่าวถึงนี้ อาจเรียกว่าเป็น กระบวนการ (a process)

ภายใต้สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งหนทางที่ องค์กรจะอยู่รอดได้ก็คือการสร้างผลิตภัณฑ์และการให้บริการให้มีคุณภาพสูงตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพ และนำ ระบบงานคุณภาพมาใช้ภายในองค์กร เพื่อ ปรับปรุงพัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นโดยลดความสูญเสียจากการ ทำงานที่ไม่มีคุณภาพ การประหยัดค่าใช้จ่ายภายในองค์กรและกระตุ้นพนักงานเกิดจิตสำนึกเรื่องคุณภาพทั้งใน ด้านคุณภาพของการให้บริการและคุณภาพของงานซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและกลับ มาใช้บริการ รวมทั้งยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของบุคคลภายนอกอีกด้วย (อภิรดี ยิ้มละมัย 2550 , หน้า 4)

ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้นทางบริษัท โลอันไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ก็ต้องปรับตัวเช่นกัน โยทาง บริษัทมีปณิธานที่ มุ่งสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการระดับมาตรฐานสากลและได้ดำเนินการพัฒนาระบบการ บริการให้ได้คุณภาพ มาอย่างต่อเนื่องและได้รับการรับรอง มาตรฐาน ISO 9001:2015 เมื่อ วันที่ 01 กันยายน พ.ศ. 2560 การรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 ในทุกส่วนทั้ง บริษัท โลอันไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งแต่ ละส่วนงานมีเนื้องานที่ แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงการดำเนินธุรกิจที่ที่จะต้องเข้าใจในประเด็นด้านคุณภาพ ด้วยเหตุ ดังกล่าวผู้วิจัยซึ่งทำงานในส่วนงานกำกับดูแลการดำเนินงานขององค์กรบริษัทฯ ให้เป็นไปตาม 9001:2015 มี ประเด็นที่น่าสนใจ มีสิ่งที่น่าสนใจควรศึกษาว่าบุคลากรในระดับต่าง ๆ แต่ละส่วนงานมีปัญหาในการดำเนินการ ระบบบริหารคุณภาพของแต่ละองค์กร ภายใต้การเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารงานแบบใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการปรับปรุงแก้ไขส่วนที่ยังมีปัญหาเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไป ตามเป้าประสงค์ขององค์กรที่มีปณิธานมุ่งสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการระดับมาตรฐานสากล อีกทั้งยังเป็นองค์ ความรู้ให้บริษัทที่มีลักษณะเดียวสามารถถอดบทเรียน(Best Practice) มาประยุกต์ใช้และปรับปรุงเพื่อนำไปสู่การ เป็น 9001:2015 อย่างเต็มศักยภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรค ของกลยุทธ์ของบริษัท โลอันไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ในระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการการนำระบบบริหารงานคุณภาพ ระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015 และ ปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรบริษัท โลอันไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด



3. เพื่อศึกษาแนวทางการนำข้อกำหนดกลยุทธ์ในระบบการบริหารจัดการ และ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานใน บริษัท ไลอ้อนไทยส์ (ประเทศไทย) จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ(2548) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการไว้ดังนี้ การบริหารจัดการที่เป็นคู่มือในการบริหารจัดการภายใต้ความซับซ้อนของระบบข้อมูลข่าวสารได้ชี้ประเด็นสำคัญในการบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จไว้ 7 ด้าน ได้แก่ (1) การใช้เทคนิควิธีที่มีขอบเขตครอบคลุมวัตถุประสงค์ มีกลยุทธ์และมีคุณภาพ (2) การบริหารจัดการในลักษณะเป็นกระบวนการแก้ปัญหา (3) การมีคณะผู้บริหารที่มีศักยภาพในการตัดสินใจสูง (4) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของผู้บริหารทุกคน (5) การนำผลจากการตัดสินใจมาใช้ประโยชน์ได้ อย่างรวดเร็ว (6) การมีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการที่เหมาะสม และ (7) การบริหารจัดการให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์

กลยุทธ์คือ แผนการการตัดสินใจที่จะทำให้ไปสู่เป้าหมายและประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว (Long term) หรือได้เปรียบคู่แข่งในระยะยาวอย่างยั่งยืน (Above Average Returns) การวางแผนเป็น “กระบวนการ” (Process) จึงประกอบด้วยกิจกรรม (Activity) ที่จะต้องกระทำกันอย่างต่อเนื่อง และสามารถปรับให้เข้ากันได้กับข้อมูลที่ได้รับทั้งที่เป็นข้อมูลย้อนกลับ(Feedback) และข้อมูลที่มาจากระบบต่าง ๆ การวางแผนต้องมีการดำเนินการที่ต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากที่ภายนอกและภายในองค์กรเมื่อข้อมูลจากส่วนต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป แผนอาจต้องทบทวนและปรับให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร(ดุขฎิ โยเหลาและคณะ , 2551, หน้า 7) Rothaermel (2013) ได้ให้คำจำกัดความถึงกลยุทธ์ คือ แนวทางหรือวิธีการในการปฏิบัติที่ประกอบด้วยการทำงานเชิงแข่งขัน และแนวทางในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้จัดการทั้งหลาย เพื่อสามารถไปดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายทั้งหมดขององค์กร ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องดำเนินการให้ครบถ้วนทั้งสามขั้นตอน จากนั้นจึงนำแผนงานไปสื่อสารให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในการบริหารจัดการทั่วไปผู้บริหารอาจมุ่งที่การปฏิบัติตามแผนงานจนละเลยเป้าหมายขององค์กร ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายหลักที่กำหนดไว้ได้ จึงถือว่าการบริหารจัดการลักษณะนี้ไม่ได้ดำเนินการครบถ้วนตามกระบวนการวางแผน (สาคร สุขศรีวงศ์ : 2550 , หน้า 99)

การจัดการระบบคุณภาพ ISO9001:2015

สาระสำคัญของ ISO 9001:2015 ISO เป็นตัวย่อขององค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization) ซึ่งมีสำนักงานตั้งอยู่ที่ กรุงเจนีวา ประเทศ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นองค์กร ที่ประกอบด้วยตัวแทนในแต่ละประเทศ รับผิดชอบในการจัดทำมาตรฐานสากลต่าง ๆ เป็นมาตรฐานสากลที่ระบุข้อกำหนดสำหรับระบบบริหารคุณภาพขององค์กรวัตถุประสงค์ของมาตรฐานนี้ได้มีการกำหนดกลุ่มของข้อกำหนดที่ซึ่งหากมีการนำระบบไป ประยุกต์ใช้ อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ ลูกค้าของ องค์กร นั้นสามารถมั่นใจ ได้ว่าจะสามารถ ส่งมอบ ผลิตภัณฑ์ /บริการที่ซึ่งสอดคล้อง ต่อความ ต้องการและคาดหวัง





รวมทั้งสอดคล้องกับข้อกำหนด ทางกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องหลักการนำไปปฏิบัติใช้งานสร้างโอกาสทางการค้า สำหรับตลาดใหม่ และ สามารถเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันกับองค์กร ขนาดใหญ่ได้หลักการและ ข้อกำหนดของ ISO 9000 เป็นสิ่งที่รวบรวมมาจากแนวทางปฏิบัติ ที่จำเป็น ต้องมี ในระบบการบริหารงาน โดยทั่วไปขององค์กร เพื่อให้เกิดความสะดวก ในการนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว องค์กรต่าง ๆ ได้มีการปฏิบัติแล้วเป็นส่วนใหญ่ เพียงแต่อาจขาดความสม่ำเสมอและขาดความสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ได้จัดระบบไว้เป็น ลายลักษณ์อักษร เพื่อใช้อ้างอิงในการบริหารงาน ดังนั้น ในการจัดระบบการบริหารงานคุณภาพ ตามข้อกำหนด ของ ISO 9000 จึงไม่ใช่สิ่งที่ยุ่งยาก แต่ อาจมีรายละเอียดปลีกย่อย และ ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการมาน้อย แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับ สถานภาพและศักยภาพของแต่ละองค์กรสิ่งสำคัญที่จะทำให้การจัดทำระบบประสบความสำเร็จ

หลักการนำไปปฏิบัติใช้งาน

สร้างโอกาสทางการค้า สำหรับตลาดใหม่ และ สามารถเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันกับองค์กร ขนาดใหญ่ได้หลักการและข้อกำหนดของ ISO 9000 เป็นสิ่งที่รวบรวมมาจากแนวทางปฏิบัติ ที่จำเป็น ต้องมี ใน ระบบการบริหารงานโดยทั่วไปขององค์กร เพื่อให้เกิดความสะดวก ในการนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งในความเป็นจริง แล้ว องค์กรต่าง ๆ ได้มีการปฏิบัติแล้วเป็นส่วนใหญ่ เพียงแต่อาจขาดความสม่ำเสมอและขาดความสมบูรณ์ เนื่องจากไม่ได้จัดระบบไว้เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อใช้อ้างอิงในการบริหารงาน ดังนั้น ในการจัดระบบการ บริหารงานคุณภาพ ตามข้อกำหนดของ ISO 9000 จึงไม่ใช่สิ่งที่ยุ่งยาก แต่ อาจมีรายละเอียดปลีกย่อย และ ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการมาน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับ สถานภาพและศักยภาพของแต่ละองค์กร

ในการดำเนินการตามแนวทางข้างต้นให้บรรลุผล องค์กรควรวางแผนการดำเนินการ และ มอบหมาย งาน แก่ผู้รับผิดชอบในระดับต่าง ๆ จากทุกหน่วยงานภายในองค์กร และฝึกอบรมบุคลากรระดับต่าง ๆ ให้เข้าใจ หลักการและข้อกำหนดของมาตรฐาน เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ในการจัดทำระบบได้ อย่างถูกต้อง เหมาะสม ตามระดับความรับผิดชอบของบุคลากรแต่ละกลุ่ม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ได้แก่ ได้แก่ ข้าราชการ นักการเมือง ตัวแทนกลุ่มต่างๆ โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่ง ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ที่ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด อุปกรณ์บันทึกเสียง และภาพ ใช้วิธีการเลือกตัวแทนแบบเจาะจงโดยแยกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ ผู้บริหาร กลุ่มผู้ปฏิบัติการ และกลุ่มผู้ประเมิน รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวม ข้อมูล การวิจัยนี้จะใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริหาร พนักงานบริษัท ไลน์อินเทอร์เน็ต (ประเทศไทย) จำกัด และผู้ประเมิน ซึ่งอธิบายเชิงพรรณนา

การตรวจสอบข้อมูลเพื่อความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการ ตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีสามเส้า (triangulation method) โดยทำการตรวจสอบข้อมูลใน 3 ลักษณะดังนี้ 1)การ ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการ



ตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูลแหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลาการจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (theory triangulation) คือการตรวจสอบว่าผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (working hypothesis) และแนวคิดขณะที่ลงมือตีความสร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (method inclusion) คือการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ การเพื่รวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะเป็นข้อความบรรยาย (descriptive) ที่ได้จากการสังเกตสัมภาษณ์ และจดบันทึก 2) การวิเคราะห์เนื้อหา ใช้การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (induction) จากเอกสารคำสัมภาษณ์ โดยพยายามค้นหา วิเคราะห์ และตีความหมายที่แฝงอยู่ในข้อความเหล่านั้น แล้วนำมาสรุปเป็นข้อความบรรยาย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง พบว่า

1. สภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรค ของกลยุทธ์ของบริษัท ไลออนไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ในระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015

สภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรค ของกลยุทธ์ของบริษัท ไลออนไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด ในระบบบริหารงานคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 ว่าโดยส่วนใหญ่เห็นตรงกันก็คือสภาพเศรษฐกิจมีผลต่อการดำเนินงาน และระบบ iso นี้มีการพัฒนาทุกปีเพราะฉะนั้นองค์กรจะต้องปรับตัวและมีการฝึกอบรมเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ปัญหาที่พบมากที่สุดก็คือการทำงานที่ทุกฝ่ายขาดการบูรณาการร่วมกัน 3 ฝ่ายต้องเชื่อมโยงกัน นั่นก็คือฝ่ายผู้บริหารฝ่ายผู้ปฏิบัติงาน 3 ฝ่ายผู้ติดตามและประเมินผล ซึ่งจะต้องร่วมมือกันในการดำเนินการซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ อาทิ เช่น

ภูเบศ ผลเกิด ตำแหน่ง ตัวแทนฝ่ายบริหาร (QMR) กล่าวว่า ปัจจุบันบริษัทต่าง ๆ ล้วนแต่เน้นการบริหารงานที่ใช้คุณภาพมาตรฐาน ISO มาใช้โดยส่วนใหญ่โดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่เป็นตัวกำหนดมาตรฐานของคุณภาพในการ บริหารโรงงาน มองว่าควรจะต้องมีในบริษัทหรือองค์กรขนาดใหญ่ ขึ้นอยู่กับทางด้านไหน

จุฑาทิพย์ เข้มแดง ตำแหน่ง ผจก. บุคคล กล่าวว่า “จากประสบการณ์ การที่มี ISO 9001 คือการจัดวางระบบบริหารงานเพื่อการประกันคุณภาพ ซึ่งเป็นระบบที่ทำให้เชื่อมั่นได้ว่ากระบวนการต่าง ๆ ได้รับการควบคุม และสามารถตรวจสอบได้ โดยผ่านระบบที่ระบุขั้นตอนและวิธีการทำงาน เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรในองค์กรรู้หน้าที่ความรับผิดชอบและขั้นตอนต่าง ๆ จะทำให้สามารถควบคุมการบริหารได้”



ฐิภาพัชร ศรีเดช ตำแหน่ง ผจก. QC กล่าวว่า “ในการปฏิบัติงาน โดยต้องมีการฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน มีการจัดบันทึกข้อมูล รวมทั้งการตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามที่ระบุไว้ในระบบหรือไม่ และมีการแก้ไขข้อผิดพลาดรวมทั้งมีแนวทางในการป้องกันข้อผิดพลาดเดิม”

อำนาจ ชัยประเสริฐ ตำแหน่ง ผจก. กล่าวว่า จัดซื้อ “ในปัจจุบันมาตรฐาน ISO 9001:2015 มีการเพิ่มข้อกำหนดในเรื่องการทำความเข้าใจกับองค์กรและบริบทองค์กร การทำความเข้าใจกับความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อใช้ในการดำเนินการกับความเสี่ยงและโอกาสรวมถึงข้อกำหนดอื่น ๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรสามารถมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ต่อไป”

คุณทิพย์วารี ศรีบุญข้า ผจก. บัญชี “ISO 9001 เน้นบทบาทของผู้บริหารระดับสูงที่จะต้องให้ความสำคัญกับความต้องการ ความคาดหวังของลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้อง องค์กรทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรมการผลิตหรือภาคบริการทั้งรัฐและเอกชน สามารถนำระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001 ไปใช้ได้ และไม่มีขีดจำกัดว่าต้องใช้กับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีการลงทุนสูงและบุคลากร จำนวนมากเท่านั้น แต่ยังใช้ได้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการให้เทียบเคียงกับองค์กรขนาดใหญ่ ที่มีชื่อเสียงได้ ยิ่งกว่านี้ ISO 9001:2015 การบูรณาการร่วมกันของทุกฝ่ายภายในบริษัทก็จะทำให้การดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จรวดเร็ว

วริย์รัตน์ หน่อจันทร์ ตำแหน่งผู้ช่วย ผจก. ฝ่ายผลิต กล่าวว่า การที่มี ISO กำหนดไว้จะทำให้ ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้าและบริการและ การจัดการเป็นที่ยอมรับในระดับสากลซึ่งจะทำให้บรรลุความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญอีกประการหนึ่งนั่นก็คือการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียท้ายที่สุดเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน อีกอย่างที่มีความสำคัญที่เป็นปัญหาก็คือสภาพเศรษฐกิจที่ตอนนี้ก็เข้าใจกันว่าเป็นช่วงเศรษฐกิจขาลง”

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการการนำระบบบริหารงานคุณภาพ ระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015 และปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรบริษัท โลอ้อนไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด

จุฑาทิพย์ เข้มแดง ตำแหน่ง ผจก. บุคคล กล่าวว่า “ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการนำระบบบริหารงานคุณภาพที่เรียกกันว่า ISO มาใช้ มีปัจจัยอยู่ด้วยกัน 2 ส่วนนั่นก็คือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบการบริหาร กลับปัจจัยในแต่ละบุคคลที่มีศักยภาพ และความสามารถแตกต่างกันแต่ก็เป็นสิ่งที่ฝึกได้”

