

กลุ่ม 2

กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(วิจัย)

THE ADOPTION OF MOBILE COMMERCE (M-COMMERCE)
IN SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN THAILAND
การนำเอาระบบธุรกิจเคลื่อนที่มาใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

Anupong Avirutha

Head of Management Department

Faculty of Business Administration, Sripatum University

E-mail: anupong.av@spu.ac.th

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the factors affecting the decision on the adoption of mobile commerce (M-commerce) by small and medium businesses in Bangkok, Thailand. A better understanding of the factors influencing M-commerce usage will enable SME businesses to invest and adopt M-commerce use for business functions. The logistic is applied in this study to determine relationship between the dependent variable, M-commerce adoption and the ten independent variables which are technology literacy, level of education, age, user resistant to technology, the availability of wireless and mobile technology, perceived relative advantage of the technology, perceived compatibility of the technology, perceived complexity of the technology, perceived trialability of the technology, and perceived observability of the technology. The findings revealed that perceived observability of the technology, trialability of the technology, perceived compatibility of the technology, perceived complexity of the technology, and user resistance to the technology significantly affected the decision on the adoption of M-commerce. Recommendations are offered as a resulted of this study in order to increase the adoption rate of M-commerce use in SME businesses are involved with the players including SMEs, vendors, and the federal government.

KEYWORDS : Technology, Adoption, Small and medium businesses, Mobile commerce, Decision

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการนำเอาระบบธุรกิจเคลื่อนที่ (Mobile Commerce) มาใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย (SMEs) ซึ่งการเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่จะกระตุ้นการตัดสินใจในการนำเอาเทคโนโลยีนี้มาใช้ในภาคธุรกิจ และผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายของภาครัฐที่ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีแก่ธุรกิจ SME ซึ่งผู้วิจัยใช้ Logistic Regression ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยตัวแปรตามคือการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้

ในธุรกิจ และ ตัวแปรอิสระประกอบด้วย ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ระดับการศึกษา อายุ การต่อต้านทางด้านเทคโนโลยี ระดับการเข้าถึงเทคโนโลยีไร้สาย เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง การเข้าถึงได้ของระบบเทคโนโลยี ความซับซ้อนของการใช้เทคโนโลยี การได้ทดลองใช้เทคโนโลยี และ การสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างใช้เทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ ได้แก่ การต่อต้านทางด้านเทคโนโลยี การเข้าถึงได้ของระบบเทคโนโลยี ความซับซ้อนของการใช้เทคโนโลยี การได้ทดลองใช้เทคโนโลยี และ การสังเกตเห็นบุคคลรอบข้างใช้เทคโนโลยี ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยเพื่อกระตุ้นให้เกิดการนำเอาระบบธุรกิจเคลื่อนที่มาใช้ ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิตเทคโนโลยี และภาครัฐ

คำสำคัญ : เทคโนโลยี การนำมาใช้ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระบบธุรกิจเคลื่อนที่ การตัดสินใจ

1. Introduction

Technology is one of the important factors that provide the potential to change the way of doing business. It is also a key to the growth and success of all businesses of all sizes. In addition, technology is an important element for success in the global economy due to the increasing ability of business to process transaction information, transmit more quality information to management, and maintain more efficient inventories (Keen, 1991). Furthermore, the availability of many information and rapid technology advancement increases customer's expectations at the faster rate; therefore, in order to satisfy the customer needs and expectations, businesses should be responsive in shorter time.

New technology, M-commerce takes companies beyond the benefit of the Internet. M-commerce is rapidly becoming involved in daily operations, particularly in large corporations that invest heavily in new innovations. The Technology has been improved to provide faster speed in communication with flexibility and the ability to communicate quickly anytime and anywhere. With the technology, M-commerce supports the use of mobile gadgets effectively because M-commerce generally refers to the use of mobile devices such as smart phones, which is a regular mobile phone integrated with business organizer functions, and personal digital assistants (PDA) phone, which is a PDA integrated phone functions, to conduct electronic business transactions and allow the mobile worker to work on the road and stay connected with business to collect and evaluate data in order to make better decisions more quickly. The device is improved to provide a faster speed in communication quickly anytime and anywhere through a wireless, Internet-enabled device, and without the use of a computer.

Many researches in technology adoption show that technology is one of the most important factors behind successful businesses. Thong and Yap (1995) find out that technology helps small businesses develop their markets, increase sales turnover, increase profitability and achieve competitive advantages. Furthermore, DeLone (1981) reports that technology helps small businesses improve productivity and performance within the organization, improve management perception of business environments, and promote stronger and better

customer relationships. Moreover, Simon (1996) agrees that technology is the most important factor behind the successful small and medium businesses (SMEs) competitive advantages regarding reduced information overload.

However, in order for any of the benefit to take place, managers and owners of SMEs must see M-commerce as giving them a strategic competitive advantage in the business. Additionally, some find that the adoption of technology by SMEs is generally slower than larger organization because SMEs tend to have simple organizational structure and lack financial resources (Chau, 1994; Glynn & Koenig, 1995; Montazemi, 1988). Although the M-commerce is considered new way to do and manage a business, they may believe that the new technology would not provide many benefits to enhance their businesses. As a result, they might not adopt the new technology into their businesses in some reasons. Hence, this paper is an early attempt aims to provide empirical data on factors that affect the decision of the adoption of M-commerce by small and medium businesses in Thailand.

Therefore, the purpose of this study is to identify the factors that affect the adoption of M-commerce by small and medium businesses in Thailand. Therefore, the objectives of the research are:

1. To identify the attributes of innovations that affects the M-commerce in small and medium businesses in Thailand: (a) relative advantage, (b) compatibility, (c) complexity, (d) trialability, and (f) observability.
2. To identify the factors affecting the M-commerce adoption in small and medium businesses in Thailand: (a) technology literacy of managers, (b) level of education of managers, (c) age of managers, (d) user resistance to technology by managers, and (e) the availability of wireless and mobile technology infrastructure.

2. Literature Reviews

The purpose of this research study is to identify the factors affecting the adoption of M-commerce by small and medium businesses in Thailand. To develop a solid theoretical research framework, this chapter presents the related literature as follows; first, the diffusion of innovation theoretical framework (Rogers, 1995); second, the factors affecting the innovation adoption in terms of organizational characteristics and information technology adoption in commerce, perceptions of technology (Morris & Venkatesh, 2000; Palvia & Palvia, 1999; Thong & Yap, 1995). Ultimately, the theoretical framework under the related technology and infrastructure are examined as factors that affect the adoption describing the relationship between the M-commerce and its related technology (Barczak, Bello, & Wallace, 1993; Surry & Gustafson, 1994).

“Diffusion of Technology” is a theory used to comprehend people’s adopting behavior relating to innovations. Most researches in technology adoption use the diffusion of innovation theory because the theory explained how and why innovations are adopted at different rates within different organizations. Rogers (1976) defines diffusion of technology as “the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system.”

The theory plays an important role to increase understanding of innovativeness and innovative decision-making in the adoption context, and how potential adopters perceive the innovation. An adopter forms an attitude toward the innovation, leading to a decision to accept or reject the innovation. The diffusion of innovation theory is used to study people's adopting behavior relating to innovations by emphasizing on the five attributes that affect the innovation adoption decision: relative advantage, compatibility, complexity, triability, and observability. The five attributes are used to explain the degree that innovations are perceived by adopters. Therefore, the following hypothesis is stated:

Hypothesis 1: The perceived relative advantage of the technology is positively related to the adoption of the M-commerce in small and medium businesses in Thailand.

Hypothesis 2: The compatibility of the technology with the current technology system is positively related to the adoption of the M-commerce in small and medium businesses in Thailand.

Hypothesis 3: The complexity of the technology is negatively related to the adoption of the M-commerce in small and medium businesses in Thailand.

Hypothesis 4: The trialability of the technology is positively related to the adoption of the M-commerce in small and medium businesses in Thailand.

Hypothesis 5: The observability of the technology is positively related to the adoption of the M-commerce in small and medium businesses in Thailand.

Furthermore, Thong and Yap (1995) found that if the managers are unaware or do not understand the technologies available; they are unlikely to use them in their organizations. O'Brien and Wilde (1996) indicated that a change in a chief executive's attitude toward information technology can be achieved by the method of training adopted. O'Brien and Wilde (1996) also reported that the end-user experience is a significant predictor of the use of technology. According to Kaminer (1997), the ability to learn new technology is also related to the innovation that it can be used as an indicator of an increased rate of adoption. Furthermore, those who adopted technology tended to have more prior knowledge of any other technology, a greater degree of innovativeness, and more interest in technology adoption (Nickell & Seado, 1986). Raymond (1985) agreed that managers with more computer knowledge tended to have a positive relationship to adoption of new technology. Therefore, the following hypothesis is advanced:

Hypothesis 6: There is a positive relationship between the decision maker's technology literacy and that person's adoption of the M-commerce for small and medium businesses in Thailand.

Many researches drew the conclusion that there was a significant relationship between educational level of adopters and adoption of innovation. Raymond (1985) found that managers of small businesses who had higher levels of education and technology training had stronger feelings of understanding of new technology usage, and tended to have more interest in innovation adoption. Nickell and Seado (1986) found that

about 80% of the small business owners or managers who began using technology in their daily life tended to adopt technology using in the organization, and the level of using technology was a significant relation with their education and training. The appropriate technology training courses taken by adopters promote the level of adoption of technology (Seyal, Rahim, and Rahman, 2000). Therefore, the following hypothesis is advanced:

Hypothesis 7: There is a positive relationship between the decision maker's educational level and that person's adoption of the M-commerce for small and medium businesses in Thailand.

Age also is an important influence on technology adoption. According to Morris and Venkatesh (2000), age was a factor affecting the adoption of new technology. Compared to older generations, the younger generations were more strongly influenced by attitude toward the adoption of new technology. Daly and Kitchell (1995) supported that the age of the small business founders was negatively related to technology adoption. Therefore, the following hypothesis is offered:

Hypothesis 8: There is an inverse relationship between the decision maker's age and that person's adoption of the M-commerce for small and medium businesses in Thailand.

User resistance to technology was the most critical factor that inhibits the adoption of technology in small businesses (Cheney, 1983; Malone, 1985). According to Dewan, Lorenzi, and Zheng (2004), user resistance was a factor that prevented the technology adoption. Nickell and Seado (1986) found that small business owners or managers would open-minded to new innovations and to adopt new technology using in the organization if they already used technology in their daily life. Hence, the following hypothesis is advanced:

Hypothesis 9: There is an inverse relationship between the decision maker's resistance to technology usage and the adoption of the M-commerce for small and medium businesses in Thailand.

The adoption of M-commerce does not necessary to follow and base on any single universal format (Dholakia, Lehrer, and Kshetri, 2004). Additionally, differences in adoption and usage between countries may be attributable to differences in the mobile telecommunications infrastructure. Wireless technology capability is found to be an important barrier associated with the M-commerce adoption. According to Portal (2003), the reason that enterprise market for the M-commerce has been slowly moving is because of poor wireless infrastructure. There are three main mobile telephone technologies today discussed in this study which are basically the mobile equivalent to the M-commerce. Therefore, the following hypothesis is advanced:

Hypothesis 10: The availability of wireless and mobile technology is positively related to the adoption of the M-commerce in small and medium businesses in Thailand.

3. Research Methodology

The research design is drawn from quantitative research methodology used to identify the factors affecting the adoption of M-commerce by small and medium businesses in Thailand. In this study, the objective is to identify factors affecting the adoption of M-commerce. Thus, M-commerce adoption is operationalized as the dependent variable. The independent variables for this study are the factors that influence the adoption of M-commerce by small and medium businesses in Thailand. The independent variables are: (1) Technology literacy of user (2) Level of education of user (3) Age of user (4) User resistance to technology (5) The availability of wireless and mobile technology infrastructure (6) Perceived relative advantage of the technology (7) Perceived compatibility of the technology (8) Perceived complexity of the technology (9) Perceived trialability of the technology (10) Perceived observability of the technology.

The total sample for this study consists of 200 small and medium businesses. The sampling technique used in this study is the convenient sampling. The survey is responded by top management level because they are most likely to be the one who makes the final decisions about technology adoption and implementation in business. The data is collected in two ways: personal contact and self-administered survey.

4. Results

A total of 166 usable questionnaires are obtained. The study finds that the adoption rate of the M-commerce used in business as of the 166 of responses, 103 (62%) adopt M-commerce and used in their works, while 63 (38%) are non M-commerce adopters.

A distribution in nine different categories regarding types of business can break down to 27.15% of the businesses sampled are in retailer, 20.5% of the businesses sampled are in wholesale, 19.9% of the businesses sampled are in manufacturer, 9.6% of the businesses sampled are in food and restaurant, 7.2% of the businesses sampled are in construction, 5.4% of the businesses sampled are in agriculture, 4.2% of the businesses sampled are in tourism, 3.0% of the businesses sampled are in financial, and 3.0% of the businesses sampled are in transportation.

Before applying logistic regression, it is necessary to check for collinearity because logistic regression is subject to the effect of multicollinearity. Therefore, there are three ways used to check for collinearity in this study: tolerance, variance inflation factors (VIF), and coefficient correlation matrix.

First, tolerance value is used to test the multicollinearity. The result shows none of the tolerance values are less than 0.10 and none of VIF values are greater than 10; therefore, there is no effect of multicollinearity found in the model (Table 1). Furthermore, coefficient correlation matrix was used for interpretation of correlation as a method to measure of multicollinearity. Nevertheless, none of the coefficient correlation values are greater than 0.70 (Table 2); hence, all variables satisfy the requirement for the model. Since there is no any potential multicollinearity found in the prior section, logistic regression is applied to the further analysis.

Table 1 Tolerance for Interpreting Measures of Multicollinearity

Variables	Tolerance Values	Variance Inflation Factors (VIF)
Age	0.844	1.185
Education	0.792	1.263
Technology Literacy	0.176	5.686
User Resistance to Technology	0.343	2.918
Perceived Relative Advantage to Technology	0.113	8.821
Perceived Compatibility to Technology	0.212	4.706
Perceived Complexity to Technology	0.775	1.290
Perceived Trialability to Technology	0.263	3.808
Perceived Observability to Technology	0.205	4.877
The Availability of Wireless and Mobile Technology Infrastructure	0.166	6.041

Table 2 Coefficient Correlation Matrix

	Co	Age	Edu	TL	UR	RA	Compt	Cmplx	Tri	OB	inf
Co	1.00										
Age	-.552	1.00									
Edu	-.188	.122	1.00								
TL	-.056	.081	-.202	1.00							
UR	.140	.034	.030	-.220	1.00						
RA	.307	.019	.133	.004	-.225	1.00					
Compt	.195	-.090	.016	-.159	-.277	.097	1.00				
Complx	-.182	.003	.048	-.096	.014	-.205	-.360	1.00			
Tri	-.328	.168	-.055	.102	-.218	-.268	-.007	-.360	1.00		
Ob	-.122	.052	-.172	-.645	-.123	-.071	.138	-.062	.112	1.00	
Inf	-.456	-.131	-.119	-.005	-.010	-.682	-.317	.231	-.017	-.020	1.00

Co = Constant, Edu = Education, TL = Technology Literacy, UR = User Resistance, RA = Relative Advantage, Compt = Compatibility, Cmplx = Complexity, Tri = Trialability, Ob = Observability, Inf = Infrastructure

In addition, logistic regression is used to test the research hypotheses in this study. Table 3 shows how effectively the model of logistic regression predicts a relationship between the dependent variable, and the independent variables. The Omnibus tests of model coefficients, shows the chi-square statistics and the significance level. The statistics for the Step, Model and Block are the same since stepwise logistic regression

or blocking is not used. Once comparing the p-value, which was compared to a critical value (0.05), the overall model was statistically significant (Chi square = 133.461, df = 10, p = 0.000). The significance level for chi-square indicates that when testing the null hypothesis of the model that there is no significant difference from M-commerce adoption and the ten independent variables in the model; therefore, the null hypothesis can be rejected.

Hosmer and Lemshow test shown in Table 4 used to measure the overall goodness-of-fit whether the model's estimates fit the data at an acceptable level. Table 4 reveals that the goodness-of-fit is significant since the p-value (0.433) computed from the Chi-square with 8 degrees of freedom is greater than the Hosmer and Lemshow statistic of 0.05. This can be concluded that the logistic regression model for this study is a good fit. Therefore, the requirements for using the Hosmer and Lemshow test are satisfied in this research.

Table 3 Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	133.461	10	.000
	Block	133.461	10	.000
	Model	133.461	10	.000

Table 4 Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	8.002	8	.433

A model summary shown in Table 5 is represented of Cox-Snell R² and Nagelkerke R² known as Pesudo R². Pesudo R² is used to provide the proportion of the variance in the dependent variable explained by the independent variables in the logistic regression model. Table 5 reveals that 0.552 and 0.752 or 55.2% and 75.2% of the variance are Cox and Snell R², and Nagelkerke R² respectively. Nagelkerke R² can be a maximum of one but the Nagelkerke R² in this study is 0.752, which indicates the independent variables can explain the dependent variable and reflect a high relationship between M-commerce adoption and the independent variable.

Table 5 Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	86.930	.552	.752

The Wald Statistic is used to indicate the significance of each coefficient for each independent variable. The Wald Statistic in Table 6 reveals that the predictor variables of user resistance to the technology

(Wald's Chi-square = 8.904, df = 1, p = 0.003), perceived compatibility of the technology (Wald's Chi-square = 6.687, df = 1, p = 0.010), perceived complexity of the technology (Wald's Chi-square = 9.255, df = 1, p = 0.002), perceived trialability of the technology (Wald's Chi-square = 12.201, df = 1, p = 0.000), and perceived obserability of the technology (Wald's Chi-square = 8.848, df = 1, p = 0.003) achieved significance at the 0.05 level, while the predictor variables include technology literacy (Wald's Chi-square = 0.757, df = 1, p = 0.384), age (Wald's Chi-square = .299, df = 1, p = 0.585), level of education (Wald's Chi-square = 1.200, df = 1, p = 0.273), perceived relative advantage of the technology (Wald's Chi-square = 1.658, df = 1, p = 0.198), and the availability of the wireless and mobile technology infrastructure (Wald's Chi-square = 0.734, df = 1, p = 0.392) do not reach the 0.05 significant level.

Hence, the logistic regression equation for predicting the dependent variable from the independent variables is M-commerce Adoption = $-2.809 + (-1.495)$ User resistance to the technology + 1.337 Compatibility of the technology + (-1.517) Complexity of the technology + 2.059 Trialability of the technology + 1.769 Observability of the technology

Table 6 Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	p-value	Exp(B)
Age	-.136	.248	.299	1	.585	.873
Educational Level	-.388	.354	1.200	1	.273	.679
Technology Literacy	-.582	.670	.757	1	.384	.559
User Resistance	-1.495	.501	8.904	1	.003**	.224
Relative Advantage	.961	.747	1.658	1	.198	2.615
Compatibility	1.337	.517	6.687	1	.010*	3.807
Complexity	-1.517	.499	9.255	1	.002**	.219
Trialability	2.059	.589	12.201	1	.000**	7.836
Observability	1.769	.595	8.848	1	.003**	5.863
Available of Wireless and Mobile Technology Infrastructure	-.765	.892	.734	1	.392	.466

According to the values of the exp (B) in Table 6, it shows the change in odds ratios resulting from a unit change in the predictors. General speaking, odds ratios more than 1 correspond to increases in odds of the event. Odds ratios less than 1 correspond to decreases in odds of the event. According to the values of the exp (B) in Table 6, it shows the change in odds ratios resulting from a unit change in the predictors. General speaking, odds ratios more than 1 correspond to increases in odds of the event. Odds ratios less than 1 correspond to decreases in odds of the event. Additionally, odds ratios equal or close to 1 indicate that unit

changes in that independent variable do not correspond with dependent variable. However, the odds ratio can be interpreted for the variables that are statistically significant only. Therefore, the odds ratio, the 95% confidence interval and p-value show that adoption is a significant predictor of three independent variables; user resistance to the technology, compatibility of the technology, complexity of the technology, trialability of the technology, and observability of the technology. User resistance to the technology as a predictor variable has an odds ratio value of 0.224 that is less than 1, implying that one unit increase in user resistance to the technology resulted in the odds ratio value or M-commerce adoption rate being decreased by 0.224. For compatibility of the technology, it has an odds ratio value of 3.807, which is greater than 1, implying that a one unit increase in compatibility of the technology resulted in the odds ratio or M-commerce adoption rate being increase by 3.807. For complexity of the technology, it has an odds ratio value of 0.219, which is less than 1, implying that a one unit increase in complexity of the technology resulted in the odds ratio value or M-commerce adoption rate being decrease by 0.219. For the trialability, it has an odds ratio value of 7.836, which is greater than 1, implying that a one unit increase in trialability resulted in the odds ratio value or M-commerce adoption rate being increased by 7.836. Lastly, for the observability of the technology, it has an odds ratio value of 5.863, which is greater than 1, implying that a one unit increase observability of the technology resulted in the odds ratio value or M-commerce adoption rate being increased by 5.863.

5. Discussion

In order to improve utilization, the prospect adopters need to become more comfortable with the technology by providing them in computer/technology trainings. The approach focuses on making the prospect adopters feel that M-commerce are a familiar and integral part of the work environment rather than just a necessary that must be delegated to other employees.

From a vendor perspective, too, since people are likely to adopt a new technology in this case is M-commerce easily if the technology is not complicated and easy to learn how to use, a new mobile device needs an intuitive user interface, giving users the ability to use most of the device's function without reference to a user manual. Vendors must make every effort to overcome any fear of technology or concerns about complexity that the prospect adopters may express.

Additionally, a new technology must be also consider a compatible of the technology with the current system because it will require less period of time to learn how to use the technology and make it work functionally in their work. The incompatibly also leads to the resistance to adopt the technology. Perhaps the most common reasons for user resistance to technology are that it is not compatible with existing workflows, practices, or even habits, it is difficult to learn how to use the technology, it is unavailable for try out before making decision. Those are already discussed above. Therefore, strategies for breaking the barriers needed to proper develop, and introducing the innovation and focusing on related products those technology vendors can

estimate how its new offering will fit into the existing system. Ultimately, it is possible to overcome usage barriers by making the innovation mandatory through government legislation. This will work effectively if the lawmakers or government can be convinced that customers will benefit from the M-commerce. For example, the government succeeded to convince people using lead-free gasoline replacing the polluting leaded gasoline. Currently, the government is attempting again to convince people using substitute fuel instead.