ฐิภาพัชร ศรีเดช ตำแหน่ง ผจก. QC. กล่าวว่า บริษัทโลอ้อนไทร์ส เราเองมันก็พยายามปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงแก้ไขโดยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีการทำให้เห็นเป็นรูปธรรมจึงได้รับการยอมรับให้ผ่านมาตรฐานดังกล่าวนี้ แต่ยังไม่ได้อิสระสุดแค่ประเมินแล้วผ่านยังต้องคงรักษาและดำเนินการต่อไปซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายเพื่อให้เกิดการพัฒนานั่นเอง”

สันติ สุขมาก ตำแหน่ง ผจก. พัฒนาผลิตภัณฑ์ กล่าวว่า ” ปัจจัยทางด้านบุคลากรมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารงานเพราะงานจะขับเคลื่อนได้ก็ต่อเมื่อ พนักงานมีความพร้อมมีสมรรถนะสูง และมีแรงจูงใจที่ดีที่พร้อมจะทำงาน การที่จะทำให้ระบบดังกล่าวนี้ประสบความสำเร็จทุกฝ่ายจะต้องช่วยกัน”

ทิพย์วารี ศรีบุญข้า ตำแหน่ง ผจก. บัญชีกล่าวว่า “บริษัทของเรามีการดำเนินการที่เป็นไปตามมาตรฐานดังกล่าวนี้อยู่แล้ว ถ้าพิจารณาถึงปัจจัยน่าจะหมายถึงส่วนที่ผลักดันให้การดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จ เพื่อน



ก็คือผู้นำ เพราะเป็นคนวางนโยบายในการบริหารงานอีกทั้งฝ่ายที่คอยควบคุมติดตามและประเมินผลก็จะต้องมีการ ประเมินเป็นระยะระยะเพื่อให้ทราบผลและนำมาปรับปรุงเพื่อให้เป็นไปตามกรอบของ ISO”

สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการการนำระบบบริหารงานคุณภาพ ระบบมาตรฐาน ISO 9001:2015 จากการสัมภาษณ์พบว่า มีปัจจัย 2 ส่วนคือในส่วนของการบริหารงานกับการบริหารบุคลากร เพราะทั้ง 2 ส่วนมีความสำคัญต่อการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานของ ISO นอกจากนี้ผู้บริหารจะต้องมีวิสัยทัศน์ ที่มองอนาคตและความสำเร็จของบริษัท

3.เพื่อศึกษาแนวทางการนำข้อกำหนดกลยุทธ์ในระบบการบริหารจัดการ และ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานใน บริษัท โลอันไทร์ส (ประเทศไทย) จำกัด

ภูเบศ ผลเกิด ตำแหน่ง ตัวแทนฝ่ายบริหาร (QMR)กล่าวว่า แล้วถ้าที่เห็นเด่นชัดนั่นก็คือการพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะให้กับบุคลากร โดยเฉพาะการนำเรื่องเทคโนโลยีมาใช้ ซึ่งมาตรฐาน ISO ก็มีการปรับเปลี่ยนแล้วเพิ่มเติมตลอดทุกปีเพราะฉะนั้นองค์กรต้องพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอการพัฒนาที่ดีที่สุดนั่นก็คือการพัฒนาบุคลากรซึ่งปัจจุบันก็ทำอยู่กันเป็นกิจวัตรอยู่แล้ว”

จุฑาทิพย์ เข้มแดง ตำแหน่ง ผจก. บุคคลกล่าวว่า แนวทางที่ดีที่สุดก็คือตัวผู้บริหารจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่ดีเห็นภาพอนาคตชัดเจนแล้วจึงวางแผนและนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

ธิฎาพัชร ศรีเดช ตำแหน่ง ผจก. QC. กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรอยู่เสมอ นั่นก็คือการนำหลักการของ ISO มาใช้ในการบริหารเป็นระบบที่ผ่านการวางแผนและตรวจสอบตลอดจนได้ผ่านการถูกใช้งานและพัฒนา มาเรื่อย ๆ แนวทางที่นำไปสู่หลักประสิทธิภพนั้นก็ต้องให้ความสำคัญใน 4 ส่วนดังต่อไปนี้คือ 1 คนหรือ Man 2 ทรัพยากรซึ่งหมายถึง material สามหมายถึงงบประมาณ budget หรือ moneyก็ได้ ที่ต้องมีอย่างเพียงพอ 4 มีการจัดการที่ดีหรือ Management

อำนาจ ชัยประเสริฐ ตำแหน่ง ผจก. จัดซื้อกล่าวว่าแนวทางที่จะประสบความสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพนั้นก็คือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารงานให้มากลดการใช้งานที่ใช้แรงงานคนให้หันมาพัฒนาการใช้เทคโนโลยี

สันติ สุขมาก ตำแหน่ง ผจก. พัฒนาผลิตภัณฑ์ กล่าวว่าว่า แนวทางที่ดีในการดำเนินการที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในหลักการนี้นั่นก็คือการวางแผนต่อเนื่องและมีการพัฒนาและมีเป้าหมายในแต่ละปีที่ชัดเจน เพราะวาระบบนี้มีการพัฒนาแล้วเพิ่มมาตรฐานขึ้นทุกๆ ปีองค์กรจะต้องไม่หยุดนิ่งในการพัฒนา

ทิพย์วารี ศรีบุญข้า ตำแหน่ง ผจก. บัญชี กล่าวว่า หัวใจสำคัญของบริษัทก็คือบัญชีแนวทางที่นำไปสู่ประสิทธิภาพในการจัดการระบบ iso นั่นก็คือการให้ความสำคัญกับการตรวจสอบบัญชีสินทรัพย์การลงทุน การเร่งรัดจัดเก็บหนี้สินตลอดจนการขยายโรงงานแนวทางที่สำคัญนั้นก็ต้องมีการวางแผนระบบบัญชีที่ดี

วริยรัตน์ หน่อจันทร์ ตำแหน่งผู้ช่วย ผจก. ฝ่ายผลิต องค์กรจะขับเคลื่อนได้แนวทางที่นำไปสู่ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ISO นั่นก็คือการให้ความสำคัญต่อบุคลากรหรือพนักงานนั้นก็ต้องมีแรงจูงใจที่จะทำให้เขามีกำลังใจในการทำงานเช่นค่าตอบแทนโบนัสเบี้ยขยันสวัสดิการเป็นต้น



สรุปแนวทางที่สำคัญที่จะทำให้ ISO นั้นประสบความสำเร็จและมีหลักประสิทธิภาพสูงนั้นจะต้องมีการบูรณาการของทุกฝ่าย การตรวจสอบระบบบัญชี การปรับตัวกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีเกิดขึ้นตลอดเวลา โดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ผู้บริหารจะต้องมีวิสัยทัศน์มีภาวะผู้นำ

เอกสารอ้างอิง

- ดุขฎิ โยเหลาและคณะ. (2551). *การศึกษากิจการการจัดการเรียนรู้แบบ PBL ที่ได้จากโครงการสร้างชุดความรู้เพื่อสร้างเสริมทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของเด็กและเยาวชน: จากประสบการณ์ความสำเร็จของโรงเรียนไทย*. กรุงเทพฯ: หจก. ทิพย์วิสุทธิ.
- ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ.(2548). *วิทยาการบริหารสำหรับนักบริหารมืออาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). *หลักการจัดการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิรดี ยิ้มละมัย. (2550). *ทิศทางเศรษฐกิจไทยและแนวโน้มปี2555. วารสารวิชาการปริทัศน์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 20(1), 1-2.*
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30(3)*, 607 – 610.
- Rothaermel. (2013). *Strategic Management: Concepts and Cases*. New York: Public Library.



สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร
Essential Competencies Required of Graduates from the Faculty of
Business Administration Department of Finance and Banking

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ

Rungroje Songsraboon

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Faculty of Business Administration, Siam University

Email: rrs101@hotmail.com

Received: February 19, 2020

Revised: March 28, 2020

Accepted: May 3, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาแบบการสร้างทฤษฎีฐานรากซึ่งเป็นวิธีวิทยาหนึ่งของกระบวนการค้นคว้าทางเลือก เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักจากความคิดเห็นของ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ประกอบการ 2) กลุ่มผู้บริหารในสถานประกอบการ และ 3) กลุ่มศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้ว รวม 15 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความหมายของสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่า สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร ประกอบด้วย 1) ความรู้ด้านการเงิน 2) มีทักษะในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ 3) มีการทำงานเป็นทีม 4) มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ดี และ 5) มีความซื่อสัตย์

คำสำคัญ: สมรรถนะ, บัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, ภาควิชาการเงินและการธนาคาร





Abstract

The research aimed to study essential competencies required of graduates from The Faculty of Business Administration Department of Finance and Banking. This research was a qualitative research and establishing the grounded theory methodology. This methodology was a part of alternative paradigm. Data were collected by in-depth interviews semi structured questions in interview and non-participant observation. The key informants were 1) entrepreneur 2) company's administrators, and 3) graduated alumni with totaling 15 informants. The research result was found that performance required for the professional practice of the graduates, Faculty of Business Administration Department of Finance and Banking consists of 1) knowledge of finance and investment 2) systematic problem solving skills 3) skill of Interpersonal and responsibilities 4) Skills in numerical analysis and 5) moral / ethical skills, honesty

Keywords: Essential Competencies, Graduates, Business Administration, Department of Finance and Banking.

บทนำ

การสร้างกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลต่อธุรกิจทุกภาคส่วนที่ต้องมีการแข่งขันอย่างรุนแรงเพื่อความอยู่รอดคุณภาพและศักยภาพของทรัพยากร บุคคลในองค์กรมีส่วนสำคัญที่สุดต่อความมีประสิทธิภาพ และความสำเร็จขององค์กร (ชัชวาล อรวงศ์ศุภพัทธ์, 2552) ทั้งนี้สถาบันอุดมศึกษาทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตสู่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ ทุกมหาวิทยาลัยมุ่งเป้าหมายเพื่อการพัฒนาบัณฑิตที่มีคุณภาพตอบสนองการเข้าสู่ตลาดแรงงานของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การผลิตบัณฑิตกลายเป็นส่วนหนึ่งของเป้าหมายความสำเร็จอีกประการของสถานศึกษาทั้งในสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานและทำให้บัณฑิตจบได้งานทำการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและได้งานทำจึงกลายเป็นนโยบายสำคัญของทุกมหาวิทยาลัยและเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านการประกันคุณภาพตามนโยบายประกันคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้ชี้วัดดัชนีความสำเร็จด้านภาวะการมีงานทำของสถานศึกษาแต่ละแห่ง คณะบริหารธุรกิจภาควิชาการเงินและการธนาคาร เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ผลิตบัณฑิตสู่ตลาดแรงงานโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อผลิตบัณฑิตซึ่งมีความรู้ความสามารถด้านการบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร รวมถึงแนวคิดทางการบริหารองค์กรสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และพัฒนาคุณภาพของผลผลิต ตลอดจนการส่งเสริมให้นักศึกษามีความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดการธุรกิจในภาคทฤษฎี การฝึกงาน การจัดทำโครงงาน และฝึกปฏิบัติทั้งในมหาวิทยาลัย และในสถานประกอบการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจทั้งในทางการบริหารธุรกิจ และความสามารถในการประยุกต์จากสิ่งที่เรียนรู้ในกระบวนการผลิตบัณฑิตของ

คณะบริหารธุรกิจสู่การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล รวมทั้งเป็นผู้ยึดมั่นในจรรยาบรรณของนักธุรกิจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง “สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร” เนื่องจากสมรรถนะที่ได้จากการผลิตบัณฑิตเป็นส่วนหนึ่งมาจากการจัดกระบวนการเรียนรู้ หรือกระบวนการเรียนการสอนในหลักสูตรที่จัดขึ้นในแต่ละสาขา ทั้งในรูปแบบการจัดการเรียนการสอนในรายวิชา การฝึกทักษะความชำนาญในวิชาชีพ ตลอดจนคุณธรรมจริยธรรมและการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ตามคุณลักษณะสมรรถนะที่องค์กรธุรกิจต้องการ ทำให้การผลิตบัณฑิตสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานที่ดี คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร จึงมีความพยายามในการจัดการและปรับปรุงหลักสูตรที่จะตอบสนองต่อความต้องการตลาดแรงงาน เพื่อให้ได้บัณฑิตที่มีสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพในสาขาต่าง ๆ ของคณะบริหารธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งต่อการพัฒนาบัณฑิตให้ทำงานได้ และเป็นแนวทางสู่การวางแผนเพื่อให้ได้เป้าหมายของการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพของคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร

แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เกิดจากนักสังคมวิทยา 2 ท่าน คือ Barney G. Glaser และ Anselm L. Strauss ทั้งสองได้ทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องสภาวะกำลังตายและการตายของผู้ป่วยในโรงพยาบาล ช่วงกลางทศวรรษ 1960s ทำให้พวกเขาได้พัฒนาระเบียบวิธีวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ ซึ่งทำให้นักสังคมศาสตร์ท่านอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาเรื่องอื่นๆ ได้เป็นจำนวนมาก Glaser and Strauss ได้เสนอการวิเคราะห์ในงานวิจัยเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ มีตรรกะในตัวเองและสามารถอธิบายเชิงทฤษฎีที่เป็นนามธรรมของกระบวนการทางสังคม และได้ให้คำนิยามทฤษฎีฐานรากในฐานะวิธีการค้นพบความจริงจากข้อมูล อาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์โดยตรง และวิเคราะห์กระบวนการสังคมระดับพื้นฐานซึ่งต่อมา Strauss and Corbin (1990) ได้เสนอกระบวนการเทคนิคใหม่ที่แตกต่างกันคือ ให้นักวิจัยใช้ประสบการณ์ทั้งส่วนบุคคลและวิชาชีพเพื่อเพิ่มความสะดวกอ่อนทางทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) มากกว่าการพยายามสร้างความคลุมเครือทางความคิดในการวิจัย แต่สิ่งที่ทั้งสองฝ่ายยังคงมีเหมือนกันคือ การมีฐานคติทางญาณวิทยาแบบปฏิฐานนิยมเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะประเด็นการค้นพบความจริง การอธิบายเชิงสาเหตุและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ศึกษากับสิ่งที่ถูกศึกษาจากนั้นได้มีนักวิชาการคือ Charmaz (2006) ได้เสนอแนวทางการใช้ทฤษฎีฐานรากภายใต้การตีความนิยมและสร้างสรรค์นิยม (Constructionism) และได้เขียนหนังสือเกี่ยวกับทฤษฎีฐานราก ชื่อ Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis โดยผสานการใช้ฐานคติของกระบวนการค้นพบการตีความเพื่อเข้าใจ (Understanding) ต่อโลกทางสังคมที่ศึกษากับกระบวนการค้นพบปฏิฐานนิยมเพื่ออธิบาย (Explanation)





ปรากฏการณ์ที่ศึกษา (Charmaz, 2006) กระบวนการวิเคราะห์แบบทฤษฎีฐานรากมีการกำหนดรหัสที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ขั้นตอนดังนี้การกำหนดรหัส (Open Coding), การเชื่อมโยงข้อมูล (Axial Coding) และการบูรณาการหาแก่นของเรื่องราว (Selective Coding) (Strauss, 1987; Strauss and Corbin, 1990) โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) การกำหนดรหัส (Open Coding) เพื่อจำแนกข้อมูลออกเป็น “หน่วยย่อย” หลาย ๆ หน่วย เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถจัดการกับข้อมูลได้สะดวก หน่วยย่อยแต่ละหน่วยนั้นจะถูกให้สัญลักษณ์เป็นรหัส (ชื่อ) ที่ทำหน้าที่เหมือนกรอบกว้าง ๆ 2) การเชื่อมโยงข้อมูล (Axial Coding) จะทำหน้าที่เชื่อมโยงความหมายของรหัสที่กำหนดไว้ (Open Coding) โดยยึดใจความที่เข้ากันได้และที่บ่งบอกถึงเรื่องเดียวกัน (Theme) ของข้อความเหล่านั้นเป็นเกณฑ์ผลลัพธ์ของการเชื่อมโยงข้อมูลคือเรื่องหรือมโนทัศน์ที่จำแนกข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ หรือเป็นหัวข้อย่อย 3) การบูรณาการเรื่องราว (Selective Coding) เป็นการนำเอาข้อมูลที่จัดเป็นกลุ่มเป็นประเภทแล้วในขั้นตอนการเชื่อมโยงข้อมูล (Axial Coding) มาบูรณาการเข้าให้เป็นเรื่องราว โดยอาศัยความสัมพันธ์ของมโนทัศน์หรือหัวข้อย่อยที่ได้จากขั้นการเชื่อมโยงข้อมูลเป็นแนวทางหรือเรียกว่าการเลือกแก่นของเรื่อง (Park T-Y, et., al. 2006)