Therefore, the following recommendations are offered as a result of this study in order to increase the adoption rate of M-commerce use in SME businesses.

1. SMEs should set aside the budget for M-commerce adoption. The budget should be invested in the followings:

a. SMEs or its training department need to help the employees understand how M-commerce relates to their actual activities within the organization.

b. SMEs should invest on internal technology infrastructure such as wireless network communication system, security system, even technician support.

2. Vendors need to focus on making the prospect adopters feel that M-commerce is a familiar and integral part of the work environment rather than just a necessary.

3. Vendors may provide adequate trainings to overcome any fear of technology or concerns about complexity or incompatible that SMEs may express.

4. Vendors should design applications that benefit specific job function especially customer service support since the results show that most SMEs are view as customer service is the most important function of M-commerce.

5. Federal government and mobile service providers should finalize the conclusion on launching the 3G, improving high-speed communication network to play a larger role in M-commerce adoption.

6. Federal government, the Federation of Thai Industries, the Thai Chamber of Commerce and other associations should promote a policy to the use of M-commerce regarding infrastructure, tax promotion, and price that support as enhance the M-commerce adoption.

6. References

- Barczak, G. J., Bello, D. C., & Wallace, E. S. 1993. "The Role of Consumer Shows in New Product Adoption." **The Journal of Product and Brand Management**. 2, 4: 61-74.
- Chau, P.Y.C. 1994. "Selection of Package Software in Small Businesses." **Europa Journal of Information Systems**. 3, 4: 292-302.
- Cheney, P. H. 1983. "Getting the Most Out of Your First Computer System." **American Journal of Small Business**. 7, 4: 50-60.

- Daly, D. J., & Kitchell, S. 1995. "Production Manager Attributes and Computer Use in Small-Sized Canadian Manufacturing Firms." **Journal of Small Business and Entrepreneurship**. 12, 2: 42-59.
- DeLone, W. H. 1981. "Firm Size and the Characteristics of Computer Use." **MIS Quarterly**. 7, 4: 65-77.
- Dewan, N. A., Lorenzi, N. M., & Zheng, S. 2004. "Overcoming Resistance to New Technology." **Behavioral Health Management**. 21, 1: 28-33.
- Dholakia, N., Dholakia, R. R., Lehrer, M. & Kshetri, N. 2004. **Global Heterogeneity in the Emerging M-commerce Landscape**. University of Rhode Island, Kingston. RI: URI Kingston
- Glynn, K., & Koenig, M. E. D. 1995. **Small Business and Information Technology**. Medford, New Jersey: Information Today, Inc.
- Kaminer, N. 1997. "Scholars and the Use of the Internet." **Library & Information Science Research**. 19, 4: 329-345.
- Keen, P. G. 1991. **Shaping the Future: Business Design through Information Technology**. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Montazemi, A. R. 1988. "Factors Affecting Information Satisfaction in the Context of the Small Business Environment." **MIS Quarterly**. 12, 2: 239-256.
- Morris, M. G., & Venkatesh, V. 2000. "Age Differences in Technology Adoption Decisions: Implications for a Changing Work Force." **Personal Psychology**. 53, 2: 375-399.
- Nickell, G., & Seado, P. 1986. "The Impact of Attitudes and Experience on Small Business." **American Journal of Small Business**. 10: 37-48.
- O'Brien, G., & Wilde, W. 1996. "Australian Manager's Perception Attitudes and Use of Information Technology." **Information and Software Technology**. 38: 783-789.
- Palvia, P. C., & Palvia, S. C. 1999. "An Examination of the Satisfaction of Small Business Users." **Information & Management**. 35: 127-137.
- Portal, A. 2003. "Enterprises Slow to Adopt PDAs in 2002." Retrieved September 27, 2003, from <http://e-businessadvisor.com/doc/11895>
- Raymond, L. 1985. "Organizational Characteristics and MIS Success in the Context of Small Business." **MIS Quarterly**. 9, 1: 37-51.
- Rogers, E.M. 1976. "New Product Adoption and Diffusion." **Journal of Consumer Research**, 2: 192-208.
- _____. 1995. *Diffusion of Innovations*. 4th ed. New York: Free Press.
- Seyal, A. H., Rahim, M., & Rahman, N. A. (2000). "An Empirical Investigation of Use of Information Technology Among Small and Medium Business Organizations: A Bruneian scenario." Retrieved October 9, 2004, from <http://66.102.7.104/search?q=cache:pn2SPEUIJHwJ:www.is.cityu.edu.hk/research/ejisd/vol2/v2r7.pdf+seyal,+an+empirical+investigation&hl=en>

Simon, H. 1996. **Hidden Champion**. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

Surry, D. W., & Gustafson, K. L. 1994. "The Role of Perceptions in the Adoption of Computer-Based Learning." Access Eric: Full text. U.S.; California.

Thong, J., & Yap, C. 1995. "CEO Characteristics, Organizational Characteristics and Information Technology Adoption in Small Business." **Omega-International Journal of Management Science**. 23, 4: 429-442.

**การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (ORGANIC PRODUCT)
CONSUMER PERCEPTION OF THE INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATIONS (IMC) TOWARDS PURCHASING DECISION
MAKING OF THE ORGANIC PRODUCT**

กมล ชัยวัฒน์

อาจารย์ประจำ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : kamol.ch@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภคต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการคือ ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดแบบตรง ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อินทรีย์ งานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น และทำการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เฉพาะผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ จำนวน 400 ตัวอย่างจากประชากรใน 50 เขตของกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทั้ง 5 เครื่องมือได้แก่ 1) การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต การแสดงโลโก้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ โบรชัวร์แผ่นพับ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร การใช้ยานพาหนะของบริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์เคลื่อนที่ และการใช้ตัวผลิตภัณฑ์อินทรีย์เป็นสื่อ 2) การประชาสัมพันธ์ ผ่านการแนะนำผลิตภัณฑ์อินทรีย์ใหม่ๆ ข้อมูลการให้บริการ ข้อมูลการขาย ข้อมูลจากบทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร ข้อมูลการจัดสัมมนาและจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และข้อมูลจากคู่มือผลิตภัณฑ์อินทรีย์ 3) การส่งเสริมการขาย 4) การขายโดยพนักงานขาย และ 5) การตลาดแบบตรง ล้วนแต่เป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเรียนรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารสดและสินค้าอินทรีย์ที่ได้รับการประกันจากหน่วยงานต่าง ๆ (เช่น อย. มอก. ฮาลาล) เนื่องจากผลิตภัณฑ์อินทรีย์เหล่านี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพื่อบริโภคเอง อย่างไรก็ตามการส่งเสริมการตลาดผ่านพนักงานศูนย์สาธิตผลิตภัณฑ์อินทรีย์ การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์อินทรีย์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การส่งเสริมการตลาดโดยให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์มีผลทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์บ่อยครั้งขึ้น แต่การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูลจากบทความสัมภาษณ์ของผู้บริหารไม่มีผลต่อการเพิ่มความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภคเลย

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค ผลกระทบอินเทอร์เน็ต การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ABSTRACT

The objective of the research paper is to study the impact of consumer perception towards the integrated marketing communications tools including advertisement, personal selling, sale promotion, public relation, and direct marketing on organic product purchasing decision making. This research paper uses convenience sampling which is a non-probability sampling technique. Four hundred observations having an experience of consuming an organic product are the sample size sampling from the population of 50 districts located in Bangkok.

The result of this study shows that five tools of the integrated marketing communications (IMC) which are as follows: 1) advertising through television, internet, newspaper and magazine, product logo, brochure, and billboards 2) public relations through information of sale and service, information from executive interview, and press conference 3) sales promotion 4) personal selling, and 5) direct marketing have crucial effects on consumer perception and recognition of an organic product. This perception affects consumer behavior on organic product purchasing decision making. That is consumer would concern to purchase an organic product especially fresh food and the organic product received an approval by the intuitions (such as food and drug administration, Thai industrial standard, Halal, etc.) since they purchase an organic product for their own consumption. However, this research finds that using sales at demonstration center, trial product sample, and event marketing have no significant impact on organic product purchasing decision making.

Using sales promotion via trial product sample technique interestingly causes consumer to more frequently buy an organic product. However, public relations via using information form executive interview could not significantly cause consumers to increase their consumption of an organic product.

KEYWORDS : Consumer behavior, Organic product, Integrated marketing communication

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากปัญหาความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อมทางด้านมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียงรบกวน สารอันตราย ขยะมูลฝอย อาหารที่เป็นพิษ และอื่นๆ ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสนใจเพิ่มขึ้น

ดังนั้นการผลิตสินค้าในปัจจุบัน ผู้ผลิตจะเน้นระบบการผลิตที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม รักษาสมดุลของธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ หลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม รวมถึงการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ในการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการผลิตสินค้าที่เราเรียกว่าผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) หมายถึงสินค้าและอาหารอินทรีย์ที่ปลอดจากสารเคมี และการปรุงแต่งโดยสารสังเคราะห์ ตามมาตรฐานเกษตรและมาตรฐานชุมชนในทุกๆ ขั้นตอนการผลิต การแปรรูป และ

การเก็บรักษา โดยประเภทของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) สามารถจำแนกตามประเภทของสินค้า และอาหารตามมาตรฐานชุมชน

ประเทศไทยในฐานะที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก ทั้งที่มีความเหมาะสมและมีศักยภาพที่จะเป็นแหล่งผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ชั้นนำของโลก จากการศึกษาถึงแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของกรมส่งเสริมการส่งออก พบว่าทั้งในและต่างประเทศเริ่มมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเริ่มคำนึงถึงสุขอนามัย ความปลอดภัยและมลภาวะในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จากคุณลักษณะและประเภทสินค้าที่เราเรียกว่าผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) การที่จะทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) มากขึ้นผู้ประกอบการควรนำเครื่องมือทางการตลาดที่เรียกว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มาใช้กับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) โดยเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดแบบตรง จึงเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดสามารถสื่อสารไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรในการณรงค์หรือรักษาสีสิ่งแวดล้อม และกลายเป็นกลยุทธ์ใหม่ที่องค์กรขนาดเล็ก กลาง และขนาดใหญ่ให้ความสำคัญมากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้จะเป็นการศึกษาถึงการรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) โดยผู้วิจัยสนใจกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ที่ผู้ประกอบการสื่อสารไปยังผู้บริโภค และกำหนดให้การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) จะเป็นตัวแปรสำคัญในการพิจารณาและข้อมูลที่ได้สามารถทำให้นักการตลาดปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสม และเพื่อส่งเสริมให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และยังทำให้เกิดการตระหนักถึงกิจกรรมทางการตลาดที่จะส่งเสริมให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีการตื่นตัวต่อการรักษาสีสิ่งแวดล้อมของโลกให้ดีขึ้นต่อไป จากการศึกษาเน้นการผลิตสินค้าอินทรีย์ และการที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์ซึ่งจะส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมของโลกนั่นเอง

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

2.2 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

2.3 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการส่งเสริมการขาย ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

2.4 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

2.5 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการตลาดแบบตรง

ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

3. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)” ในครั้งนี้ ได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระบวนการการสื่อสารการตลาด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนี้ ยังได้รวบรวมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 8 เรื่อง ได้แก่ สุรัฎฐา จารุพันธ์ (2540) ได้ศึกษาเรื่อง “บทบาทของงานการสื่อสารการตลาดครบรูปแบบ (Integrated Marketing Communication) ในการสร้างภาพพจน์รณรงค์เกาหลีของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร” พิมพ์ประภา ตรีณเจริญ (2544) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความรู้และทัศนคติของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยีเว็บ” สิริพร สิริวณิช (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการจูงใจให้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ TA Orange ในเขตกรุงเทพมหานคร” ณัฐริกา บุญวิภาส (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ในปี 2002” วรัญญา เลิศวรสิริกุล (2546) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารในงาน โฆษณาศึกษาเฉพาะกรณีโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่น GD 68 (PANASONIC)” Kevin Lane Keller (1993) ได้ศึกษา “Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity” Mike Reid, Sandra Luxton และ Felix Mavondo (2005) ได้ศึกษาเรื่อง “The Relationship between Integrated Marketing Communication Market Orientation, and Brand Orientation” และ Sreedhar Madhavaram, Vishag Badrinarayanan และ Robert E. McDonald (2005) ได้ศึกษาเรื่อง “Integrated Marketing Communication (IMC) and Brand Equity Strategy as critical components of brand equity strategy: a conceptual framework and research propositions”

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนได้ จำนวนทั้งสิ้น 50 เขต โดยในแต่ละเขตได้ทำการศึกษาวิเวณห้างสรรพสินค้า ห้างดิสเคาน์สโตร์ และแหล่งชุมชนในแต่ละเขต

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) โดยทำการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสุ่มของ Yamane (วิชิต อุ๋อัน: 2548, 307) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยทำการเก็บแบบสอบถามกระจายตามแต่ละเขต จำนวน 50 เขตๆ ละ 8 คน

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นและทำการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามเฉพาะผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่สมัครใจตอบทั้งสิ้น

4.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.2.1 ดำเนินการเก็บข้อมูลตามพื้นที่ศึกษา โดยแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 50 เขต จากนั้นสุ่มตามความสะดวกตามเขตละ 8 ชุด รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุดและทำการสอบถามกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบแบบสอบถาม

4.2.2 เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่กำหนดไว้แล้ว จึงดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุด
- ตรวจสอบคะแนนและลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด
- บันทึกข้อมูลด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดงข้อมูลเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ Pearson, ANOVA, Regression โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%

5. ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.8 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.3 มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.3 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.3 รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.5 และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.3

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

จากการสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนเคยซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ได้แก่สินค้าประเภทอาหารสด เช่น ผักและผลไม้สด สมุนไพรพื้นบ้านสำหรับรับประทาน เนื้อหมู เนื้อไก่ ไก่ คิดเป็นร้อยละ 24.6 โดยปัจจัยทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 54.8 ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 35.8 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และด้านการส่งเสริมการตลาด

คิดเป็นร้อยละ 44.8 ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ไว้เพื่อบริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 92.0 โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ประมาณ 2-3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 44.5 สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์มากที่สุดได้แก่ ห้างสรรพสินค้า (ซูเปอร์มาร์เก็ต) คิดเป็นร้อยละ 39.4 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อได้แก่ การตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 62.8 ส่วนวิธีในการพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ได้แก่ พิจารณาการรับประกันจากหน่วยงานต่าง ๆ (เช่น อย. มอก. ฮาลาล) คิดเป็นร้อยละ 51.8

ส่วนที่ 3 การรับรู้ต่อการสื่อสารการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์อินทรีย์ คือ โดยเฉลี่ยในบางครั้ง โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อโฆษณาของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในบางครั้ง โดยการรับรู้ผ่านการโฆษณาในโทรทัศน์ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รับรู้ผ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร รับรู้ผ่านสื่อตามสถานที่ต่าง ๆ รับรู้ผ่านโบรชัวร์/แผ่นพับ รับรู้ผ่านแผ่นป้ายโฆษณาตามท้องถนน และรับรู้ผ่านการใช้ตัวผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณาในระดับ นาน ๆ ครั้ง ประกอบไปด้วยการรับรู้ผ่านสื่อโฆษณา 2 ประเภท ดังนี้ การรับรู้ในคลื่นวิทยุ และการรับรู้จากการใช้ยานพาหนะของบริษัทผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) เคลื่อนที่

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยในระดับ การรับรู้เป็นบางครั้ง โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ในบางครั้งผ่านเครื่องมือด้านแนะนำผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ใหม่ ๆ จากสื่อโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านข้อมูลของการบริการ เช่น แนะนำสถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลัก การประชาสัมพันธ์ผ่านข้อมูลการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) การประชาสัมพันธ์ผ่านบทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร และการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดสัมมนาเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ในระดับ นาน ๆ ครั้ง จะได้รับข้อมูล ผ่านสื่อ 2 ประเภท ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลของการขาย เช่น ยอดขาย เปลี่ยนแปลงราคาจากสื่อโฆษณา และการรับรู้คู่มือผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ตามลำดับ

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ผ่านพนักงานขายโดยเฉลี่ยในระดับรับรู้ได้ในบางครั้ง โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ผ่านพนักงานขายในระดับบางครั้ง ได้แก่ การรับรู้จากพนักงานขาย การรับรู้จากพนักงานของจัดศูนย์สาธิตการทำงานของสินค้า และการรับรู้จากการให้บริการของพนักงานขาย ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ผ่านเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ในระดับ นาน ๆ ครั้ง จะได้รับข้อมูล มี 2 เครื่องมือ ได้แก่ ข้อมูลจากพนักงานในงานสัมมนา และข้อมูลจากการจัดศูนย์ฝึกอบรมของบริษัทฯ ตามลำดับ

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับได้รับข้อมูลในบางครั้ง โดยแยกพิจารณาตามรายละเอียดดังนี้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากการส่งเสริมการขายบนบรรจุภัณฑ์ และข้อมูลจากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการตลาดแบบตรงของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ โดยเฉลี่ยในระดับ เคยได้รับข้อมูลในบางครั้ง โดยแยกพิจารณาตามรายละเอียดได้แก่ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการตลาดแบบตรงผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการตลาดแบบตรงผ่านการจัดแสดงสินค้า และได้รับข้อมูลจากการจัด โชว์รูม ซึ่งได้รับข้อมูลจากสื่อนี้ นาน ๆ ครั้ง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์สรุปได้ดังนี้

1. การรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณาที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ดังนี้

1.1. การรับรู้ทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

1.2. การรับรู้ทางวิทยุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

1.3. การรับรู้ทางแผ่นป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ตามท้องถนนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

1.4. การรับรู้ทางภาพโฆษณาผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ในอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

1.5. การรับรู้ทางโลโก้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ตามสถานที่ต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

1.6. การรับรู้ทางโบรชัวร์/แผ่นพับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

1.7. การรับรู้ทางภาพโฆษณาผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในหนังสือพิมพ์/นิตยสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

1.8. การรับรู้ทางการใช้ยานพาหนะของบริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

1.9. การรับรู้ผ่านทางการใช้ตัวผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) เป็นสื่อที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์กับวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

2. การรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการขายโดยใช้พนักงานขายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ดังนี้

2.1. การรับรู้จากการใช้พนักงานขายมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

2.2. การรับรู้จากพนักงานของจัดศูนย์สาขาธิการทำงานของสินค้ามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

2.3. การรับรู้จากพนักงานขายในงานสัมมนามีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

2.4. การรับรู้จากการให้บริการของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

2.5. การรับรู้จากการจัดศูนย์ฝึกอบรมของบริษัทฯ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

3. การรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ดังนี้

3.1. การรับรู้จากรายการส่งเสริมการขายบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

3.2. การรับรู้จากการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4. การรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ดังนี้

4.1. การรับรู้จากข้อมูลของผลิตภัณฑ์ เช่น แนะนำผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) ใหม่ ๆ จากสื่อโฆษณามีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4.2. การรับรู้จากข้อมูลของการบริการ เช่น แนะนำสถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลักมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4.3. การรับรู้จากข้อมูลของการขาย เช่น ยอดขายเปลี่ยนแปลงราคาจากสื่อโฆษณา มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4.4. การรับรู้จากบทสัมภาษณ์ผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4.5. การรับรู้จากการจัดสัมมนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อ

โอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4.6. การรับรู้จากการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

4.7. การรับรู้จากคู่มือผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Product) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

5. การรับรู้ต่อเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการตลาดแบบตรงมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ดังนี้

5.1. การรับรู้จากการจัดกิจกรรมพิเศษมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

5.2. การรับรู้จากการจัดแสดงสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

5.3. การรับรู้จากการจัดโชว์รูมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ต่อความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และวิธีในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

6. อภิปรายผล

การวิจัยนี้พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์มีประสบการณ์ การเรียนรู้ในอดีต และมีความต้องการของแต่ละบุคคลในผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ส่งผลทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนในการแสวงหาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ด้วยตนเอง และซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารเคมี และการปรุงแต่งโดยสารสังเคราะห์ ตามมาตรฐานเกษตรและมาตรฐานชุมชนในทุกๆ ขั้นตอนการผลิต การแปรรูป และการเก็บรักษา อินทรีย์ และยังให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้รับการรับประกันจากหน่วยงานต่างๆ (เช่น ออ. มอก. ฮาลาล) ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสุขภาพและความปลอดภัย จึงทำให้แสวงหาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง แต่เนื่องจากกรรมวิธีในการผลิตเริ่มตั้งแต่การคำนึงถึงสภาพแวดล้อม รักษาสมดุลของธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพ หลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม รวมถึงการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ในการผลิต จึงทำให้ผู้บริโภคที่ต้องการอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์ต้องค้นหาหาข้อมูล เพื่อนำมาประเมินทางเลือกในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการก่อนจะทำการตัดสินใจซื้อ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับรองลงมาตามลำดับ และสำหรับการส่งเสริมการตลาดนั้นผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์ให้ความสำคัญน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยทางการตลาดที่กล่าวข้างต้น อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของการส่งเสริมการตลาดที่จะช่วยในเรื่องการสื่อสาร รับรู้ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ นักการตลาดก็ควรให้ความสำคัญกับเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดคือ 1) การโฆษณา ผ่านโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณาตามท้องถนน อินเทอร์เน็ต การแสดงโลโก้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ตามสถานที่ต่างๆ โบรชัวร์แผ่นพับ โฆษณาในหนังสือพิมพ์/นิตยสาร การใช้จ่ายโฆษณาของบริษัทผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์เคลื่อนที่ และการใช้ตัวผลิตภัณฑ์อินทรีย์เป็นสื่อ และ 2) การประชาสัมพันธ์ ผ่านการแนะนำผลิตภัณฑ์อินทรีย์ใหม่ๆ ข้อมูลการให้บริการ ข้อมูลการขาย ข้อมูลจากบทความสัมภาษณ์ผู้บริหาร ข้อมูลการจัดสัมมนาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ข้อมูลการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และข้อมูลจากคู่มือผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้งสองดังกล่าวผ่านสื่อที่ระบุข้างต้นนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภค