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (Office of the Higher Education Commission (2015)) ได้กำหนดแนวคิดเรื่องกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education: TQF) ที่เป็นกรอบที่แสดงระบบคุณวุฒิการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประเทศ ซึ่งประกอบด้วย ระดับคุณวุฒิความเชื่อมโยงต่อเนื่องจากคุณวุฒิระดับหนึ่งไปสู่ระดับที่สูงขึ้น การแบ่งสายวิชา มาตรฐานผลการเรียนรู้ของแต่ละระดับคุณวุฒิซึ่งเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของคุณวุฒิ ปริมาณการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับเวลาที่ต้องใช้ ลักษณะของหลักสูตรในแต่ละระดับคุณวุฒิ การเปิดโอกาสในการเทียบโอนผลการเรียนรู้จากประสบการณ์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งระบบและกลไกที่ให้ความมั่นใจในประสิทธิภาพการดำเนินงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของสถาบันอุดมศึกษาว่าสามารถผลิตบัณฑิตให้บรรลุคุณภาพตามมาตรฐานผลการเรียนรู้ (Office of the Higher Education Commission, 2015) โดยมีมาตรฐานผลการเรียนรู้ ได้แก่ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม (Ethics and morals) 2) ด้านความรู้ (Knowledge) 3. ด้านทักษะทางปัญญา (Cognitive Skills) 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ (Interpersonal Skills and Responsibility) และ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Numerical, Communication and Information Technology Skills)

David C. McClelland) (1973) นักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยฮาวาร์ด เมื่อปี ค.ศ.1960 ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคล (Excellent performer) ในองค์การกับระดับทักษะความรู้ความสามารถ โดยกล่าวว่า การวัด IQ และการทดสอบบุคลิกภาพ ยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือสมรรถนะของบุคคลได้ เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมาได้ และแมคเคิลแลนด์ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของสมรรถนะ มี 5 ส่วน ได้แก่ 1) ความรู้ (Knowledge) 2) ทักษะ (Skill) 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self – Concept) 4) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (Traits) และ 5) แรงจูงใจ / เจตคติ (Motives / Attitude)



Boyatzis (1982) ได้เขียนหนังสือชื่อ The Competent Manager: A Model of Effective Performance และได้นิยามคำว่า Competencies เป็นความสามารถในงานหรือเป็นคุณลักษณะที่อยู่ภายในบุคคลที่นำไปสู่การปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ

Gary Hamel และ C.K. Prahalad (1994) ได้เขียนหนังสือชื่อ Competing for the Future ซึ่งได้นำเสนอแนวคิดที่สำคัญ คือ Core Competencies เป็นความสามารถหลักของธุรกิจ ซึ่งถือว่าในการประกอบธุรกิจนั้นจะต้องมีเนื้อหาสาระหลัก เช่น พื้นฐานความรู้ ทักษะ และความสามารถในการทำงานอะไรได้บ้าง และอยู่ในระดับใด จึงทำงานได้มีประสิทธิภาพสูงสุดตรงตามความต้องการขององค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sirisomboon (2016) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณลักษณะบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของวิทยาลัยเซารัสท์บางกอก ประจำปีการศึกษา 2556 – 2557 (รุ่นที่ 15) โดยสรุปว่าคุณลักษณะที่ต้องการจากบัณฑิตเรียงลำดับจากมากไปน้อย อันดับหนึ่ง ด้านคุณธรรม จริยธรรม อยู่ในระดับมาก อันดับสองด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก อันดับสาม ด้านความรู้อยู่ในระดับมาก อันดับสี่ ด้านคุณลักษณะของบัณฑิตด้านทักษะทางปัญญาอยู่ในระดับมาก อันดับสุดท้าย คุณลักษณะของบัณฑิตด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก

Chewapun (2015) ได้ทำวิจัยเรื่องสมรรถนะของพนักงานบัญชีในโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ตามทัศนะของหัวหน้างานบัญชีเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของหัวหน้างานบัญชีในโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 68 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่าสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีตามที่คาดหวัง ด้านกิจนิสัยที่ดีในการประกอบวิชาชีพ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาอยู่ในระดับดี คือด้านความรู้ทางวิชาการและด้านทักษะในการปฏิบัติงาน สมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีตามที่เป็นจริงทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับดี โดยอันดับแรกคือ สมรรถนะด้านกิจนิสัยที่ดีในการประกอบวิชาชีพ รองลงมาคือสมรรถนะด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และสมรรถนะด้านความรู้ทางวิชาการ ตามลำดับ การเปรียบเทียบสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีตามที่คาดหวังกับสมรรถนะที่เป็นจริงใน 3 ด้าน พบว่าสมรรถนะที่คาดหวังสูงกว่าสมรรถนะที่เป็นจริงอย่างมีนัยสำคัญ

Suksawat (2016) ได้ทำวิจัยเรื่องสมรรถนะของนักบัญชีในความต้องการของผู้ประกอบการในภาคตะวันออก เพื่อศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะของนักบัญชีที่ผู้ประกอบการต้องการในเขตภาคตะวันออก และเป็นวิจัยเชิงสำรวจโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกจำนวน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่านักบัญชีควรมีทักษะด้านค่านิยม จรรยาบรรณและ ทักษะคติทางวิชาชีพ มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ต้องการนักบัญชีที่มีความซื่อสัตย์สุจริตและรักษาความลับ ไม่นำข้อมูลบริษัทไปเปิดเผย อาจเนื่องจากนักบัญชีเป็นผู้รู้ความเคลื่อนไหวทางการเงินของธุรกิจจึงต้องมีความซื่อสัตย์มีจรรยาบรรณต่อวิชาชีพของ ตนเองโดยไม่เปิดเผยข้อมูลทางการเงิน



ขององค์กรต่อคู่แข่งหรือบุคคลอื่นที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องรองลงมาเป็นทักษะทางด้านวิชาชีพ ทักษะด้าน ความรู้ และ ประสบการณ์และการพัฒนา ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีวิทยาแบบ การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Methodology) ซึ่งเป็นวิธีวิทยารูปแบบหนึ่งของกระบวนทัศน์ ทางเลือก (Alternative Paradigm) โดยมีจุดยืนทางปรัชญาที่มีลักษณะตามแนวคิดหลัง ปฏิฐานนิยม (Post positivist) (Vanitbuncha, 2015) เพื่อค้นหาการให้ความหมายและศึกษากระบวนการของสมรรถนะที่จำเป็นต่อ การประกอบวิชาชีพของบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร

2. ขอบเขตการวิจัย

2.1 เป็นการศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชา การเงินและการธนาคาร เพื่ออธิบายแนวคิดทฤษฎีฐานรากจากข้อมูลใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) สมรรถนะที่ จำเป็นในด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) สมรรถนะที่จำเป็นในด้านความรู้ 3) สมรรถนะที่จำเป็นในด้านทักษะทาง ปัญญา 4) สมรรถนะที่จำเป็นในด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ และ 5) สมรรถนะที่ จำเป็นในด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎี ของการพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการ ธนาคาร ตามแนวทางวิธีดำเนินการวิจัยของ ชาร์มาซ Charmaz (2006) โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูล ควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูล 2) สร้างมโนทัศน์จากข้อมูลด้วยการกำหนดรหัสหลายแบบ (Coding) 3) ใช้การ เปรียบเทียบจำแนกประเภทและหาความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ 4) รวบรวมความคิดทุกอย่างที่เกิดจากการ กำหนดรหัสและการเปรียบเทียบ 5) ตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของทฤษฎีที่สร้างขึ้นด้วยข้อมูลที่ รวบรวมมาใหม่ และ 6) สร้างกรอบแนวคิดทฤษฎีและบูรณาการเข้ากับข้อมูลจริงเพื่อนำเสนอผลการวิจัย (Positta, 2013)

2.2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เดือนเมษายน- มิถุนายน พ.ศ. 2560

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เพื่อศึกษาการให้ความหมายและ กระบวนการของสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการ ธนาคาร ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ ผู้ให้ ข้อมูลหลักต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคารเข้าทำงาน โดยได้เก็บข้อมูลจำนวน 15 คนจาก 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่ม ผู้ประกอบการ 2) กลุ่มผู้บริหารในสถานประกอบการ และ 3) กลุ่มศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้ว

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือสำคัญในการวิจัย ได้แก่ ตัวผู้วิจัยที่ต้องมีความไวต่อทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



เกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตและเตรียมแนวคำถามการวิจัยที่สร้างจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีโดยใช้คำถามปลายเปิด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ โทรศัพท์สมาร์โฟนยี่ห้อซัมซุงรุ่น S7 สมุดจดบันทึกและปากกา

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured) และใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) พร้อมการจดบันทึก (Field-Note) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับอนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลหลักให้บันทึกเสียงการสนทนา และให้ความสำคัญทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาตลอดการสัมภาษณ์ซึ่งจำเป็นต่อการสร้างแนวคิดและทฤษฎี

6. จริยธรรมในการวิจัย การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรับบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคารเข้าทำงาน โดยผู้วิจัยได้แจ้งผู้ให้ข้อมูลหลักทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล และดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยบรรยากาศการสัมภาษณ์แบบผ่อนคลาย เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถให้ข้อมูลได้อย่างอิสระ อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้อาจส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยจึงไม่เปิดเผยชื่อและชื่อสกุลของผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยยึดมั่นในหลักจริยธรรมการวิจัยและรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นสำคัญ

7. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อตรวจสอบและยืนยันว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลายวิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการจดบันทึก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบยืนยันกัน

8. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยถอดการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์จากโทรศัพท์สมาร์โฟนยี่ห้อ ซัมซุงรุ่น S7 ให้ออกมาในรูปของข้อความแบบคำต่อคำ (Verbatim) 2) รวบรวมข้อมูลควบคู่กับการวิเคราะห์ข้อมูล 3) ใช้เทคนิคการกำหนดรหัสหลายแบบ (Open Coding) เพื่อจำแนกข้อมูล 4) เชื่อมโยงข้อมูลตามความสัมพันธ์ของรหัสเพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (Axial Coding) 5) ปรับปรุงและตรวจสอบความถูกต้องของสมมติฐานชั่วคราวพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลจนสมมติฐานชั่วคราวนั้นถึงจุดอิ่มตัว (Theoretical Saturation) และ 6) นำเสนอข้อสรุปเชิงทฤษฎี

ผลการวิจัย

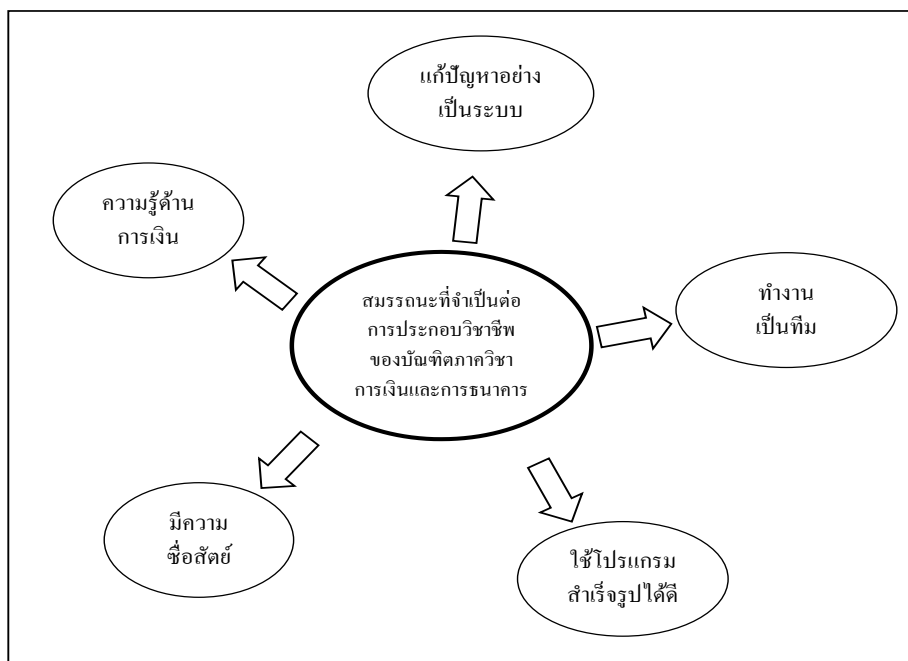
ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการให้บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร มีสมรรถนะที่จำเป็น ดังนี้ 1) ด้านความรู้ของบัณฑิต ให้มีความรู้ด้านการเงิน มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความรู้ด้านสินเชื่อ ความรู้เรื่องการเงินและการลงทุน ตามลำดับ 2) ด้านทักษะทางปัญญา ให้มีทักษะในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ รองลงมาได้แก่ ทักษะในการคิดอย่างเป็นระบบ ตามลำดับ 3) ด้านทักษะทางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ให้มีการทำงานเป็นทีม รองลงมา ได้แก่ มีความรับผิดชอบในการทำงาน 4) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลขการสื่อสารและการใช้



เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ดี รองลงมา ได้แก่ มีทักษะการสื่อสาร มีทักษะความคิดเชิงตัวเลข ตามลำดับ และ 5) ด้านคุณธรรม/จริยธรรม มีความซื่อสัตย์ รองลงมา ได้แก่ มีความรับผิดชอบด้านเวลา การแต่งกายที่เหมาะสม และมีจรรยาบรรณวิชาชีพ ตามลำดับ

สรุปเชิงทฤษฎี

สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร ได้แก่ ความรู้ด้านการเงิน มีทักษะในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีการทำงานเป็นทีม มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ดี และมีความซื่อสัตย์ สรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ
ภาควิชาการเงินและการธนาคาร

อภิปรายผล

ข้อสรุปทฤษฎีด้วยการสร้างกรอบแนวคิดทฤษฎีและบูรณาการเข้ากับข้อมูลจริงเพื่อนำเสนอดังภาพที่ 1 พบว่า สมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพของบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ ภาควิชาการเงินและการธนาคาร ได้แก่ 1) ความรู้ด้านการเงิน 2) มีทักษะในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ 3) มีการทำงานเป็นทีม 4) มีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ดี และ 5) มีความซื่อสัตย์ สอดคล้องกับ Jamieson (1987) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Threshold competencies) หมายถึง ความรู้ หรือ ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นของบุคคลที่ต้องมีเพื่อให้สามารถที่จะทำงานที่สูงกว่า หรือ ซับซ้อนกว่าได้ เช่น สมรรถนะในการพูด การเขียน และสมรรถนะที่ทำให้เกิดความแตกต่าง (Differentiating competencies) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานที่ดีกว่าหรือสูงกว่า

มาตรฐาน สูงกว่าคนทั่วไปจึงทำให้เกิดผลสำเร็จที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ Jitnard Suksawat (2016) ที่ได้กล่าวไว้ว่านักการเงินการธนาคารที่ดีควรมีทักษะในด้านค่านิยม จรรยาบรรณและทัศนคติทางวิชาชีพ

ข้อจำกัดงานวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่ควรจะมีมากกว่า 3 กลุ่ม เพื่อให้เกิดการยืนยันข้อมูลว่ามีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับลักษณะการเก็บข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก ควรสัมภาษณ์ในสภาพแวดล้อมที่ไม่มีเสียงดังรบกวนเนื่องจากเวลาถอดเทปจะได้ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับเสียงดังแทรกซ้อน และความไม่ชัดเจนของเสียงที่บันทึก และข้อเสนอแนะอีกประการหนึ่งก็คือ ควรนำกรอบแนวคิดและสมมุติฐานที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ไปพิสูจน์หรือยืนยันความถูกต้องซึ่งอาจจะทำวิจัยในเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณก็ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวางแผนเพื่อการพัฒนาสมรรถนะให้กับบัณฑิต โดยหาร่วมกันในสาขา กำหนดเป้าหมาย และวางกลยุทธ์ให้บรรลุเป้าหมายเพิ่มเติม
2. ควรวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการและกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาสมรรถนะของบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง
3. การเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาสมรรถนะบัณฑิตเพื่อเตรียมตัวเข้าตลาดแรงงาน โดยให้คำแนะนำการเรียนรู้ การปรับตัว การฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการทางการเงินและเตรียมการในเรื่องทักษะความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน และปรับปรุงหลักสูตรการบรรยายวิชาการเรียนการสอน อยู่เสมอให้สอดคล้องกับความต้องการของสภาพสังคมในยุคดิจิทัล ให้มีความรู้ด้านธุรกิจสมัยใหม่ มีทักษะด้านภาษาที่หลากหลายและการสร้างนวัตกรรมใหม่

เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2552). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคการแข่งขัน*. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2560, จ ๑ ก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1302&read=true&count=true
- Boyatzis, R.E. (1982). *The Competent Manager: A model of Effective Performance*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Chewapun, T. (2015). Performance of accounting staff in industrial factories in Nonthaburi. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 10(2), 101-152.
- Gary, H. & C.K. Prahalad. (1989). Collaborate with Your Competitors and Win. *Harvard Business Review*, 67(1), 133-139.