นอกจากนั้นการขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดแบบตรงก็มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อินทรีย์เช่นเดียวกัน ดังนั้นนักการตลาดควรให้ความสำคัญในการผสมผสานการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้งห้าที่กล่าวมาข้างต้น เพราะผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ อย่างไรก็ตามนักการตลาดควรพึงตระหนักว่าการขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการตลาดแบบตรงมีสื่อและการดำเนินการบางวิธี คือ ข้อมูลจาก 1) พนักงานศูนย์สาขิตผลิตภัณฑ์อินทรีย์ 2) การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และ 3) การจัดแสดงผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการใช่วิธีการดังกล่าวจึงอาจไม่เหมาะสมต่อการรับรู้การสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์

นักการตลาดยังสามารถใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดโดยให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์บ่อยครั้งขึ้น ถึงแม้ว่าผลการศึกษาอาจไม่ได้บ่งชี้อย่างชัดเจนว่าการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ก็ตาม นอกจากนี้ นักการตลาดพึงตระหนักว่า การประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูลจากบทความสัมภาษณ์ของผู้บริหารไม่มีผลต่อการเพิ่มความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภคเลย

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วไลพร ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม (2528) ที่กล่าวว่า การที่จะเกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องอาศัยการรับรู้ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ การรับรู้มีขอบเขตที่ทำให้เกิดการรับรู้โดยการนำความรู้เข้าสู่สมองด้วยอวัยวะสัมผัส และเก็บรวบรวมจดจำไว้สำหรับเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดมโนภาพและทัศนคติ ดังนั้นการมีสิ่งเร้าที่ดีและมีองค์ประกอบของการรับรู้ที่สมบูรณ์ถูกต้อง จะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีด้วยซึ่งการรับรู้เป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ และกฤษณา ศักดิ์ศรี (2530) กล่าวถึงบทบาทของการรับรู้ที่มีต่อการเรียนรู้ว่า บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ได้ดีและมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการรับรู้และการรับรู้สิ่งเร้าของบุคคล นอกจากนี้จะขึ้นอยู่กับตัวสิ่งเร้าและประสาทสัมผัสของผู้รับแล้ว ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของผู้รู้และพื้นฐานความรู้เดิมที่มีต่อสิ่งที่เรียนด้วย

ผลวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Phillip Kotler (2000) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเกิดพฤติกรรมเมื่อได้รับแรงกระตุ้น (Stimulus) โดยสิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ดังนั้น การทำการตลาดที่ดีจะต้องให้ความสนใจและสร้างสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และสิ่งที่กระตุ้นส่วนที่ 2 ได้แก่ สิ่งกระตุ้นอื่นๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายในองค์กร ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง และ วัฒนธรรม เป็นต้น

นอกจากนั้นผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีของ Phillip Kotler (2003) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ว่า เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพนั้น คือการนำเครื่องมือต่างๆ มากกว่า 1 เครื่องมือมาผสมผสานกันเพื่อติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริโภค โดยการใช้การสื่อสารผ่านเครื่องมือต่างๆ หลากหลายเครื่องมือเนื่องมาจากแต่ละเครื่องมือมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ดังนั้นหากมีการบูรณาการเครื่องมือต่างๆ เพื่อลดข้อเสียและเสริมข้อดีของแต่ละเครื่องมือได้ ก็ย่อมสามารถทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับสุวิมล แม้นจริง (2546) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การติดต่อสื่อสารแบบผสมผสานจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลุ่มผู้รับเป้าหมาย และการกำหนดรูปแบบการผสมผสานโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดให้เข้าได้กับความต้องการและการตอบสนองของผู้รับเป้าหมาย ซึ่งในยุคก่อนนั้นผู้บริหารการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้ ภาพลักษณ์ ความชอบผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นกับตัวผู้บริโภคในเวลาอันรวดเร็ว แต่วิธีการสื่อสารแบบนี้มีข้อจำกัดคือ จะให้ผลดีในช่วงระยะสั้นเท่านั้น นักการตลาดทุกวันนี้จึงนิยมหันมาให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และให้ความสนใจกับการกำหนดกลุ่มผู้รับเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงเป็นกลุ่มเล็กๆ หรือเป็นรายบุคคล รวมทั้งการใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยและสามารถสื่อสารได้สองทาง เพื่อเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกลับมายังบริษัทได้เช่นเดียวกัน

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อื่นที่ซื้อ ซึ่งพฤติกรรมที่ผู้บริโภคได้แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากธรรมชาติของมนุษย์ได้แก่ ธรรมชาติของการเรียนรู้ มี 4 ขั้นตอน คือ 1) ความต้องการ (Want) 2) สิ่งเร้าที่น่าสนใจ (Stimulus) 3) การตอบสนอง (Response) และ 4) การได้รับรางวัล (Reward) ดังนั้น เมื่อนักการตลาดเข้าใจถึงธรรมชาติการเรียนรู้ของผู้บริโภค และนำความรู้ที่นำมาประยุกต์ใช้กับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อให้เข้าใจถึงสิ่งที่จะสามารถสร้างความต้องการของผู้บริโภค โดยการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค เช่น การโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องมือเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัทและผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องใช้พนักงานขาย เพื่ออธิบายหรือสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ หรือแม้แต่การกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้เพื่อทำให้เกิดประสบการณ์ใน

การใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ อันจะนำไปสู่การเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ สุดท้ายได้แก่ การส่งข้อมูลโดยไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อทำให้เกิดการตอบสนองต่อข้อความข่าวสารที่นักการตลาดได้ส่งไปให้กับผู้บริโภคนั้น ๆ เมื่อลูกค้ามีปฏิกิริยาตอบสนองและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแล้ว สิ่งที่จะได้รับได้แก่ผลรางวัลนั้น คือความพึงพอใจที่ได้ซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการนั้นๆ ในที่สุด

ดังนั้นในการพิจารณาถึงรูปแบบของการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริโภค จำเป็นต้องการพิจารณากระบวนการในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้กระบวนการต่างๆ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบของกระบวนการในการติดต่อสื่อสารประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ ผู้ผลิตหรือผู้ขายที่จะสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสารส่งผ่านไปยังเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ ทำให้ผู้รับสารหรือผู้บริโภคเข้าใจในการส่งข้อมูลข่าวสารดังกล่าว และก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ ความชอบ และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนั้นคือการตัดสินใจซื้อ ขณะเดียวกัน ในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีส่วนที่นักการตลาดต้องระมัดระวังได้แก่ สิ่งรบกวนที่จะเกิดในใจ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ครบถ้วน หรือไม่เข้าใจตามที่นักการตลาดต้องการ ซึ่งสิ่งรบกวนได้แก่ ความไม่ชัดเจนของเนื้อหาข่าวสาร ประสพการณ์ที่ไม่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือแม้แต่สิ่งรบกวนที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น เวลา สถานที่ ไม่เอื้ออำนวยต่อการรับข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น วิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดจากสิ่งรบกวน นักการตลาดจึงได้วางแผนเชิงกลยุทธ์ในกระบวนการติดต่อสื่อสาร โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารหลายๆ เครื่องมือที่เรียกว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) เพื่อจัดตั้งรบกวนออกไปจากกระบวนการติดต่อสื่อสาร และทำให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งตรงกับที่ George E. Belch และ Michael A. Belch (2551) ที่กล่าวไว้ว่า ความสำเร็จในการติดต่อสื่อสารจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ลักษณะของข้อมูลข่าวสารการแปรความหมายของข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายกำลังรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งข้อมูลของผู้รับสาร (Receivers) และสื่อกลางที่ใช้ส่งข่าวสารมีผลกระทบต่อความสามารถในการติดต่อสื่อสาร โดยคำ (Words) รูปภาพ (Pictures) เสียง (Sounds) และสี (Color) จะมีความหมายที่แตกต่างกันในกลุ่มเป้าหมายต่างกัน และการรับรู้และการแปลความหมายของแต่ละบุคคลก็แตกต่างกันไป โดยนักการตลาดต้องทำความเข้าใจความหมายของคำ (Words) และสัญลักษณ์ (Symbol) ที่มีอิทธิพลต่อการแปลความหมายของสินค้า/บริการและข่าวสารของลูกค้า

นอกจากนี้ข้อความข้างต้นยังสอดคล้องกับ Philip Kotler (2003) ที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ นักการตลาดต้องเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบพื้นฐานในการสื่อสารซึ่งประกอบด้วย 1) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารได้แก่ผู้ส่งข่าวสารและผู้รับข่าวสาร 2) เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารได้แก่ ข้อความที่ใช้สื่อสารและตัวกลางที่ใช้สื่อสาร 3) หน้าที่ต่าง ๆ ในส่วนงานของการสื่อสารได้แก่ การป้อนข้อมูล การแปรผลข้อมูล การตอบสนองต่อข้อมูลและการส่งผลย้อนกลับ 4) ตัวก่อกวนทำให้ผลการสื่อสารไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และเพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพนักการตลาดจะต้องเข้าใจกระบวนการติดต่อสื่อสารว่าทำหน้าที่อะไร และมีส่วนประกอบอย่างไร ซึ่งองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสารประกอบด้วย 9 อย่าง คือ ผู้ส่ง (Sender) การเข้ารหัส (Encoding) ข่าวสาร (Message) สื่อที่ใช้ (Media) การถอดรหัส (Decoding) ผู้รับ (Receiver) การตอบสนอง (Response) การย้อนกลับ (Feedback) และสิ่งรบกวน (Noise)

ดังนั้นจากผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอินทรีย์ของผู้บริโภค เนื่องจากข้อมูลผ่านสื่อของเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการต่างๆ มีผลต่อการรับรู้ ประสบการณ์ ความต้องการ การแสวงหา และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิต ผู้ขาย หรือนักการตลาดควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงความเหมาะสมในการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดต่างๆ ผสมผสานกันเพื่อการสื่อสารเกิดประสิทธิผล ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ การจดจำ การยอมรับในสินค้าอินทรีย์ และสร้างพฤติกรรมการซื้อสินค้าอินทรีย์ของผู้บริโภคตามที่ผู้ขายต้องการ ส่งผลให้ผู้ขายสามารถผลักดันยอดขายของสินค้าอินทรีย์ให้เพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้การตลาดอินทรีย์ประสบความสำเร็จอีกด้วย