- Jamieson, L. M. (1987). Competency-based approaches to sport management. *Journal of Sport Management*, 1(1), 48-56.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28(1), 1-14.
- Office of the Higher Education Commission. (2015). *Standard framework for higher education Accessible*. Retrieved September 2, 2017, from <http://www.mua.go.th/users/tqf-hed/news/news6.php>
- Park T-Y, Cho S-H. and Seo J.H. (2006). A Compulsive Buying Case: A Qualitative Analysis By the Grounded Theory Method. *Springer Science Business Media*, 28, 239-249.
- Positta, C. (2013). *Science and art of qualitative research*. Amarin Printing & Publishing: Bangkok.
- Sirisomboon, P. (2016). Qualifications of graduates under the framework of the National Higher Education Certificate of the College of Southeast Bangkok. Retrieved on July 14, 2017. From http://www.southeast.ac.th/SBC_Journal/Jornal_main/11.pdf
- Strauss, A. L. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. New York: Cambridge University Press.
- Strauss, A., and Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park: SAGE.
- Suksawat, J. (2016). *The performance of accountants in the needs of entrepreneurs in the east* (Master Thesis). Srinakarinwirot University.
- Vanitbuncha, K. (2015). *Structure Equation Model by AMOS. (1st Ed.)*. Bangkok: Chulalongkorn Printing.



พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม
กรณีศึกษา : คอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน
Behavior of Purchasing Condominium
in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension

สุธิดา ศรประเสริฐ

Sutida Sornprasert

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

Master of Business Administration, Siam University

Email: Sutida3012@gmail.com

Received: March 16, 2020

Revised: April 23, 2020

Accepted: May 17, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป และได้เข้าเยี่ยมชมโครงการของคอนโดที่อยู่ในบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้ 40,001-60,000 บาท มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ส่วนใหญ่มีครอบครัวเป็นเจ้าของประเภทที่อยู่อาศัยเป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ มีลักษณะการเดินทางไปทำงานคือ BTS/MRT มีที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน และมีที่ทำงานในสถานที่ที่อยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

ส่วนใหญ่มิงบประมาณจะซื้อคอนโดมิเนียมประมาณ 1,500,001-3,000,000 บาท ในอนาคตส่วนใหญ่ไม่มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน และไม่มีการแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้อคอนโดมิเนียมในบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือต้องการปล่อยให้เช่า

ปัจจัยจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ด้านเหตุผล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ปัจจัยจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ด้านอารมณ์ โดยต้องการความภาคภูมิใจและความมั่นคงในชีวิต เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด



ดังนั้นผู้ประกอบการจึง ควรมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเป้าหมายเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และมีการสร้างความเชื่อมั่น และมีการกระตุ้นการซื้อของกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลือกซื้อ, คอนโดมิเนียม

Abstract

The research aims. To study the Behavior of Purchasing Condominium in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension the last 25 years and has visited the project of Condominium in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension. The questionnaire was used to collect data. From a sample of 400 people, the statistical methods used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation. The statistics used to test the relationships using of Pearson correlation. The results showed that Most are women between 35-44 years of undergraduate education. Private business / entrepreneurial income 40001-60000 baht, married/ living together and number of family 3-4 members. Most are family owned Type of housing commercial buildings. The trip to the BTS / MRT shelter and working in a place is near Saphan Taksin BTS line extension.

Most have the budget to buy a condominium about 1,500,001-3,000,000 Baht likely to decide to buy a Condominium in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension found that most do not buy it and Most definitely not recommended The purpose of the purchase was to let the rent.

Motivation factors of Purchasing Condominium in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension of the reason for the high level overview. To save the cost of travel is the most important factor. Motivating factors of Purchasing Condominium in the Area of Bangkok Transit System-Taksin Extension by emotional needs pride and prosperity in life. The most important factor.

So entrepreneurs There should be a set of marketing strategies such as advertising and public relations properly. The goal was to provide consumers with accurate information awareness. And build confidence. And to encourage the purchase of more goals.

Keywords: Behavior of Purchasing, Condominium.



บทนำ

ปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่ค่อนข้างเร่งรีบ ทำให้พฤติกรรมคนไทยมีแนวโน้มที่จะนิยมในการเลือกอยู่อาศัยในสถานที่ที่สะดวกสบายในการเดินทางมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้รับผลในการเติบโตจากแนวโน้มดังกล่าว อย่างไรก็ตามภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในช่วงปี 2551 ทำให้คนไทยเพิ่มความรู้สึกไม่มั่นคงในการใช้จ่ายใช้สอย แต่ขณะเดียวกันผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยก็มีความต้องการความคุ้มค่าจากสถานที่เลือกอยู่อาศัยด้วยเช่นกัน การจัดวางหรือขนาดของห้องพัก รวมไปถึงการตกแต่งที่คุ้มค่ากับราคาของที่อยู่อาศัยความสะดวกสบายด้านการคมนาคม การติดต่อสื่อสารทางสังคม ดังนั้นทำเลที่ตั้งจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดมิเนียม

คอนโดมิเนียมเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางในปัจจุบัน จึงทำให้โครงการต่างๆ นิยมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ตามแนวระบบขนส่งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน เนื่องจากเป็นทำเลที่ได้รับความนิยมสำหรับผู้บริโภคสำหรับผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้ราคาที่ดินบริเวณใกล้แนวรถไฟฟ้าปรับเปลี่ยนขึ้นเป็นเท่าตัว ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 – 2552

โครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ระยะทาง 7.7 กิโลเมตร ซึ่งได้เปิดให้บริการถึงสถานีบางหว้า ในปี 2556 จากการศึกษาของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ได้ดำเนินการสำรวจตลาดคอนโดมิเนียมแนวรถไฟฟ้า สถานีกรุงธนบุรี-สถานีบางหว้า ในรัศมีประมาณ 500 เมตร จากแนวรถไฟฟ้า พบว่า มีโครงการคอนโดมิเนียมที่เปิดขายตั้งแต่ปี 2552 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ทั้งสิ้นประมาณ 31 โครงการ รวมประมาณ 14,900 หน่วย จากโครงการ และหน่วยทั้งหมดนี้ แบ่งเป็นที่ก่อสร้างแล้วเสร็จ 14 โครงการ รวมประมาณ 5,300 หน่วย อยู่ระหว่างการก่อสร้าง 11 โครงการ ประมาณ 6,500 หน่วย และยังไม่ก่อสร้างอีก 6 โครงการ ประมาณ 3,100 หน่วย โดยคาดว่าจะก่อสร้างแล้วเสร็จทุกโครงการภายในปี 2561 ทั้งนี้ จากโครงการที่ก่อสร้างแล้วเสร็จ 14 โครงการนั้น เป็นโครงการที่ขายหมดแล้ว 12 โครงการ ส่วนโครงการที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง 11 โครงการนั้น เป็นโครงการที่ขายหมดแล้ว 4 โครงการ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออสังหาริมทรัพย์บริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์บริเวณพื้นที่ดังกล่าว และสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ นายหน้าหรือนักลงทุนรายย่อยทั่วไป เพื่อสามารถตัดสินใจเลือกลงทุนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงภาครัฐในการใช้เป็นข้อมูลเพื่อหาแนวทางป้องกันการปั่นราคาที่ดินจากนโยบายการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน





2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย ลักษณะการเดินทางไปทำงาน ที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า และที่ทำงานอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียม กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

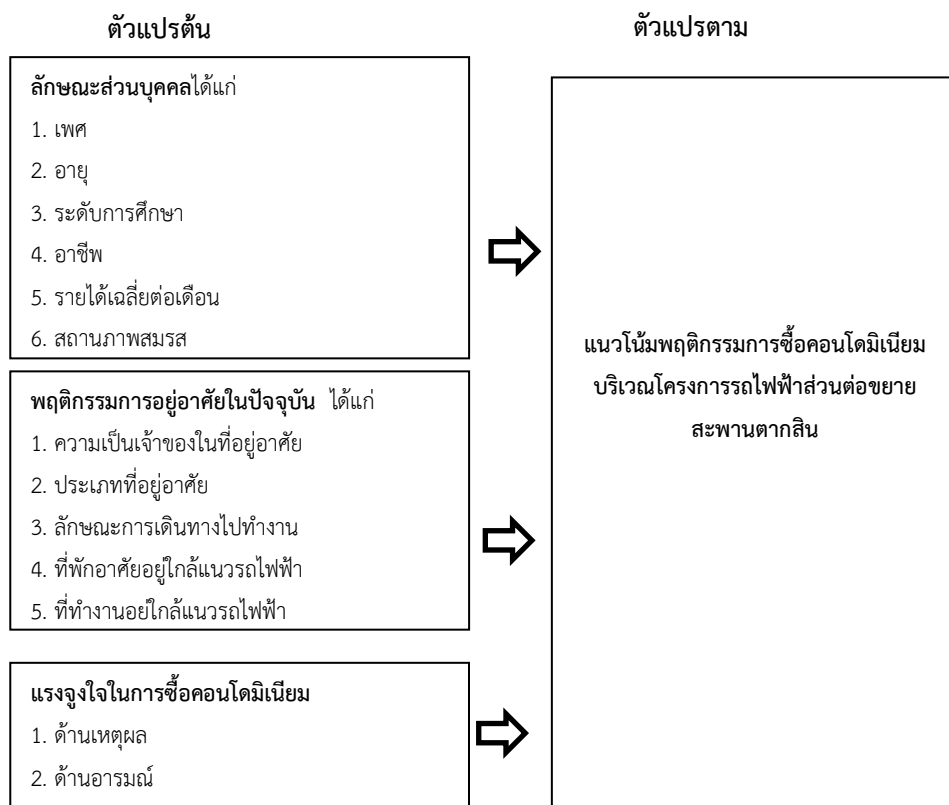
สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย ที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า และที่ทำงานอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน

3. แรงจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียม ด้านเหตุผลและอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

กรอบแนวความคิด (Conceptual Framework)



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546, หน้า 194) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อ พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนคือ การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) การค้นหาข้อมูล (Search for Information) การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และการประเมินภายหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation)

แนวคิดลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

มาสโลว์ได้นำเสนอหลักการที่สำคัญสองประการที่อธิบายเหตุผลที่ความต้องการดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ หลักการแรกคือ **หลักแห่งความพร่อง** (Deficit Principle) ที่กล่าวว่าความต้องการที่ได้รับ การตอบสนองหรือเติมเต็มแล้ว (Satisfied Needs) จะไม่สามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรมได้ พฤติกรรมใดๆ ที่เกิดขึ้นจึงเป็นพฤติกรรมที่ต้องการจะตอบสนองความต้องการที่ยังพร่องหรือยังไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้น หลักการที่สองคือ **หลักแห่งความก้าวหน้า** (Progression Principle) ที่กล่าวว่า ความต้องการในลำดับใดลำดับหนึ่ง จะไม่สามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรมได้จนกว่าความต้องการในลำดับล่างที่ต่ำลงไปขั้นหนึ่งจะได้รับการตอบสนองหรือเติมเต็มแล้วเท่านั้น ซึ่งเท่ากับว่าความต้องการของมนุษย์มีลักษณะก้าวหน้าจากขั้นหนึ่งไปสู่อีกขั้นหนึ่งอย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับขั้นความต้องการมนุษย์จะต้องตอบสนองความต้องการในระดับล่างของตนเสียก่อน จึงจะก้าวไปสู่การตอบสนอง ความต้องการระดับที่สูงขึ้น ความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จ ความต้องการการยกย่องเชิดชู ความต้องการทางสังคม ความต้องการความมั่นคง ความต้องการทางร่างกาย

ทฤษฎีของมาสโลว์เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในบรรดาผู้บริหารในช่วงทศวรรษที่ 1960-1970 เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่มีเหตุผลและง่ายต่อความเข้าใจ แม้ว่าจะไม่มีการวิจัยใด ๆ สนับสนุนหลักแห่งความพร่อง และหลักแห่งความก้าวหน้าว่าเป็นจริงขนาดไหนก็ตาม ตัวมาสโลว์ เองก็ไม่ได้ทำการทดลองเพื่อจะสนับสนุนทฤษฎีของตนเองแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม ประโยชน์ที่ได้รับจากทฤษฎีของมาสโลว์คือ ข้อสรุปที่ว่าพนักงานในองค์กรมีความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้บริหารจะต้องเข้าใจความต้องการของพนักงานและตอบสนองความต้องการเหล่านั้น เมื่อพนักงานสามารถทำงานได้ประสบความสำเร็จ ด้วยการทำเช่นนี้ผู้บริหารจะสามารถเชื่อมโยงความต้องการของพนักงานเข้ากับความต้องการขององค์กร และทำให้พนักงานแน่ใจว่าเมื่อทำผลงานที่ดีให้กับองค์กรย่อมจะได้รับในสิ่งดีที่เป็นที่ต้องการเสมอ

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two-Factor Theory) เฟรดเดอริก เฮอส์เบิร์ก (Frederick Herzberg) (วิทยา ดำรงกุล, 2546: 274-276) พัฒนาทฤษฎีสองปัจจัยซึ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการกับพฤติกรรมขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1950 ถึงต้นทศวรรษ 1960 หรือหลังจากมาสโลว์ไม่ถึง 10 ปี เฮอส์เบิร์กเก็บข้อมูล จากกลุ่มพนักงานบัญชีและวิศวกรในเมืองพิทส์เบิร์ก สหรัฐอเมริกาจำนวนเกือบ 4,000 คน ด้วยการให้ตอบคำถามว่าอะไรทำให้พวกเขาพอใจกับงานที่ทำและมีแรงจูงใจที่จะทำงาน หลังจากนั้นจึงถามว่าอะไรทำให้พวกเขาไม่พอใจกับงานที่ทำและรู้สึกขาดแรงจูงใจที่จะทำงาน ผลที่พบคือพนักงานเหล่านั้นระบุปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพอใจแตกต่างไปจากปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ เฮอส์เบิร์กจึงสรุปว่าพนักงานเหล่านี้ไม่ได้คิดว่า “ความพอใจ”



(Satisfaction) เป็นสิ่งที่อยู่ตรงกันข้ามกับ “ความไม่พอใจ” (Dissatisfaction) แต่ “ความไร้ซึ่งความพอใจ” (No Satisfaction) ต่างหากที่อยู่ตรงข้ามกับความพอใจและ “ความไร้ซึ่งความไม่พอใจ” (No Dissatisfaction) คือสิ่งที่อยู่ตรงข้ามกับความไม่พอใจ หรือพูดง่าย ๆ ก็คือแม้จะทำให้คนไร้ซึ่งความไม่พอใจได้ก็ไม่ได้หมายความว่าคนจะบังเกิดความพอใจ และในทำนองกลับกันการทำให้คนไร้ซึ่งความพอใจก็ไม่ได้หมายความว่าคนๆ นั้นจะบังเกิดความไม่พอใจ ข้อสรุปนี้นำเซอร์สเบิร์กไปสู่การพัฒนาทฤษฎีสองปัจจัยที่ระบุว่า “ปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พอใจและการขาดแรงจูงใจของคนแตกต่างกันสิ้นเชิงจากปัจจัย ที่มีผลต่อความพอใจและแรงจูงใจ”

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือผู้บริโภครที่มีความสนใจซื้ออาหารหมักหมมประเภทคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานและมีความสามารถในการซื้ออาหารหมักหมม มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ผ่านการทบทวนวรรณกรรมแล้ว แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน มี จำนวน 5 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ลักษณะการเดินทางไปทำงาน ที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า ที่ทำงานอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจ ที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้ออาหารหมักหมมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ได้แก่ ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านแนวโน้มในการซื้ออาหารหมักหมมประเภทคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน โดยนำข้อมูลมาคำนวณและวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และใช้ค่ามัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

Deviation) และค่าพิสัย (Rang) อธิบายตัวแปรด้านปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มในการซื้อสังหาริมทรัพย์ประเภท คอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 เป็นทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การสุตรการวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One-way analysis of variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน และพฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:236)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียม ด้านเหตุผลและอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hartung. 2001: 300)