7. รายการอ้างอิง

- กฤษณา ศักดิ์ศรี. 2530. **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: นิยมวิทยา.
- ณัฐวิภา บุญวิภาส. 2546. “ประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดในบริษัทตัวแทนโฆษณาและบริษัทที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ในปี 2002.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์ประภา ตรีนเจริญ. 2544. “ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความรู้และทัศนคติของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้เทคโนโลยีเว็บ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วไลพร ภาภูตานนท์ ณ มหาสารคาม. 2528. **จิตวิทยาพุทธศาสนา**. กรุงเทพมหานคร: เมตตาวิทย์.
- วิชิต อู่อัน และสุดา สุวรรณภิรมย์. 2548. **การวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เซ็นทรัลเอ็กเพรส จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. 2543. **หลักการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. 2546. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สิริพร สิริวนิชย์. 2547. “เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อการจูงใจให้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ TA Orange ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรัฎฐา จารุพันธ์. 2540. “บทบาทของงานการสื่อสารการตลาดครบรูปแบบในการสร้างภาพพจน์รถยนต์เกาหลีของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิมล แม่นจริง. 2546. **การจัดการการตลาด (Marketing Management)**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุวัฒนา วงษ์กระพั่น. 2539. **การสื่อสารการตลาด**. ในเอกสารการสอนชุดวิชา ธุรกิจโฆษณานำหน้าที่ 1-5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์พัฒนา.
- _____. 2541. **การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- _____ . 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- Aaker D. A. 1991. **Managing Brand Equity: Capitalizing on Value of a Brand Name**. New York: Free Press.
- Belch, G. E. and Belch, M. A. 2551. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. แปลโดย กมล ชัยวัฒน์. กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล.
- Hawkins, L. D, Roger, J. B., and Coney, K. A. 2001. **Customer Behavior: Building Marketing Strategy**. 8th ed: The McGraw-Hill Companies Inc.
- Jacoby, J. and Chestnut, R. W. 1978. **Brand loyalty: Measurement and Management**. New York: John Wiley & Son.
- Keller, K. L. 1993. "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity." **Journal of Marketing**. 57: 1-22.
- _____ . 2003. "Brand Synthesis: The Multidimensionality of Brand Knowledge." **Journal of Consumer Research**. 29: 595-600.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. The Millennium Edition. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.
- _____ . 2003. **Marketing Management**. New York: Prentice Hall International.
- Madhavaram, S., Badrinarayanan, V., and McDonald, R. E. 2005. "Integrated Marketing Communication (IMC) and Brand Equity Strategy as critical components of brand equity strategy: a conceptual framework and research propositions." **Journal of Advertising**. 34: 69-80.
- Pelsmacker, P. D., Geuens, M. J., and Van, D. B. 2001. **Marketing Communications**. Philadelphia: Pearson Education.
- Reid, M., Luxton, S., and Mavondo, F. 2005. "The Relationship between Integrated Marketing Communication Market Orientation, and Brand Orientation." **Journal of Advertising**. 34: 11-23.
- Stanley, U. 1985. **Handbook of Sales Promotion**. New York: McGraw-Hill.

**การลดต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้า
ในโซ่อุปทานอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออก
COST REDUCTION FROM INVENTORY AND WAREHOUSE MANAGEMENT
IN EXPORTED FROZEN FOOD SUPPLY CHAIN**

อศม์เดช วานิชชินชัย

อาจารย์ประจำ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

E-mail: assadej_v@yahoo.com

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้าโดยใช้โซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออกเป็นกรณีศึกษา น้ำหนักสินค้าต่อพาเลต (Pallet Density) ถูกวัดและนำมาใช้ในการเลือกสถานที่จัดเก็บสินค้าระหว่างห้องเย็นของบริษัทเองกับห้องเย็นเช่า โดยสามารถเพิ่มน้ำหนักสินค้าต่อพาเลตของสินค้าที่เก็บในห้องเย็นของบริษัทได้ 23.9% จำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลัง (Inventory Day) ถูกใช้เพื่อพิจารณาปริมาณที่เหมาะสมในการจัดเก็บสินค้าคงคลังแต่ละชนิดและสามารถลดจำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังได้ 19.1% การวางแผนการใช้พื้นที่ห้องเย็นสามารถเพิ่มอัตราการใช้พื้นที่ห้องเย็นได้ 4.2% และการวางแผนการทำงานและปรับปรุงวิธีการทำงานของพนักงานห้องเย็นช่วยให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้น 32.6% การปรับปรุงดังกล่าวยังสามารถต่อยอดและขยายผลต่อไปได้โดยอยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารและประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานเป็นสำคัญ

คำสำคัญ : ลดต้นทุน สินค้าคงคลัง คลังสินค้า โซ่อุปทาน อาหารแช่แข็ง

ABSTRACT

This research aims to study the cost reduction in the inventory management and warehouse management by using exported frozen food supply chain as a case study. Pallet density as measured by weight per pallet was measured and applied to select storage locations between the company's warehouse and rented warehouse. Consequently, the pallet density of the inventories stored in company's warehouse increased by 23.9%. Inventory day was employed to determine inventory level of each product and; as a result, the inventory day was reduced 19.1%. Warehouse space utilization was planned and managed until the utilization was improved by 4.2%. Also, improvement in working schedule and method of the warehouse staffs enhanced their efficiency by 32.6%. These improvements can be further developed and extended to other areas on the basis of effective communication and coordination among concerned parties along the supply chain.

KEYWORDS: Cost Reduction, Inventory, Warehouse, Supply Chain, Frozen Food

1. บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออกเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบจากทางการแข่งขันจากสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ค่าแรง และความเชี่ยวชาญในการทำอุตสาหกรรมดังกล่าวมาเป็นเวลานาน และอุตสาหกรรมดังกล่าวจะทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตเมื่อมีการเปิดการค้าเสรีมากขึ้นซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยมีโอกาสในเวทีการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็จะมีภัยคุกคามจากคู่แข่งที่เป็นประเทศที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านต้นทุนแรงงาน เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน มากขึ้นตามไปด้วย

อุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออกของไทยจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของตนเองเพื่อรองรับโอกาสและรับมือกับภัยคุกคามจากการแข่งขันดังกล่าว เนื่องจากอุตสาหกรรมประเภทนี้มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์น้อย และเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานมาก ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง รัฐบาลไทยได้ตั้งหน่วยงานเฉพาะทาง เช่น สถาบันอาหาร ให้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารโดยตรง รวมถึงมีโครงการจากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ฯลฯ เข้ามาช่วยเหลืออุตสาหกรรมนี้อย่างสม่ำเสมอ บริษัทที่ใช้เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนในการปรับปรุงและพัฒนาจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยมีสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นผู้บริหารจัดการและควบคุมโครงการ

2. ความสำคัญของปัญหา

ต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้าเป็นต้นทุนหลักในการจัดการโซ่อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออก เนื่องจาก

- เป็นสินค้าที่มีอายุการเก็บรักษา (Shelflife) สั้น ต้องมีการเก็บรักษาด้วยการแช่แข็งในห่วงโซ่เย็นซึ่งทำให้มีค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษามากกว่าสินค้าทั่วไปที่สามารถจัดเก็บในอุณหภูมิห้องได้
- สินค้าส่วนหนึ่งมีลักษณะเป็นฤดูกาล (Seasonal) เช่น ฤดูกาลในการจับปลา หรือเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตร ฯลฯ ทำให้จำเป็นต้องมีการรับและจัดเก็บวัตถุดิบเป็นจำนวนมากเมื่อถึงฤดูกาลวัตถุดิบเพื่อเป็นสินค้าคงคลังเอาไว้ใช้ในการผลิตและขายตลอดทั้งปี ทำให้มีต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าคงคลังมากกว่าสินค้าทั่วไปทั้งจากการจัดเก็บวัตถุดิบมากเกินไปความต้องการของลูกค้า จากสินค้าไม่เคลื่อนไหวหรือมีอายุการจัดเก็บนาน (Inactive or Aged Stock) จากสินค้าเสื่อมสภาพ ฯลฯ
- จากลักษณะการจัดเก็บสินค้าในห่วงโซ่เย็นที่พนักงานไม่สามารถทำงานในห่วงโซ่เย็นได้เป็นเวลานาน

กองปรับตารางการส่งออกซึ่งมักส่งออกเป็นเที่ยวตามตารางการเดินเรือ (เช่น ต้องรวมสินค้าที่ผลิตในแต่ละวันและจัดเก็บในห้องเย็นเพื่อส่งออกพร้อมกันสัปดาห์ละครั้ง) ทำให้การบริหารจัดการแรงงานของพนักงานห้องเย็นไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษา วิเคราะห์ และลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลัง และต้นทุนในการจัดการคลังสินค้า ในบริษัทกรณีศึกษาซึ่งอยู่ในโซ่อุปทานอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออก

4. บริษัทกรณีศึกษา

บริษัทกรณีศึกษาก่อตั้งเมื่อปี 2533 ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร เป็นผู้ผลิตสัตว์น้ำและผักผลไม้แช่แข็ง เช่น ปลาชนิด ปลาดุก กุ้ง สับปะรด มังคุดแช่แข็ง ฯลฯ โดยเป็นการตามสั่ง (Make to Order) เพื่อการส่งออกเป็นหลัก บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP, HACCP, ISO 9000, HALAL และได้รับรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นด้านการบริหารจัดการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (The Prime Ministry Industry Award for an Outstanding Achievement in Small and Medium Industries Management) หรือ Prime Minister Award ประจำปี 2548 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และอยู่ระหว่างการขอการรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 17025 และ BRC

5. วิธีการวิจัย

5.1 ศึกษาและเก็บข้อมูลที่จำเป็น

ผู้วิจัยร่วมกับคณะทำงานของบริษัทศึกษากระบวนการทางธุรกิจของบริษัท และเก็บข้อมูลที่จำเป็นด้วยหลักการ ISO (Interview, Sampling and Observation) หรือ 3ส (สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง สุ่มตรวจข้อมูล และสังเกตการณ์ในสถานที่ทำงาน) และการจัดการด้วยการข้อมูลจริง (Fact-base Management) (Hosotani, 1992, น.45) ด้วย 3 จริง หรือ 3GEN (Genba = สถานที่จริง, Genbutsu = ชิ้นงานจริง และ Genjitsu = ข้อมูลจริง)

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลและสาเหตุ

จากข้อมูลที่ได้ ประกอบกับการระดมสมอง (Brain Storming) ร่วมกับคณะทำงานของบริษัทด้วยผังแสดงเหตุและผล (Cause and Effect Diagram), 5WIH และ 5Why (Gitlow et al., 2005, น.346) เพื่อให้ได้สาเหตุของปัญหามากที่สุด ผู้วิจัยและคณะทำงานได้คัดเลือกให้เหลือประเด็นหลักดังนี้

จากการที่บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้บริษัทสามารถเก็บสินค้าคงคลังในห้องเย็นของตนเองได้เพียงประมาณครึ่งเดียว และต้องนำสินค้าคงคลังที่เหลืออีกครึ่งหนึ่งไปฝากแช่กับห้องเย็นภายนอก โดยเสียค่าฝากเก็บในอัตรา 0.5 บาท/ก.ก./ครึ่งเดือน โดยคิดค่าฝากเก็บเป็นรอบทุก 15 วัน ระหว่างช่วงวันที่ 1-15 และวันที่ 16-31 ของเดือน ตัวอย่างวิธีการคิดค่าฝากแช่ เช่น

- หากฝากแช่สินค้าระหว่างวันที่ 9-10 ของเดือน ก็จะต้องเสียค่าฝากแช่ในช่วงวันที่ 1-15 ในอัตรา 0.5 บาท/ก.ก. แม้ว่าจะฝากแช่จริงเพียงแค่ 2 วัน

- หากฝากชำระระหว่างวันที่ 13-18 ของเดือน ก็ต้องเสียค่าฝากแช่ 1 บาท/ก.ก. (0.5 บาท/ก.ก. สำหรับวันที่ 13-15 และ 0.5 บาท/ก.ก. สำหรับวันที่ 16-18 แม้ว่าจะฝากแช่จริงเพียงแค่ 6 วัน)
- หากฝากชำระระหว่างวันที่ 1-15 ของเดือนก็จะเสียค่าฝากแช่ 0.5 บาท/ก.ก. ซึ่งจะช่วยให้ค่าฝากแช่ต่อวันต่ำที่สุด เนื่องจากฝากแช่ไว้เต็ม 15 วัน