ผลการวิจัย

งานวิจัย พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา : คอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ได้ผลการวิจัยเป็นดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เป็นเจ้าของกิจการ มีรายได้ 40,001-60,000 บาท มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน

2. ข้อมูลพฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่มีครอบครัวเป็นเจ้าของ ประเภทที่อยู่อาศัยเป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ มีลักษณะการเดินทางไปทำงานคือ BTS/MRT มีที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน และมีที่ทำงานในสถานที่ที่อยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน

3. ระดับแรงจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน พบว่า ปัจจัยจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ด้านเหตุผล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือต้องการซื้อเพื่อให้เช่าต่อ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.24 และต้องการลงทุนเพื่อเก็งกำไร ด้วยค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ปัจจัยจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ด้านอารมณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ต้องการความภาคภูมิใจและความมั่นคงในชีวิต เป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือต้องการความปลอดภัยในการอยู่อาศัย ด้วยค่าเฉลี่ย 4.02 และต้องการความสะดวกสบายในการอยู่อาศัย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

4. ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ส่วนใหญ่มีงบประมาณจะซื้อคอนโดมิเนียมประมาณ 1,500,001-3,000,000 บาท ในอนาคตส่วนใหญ่ไม่มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน และไม่มีการแนะนำบุคคลอื่นให้





ซื้อคอนโดมิเนียมในบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือต้องการปล่อยเช่า

ตาราง 1.1 สรุปสมมติฐาน

สมมติฐาน	ปฏิเสธ สมมติฐาน	ยอมรับ สมมติฐาน
สมมติฐานข้อ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน		
สมมติฐาน 1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแนวโน้มการแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน		✓
สมมติฐาน 1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน		✓
สมมติฐาน 2 พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นเจ้าของในที่อยู่อาศัย ประเภทที่อยู่อาศัย ที่พักอาศัยอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้า และที่ทำงานอยู่ใกล้แนวรถไฟฟ้าที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน		
สมมติฐาน 2.1 พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน		✓
สมมติฐาน 2.2 พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสินแตกต่างกัน		✓
สมมติฐาน 3 แรงจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียม ด้านเหตุผลและอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณโครงการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน		✓

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา : คอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนในระดับปานกลาง และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จะเห็นได้ว่าจากผลการศึกษา ผู้ที่สนใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยทำงาน และมีรายได้ต่อเดือนปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริศักดิ์ ฉันทชัยวัฒน์ (2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย



ของประชาชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ประจำ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะในปัจจุบันมีการเพิ่มจำนวนของเพศหญิง ซึ่งในปัจจุบันประชาชนมีระดับวุฒิการศึกษาที่สูงขึ้น ส่งผลให้มีความคิดและความสามารถตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ได้สะดวกขึ้น รวมถึงการหารายได้และการเลี้ยงตัวเอง

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีครอบครัวเป็นเจ้าของ ประเภทที่อยู่อาศัยเป็นตึกแถว/อาคารพาณิชย์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสังคมไทยนั้น มีวัฒนธรรมการอยู่อาศัยเป็นแบบครอบครัว มีลักษณะการพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพวรรณ วิละรัตน์ (2549) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัย ด้านประเภทที่อยู่อาศัยและขนาดของที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน มีส่วนในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย เนื่องจากกลุ่ม ตัวอย่างอาจใช้ประสบการณ์จากพฤติกรรมการอยู่อาศัยในปัจจุบัน มาเป็นตัวช่วยวัดการตัดสินใจ

ปัจจัยจูงใจในการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ด้านเหตุผล อยู่ใน ระดับมาก โดยต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดและ ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ที่กล่าวว่า แรงจูงใจ หรือสิ่งจูงใจ หมายถึงพลังกระตุ้น ภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ ซึ่งแรงจูงใจประกอบด้วย ด้านอารมณ์ และด้านเหตุผล เมื่อถูกแรงกระตุ้นก็อาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมบริเวณแนวรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสะพานตากสิน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือต้องการปล่อยให้เช่า เนื่องจากที่อยู่อาศัยเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่า และไม่สามารถหาซื้อได้บ่อยครั้ง ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องมีกระบวนการในการตัดสินใจที่ละเอียดถี่ถ้วน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ อาทิตยา อัยยะวรากล (2551) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาด ค่านิยม แรงจูงใจและแนวโน้มการ ตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมของผู้บริโภค โดยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อบ้านมากกว่า 6 เดือน แสดงว่าในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้งต้องเป็นไปอย่างรอบคอบ และมีความคุ้มค่ามากที่สุด

สรุปผล

จากผลการวิจัย พฤติกรรมในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียม กรณีศึกษา : คอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าส่วน ต่อขยายสะพานตากสิน ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจคอนโดมิเนียมควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่มีอายุ 35 ปี ขึ้นไปมีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาท มีอาชีพส่วนตัว ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มคนเหล่านี้มีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อคอนโดมิเนียมมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มนี้มีอาชีพ และฐานะทางการเงินที่มั่นคง ดังนั้นผู้ประกอบการควรมี การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม เพื่อให้ผู้บริโภคเป้าหมายเกิด การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

2. จากปัจจัยจูงใจด้านเหตุผล พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากสภาพการจราจรในปัจจุบัน ส่งผลให้การดำเนินชีวิตมีการรีบเร่ง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ ความสำคัญกับทำเลที่ตั้ง และการตั้งราคาที่เหมาะสม





3. แนวโน้มพฤติกรรมการณ์การตัดสินใจซื้อต่อ หรือแนวโน้มในการแนะนำบุคคลอื่นนั้นอยู่ในระดับไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการสร้างเชื่อมั่น และมีการกระตุ้นการซื้อของกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น

4. จากผลการศึกษา พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มตัวอย่างคือ ต้องการปล่อยเช่า หรือเพื่อการเก็งกำไร ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การเพิ่มขึ้นของราคาที่ดินเป็นผลมาจากการเก็งกำไรที่ดิน และอสังหาริมทรัพย์บริเวณดังกล่าว รวมทั้งมีระบบมวลชนที่อำนวยความสะดวก ดังนั้นทางภาครัฐควรมีการให้ความสำคัญกับการเพิ่มขึ้นของราคาที่ดินในบริเวณที่ได้รับการพัฒนา เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาในระบบเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

กรมธนารักษ์ปรับราคาประเมินที่ดินตามแนวรถไฟฟ้า. (2557. มิถุนายน). สืบค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2557, จาก www.treasury.go.th

กรมสรรพากร. ความหมายของอสังหาริมทรัพย์. สืบค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2557, จาก www.rd.go.th.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. นนทบุรี: ไทเนรมิตกิจ อินเทอร์เน็ตโปรดักส์.

ทิพวรรณ วิลรัตน์. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบ้านมือสองของผู้บริโภค (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการตลาด). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.

อาทิตยา อัยยะวารกุล. (2551). ปัจจัยทางการตลาด ค่านิยม แรงจูงใจ และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมเซ็นทริก ซีน ของ บมจ. เอสซี แอสเสท ของผู้บริโภค (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.



ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงาน บมจ.วิริยะ
ประกันภัยในยุคไทยแลนด์ 4.0

The Relationship of Knowledge Management to Human Resources Development
of Viriyah Insurance Public Company Limited in Thailand 4.0

สุวัฒน์ สุขสมฤทธิ

Suwat Suksomrit

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันรัชต์ภาคย์

Student Master of Arts Program, Rajapark Institute

Email: suwats@viriyah.co.th

Received: April 22, 2020

Revised: May 15, 2020

Accepted: May 29, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ในปัจจุบัน และความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงาน บมจ.วิริยะประกันภัยในยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสอบถามแบบที่มีโครงสร้างเป็นเครื่องมือมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 3 ท่านพบว่ามีความสอดคล้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องของบริษัทดังกล่าว จำนวน 25 คน ใช้การสรุปวิเคราะห์และอธิบายผลเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่าการจัดการความรู้ในปัจจุบันพนักงานส่วนใหญ่มีความตื่นตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ แต่มีข้อจำกัดในด้านเหตุผลปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน และความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงานของบริษัทดังกล่าวนี้ มีความจำเป็นต้องพัฒนาบริษัทอยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการยืนหยัดในธุรกิจประกันภัยจำเป็นต้องมีการปรับตัวในด้านความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้กับเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์, การจัดการความรู้, พัฒนาบุคลากร, บริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด (มหาชน), ไทยแลนด์ 4.0





Abstract

This research aims to study the current knowledge management and the relationship between knowledge management and information technology for staff competency. Viriyah Insurance PLC., in the age of Thailand 4.0. This is a qualitative research using structured questionnaires that were proved by three experts and found to be consistent with the objectives. The key informants were 25 employees from the company. The data was analyzed and described descriptively. The study found that knowledge management in the present time, most employees are always alert and self-motivated, but there are limitations on the rational factor. The differences and the relationship between knowledge management and information technology for employee performance of this company are necessary in order to keep up with changes. Also to be in the insurance industry, it's important to adapt to the relationship of knowledge management with information technology.

Keywords: Relationship, Knowledge Management, Human Resources Development, Viriyah Insurance Public Company Limited.

บทนำ

กระแสความเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งวิทยาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว สำหรับประเทศไทย ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้นก็คือนโยบายของภาค โดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อก้าวไปสู่ “ไทยแลนด์ 4.0” ด้วยการมุ่งมั่นที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” จึงถือเป็นการปฏิรูปประเทศไทยไปสู่ ความมั่งคั่งอย่างมั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และก้าวทันต่อการ เปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 โดยกลไกการขับเคลื่อนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยเฉพาะ กลุ่มธุรกิจในการการเงินการประกันภัย ซึ่งอยู่ใน 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม ที่รัฐบาลได้วางเป้าหมาย เอาไว้ ทั้งนี้จะเป็นแพลตฟอร์มในการสร้าง “New Startups” ต่าง ๆ มากมายเช่นเทคโนโลยีด้านการเงิน (Fin tech) อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน (IoT หรือ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง) เทคโนโลยีการศึกษา (Ed tech) อี-มาร์เก็ตเพลส (E-Marketplace) อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce)



อย่างไรก็ดีก่อนที่ประเทศไทยจะมียุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ออกมาชัดเจน ดูเหมือนว่ากลุ่มธุรกิจในการการเงินและประกันภัยได้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปก่อนหน้านี้แล้ว ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของการเงินโลก ที่เริ่มเรียกขานกันว่ายุค Fin Tech โดยเฉพาะระบบการชำระเงินของโลกที่ทุกวันนี้มุ่งหน้าไปในทิศทางเดียวกันคือ การมุ่งไปใช้ e-Payment หรือบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสดกันมากขึ้น นั้นหมายถึงประเทศไทยกำลังก้าวเข้าไปสู่สังคมไร้เงินสด(Cashless Society) นั่นเอง

วิสุทธิ ศรีสุพรรณ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการคลัง เป็นประธานในพิธีและได้แสดงปาฐกถาพิเศษเรื่อง "บริบทใหม่กับการขับเคลื่อนธุรกิจประกันภัยในเศรษฐกิจยุคดิจิทัล" ในเวทีการประชุมผู้บริหารระดับสูงด้านการประกันภัยประจำปี 2560 (อ้างอิงในเอกสารข่าว สำนักงานคปภ. (2560)ผลการประชุม CEO Insurance Forum 2017)ว่า บริบทของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยได้เปลี่ยนไปจากเดิม ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของคนในสังคม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่เกิดขึ้น ประกอบกับนโยบายของภาครัฐซึ่งช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างโอกาสให้กับธุรกิจประกันภัย อาทิ การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ประกันภัย โดยมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปฏิวัติรูปแบบการทำธุรกิจหรือที่เรียกกันว่า “InsurTech” ทั้งในด้านของผลิตภัณฑ์ประกันภัย การให้บริการ การบริหารจัดการ รวมไปถึงสร้างช่องทางการเข้าถึงผู้เอาประกันภัยได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นความท้าทายที่จะต้องมีการกำกับดูแลระบบประกันภัยให้เป็นไปอย่างรอบคอบ โดยสำนักงาน คปภ. และภาคธุรกิจประกันภัยควรใช้ช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงบริบทของการแข่งขันนี้ ผลักดันให้ธุรกิจประกันภัยมีการขับเคลื่อนได้อย่างยั่งยืน และได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากประชาชน ตลอดจนสามารถเพิ่มบทบาทในระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านระบบประกันภัย

สำหรับ บมจ.วิริยะประกันภัย ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่องค์กรหนึ่งและเป็นผู้นำในภาคธุรกิจประกันวินาศภัย ดังเห็นได้จากมีส่วนแบ่งทางด้านการตลาดสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของประเทศต่อเนื่องเป็นปีที่ 25 ด้วยมูลค่าเบี้ยประกันภัยกว่า 3.3 หมื่นล้านบาท แต่ด้วยการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกิดขึ้นและกำลังจะเกิดขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ทางผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญถึงการการจัดการความรู้เพื่อสมรรถนะของบุคลากร บมจ.วิริยะประกันภัย ซึ่งจำต้องหาคำตอบให้ได้ว่า มาตรฐานสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับพนักงาน ควรประกอบไปด้วยสมรรถนะด้านใดบ้าง ทั้งเป็นสมรรถนะมาตรฐานของพนักงานระดับปฏิบัติการ และสมรรถนะมาตรฐานพนักงานระดับบริหาร และเพื่อให้ทราบต่อไปอีกว่า ในปัจจุบันพนักงาน บมจ.วิริยะประกันภัย มีความชำนาญหรือขาดแคลนสมรรถนะในด้านใดบ้าง และเพื่อเป็นการหาแนวทางในการพัฒนา สมรรถนะให้กับ





พนักงาน บมจ.วิริยะประกันภัยได้อย่างครอบคลุม ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์/พันธกิจ/ยุทธศาสตร์ ของ บมจ.วิริยะประกันภัยที่กำลังขับเคลื่อนองค์กรเข้าสู่ “นวัตกรรมบริการ 4.0” หรือเข้าสู่ยุค Insur Tech จึงเป็นเหตุผลในการทำวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้เพื่อสมรรถนะของพนักงาน บมจ. วิริยะประกันภัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศของบมจ.วิริยะประกันภัย ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงาน บมจ.