จากวิธีการฝากแช่ที่ดังกล่าวที่คิดค่าฝากแช่เป็นรอบทุกช่วงวันที่ 1-15 และ 16-31 ของเดือน จะเห็นได้ว่าอัตราค่าฝากแช่จริงจะอยู่ที่ค่าเฉลี่ย 1 บาท/ก.ก./ครึ่งเดือน (ค่าเฉลี่ยกรณีฝากเพียง 1 วัน และฝากเต็มที่ 15 วันต่อรอบ) ไม่ใช่เพียง 0.5 บาท/ก.ก./ครึ่งเดือน ตามที่เข้าใจกันโดยทั่วไป

การวางแผนการผลิตและการจัดเก็บสินค้าระหว่างห้องเย็นของบริษัทเองกับห้องเย็นที่ฝากแช่ หรือการวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้า (Distribution Requirement Planning: DRP) และแผนการส่งมอบสินค้าของบริษัทขึ้นผู้คอนเทนเนอร์ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร การส่งมอบสินค้าของบริษัทในหนึ่งผู้คอนเทนเนอร์ประกอบด้วยสินค้าหลายชนิด ในบางกรณีเมื่อสินค้าชนิดหนึ่งผลิตเสร็จแล้ว และห้องเย็นภายในบริษัทเต็ม บริษัทก็ย้ายสินค้านั้นไปฝากเก็บที่ห้องเย็นภายนอกเพียงไม่กี่วัน (เก็บไม่ถึง 15 วัน หรือในบางกรณีอาจถึงกับข้ามช่วงระหว่างวันที่ 1-15 และ 16-31) แล้วจึงเรียกสินค้ากลับเข้ามาขึ้นตู้ที่บริษัท ทำให้ค่าใช้จ่ายในการฝากเก็บสูงจากการจัดเก็บสินค้าไม่เต็ม 15 วันตามสิทธิ์ที่ควรได้

บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังมากเกินไปจนความจำเป็นทั้งที่ลักษณะการผลิตเป็นการผลิตตามสั่ง (Make to Order) ที่ไม่ควรมียังสินค้าคงคลังมาก (Bowersox et al., 2007, น.125) เหมือนการผลิตเพื่อเก็บสต็อก (Make to Stock) ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการขาดการประสานงานในการวางแผนการจัดซื้อ ผลิต จัดเก็บ และส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพ กอปรกับบริษัทขาดตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าคงคลัง และไม่ทราบว่าตนควรจัดเก็บสินค้าคงคลังในปริมาณเท่าไร ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์จำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลัง (Inventory Day) จากสูตร (ธวิษ และอัคร์เดช, 2553)

$$\text{จำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลัง (Inventory Day)} = \frac{\text{มูลค่าสินค้าคงคลัง (บาท)}}{\text{ยอดขายต่อวัน (บาทต่อวัน)}}$$

โดยเก็บข้อมูลย้อนหลัง 6 เดือนก่อนเริ่มโครงการพบว่าบริษัทมีจำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังเฉลี่ย 30.83 วัน จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์ในรายละเอียดของสินค้าแต่ละรายการ พบว่าสินค้าบางรายการมีจำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลัง สูงผิดปกติมาก ตัวอย่างเช่น ปลาอุกมี จำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังสูงถึง 100 วัน ทั้งที่เป็นสินค้าที่มีการหมุนเวียน และไม่มีลักษณะเป็นฤดูกาลมากนัก เนื่องจากเป็นปลาเลี้ยงที่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป

การวางแผนการรับ การผลิต การจัดเก็บสินค้า และการส่งมอบสินค้าที่ไม่ดี ไม่สอดคล้องกัน การขาดการประสานงานดังที่ได้กล่าวในข้างต้น ประกอบกับวิธีการทำงานที่ไม่เป็นขั้นตอนมาตรฐานของฝ่ายห้องเย็นเอง ทำให้พนักงานห้องเย็นทำงานได้ไม่สม่ำเสมอ มีเวลาว่างมากในบางช่วง และมีงานหนักเกินไปในบางช่วง ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานห้องเย็นที่วัดโดยน้ำหนักสินค้าต่อชั่วโมงที่พนักงานแต่ละคนขนย้ายได้ (ก.ก./คน/ช.ม.) ต่ำ

5.3 การปรับปรุง

จากประเด็นหลักในข้างต้นผู้วิจัยและคณะทำงานได้ร่วมกันทำการปรับปรุง โดยจากการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างข้อจำกัด (Constraint) ในการจัดเก็บสินค้าคงคลังในห้องเย็นของบริษัทที่มีข้อจำกัดคือ ปริมาตรของห้องเย็น (Volume Constraint) และข้อจำกัดในการฝากแช่กับห้องเย็นภายนอกคือน้ำหนักในการฝากแช่ (Weight Constraint) พบว่าบริษัทควรจัดเก็บสินค้าที่มีน้ำหนักต่อพาเลตมาก (หรือความหนาแน่นมาก) ในห้องเย็นของบริษัทให้มากที่สุด และควรฝากแช่สินค้าที่มีน้ำหนักต่อพาเลตน้อย (หรือความหนาแน่นน้อย) กับห้องเย็นภายนอก ตัวอย่างเช่น บริษัทฝากเก็บปลาทรายที่มีน้ำหนัก 560 ก.ก./พาเลต ที่ห้องเย็นภายนอก ทำให้ต้องเสียค่าฝากเก็บ 560 บาท/เดือน (คิดกรณีฝากทั้งเดือน) ในขณะที่เก็บกุ้งฝอยที่มีน้ำหนักเพียง 395 ก.ก./พาเลต ที่ห้องเย็นภายในบริษัท ด้วยพื้นที่ภายในห้องเย็นของบริษัทซึ่งมีจำกัด หากบริษัทย้ายกุ้งฝอยไปฝากเก็บที่ห้องเย็นภายนอก และนำปลาทรายมาเก็บที่ห้องเย็นของบริษัทจะเสียค่าฝากเก็บเพียง 395 บาท/เดือน สามารถลดต้นทุนค่าฝากเก็บได้ 165 บาท/เดือน หรือค่าฝากแช่ลดลง 29.5% ผู้วิจัยจึงให้คณะทำงานของบริษัทเก็บข้อมูลและคำนวณความหนาแน่นต่อพาเลต (Pallet Density) ของสินค้าคงคลังแต่ละชนิด ด้วยสูตร

$$\text{ความหนาแน่นต่อพาเลต (Pallet Density)} = \frac{\text{น้ำหนักสินค้าต่อหนึ่งพาเลต (กิโลกรัม)}}{\text{ปริมาตรมาตรฐานต่อหนึ่งพาเลต (พาเลต)}}$$

และพยายามวางแผนย้ายสินค้าที่มีน้ำหนักสินค้าหรือความหนาแน่นต่อพาเลตสูงเข้ามาจัดเก็บที่ห้องเย็นของบริษัท และย้ายสินค้าที่มีความหนาแน่นต่อพาเลตต่ำไปจัดเก็บยังห้องเย็นภายนอก (ห้องเย็นภายนอกไม่คิดค่าขนย้ายสินค้าจากบริษัท ไปฝากเก็บที่ห้องเย็น และไม่คิดค่าขนย้ายสินค้าจากห้องเย็นกลับไปยังบริษัท ตามข้อตกลงในการฝากแช่ เนื่องจากถือเป็นบริการเสริมพิเศษ) จากการเก็บข้อมูลย้อนหลัง 6 เดือนก่อนการปรับปรุงพบว่า สินค้าที่เก็บในห้องเย็นของบริษัทมีน้ำหนักสินค้าหรือความหนาแน่นต่อพาเลตเฉลี่ย 375.19 ก.ก./พาเลต และค่าเฉลี่ยน้ำหนักสินค้าต่อพาเลต 4 เดือนหลังการปรับปรุงเพิ่มขึ้นเป็น 464.8 ก.ก./พาเลต หรือเพิ่มขึ้น 23.9%

การวางแผนและโยกย้ายสถานที่เก็บสินค้าคงคลัง ดังกล่าวทำร่วมกับการวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้าหรือ DRP (Bowersox et al., 2007, น. 157) โดยใช้วิธีการ Heuristic ตามลำดับของสินค้าที่มีน้ำหนักสินค้าต่อพาเลต สูงเป็นหลัก เพื่อให้ง่ายและพนักงานสามารถปฏิบัติเองได้จริงในทางปฏิบัติ โดยพิจารณาถึงแผนการผลิตและส่งสินค้าขึ้นตู้คอนเทนเนอร์ และความรวดเร็วในการหมุนเวียนสินค้าประกอบ (สินค้าที่หมุนเวียนเร็วหรือมีจำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังต่ำกว่าเก็บในบริษัท ในขณะที่สินค้าที่หมุนเวียนช้าควรฝากแช่กับห้องเย็นภายนอก) เพื่อให้สินค้าคงคลังที่ฝากเก็บที่ห้องเย็นภายนอกเก็บอยู่ในช่วงวันที่ 1-15 และ 16-31 ของเดือนให้มากที่สุด (พยายามใช้เวลาเก็บให้เต็มที่ 15 วันต่อครั้ง)

ผู้วิจัยให้คณะทำงานจัดทำรายงานอายุสินค้าคงคลัง (Aging Report) และส่งให้ฝ่ายขายและการตลาดช่วยระบายสินค้าที่เก็บไว้นานและมีอายุมาก พร้อมทั้งให้ผู้บริหารตัดสินใจจัดการกับสินค้าคงคลังเหล่านั้น (เช่น ขายลดราคา นำไปแปรรูปเป็นสินค้าชนิดอื่น หรือแม้กระทั่งทำลาย หรือ write-off ทิ้ง) โดยชี้ให้เห็นถึงต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงคลังในอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งที่ต้องเสียค่าฝากแช่สูงถึง 1-2 บาท/ก.ก./เดือน เมื่อเทียบกับราคาสินค้าเกษตรบางชนิดซึ่งมีราคาค่อนข้างต่ำเพียงไม่กี่บาทต่อกิโลกรัม

นอกจากนี้บริษัทยังได้จัดการประชุมแบบบูรณาการร่วมระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการโซ่อุปทานของบริษัท ได้แก่ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายขาย และฝ่ายผลิต ทุกวัน (Sales & Operations Planning: S&OP) (Bowersox et al., 2007, น. 263) โดยบริษัทเรียกการประชุมนี้ว่าการประชุม ซื้อ-ขาย-ผลิต (รวมคลังสินค้า) เพื่อสื่อสารข้อมูล ประสานงานและวางแผนงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันเพื่อลดต้นทุนการจัดการสินค้าคงคลัง โดยใช้หลักการจัดลำดับความสำคัญของสินค้าแต่ละชนิดตามหลักการ ABC (หรือ กฎของพारेโต หรือ กฎ 80/20) เข้ามาประกอบการพิจารณาด้วย (อัศม์เดช, 2553)