วิริยะประกันภัยในยุคลไทยแลนด์ 4.0

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการความรู้

Nonaka & Takeuchi (2000) ได้เสนอกิจกรรมสำคัญ 7 ประการในการดำเนินการจัดการความรู้ในองค์กร ได้แก่ 1. สร้างวิสัยทัศน์เกี่ยวกับความรู้ 2. สร้างทีมจัดการความรู้ 3. สร้างบรรยากาศของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อย่างเข้มข้นในกลุ่มพนักงานระดับล่าง 4. จัดการความรู้ควบคู่ไปกับกิจกรรมพัฒนาสินค้า / วิธีการใหม่ หรือพัฒนา รูปแบบการทำงาน 5. เน้นการจัดการองค์กรแบบ "ใช้พนักงานระดับกลางเป็นพลังขับเคลื่อน" (middle-up-down management) 6. เปลี่ยนองค์กรไปเป็นแบบ "พหุบาท" (hypertext) 7. สร้างเครือข่ายความรู้กับโลกภายนอก กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดพัฒนาการของความรู้ หรือการจัดการความรู้ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร โดยมีองค์ประกอบอยู่ 7 ประการ คือ การค้นหา/บ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) การสร้างและการแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) การจัดการความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) และการเรียนรู้ (Learning) กระบวนการที่กล่าวถึงนี้สามารถปรับเปลี่ยนความรู้ให้อยู่ในรูปแบบของทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคคลและการเผยแพร่ กระจายความรู้อย่างกว้างขวาง จนก่อให้เกิดฐานความรู้ขนาดใหญ่ เป็นแหล่งความรู้ของคนทั้งประเทศได้ ซึ่ง David A. Gavin (1993) กล่าวว่า คือ องค์กรที่มีลักษณะในการสร้าง แสวงหา และถักทอความรู้ และมีการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากความรู้ใหม่และการเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ อย่างถ่องแท้

การพัฒนาบุคลากร

Schuler and Stuart (1986) กล่าวว่าการพัฒนาบุคลากรหมายถึง ความพยายามที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคตของพนักงาน โดยการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในการปฏิบัติงานของบุคลากร นวลละออง อุทามนตรีและรชยา อินทนนท์(2558)กล่าวว่าพัฒนาบุคลากร คือวิธีการหรือกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมหรือเพิ่มพูนให้บุคลากรในองค์กรเกิดความรู้ความสามารถและเกิดทักษะในการทำงานให้งานมีประสิทธิภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานที่ปฏิบัติอยู่บรรลุเป้าหมาย ยงยุทธ เกษสาคร (2551) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ 2 ประการคือ 1) วัตถุประสงค์ขององค์การ(Institutional Objectives) หมายถึงความมุ่งหมายของส่วนรวมในการบริหารจัดการองค์การให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 2) วัตถุประสงค์ส่วนบุคคล(Employee Objective) คือความมุ่งหมาย ส่วนบุคคลในการพัฒนาฝีมือ บุคลิกภาพ ฝึกฝนการตัดสินใจ เรียนรู้งานเพื่อลดความเสี่ยงในการทำงาน ปรับปรุงสภาพการทำงานให้ดีขึ้นและเพื่อความก้าวหน้าในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง

ประเทศไทย 4.0

การขานรับนโยบายประเทศไทย 4.0 คือ การเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง ปัจจุบันการศึกษาอยู่ในยุค 4.0 โดยผู้เรียนสามารถแสวงหาความรู้ด้วยตนเองจากสื่อการสอนทุกรูปแบบ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัล โดยเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะในการสืบค้นและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากข้อมูลในปัจจุบันมีจำนวนมาก ผู้เรียนจึงต้องมีความสามารถในการค้นหาและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ประเทศไทยยุค 4.0 หรือ ไทยแลนด์ 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีการให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีวิจัยในเชิงคุณภาพมาใช้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่จะผู้ให้ข้อมูลไว้จำนวน 15 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่ายหรือรองผู้จัดการฝ่ายหรือผู้ช่วยผู้จัดการจำนวน 5 คน ผู้จัดการแผนกจำนวน 5 คน





และหัวหน้าส่วนงานจำนวน 5 คน ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นที่ยอมรับ ว่าเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจการจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาบุคลากร ของบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัด(มหาชน) เป็นตำแหน่งหลักและมีความสำคัญมากที่สุดของ บริษัทประกันภัย ได้มากจากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมีการศึกษา จากเอกสาร (documentary) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) มีการตรวจสอบเครื่องมือโดย ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured In-Depth-Interview) ข้อมูลที่ได้ ใช้การตรวจสอบข้อมูลของ David Silverman (2000) จัดทำเรื่องที่ศึกษาให้เป็น ระบบ (Systemizing) ข้อมูล (Data) และจัดทำข้อมูลให้เป็นปริมาณ (Quantity) เพื่อการอภิปรายเชิงปริมาณ ประกอบในบางประเด็น ระบุไว้ 3 ด้าน คือ เรื่องเวลา เรื่องสถานที่ และด้านบุคคล เพื่อตรวจสอบดูว่าเวลาวิจัยที่ ต่างกัน สถานที่วิจัยต่างกันและบุคคลที่ให้ข้อมูลต่างกัน

ผลการวิจัย

พบว่า 1.การจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศของ บมจ.วิริยะประกันภัย ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน

การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปและวิเคราะห์ พบว่าการจัดการความรู้ทาง เทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทวิริยะประกันภัยในสภาวะการณ์ปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่ามีข้อมูลสนับสนุนกล่าว ตรงกันในเรื่องของการประยุกต์นำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการกับลูกค้า ตลอดจนการบริหารในทุก ๆ ฝ่ายก็นำ ระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้เช่นกันเพื่อสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและการเข้าถึงการให้บริการลูกค้า สัมพันธ์ เป็นสถานการณ์เดียวกันกับทุกบริษัทที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ อาทิเช่นบทสัมภาษณ์ ดังนี้

ระพีพันธ์ เจริญกิจกำจร ตำแหน่ง พนักงานบริษัท กล่าวว่า “องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของ บมจ.วิริยะประกันภัย ยังไม่ได้ถูกจัดการอย่างเหมาะสม ส่วนมาก องค์ความรู้จะกระจุกตัวอยู่เฉพาะฝ่ายสารสนเทศ เท่านั้น จะมีการถ่ายทอดความรู้เทคโนโลยีเฉพาะกรณีการพัฒนาระบบขึ้นมาใหม่ ให้กับเฉพาะเจ้าหน้าที่ที่ เกี่ยวข้องในการใช้งาน” (บทสัมภาษณ์) และ

สิริภัทร วงศ์วิไล Office worker กล่าวว่า “ในยุคปัจจุบันทางบริษัทได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ในการดูแลลูกค้าแบบ Real Time ผ่านสมาร์ตโฟนเพื่อให้การทำงานทุกขั้นตอนเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว รวดเร็วย่างต่อการเข้าถึงตอบสนองความต้องการได้ทั้งพนักงานตัวแทนและลูกค้ามากที่สุด” (บทสัมภาษณ์) และ

สุทธิรัตน์ สุธรรม ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “การจัดการความรู้ที่เห็นได้ชัดก็คือการเข้าถึงข้อมูลได้ สะดวกรวดเร็วเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน นั้นหมายความว่าเป็นการนำเอาความรู้มาประยุกต์ใช้กับการทำงานจริงๆ ทุกบริษัทก็เป็นอย่างนี้เช่นกัน” และ



เกวลี ยงกุล พนักงานเอกชน กล่าวว่า “มีการพัฒนาขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจากการกระตือรือร้นเรื่องโปรแกรมที่ใช้งานมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่าที่จะเป็นไปได้รวมถึงความรู้ทางเทคโนโลยีที่มีให้ศึกษามากยิ่งขึ้น ” (บทสัมภาษณ์) และ

มนตร พิงฉิม ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “ได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการดูแลลูกค้าสัมพันธ์โดยผ่านทางสมาร์ทโฟนแบบเรียลไทม์ทั้งในส่วนของสำนักงานตัวแทน ศูนย์ซ่อมมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อให้การทำงานทุกขั้นตอนเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วและตอบสนองความต้องการ” และ

สมรรถนะพนักงาน บมจ.ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นั้นเป็นอย่างไร เนื่องจาก บมจ.วิริยะประกันภัย มีความแตกต่างของช่วงอายุของพนักงานในระดับสูงมากทำให้มีช่องว่างของการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับยุคไทยแลนด์ 4.0 พบว่า สมรรถนะที่สำคัญของบริษัทวิริยะประกันภัยจำกัดมหาชน ที่จะป็นผู้นำในอุตสาหกรรมประกันภัยนั้นจะต้องประกอบไปด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในแง่ของการดำเนินงานและการให้บริการลูกค้าต้องเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์และนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องเท่าทันโลก ความเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ ที่มีความจำเป็นที่ต้องมีสมรรถนะทางด้านภาษาในการติดต่อสื่อสารและประสานงาน ดังเช่น

สิริภัทร วงศ์วิไล Office worker กล่าวว่า “ขณะนี้มีการพัฒนาให้เข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยการจัดระบบเสริมสร้างและพัฒนาเพิ่มความก้าวหน้าให้ทั้งบริษัทและการทำงานของบริษัท ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวในโลกของการแข่งขันกลยุทธ์ที่สำคัญในยุคปัจจุบันคือการนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการบริหารและบริการลูกค้าสัมพันธ์” (บทสัมภาษณ์) และ

สุทธิรัตน์ สุธรรม ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “พนักงานเตรียมความพร้อมในการรับมือกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมประกันภัย” (บทสัมภาษณ์) และ

เกวลี ยงกุล พนักงานเอกชน กล่าวว่า “กำลังมีการพัฒนาให้เข้าสู่ยุค 4.0 อย่างเห็นได้ชัดมีความต้องการปรับปรุงหาความรู้และเรียนรู้เพิ่มเพื่อให้ใช้เทคโนโลยีได้อย่างเต็มศักยภาพยิ่งขึ้น” (บทสัมภาษณ์) และ

มนตร พิงฉิม ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “ความคิดริเริ่มตามความสามารถด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่สร้างสรรค์และนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (บทสัมภาษณ์) และ

ชไมพร บุญมาก ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “สมรรถนะของพนักงานบริษัทวิริยะประกันภัยจำกัดมหาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 ต้องประกอบไปด้วย 1) รู้ทันโลกทันเหตุการณ์ 2) ใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่และประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ 3) มีทักษะทางด้านภาษา”

2. ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงาน บมจ.วิริยะประกันภัยในยุคไทยแลนด์ 4.0



ระพีพันธ์ เจริญกิจกำจร พนักงานบริษัท กล่าวว่า “ควรจัดให้มีการทดสอบวัดระดับ เพื่อจัดกลุ่มระดับความรู้และความเข้าใจเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน เพื่อจัดการองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับแต่ละระดับ” (บทสัมภาษณ์) และ

สิริภัทร วงศ์วิไล Office worker กล่าวว่า “ควรมีการจัดอบรมเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานเข้าถึงเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น” (บทสัมภาษณ์) และ

สุทธิรัตน์ สุธรรม ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “ควรให้มีความสอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน” (บทสัมภาษณ์) และ

เกวลี ยงกุล พนักงานเอกชน กล่าวว่า “ไปในทิศทางที่สังเกตได้จากหน้าอินเทอร์เน็ตจะมีความรู้ด้านเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นคือการกระตุ้นความรู้ด้านเทคโนโลยีของพนักงานเป็นอย่างดี”

มนตพร พึ่งนิม ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “ควรมีการส่งเสริมกระตุ้นและสื่อสารการเรียนการสอนเพื่อให้พนักงานเข้าถึง”

ชไมพร บุญมาก ตำแหน่งพนักงานบริษัท กล่าวว่า “เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการทำงานของพนักงานมากขึ้น”

สรุปความสัมพันธ์ทางการจัดการลูกค้าเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงานบริษัทวิริยะประกันภัยจำกัดมหาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 พบการปรับตัวจะต้องมีความสอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจในลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจุบันมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้มากมายโดยเฉพาะความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในหน้าเว็บไซต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในส่วนของพนักงานจะต้องมีการสื่อสารหรือกระตุ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และควรมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในการเข้าถึงเทคโนโลยีและการใช้ ที่ปัจจุบันมีการปรับตัวตลอดเวลา

อภิปรายผล

1.การจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศของบมจ.วิริยะประกันภัย ในสภาพการณ์ปัจจุบัน

การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปและวิเคราะห์ พบว่าการจัดการความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศของบริษัทวิริยะประกันภัยในสภาพการณ์ปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่ามีข้อมูลสนับสนุนกล่าวตรงกันในเรื่องของการประยุกต์นำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการกับลูกค้า ตลอดจนการบริหารในทุก ๆ ฝ่ายก็นำระบบสารสนเทศมาประยุกต์ใช้เช่นกันเพื่อสนองตอบต่อความเปลี่ยนแปลงและการเข้าถึงการให้บริการลูกค้าสัมพันธ์ เป็นสถานการณ์เดียวกันกับทุกบริษัทที่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ สอดคล้องกับสุภาวดี ขวลิขิตสุนทร(2550) กล่าวว่า การฝึกอบรม (Training) เป็นปัญหาที่ต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วนเพราะการทำงานแบบไม่เข้าใจระบบของผู้ใช้งาน มีผลกระทบต่อฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก



กล่าวคือ พนักงานขาดการฝึกอบรมอย่างเพียงพอ ทำให้เกิดการผิดพลาดในระบบและส่งผลเสียในแง่ของบุคลากรของฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งต้องเข้าไปช่วยแก้ไขโดยไม่จำเป็น การฝึกอบรมที่ดีนั้นควรจะมีการประเมินผลผู้ที่รับการฝึกอบรมและสอดคล้อง (Vincent R.Ceriello, 1991 ,หน้า 270) ซึ่งส่วนใหญ่มักจะมองข้ามและละเลยการประเมินผล(Evaluating training) จึงทำให้ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมขาดความตั้งใจในการเรียนรู้และไม่เข้าใจอย่างถูกต้องในการใช้ระบบ นอกจากนั้น เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมที่มีจำนวนจำกัดและสื่อในการอบรม (Training media) ยังไม่ดีเพียงพอเนื่องจากไม่มีคู่มือการใช้งานที่เป็นภาษาไทยซึ่งระบบที่ทำซับซ้อนเช่นนี้ต้องการคู่มือที่ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้งาน

2.ความสัมพันธ์ของการจัดการความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงาน บมจ.วิริยะประกันภัย ในยุคไทยแลนด์ 4.0

ความสัมพันธ์ทางการจัดการลูกค้าเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสมรรถนะพนักงานบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัดมหาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 พบการปรับตัวจะต้องมีความสอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจลักษณะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยปัจจุบันมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้มากมายโดยเฉพาะความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในหน้าเว็บไซต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ในส่วนของพนักงานจะต้องมีการสื่อสารหรือกระตุ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และควรมีการอบรมเชิงปฏิบัติการในการเข้าถึงเทคโนโลยีและการใช้ ที่ปัจจุบันมีการปรับตัวตลอดเวลา สอดคล้องกับ

ข้อเสนอแนะ

สรุปข้อเสนอแนะที่พบจากการวิจัยในครั้งนี้ในเรื่องของ การจัดการความรู้ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับพนักงานของบริษัทวิริยะประกันภัย จำกัดมหาชนนั้นก็คือต้อง มีการเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงานตลอดเวลา โดยการจัดฝึกอบรมโดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีซึ่งมีความจำเป็นในยุคปัจจุบันที่ต้องปรับใช้เพื่อความอยู่รอดในองค์กรธุรกิจ อีกครั้งในโลกของการแข่งขันบริษัทคู่แข่งเมื่อพิจารณาแล้วมีการปรับตัวแล้วเปลี่ยนแปลง สร้างกลยุทธ์ใหม่ๆเสมอโดยเฉพาะการต่อสู้ในด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ



เอกสารอ้างอิง

- ชลิต สุนทร. (2550). *การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กรณีศึกษา บริษัท เวสเทิร์น ดิจิตอล (ประเทศไทย) จำกัด*. (หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และองค์การ คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นวลละออง อุทามนตรี และรชยา อินทนนท์. (2558). การพัฒนาบุคลากร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(1), 25-67.
- ยงยุทธ เกษสาคร. (2551). *การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดวี. เจ.พรินต์ติ้ง.
- Berardine, T. (1997). Human Resource Information Systems Improve Management Decision-Making. *Canadian Manager*, 22(4), 17-18.
- Ceriello R. Vincent & Freeman M. Christine. (1991). *Human Resource Management System : Strategies, Tactics, and Techniques*. New York: Lexington Books.
- David A. Gavin A. (1993). *Learning in Action: A Guide to Putting the Learning Organization to Work*. USA .San Francisco: Jossey-Bass.
- Nonaka, Kujiro and Takeuchi, hirotaka. (2000). *Classic Work : Theory of Organizational Knowledge Creation in Morey, D., M.T. and Thuraisingham, B.M. Knowledge Management : Classic and Contemporary Work*. Mass : The MIT Press.
- Schuler, S. and Stuart, Y. (1986). *Effective Personnel Management*. Singapore: Harper & Row.



ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน

ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Demand for Personnel Master Degree Study of Private Companies in Bangrak Bangkok

อาทิตยา อักษรศรี

Artitaya Aksornsri

บัณฑิตวิทยาลัยสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Graduate School of Business Administration Siam University

Email: artitaya_1989@hotmail.com

Received: May 18, 2020

Revised: May 23, 2020

Accepted: June 19, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการการศึกษาระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับความต้องการการศึกษาระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่ได้ศึกษาระดับปริญญาโท จำนวนทั้งสิ้น 147 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า 1) พนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการและมีความพร้อมที่จะศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวน 23 คน พนักงานบริษัทเอกชน มีความต้องการแต่ยังมีความพร้อมที่จะศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวน 90 คน พนักงานบริษัทเอกชนที่ไม่มีความต้องการที่จะศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวน 34 คน 2) สถานภาพด้านปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของพนักงานบริษัทเอกชน ลูกค้ำพิจารณาแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้ 3) สถานภาพด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 27 ปี มากที่สุด โดยพนักงานบริษัทเอกชนมีอายุเฉลี่ย 28 ปี ซึ่งมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.60 และพนักงานบริษัทเอกชนมีสถานภาพโสดมากที่สุด สถานภาพด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่า พนักงานมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด มีซึ่งความสนใจเรียนในภาคพิเศษต้องการศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และได้รับข้อมูลหรือคำแนะนำจากสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต หรือโทรทัศน์ หรือวิทยุ สถานภาพด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่า พนักงานมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด มีซึ่งความสนใจเรียนในภาคพิเศษ ต้องการศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจ และได้รับข้อมูลหรือคำแนะนำจากสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต หรือโทรทัศน์ หรือวิทยุ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 กับความต้องการการศึกษาระดับปริญญาโท คือ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ของประชากรต่อเดือน เวลาเรียน สาขาวิชาที่ต้องการศึกษาต่อ และสื่อโฆษณา สาเหตุของความไม่พร้อมในการศึกษาระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีสาเหตุมา



จากปัญหาทางด้านเวลามากที่สุด ความคิดเห็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขต บางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรต้องการศึกษาต่อเพื่อต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา โดยมีแหล่งค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อจากรายได้ประจำ ในสถานศึกษาในประเทศที่จัดเวลาเรียนที่เหมาะสม

คำสำคัญ: ปัจจัย, การศึกษา, ปริญญาโท, พนักงานบริษัทเอกชน

Abstract

The purposes of this research were to investigate the factors affecting demand for further a master Study of private companies in Bang Rak Bangkok. It was to investigate the personal factors related to demand and social – economic factors related to the factors affecting demand for further a master Study of private companies in Bang Rak Bangkok, who wanted advanced degree the instrument for collection data was the questionnaire with closed – opened questions. The data were analyzed by percentage, arithmetic mean, standard deviation, and Chi-square. The results revealed that: There were 23 private companies who desired to study with readiness for master degree 90 private companies desired to study without readiness and 34 private companies did not desired to study. The personal factors status and social – economic factors of officers of the factors affecting demand for further a master Study of private companies in Bang Rak Bangkok consider separately each category as follows: The analysis personal factors consisted of female The age of private companies were among 21 to 27 years with average age was 28 years, with standard deviation equal to 27.87, and the status were single. The analysis personal factors consisted of female, The age of private companies were among 21 to 27 years preferred evening program, preferred business administration program, and information or advising accessed by internet of television or radio media. The factors that had shown no statically significant difference at 0.05 on relation to demand for further a Master Degree study were sex, age, status, income, time, technique a distributor and media. The main cause of un-readiness of the factors affecting demand for further a master Study of private companies in Bang Rak Bangkok, Total Access Communication Public Company Limited were inadequate time problem about 38.8 percent. The opinion of the factors affecting demand for further a master Study of private companies in Bang Rak Bangkok, Total Access Communication Public Company Limiter for progress to function with their salary in institution to manage properly time and to study internal a country.

Keywords: Factors, Education, Master Study, Private Companies.



บทนำ

การศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษานี้ เป็นการศึกษาขั้นสูงที่เป็นการศึกษาต่อเนื่องมาจากการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาเป็นการแสวงหาความเจริญทางวิชาการเพื่อให้ผู้เรียนมีความเป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพขั้นสูงเป็นกำลังสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าไปในทิศทางที่ถูกต้อง เหมาะสมและสมควรแก่กาลเทศะ บุคคลที่มีความต้องการศึกษาในระดับสูงนี้เป็นบุคคลที่มีความต้องการที่จะเพิ่มพูนความรู้และยกระดับมาตรฐานการทำงานของตนเองให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการและวิชาชีพ (พิมพ์พรณ รังสิกรรพม. 2525: 77) ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีความต้องการบุคลากรที่มีการศึกษาในระดับสูงอยู่มาก ในปัจจุบันบุคลากรในระดับสูงมีจำนวนที่น้อยมาก เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรของประเทศ เนื่องด้วยการแข่งขันทางเศรษฐกิจนั้นมีความรุนแรงในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนนั้นจึงต้องมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ในองค์กรของตนเองให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างแท้จริง จากประเด็นดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจทำการศึกษาต่อปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ของบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนพัฒนาบุคลากรของบริษัทเอกชนต่าง ๆ ในเขต บางรัก ด้วยการส่งเสริมให้เข้ารับการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และพนักงานสามารถนำข้อมูลผลการวิจัยไปใช้ในการประกอบในการเตรียมความพร้อม ที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโทได้ ซึ่งเป็นแนวทางของบริษัท และรวมไปถึงการจัดการหลักสูตรการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถานศึกษาต่าง ๆ ก็สามารถนำข้อมูลนี้ไปเป็นข้อมูลได้อีกทางหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อสำรวจความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน และข้อคิดเห็นในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงสาเหตุของความไม่พร้อมในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ที่ยังไม่ได้ศึกษาต่อระดับปริญญาโท จำนวนทั้งสิ้น 147 คน

ขอบเขตของเนื้อหา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ของพนักงานบริษัทเอกชนต่อเดือน เวลาเรียนสาขาวิชาที่ต้องการศึกษาต่อ และประเภทสื่อหรือโฆษณา



1. ตัวแปรตาม ได้แก่ ต้องการและมีความพร้อม ต้องการแต่ยังไม่พร้อม และไม่ต้องการ

สมมติฐานการศึกษา

1. เพศ มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
2. อายุ มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
3. สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
4. รายได้ของพนักงานบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์กับความต้องการการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
5. เวลาเรียน มีความสัมพันธ์ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
6. สาขาที่ต้องการศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
7. ประเภทของสื่อหรือโฆษณา มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs Theory) ของอับราฮัม เอช. มาสโลว์ Abraham H. Maslow สาระสำคัญของทฤษฎีนี้คือการเน้นย้ำในเรื่องของความต้องการของมนุษย์ มนุษย์ทุกคนนั้นมีความต้องการอยู่ตลอดเวลาอย่างไม่สิ้นสุด และเป็นความต้องการที่เป็นชุดที่มีการจัดลำดับไว้เป็นหลั่นชั้น ความต้องการระดับที่ต่ำที่สุดก็คือ ความต้องการพื้นฐานทางกายภาพและชีวภาพ (Basic Physiological and Biological Needs) และระดับสูงที่สุดก็คือความต้องการที่จะประสบความสำเร็จหรือความต้องการประจักษ์ตน (Self-Fulfillment หรือ Self-Actualization Needs) ดาเคนวัลด์ และเมอร์เรียม. (Darkenwald & Merriam. 1982: 128-130) ได้ศึกษาเหตุผลการเข้าเรียนต่อของผู้ใหญ่ ทั้งที่กำลังจะเข้าเรียนและกำลังเรียนอยู่โดยแบ่งเหตุผลออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge Goal) ด้านส่วนตัว (Personal Goal) ด้านชุมชน (Community Goal) ด้านศาสนา (Religious Goal) ด้านสังคม (Social Goal) ด้านการหนีความจำเจ (Escape Goal) ด้านการทำตามกฎระเบียบ (Obligation Goal) ด้านเพื่อทำหน้าที่ให้ดีขึ้น (Personal Fulfillment Goal) และด้านเพื่อความรู้เชิงวัฒนธรรม (Cultural Knowledge Goal)

วิธีดำเนินการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 147 คน (โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากพนักงานบริษัทเอกชนในเขตบางรัก จำนวน 10 บริษัท)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้างนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยศึกษาหลักการและทฤษฎีจากเอกสาร ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์การศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นตามขั้นตอน วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีคุณลักษณะใกล้เคียง จำนวน 35 คน ที่ไม่รวมอยู่ใน

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยค่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาช (Cronbach, 1971:161) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.82 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือสูงกว่า 0.75

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ส่งแบบสอบถาม (Questionnaire) ไปยังผู้ใช้บริการสินเชื่อ โดยนำไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้คอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติที่ใช้ในการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α – Coefficient)
2. สถิติที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท โดยใช้ค่าไคส-แควร์ แบบความเป็นอิสระ (Chi-square test for independence) (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541: 313)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาสถานภาพด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานที่มีความต้องการที่จะเรียนต่อในระดับปริญญาโท แต่ยังไม่พร้อม มีจำนวนมากที่สุด เท่ากับ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา คือ ไม่ต้องการเรียนต่อในระดับปริญญาโท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และพนักงานที่มีความต้องการและพร้อมในการเรียนต่อระดับปริญญาโท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ผลการศึกษาพบว่า เพศ เป็นเพศหญิงมากที่สุด 101 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 อายุ จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 21 – 27 ปี มากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา มีอายุระหว่าง 28.32 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 และอายุตั้งแต่ 33 ปี ขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และเมื่อพิจารณาอายุเฉลี่ยของพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 28 ปี ($\mu = 27.87$) สถานภาพ จากการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มีสถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ และสถานภาพของพนักงานบริษัทเอกชน





ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความต้องการการศึกษาต่อระดับปริญญาโท อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ผู้ศึกษาตั้งไว้

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุของความไม่พร้อมในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร พบว่า พนักงานที่ไม่พร้อมจะศึกษาต่อระดับปริญญาโทนั้นมีสาเหตุมาจากปัญหาด้านเวลา เนื่องจาก ภาระหน้าที่การงานมากที่สุดซึ่งมีความถี่เท่ากับ 57 คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมา คือ มีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อ ซึ่งมีความถี่เท่ากับ 47 คิดเป็นร้อยละ 32 ปัญหาเรื่องภาระครอบครัวมีความถี่เท่ากับ 9 คิดเป็นร้อยละ 6.1 และสาเหตุอื่น ๆ น้อยที่สุดซึ่งมีความถี่เท่ากับ 4 คิดเป็นร้อยละ 2.7

สาเหตุของความไม่พร้อมในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

สาเหตุของความไม่พร้อม	ความถี่
ไม่มีเวลาเนื่องจากมีภาระหน้าที่การงานมาก	57
มีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการศึกษาต่อ	47
มีภาระครอบครัว	9
อื่น ๆ	4

อภิปรายผล

เหตุผลที่พนักงานบริษัทเอกชน ต้องการการศึกษาต่อระดับปริญญาโทมากที่สุด คือ ต้องการเพิ่มวุฒิการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ สินธุ์ สุโรบล (2550 : 73 – 75) ว่าประชากรเห็นว่าควรยกระดับวิทยฐานะการเพิ่มความรู้สูงขึ้นระดับปริญญาโทของบุคลากรในหน่วยงาน และงานวิจัยของ ณรงค์ เทียนสง (2526 : 24) ก็ได้ศึกษาเหตุผลที่ทำให้ผู้ใหญ่เข้ามาเรียนต่อ ในสถานศึกษาพบว่า ผู้ใหญ่มีเหตุผลที่แตกต่างกันซึ่งมีเหตุผลที่ต้องการเรียนรู้ให้สูงขึ้นอยู่ด้วย รวมถึงสอดคล้องกับบทความของก้องเกียรติ โดภาสวง (2535:24) ก็ได้ศึกษาเหตุผลที่ทำให้ผู้ใหญ่เข้ามาเรียนต่อ ในสถานศึกษาพบว่า ผู้ใหญ่มีเหตุผลที่แตกต่างกันซึ่งมีเหตุผลที่ต้องการเรียนให้สูงขึ้นด้วย รวมถึงสอดคล้องกับบทความของก้องเกียรติ โดภาสวงการ (2535:5) ได้เขียนไว้ว่า ในปัจจุบันมีผู้ต้องการเรียนปริญญาโทเพิ่ม ส่วนหนึ่งมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม ที่บีบบังคับให้ชนขยายหาความรู้เพิ่มเติม และพยายามที่จะเพิ่มวุฒิการศึกษาของตนให้สูงขึ้น เพราะใน 5 – 10 ปี ข้างหน้า ผู้ที่จบปริญญาตรี จะมีสภาพเหมือนผู้ที่จบ ม.6 ในปัจจุบัน

ลักษณะในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทนั้นพนักงานบริษัทเอกชน เลือกที่จะศึกษาในหลักสูตรนอกเวลา ราชการมากที่สุด และปัจจัยที่ทำให้พนักงานบริษัทเอกชน เลือกสถาบันศึกษาต่อนั้น เหตุผลสำคัญ คือ การจัดเวลาเรียนที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ วริยา จงรักษ์สัจย์(2552) ที่กลุ่มตัวอย่างนั้นเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาโทในภาคพิเศษมากกว่าภาคปกติ เพราะไม่ต้องการออกจากงาน และบทความของ ชุนทอง อินทร์ไทย (2519) ที่เห็นว่าการศึกษาต่อระดับปริญญาโทนั้น เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ จึงทำให้สถาบันการศึกษา

หลายแห่งเปิดสอนระดับปริญญาโทหลังเลิกงาน จึงมีผู้ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทจำนวนมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการจัดสรรเวลาในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ทุกคนให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ได้พบปัญหาความไม่พร้อมในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในด้านเวลามากที่สุด ดังนั้น ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาทางเลือก เพื่อให้ผลงานที่ได้เกิดประโยชน์กับผู้สนใจได้

2. ในด้านสาเหตุของความไม่พร้อม พนักงานบริษัทเอกชนให้เหตุผลในด้านเวลา ด้านค่าใช้จ่าย และด้านภาระครอบครัว ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยว่า ปัจจัย เวลาเรียน รายได้ของพนักงานบริษัทเอกชน และสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท จึงควรศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรเหล่านี้กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโทเพิ่มเติม

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ และสถานภาพด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม คือ รายได้ของพนักงานบริษัทเอกชน และประเภทสื่อหรือโฆษณา นั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท การวิจัยครั้งถัดไปควรมีการเลือกปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ในตัวแปรอื่น ๆ นอกจากนี้ ที่น่าจะมีความสามารถสัมพันธ์กับความต้องการการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

เดนิสัน, พอล. (2546). *บริหารสมอง*. กรุงเทพฯ: ขวัญข้าว.

จริยา จงรักภักดี. (2552). *ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*:

กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ บธ.ม.). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณรงค์ เทียนสง. (2526). เหตุผลที่ผู้ใหญ่ไปเรียนการศึกษาผู้ใหญ่. *วารสารการศึกษานอกโรงเรียน*, 113, 24 – 25.

มานิดา อังศิริโรจน์กุล. (2547). *ความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโททางคอมพิวเตอร์ในสถานศึกษาของรัฐ เขตอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต (ปริญญาานิพนธ์ ศ.ม.)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สินธุ์ สโรบล. (2550). *การสำรวจความต้องการของผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ (รายงานการวิจัย)*. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยพายัพ.

Andress, Burton G.(1970). *Experimental Psychology*. New York: John Wily & Son.

Darkenwald, Gordon C. And Sharan B. Merriam. (1982). *Adult Education : Fudation of Practice*. New York: Harper & Row Publishers.

Quastel,Leak and Boshier.(1982). Educational Needs and Opportunities as Antecedents of Job Satisficing. *Adult Education*, 32(3), 130-141.

Scissons, Edward H.(1969). A Typology of Needs Assessment Definitions in Adult Education. *Adult Eucation*, 33(1), 20-28.



คำแนะนำการส่งบทความ

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดผลงานวิจัยและผลงานวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

ข้อมูลเบื้องต้นของวารสาร

1. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวารสารราย 6 เดือน (2 ฉบับ/ปี) โดยมีกำหนดออก ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม
2. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดพิมพ์เพื่อเป็นแหล่งตีพิมพ์เผยแพร่ และแลกเปลี่ยนความรู้วิชาการ สำหรับคณาจารย์ นักวิชาการ ตลอดจนนิสิต นักศึกษา

นโยบายพิจารณาถ้อยแถลงบทความ

1. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา รับพิจารณาบทความวิชาการ (Academic Article) บทความวิจัย (Research Article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร เอกสารการประชุม หรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาขอตีพิมพ์ในวารสารอื่น
2. ขอบเขตของวารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การจัดการ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์และสหวิทยาการ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐศาสตร์
3. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านการถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review)

กระบวนการพิจารณาถ้อยแถลงบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review) ดังนี้

1. กองบรรณาธิการจะแจ้งให้ผู้เขียนทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้ว
2. กองบรรณาธิการจะตรวจสอบบทความว่าอยู่ในขอบเขตเนื้อหาวารสารหรือไม่ รวมถึงคุณภาพงานวิชาการ และประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ
3. ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรรับบทความไว้พิจารณาตีพิมพ์ กองบรรณาธิการจะดำเนินการส่งบทความเพื่อถ้อยแถลงต่อไป โดยจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน ประเมินคุณภาพของบทความว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมจะลงตีพิมพ์หรือไม่ โดยกระบวนการถ้อยแถลงนี้ทั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เขียนจะไม่ทราบข้อมูลของกันและกัน (Double-Blind Peer Review)
4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพบทความแล้ว กองบรรณาธิการจะตัดสินใจโดยอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ว่าบทความนั้นๆควรนำลงตีพิมพ์ หรือควรส่งให้ผู้เขียนแก้ไขก่อนส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินอีกครั้งหนึ่งหรือปฏิเสธการตีพิมพ์

1. ข้อกำหนดต้นฉบับ

1.1 การจัดพิมพ์ต้นฉบับ ผลงานที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ควรมีความยาวประมาณ 8-15 หน้ากระดาษ A4 บทความภาษาไทยพิมพ์ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point บทความภาษาอังกฤษพิมพ์ด้วย ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับบทความ

- ขนาดกระดาษ A4
 - กรอบของข้อความ ในแต่ละหน้าให้มีขอบเขตดังนี้ จากขอบบนของกระดาษ 1.0 นิ้ว ขอบล่าง 1.0 นิ้ว ขอบซ้าย 1.0 นิ้ว ขอบขวา 1.0 นิ้ว
 - หมายเลขหน้า ให้ใส่ไว้ในตำแหน่งด้านขวาตั้งแต่ต้นจนจบบทความ
 - ระยะห่างระหว่างบรรทัด หนึ่งช่วงบรรทัดของเครื่องคอมพิวเตอร์ 8 point
 - ตัวอักษร การจัดพิมพ์ต้นฉบับ ผลงานที่เสนอพิจารณาตีพิมพ์ควรมีความยาวประมาณ 8-15 หน้ากระดาษ A4 บทความภาษาไทยพิมพ์ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point บทความภาษาอังกฤษ พิมพ์ด้วย ด้วย Font THSarabun PSK ขนาดตัวอักษร 16 Point และพิมพ์ตามที่กำหนดดังนี้
 - ขนาดกระดาษแยกเป็นสองคอลัมน์เดียว

รายการ	ลักษณะตัวอักษร	รูปแบบการพิมพ์	ขนาดตัวอักษร
ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความ (Title)	ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ (ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่)	กำหนดตรงกลาง, ตัวหนา	ขนาด 20 point,
ชื่อผู้เขียน (ทุกคน)	ตัวหนา	กำหนดริมขวา (ไม่ต้องระบุตำแหน่งการพิมพ์หรือค่านำหน้าชื่อ)	ขนาด 16 point
ชื่อหน่วยงานของผู้เขียน	ตัวปกติ	ด้านล่างการอ้างอิง	ขนาด 14 point
อีเมล (Email)	ตัวปกติ	กำหนดริมขวา	ขนาด 14 point
ชื่อบทคัดย่อ ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ	ตัวหนา	กำหนดริมซ้าย	ขนาด 16 point
ข้อความบทคัดย่อภาษาไทย	ตัวธรรมดา	ย่อหน้า 0.5 นิ้ว	ขนาด 16 point
คำสำคัญ (Keywords) ใช้ตัวอักษรภาษาไทย หรือ ภาษาอังกฤษ	ตัวหนา สำหรับหัวข้อ ตัวปกติ สำหรับเนื้อหา *ประมาณ 3-5 คำ	กำหนดชิดขอบซ้าย	ขนาด 16 point
เนื้อหาบทความ หัวข้อใหญ่	ตัวหนา	กำหนดชิดซ้าย	ขนาด 16 point
หัวข้อรอง	ตัวหนา	ย่อหน้า 0.5 นิ้ว	ขนาด 16 point
เนื้อหา	ตัวปกติ	ย่อหน้า 0.5 นิ้ว	ขนาด 16 point
ข้อความในภาพและตาราง	ตัวปกติ	-	ขนาด 16 point
ข้อความอ้างอิง (ด้านล่าง)	ปกติ	-	ขนาด 16 point

2. ส่วนประกอบของบทความ

1. **บทความวิชาการ** หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับ เนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึงมีการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็นอย่างสมบูรณ์ โดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบที่แตกต่าง)

1.1 **ชื่อเรื่อง (Title)** ชื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา

1.2 **บทคัดย่อ (Abstract)** สรุปเนื้อหาของบทความให้ได้ใจความชัดเจน และควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ให้มีจำนวนคำควรอยู่ระหว่าง 200-300 คำควรเป็นบทคัดย่อที่สั้น ใช้คำได้กระชับและให้สาระสำคัญตรงประเด็น

1.3 **คำสำคัญ (Keywords)** ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหาเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นคำค้นในระบบฐานข้อมูลทั้ง

1.4 **บทนำ (Introduction)** เป็นส่วนแนะนำและปูพื้นเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา รวมทั้งระบุ ถึงขอบเขตเนื้อหาของบทความ

1.5 **เนื้อหา (Body of Text)** เป็นส่วนหลักของเนื้อหาบทความ มีการแบ่งประเด็นออกเป็นย่อๆ และมีการจัดเรียงลำดับเป็นหัวข้อตามรายละเอียดของเนื้อหา

1.6 **สรุป (Conclusion)** เป็นการสรุปเนื้อหาในบทความทั้งหมดออกมาอย่างชัดเจน และกระชับ โดยมีการสรุป ปิดท้ายเนื้อหาที่เราได้นำเสนอไปแล้วว่ามีผลดี หรือผลเสียอย่างไร

1.7 **เอกสารอ้างอิง (Reference)** เขียนบรรณานุกรมในรูปแบบAPA (American Psychological Association)

2. **บทความวิจัย** ควรมีการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้รับอย่างเป็นระบบ โดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

2.1. **ชื่อเรื่อง (Title)** ชื่อมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยชื่อภาษาอังกฤษในบรรทัดต่อมา

2.2 **ชื่อผู้เขียนและหน่วยงานสังกัด** ให้ระบุชื่อนามสกุลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่ต้องระบุตำแหน่งหรือคำนำหน้าชื่อแต่ให้ระบุงานประจำและหน่วยงานสังกัดที่เชิงอรรถ

2.3 **บทคัดย่อ (Abstract)** ควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเขียนเป็นภาษาไทยก่อน ความยาวไม่เกิน 15 บรรทัด **หรือไม่เกิน 300 คำ** (การเขียนบทคัดย่อ คือการสรุปสาระสำคัญของเรื่อง โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ วิธี**การวิจัย** และผลการวิจัย)

2.4 **คำสำคัญ (Keyword)** ระบุคำที่เป็นคำสำคัญของเนื้อหาเหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นคำค้นในระบบฐานข้อมูล

2.5 **บทนำ (Introduction)** เป็นการอธิบายถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา และเหตุผลที่นำไปสู่การวิจัยมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนหรือโต้แย้ง รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.6 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives) ระบุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย

2.7 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) การค้นหา สรุปย่อ และวิเคราะห์ผลการวิจัยของผู้อื่นที่เคยได้ทำวิจัยและถูกตีพิมพ์ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบทความ

2.8 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) อธิบายถึงกระบวนการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจน

2.9 ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการวิจัยที่ตรงประเด็นตามลำดับขั้นของการวิจัย การใช้ตารางหรือแผนภูมิไม่ควรเกิน 5 ตารางหรือแผนภูมิโดยมีการแปลความหมายและวิเคราะห์ผลที่ค้นพบอย่างชัดเจน

2.10 อภิปรายผล (Discussion) ผสมผสานเปรียบเทียบและตีความผลการวิจัยให้เข้ากับหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเชื่อมโยงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาการวิจัย

2.11 สรุป (Conclusion) สรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย และให้ข้อเสนอแนะที่จะนำผลการวิจัยนั้นไปใช้ประโยชน์

2.12 เอกสารอ้างอิง (Reference) เขียนบรรณานุกรมในรูปแบบของ APA (American Psychological Association)

3. การเขียนเอกสารอ้างอิง

วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ใช้รูปแบบการอิงแบบ APA (American Psychological Association)

3.1 การอ้างอิงในเนื้อหา (In text citation)

ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบ นาม-ปี (Author-Year Format)

ภาษาไทย (ชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

ภาษาอังกฤษ (นามสกุล, ปี ค.ศ.)

3.2 อ้างอิงในเนื้อหาจากสิ่งพิมพ์ (หนังสือ ตำรา เอกสาร)

กรณีผู้แต่งคนเดียว

การอ้างอิงให้ระบุ ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่ง (ภาษาไทย) หรือนามสกุลผู้แต่ง (ภาษาอังกฤษ) ตามด้วยเครื่องหมาย (,) ปีที่พิมพ์ เครื่องหมาย (,) ตามด้วยหมายเลขหน้าเอกสารที่อ้างอิงใส่ไว้ในวงเล็บท้ายข้อความที่อ้างอิง เช่น

(กิงกาน แก้วดี, 2556)

กรณีที่สรุปเนื้อหาหมดทั้งเล่ม ไม่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ต้องระบุเลขหน้า

เช่น

(กิงกาน แก้วดี, 2556)

กรณีผู้แต่งใช้ฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ สมณศักดิ์ นำหน้าให้คงไว้เหมือนที่ปรากฏในหน้าหนังสือ

เช่น

(พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2556)

กรณีผู้แต่งมียศทางทหาร ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ คำเรียกทางวิชาชีพไม่ต้องใส่ เช่น ศาสตราจารย์กุลพล แสงจันทร์ เป็น

(กุลพล แสงจันทร์, 2556)

การอ้างอิงเอกสารหลายเรื่อง แต่ผู้แต่งคนเดียวกัน ให้เขียนชื่อผู้แต่งครั้งเดียว แล้วเรียงปีที่พิมพ์จากน้อยไปหามาก

เช่น

(กุลพล แสงจันทร์, 2556; 2557)

กรณีผู้แต่ง 2 คน

กรณีผู้แต่ง 2 คน ให้เขียนชื่อผู้แต่งคนที่ 1 ตามด้วยเครื่องหมาย (,) เว้นวรรคหนึ่ง ตามด้วย “และ” ไม่เว้นวรรค ตามด้วยผู้แต่งคนที่ 2

เช่น

(กิงกาน แก้วดีและประยงค์ ยิ่งยืน, (2556)

กรณีชาวต่างประเทศให้เขียนชื่อสกุล ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) เว้นหนึ่งวรรคตามด้วยตัวอักษรชื่อต้น ชื่อกลาง (ถ้ามี) และเครื่องหมายมหัพภาค (.) ตามด้วยเครื่องหมาย “&” และเว้นหนึ่งวรรคตามด้วยชื่อสกุลคนที่ 2 แล้วใส่เครื่องหมายจุลภาค (.) ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้นแล้วใส่จุด

เช่น

(William & Sales, 2008)

กรณีผู้แต่ง 3-6 คน

ชาวไทยใช้ชื่อ ชื่อสกุล คั่นเครื่องหมายจุลภาค (,) และเว้นวรรคหน้าผู้แต่งทุกคน และใช้คำว่า “และ” โดยไม่เว้นวรรค หน้าผู้แต่งคนสุดท้าย

เช่น

(กุลพล แสงจันทร์, เกียรติขจร เจริญยิ่ง, และสมหญิง ใจซื่อ, 2544).

กรณีชาวต่างประเทศให้เขียนชื่อสกุล ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) คั่นผู้แต่งทุกคน เว้นหนึ่งวรรคตามด้วยตัวอักษรชื่อต้น ชื่อกลาง (ถ้ามี) และใช้เครื่องหมาย “&” และเว้นหนึ่งวรรค หน้าผู้แต่งคนสุดท้าย แล้วใส่เครื่องหมายจุลภาค (.) ตามด้วยอักษรย่อชื่อต้นแล้วใส่จุด

เช่น

Salmon, Earman, Wilson, McGarry, & Hopman, (2009)

กรณีผู้แต่งเป็นสถาบัน

ให้ลงรายการด้วยหน่วยงานระดับสูงก่อน และตามด้วยหน่วยงานระดับรอง ลงมา

เช่น

(มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, บัณฑิตวิทยาลัย, 2560)

เอกสารไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง

ให้ลงชื่อแล้วตามด้วยปีที่พิมพ์ และเลขหน้า

เช่น

(การพัฒนา, 2556)

กรณีไม่ใช้ผู้เขียน แต่เป็น ผู้รวบรวม เรียบเรียง ผู้แปล หรือบรรณาธิการ

ให้ลงรายการด้วยชื่อ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และบอกต่อท้ายว่าเป็น “ผู้รวบรวม”

“ผู้เรียง” “บรรณาธิการ” หรือ “ผู้แปล”

เช่น

(โกวิท รักษาติ, บรรณาธิการ, 2556)

(Shah & Ratcliffe, editor, 2009)

อ้างอิงในเนื้อหาจากโสตทัศนวัสดุ

ให้ลงรายการชื่อผู้รับผิดชอบหรือผู้ผลิต ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ปีที่ผลิต ตามด้วยเครื่องหมายมหัพภาคคู่ (:) และลักษณะของโสตทัศนวัสดุ

เช่น

(กระทรวงสาธารณสุข, 2556: CD-ROM)

การอ้างอิงในเนื้อหา จากระบบสารสนเทศออนไลน์ (WWW.)

ให้ลงรายการชื่อผู้รับผิดชอบ หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ปีที่ค้น

ข้อมูล

เช่น

(มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2556)

(Suan Sunandha Rajabhat University, 2013)

4. การเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายเรื่อง

4.1 หนังสือ

ชื่อ ชื่อสกุล. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ* (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

4.2 บทความวารสาร

ชื่อ ชื่อสกุล. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*. ปีที่. หน้าแรก-หน้าสุดท้ายที่อ้างถึง

-วารสารสืบค้นจากฐานข้อมูลไทย

ชื่อ ชื่อสกุล. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่, หน้าแรก-หน้าสุดท้าย, ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก URL หรือ ชื่อฐานข้อมูล

4.3 รายงานการประชุม

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่ประชุม). ชื่อเรื่อง. วัน เดือน พ.ศ.(หน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

4.4. วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับวิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขา คณะ ชื่อมหาวิทยาลัย, เมืองที่ตั้งมหาวิทยาลัย

4.5 เอกสารอ้างอิงจากเว็บไซต์

ชื่อผู้แต่งหรือหน่วยงานเจ้าของเว็บไซต์. (ปีที่เผยแพร่ข้อมูล). ชื่อเรื่อง. ค้นเมื่อ วันที่ เดือน ปี พ.ศ. ,จาก <https://www>.

4.6 บทความในนิตยสาร หรือ หนังสือพิมพ์

ชื่อผู้แต่งหรือชื่อคอลัมน์. (วัน เดือน ปี). ชื่อบทความ. ชื่อนิตยสารหรือ หนังสือพิมพ์, ปีที่, หน้า.

กรณีภาษาอังกฤษ จะใช้ว่า ปี,เดือน วัน (year, month day) และ p. หรือ pp.

4.7 การเขียนบรรณานุกรมแผ่นพับ

ชื่อผู้แต่งหรือหน่วยงานที่ผลิต. (ปี). ชื่อเรื่อง. [แผ่นพับ]. สถานที่พิมพ์: ผู้แต่งหรือหน่วยงานที่ผลิต.

4.8 อ้างอิงจากการสัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์. (ปี/เดือน/วัน). ตำแหน่ง. สัมภาษณ์.

การส่งต้นฉบับ

ผู้เขียนส่งไฟล์ต้นฉบับบทความ (Microsoft Word) และแบบฟอร์มนำเสนอบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในช่องทางของวารสารระบบออนไลน์ (Online Submission) เท่านั้น

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณา จะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ประเมินจากภายนอกเมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไขจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ

ตัวอย่างการเขียนบทความเพื่อลงตีพิมพ์ (ขนาด A 4)

ชื่อเรื่องภาษาไทย (ขนาด 20 ตัวหนา)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (ขนาด 20 ตัวหนา)

ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่ง (ไทย) (ขนาด 16 ตัวหนา)

ชื่อ-นามสกุล ผู้แต่ง(อังกฤษ) (ขนาด 16 ตัวหนา)

ชื่อภาควิชาหรือหน่วยงานคณะและสถาบันของผู้แต่ง (ไทย) (ขนาด 14 ตัวหนา)

ชื่อภาควิชาหรือหน่วยงานคณะและสถาบันของผู้แต่ง (อังกฤษ) (ขนาด 14 ตัวหนา)

ที่อยู่ E-mail ผู้รับผิดชอบบทความ (ขนาด 14 ตัวหนา)

บทคัดย่อ (ภาษาไทย) (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....(ระหว่าง250-300 คำ) (ขนาด 16 ปกติ).....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

คำสำคัญ:,, (3-5 คำ คั่นด้วยจุลภาค) (ขนาด 16 ปกติ)

Abstract (บทคัดย่อภาษาอังกฤษ)

.....(ขนาด 16 ปกติ).....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Keywords:,, (3-5 keywords must be given)

..... (ขนาด 16 ปกติ).....

1.
2.

1.
2.

.....

.....

.....

วิธีดำเนินการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

ผลการวิจัย (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

อภิปรายผล (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

องค์ความรู้ใหม่ (ถ้ามี) (ขนาด 16 ตัวหนา)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารอ้างอิง (ใช้รูปแบบการเขียนแบบ APA)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....