ตามข้อตกลงกับ Freight Forwarder บริษัทสามารถเรียกตู้คอนเทนเนอร์เข้ามาที่บริษัทล่วงหน้าก่อนวันส่งมอบสินค้าได้ 7 วัน (Free Time) โดยไม่ต้องเสียค่าขนส่งและค่าใช้จ่ายใด ๆ เพิ่ม บริษัทจึงเรียกตู้คอนเทนเนอร์เข้ามาที่บริษัทล่วงหน้า 7 วัน แล้วนำสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วและอยู่ระหว่างรอผลิตสินค้าตัวอื่นให้เต็มตู้คอนเทนเนอร์เข้าไปจัดเก็บในตู้คอนเทนเนอร์เลย แทนการขนย้ายสินค้าไปฝากเก็บที่ห้องเย็นภายนอก เพื่อเพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าภายใน (Space Utilization) (Chase et al., 2007, น.156) ลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บสินค้า และลดความยุ่งยากในการขนย้ายสินค้านี้ระหว่างห้องเย็น

ฝ่ายห้องเย็นปรับปรุงระบบการสื่อสาร และทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยวางแผนการรับการผลิต การจัดเก็บ และการส่งมอบสินค้าให้มีการประสานงานและสอดคล้องกันมากขึ้น จัดให้มีการประชุมก่อนเริ่มงาน หรือ Morning Talk ในแต่ละฝ่ายเพื่อทบทวนผลการทำงานในวันที่ผ่านมาชี้แจงแผนงานของวันนี้ และแจ้งข่าวสารอื่น ๆ ที่จำเป็นทุกเช้าก่อนเริ่มงานเพื่อการปรับปรุงอย่างรวดเร็ว (Quick Action) และต่อเนื่องด้วยวงจร PDCA หรือ Plan-Do-Check-Act (Hosotani, 1992, น.45) พร้อมทั้งวิเคราะห์และปรับปรุงขั้นตอนการทำงานของพนักงานห้องเย็นเอง เพื่อให้พนักงานห้องเย็นทำงานสม่ำเสมอมากขึ้น ไม่หนักรหรือเบากินไปในบางช่วง รวมถึงให้พนักงานห้องเย็นใช้เวลาว่างในการสุ่มนับสินค้าคงคลังตามรอบ (Cycle Counting) เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการจัดเก็บสินค้าในห้องเย็น (Mulcahy et al., 1994, น.12.33) และสามารถหาสินค้าได้รวดเร็วขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานห้องเย็นเพิ่มขึ้นจาก 236.01 ก.ก./คน/ชม. เป็น 312.87 ก.ก./คน/ชม. หรือเพิ่มขึ้น 32.6% ทำให้สามารถลดจำนวนพนักงานห้องเย็นลดลงจาก 20 คน เหลือ 16 คน หรือลดลง 20%

6. ผลการวิจัย

การวัดผลการวิจัยใช้การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานเฉลี่ย 6 เดือนก่อนเริ่มปรับปรุงกับผลการปฏิบัติงานเฉลี่ย 4 เดือนหลังการปรับปรุง พบว่าบริษัทสามารถลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้าได้รวม 2,788,248 บาท/ปี จาก

- การลดค่าใช้จ่ายในการฝากเช่าสินค้ากับห้องเย็นภายนอกได้จาก 325,115 บาท/เดือน เหลือ 173,431 บาท/เดือน หรือลดลง 46.7% คิดเป็นเงิน 1,820,208 บาท/ปี ค่าใช้จ่ายดังกล่าวลดลงจาก
 - สินค้าที่เก็บในห้องเย็นของบริษัทมีน้ำหนักสินค้าหรือความหนาแน่นต่อพาเลตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 375.19 ก.ก./พาเลต เป็น 464.8 ก.ก./พาเลต หรือเพิ่มขึ้น 23.9%
 - การใช้พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าภายในบริษัท รวมการจัดเก็บสินค้าในตู้คอนเทนเนอร์ (Space Utilization) เพิ่มขึ้นจาก 408 พาเลต เป็น 425 พาเลต หรือเพิ่มขึ้น 4.2%

- ปริมาณสินค้าคงคลังที่ลดลงจากจำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังที่ลดลงจาก 30.83 วัน เหลือ 24.97 วัน หรือลดลง 19.1% (ได้ตรวจสอบผลเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมาประกอบด้วย)
- จำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังที่ลดลงจาก 30.83 วัน เหลือ 24.97 วัน หรือลดลง 19.1% ในข้างต้นช่วยลดต้นทุนการจัดเก็บในสินค้าคงคลัง (เช่น ดอกเบี้ยจากเงินลงทุนในสินค้าคงคลัง เงินประกัน และความเสียหายและสูญหายจากการจัดเก็บสินค้าคงคลัง ฯลฯ โดยไม่รวมค่าฝากเช่าสินค้าคงคลัง) ได้ 668,040 บาท/ปี (ต้นทุนสินค้าเฉลี่ย 0.95 ล้านบาทต่อวัน x จำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลังที่ลดลง 5.86 วัน x ต้นทุนการจัดเก็บสินค้าคงคลัง 12% ต่อปี)
- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานห้องเย็นเพิ่มขึ้นจาก 236.01 ก.ก./คน/ชม. เป็น 312.87 ก.ก./คน/ชม. หรือเพิ่มขึ้น 32.6% ทำให้สามารถลดจำนวนพนักงานคลังสินค้าลดลงจาก 20 คน เหลือ 16 คน หรือลดลง 20% ช่วยลดต้นทุนค่าแรงได้ 300,000 บาท/ปี (4 คน x 250 บาทต่อคนต่อวัน x 300 วันต่อปี)

นอกจากนี้คณะทำงานและพนักงานบริษัทยังมีความรู้ และทักษะในการปรับปรุงงานเพิ่มขึ้น บริษัทมีระบบและมาตรฐานในการทำงานพร้อมตัวชี้วัด และมีระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการนำไปสู่การพัฒนาที่ต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

7. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์น้ำหนักสินค้าหรือความหนาแน่นต่อพาเลต (Pallet Density) การวางแผนความต้องการในการกระจายสินค้า (DRP) การลดจำนวนวันในการเก็บสินค้าคงคลัง (Inventory Day) การเพิ่มอัตราการใช้พื้นที่ห้องเย็น (Space Utilization) และการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานห้องเย็น สามารถช่วยลดต้นทุนในการจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารแช่แข็งเพื่อการส่งออกได้ ด้วยระยะเวลาอันจำกัดของโครงการวิจัย แม้ว่าโครงการจะสามารถลดต้นทุนข้างต้นได้ในระดับที่น่าพอใจและมีแนวโน้มของตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 4 เดือนหลังการปรับปรุง แต่ต้นทุนดังกล่าวยังสามารถลดลงได้อีกโดยการนำเทคนิคอื่น ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้เพิ่มเติม เช่น โปรแกรมเชิงเส้นตรง (Linear Programming) ระบบการจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) ฯลฯ โครงการวิจัยในอนาคตจึงอาจมองหาประเด็นอื่นในการปรับปรุงเพิ่มเติม เช่น ความร่วมมือในการวางแผน พยากรณ์ และเติมเต็ม (Collaborative Planning Forecasting and Replenishment : CPFR) ระหว่างบริษัท ลูกค้า และซัพพลายเออร์ การลดความเสียหายในการจัดเก็บสินค้าในห้องเย็น การปรับผังพื้นที่ในการเก็บสินค้าในห้องเย็น ฯลฯ ทั้งนี้การปรับปรุงดังกล่าวควรทำแบบบูรณาการ (Integrated) ร่วมกันระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในบริษัทแล้วค่อยขยายผลไปทำร่วมกับลูกค้าและซัพพลายเออร์จนครอบคลุมทั้งโซ่อุปทานเมื่อบริษัทมีความพร้อมมากขึ้น (Vanichchinchai and Igel, 2009) เพื่อให้เกิดการเสริมประสาน (Synergy) ในการส่งมอบคุณค่าสูงสุดไปยังลูกค้า ทั้งนี้การปรับปรุงต่าง ๆ ควรเน้นที่การสื่อสารและประสานงานระหว่างฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (Communication and Coordination: C&C) (เช่น อาจจัดการประชุม ซัพพลายเออร์-ฝ่ายจัดซื้อ-ฝ่ายผลิต-ฝ่ายขาย-ลูกค้า) ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานที่สำคัญใน

การจัดการโซ่อุปทาน นอกจากนี้เทคนิคและแนวคิดในการปรับปรุงข้างต้นยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมอื่นได้ด้วย

8. กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมผ่าน “โครงการสร้างต้นแบบของการพัฒนาประสิทธิภาพในองค์กรด้วยกระบวนการเพิ่มผลผลิต” โดยมีสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติเป็นผู้บริหารและควบคุมโครงการ หลังจบโครงการบริษัทกรณีศึกษาได้รับคัดเลือกจากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติให้เป็นที่ศึกษาตัวอย่างในการปรับปรุง

9. รายการอ้างอิง

- ธวิษ สุตสาคร และอัมเมศ วานิชชินชัย. 2553. “คุณเก็บสต็อกไว้มากแค่ไหน.” **Industrial Technology Review**. 16, 209: 115-119.
- อัมเมศ วานิชชินชัย. 2553. “รหัสลับพารेटโต้ (The Pareto Code) ตอนที่ 1.” **Productivity World**. 15, 85: 81-86.
- , 2553. “รหัสลับพารेटโต้ (The Pareto Code) ตอนที่ 2.” **Productivity World**. 15, 86: 81-85.
- Bowersox, D.J., Closs, D.J. and Cooper, M.B. 2007. **Supply Chain Logistics Management**. 2nd ed. Singapore. McGraw-Hill.
- Burt, D.N., Dobler, D.W. and Starling S.L. 2004. **World Class Supply Management: The Key to Supply Chain Management**. 7th ed. Singapore. McGraw-Hill.
- Chase, R.B., Jacobs, F.R. and Aquilano, N.J. 2007. **Operations Management: For Competitive Advantage with Global Cases**. 11th ed. Singapore. McGraw-Hill.
- Cohen, S. And Roussel, J. 2005. **Strategic Supply Chain Management: The Five Disciplines for Top Performance**. New York. McGraw-Hill.
- Gitlow, H.S., Oppenheim, A.J., Oppenheim, R. and Levine, D.M. 2005. **Quality Management**. 3rd ed. Singapore. McGraw-Hill.
- Hosotani, K. 1992. **Japanese Quality Concept: An Overview**. New York. Quality Resources.
- Mulcahy, D.E. 1994. **Warehouse and Distribution Operations Handbook**. New York. McGraw-Hill.
- Simchi_Levi, D, Kaminsky, P. and Simchi-Levi, E. 2008. **Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies**. 3rd ed. New York. McGraw-Hill.
- Vanichchinchai, A. and Igel, B., 2009. “Total quality management and supply chain management: Similarities and differences.” **The TQM Journal**. 21, 3: 249-260.

การศึกษาการเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในระดับอุดมศึกษา
 THE STUDY OF ENHANCING POTENTIAL IN LEARNING SUFFICIENCY
 ECONOMY CONCEPT IN HIGHER EDUCATION

จิตศักดิ์ พุฒจรรย์¹ ทิพย์สุดา พุฒจรรย์² จิตติมา เวชพงส์³ รัชนยพร วณิชฤทธา⁴ มรกต บุญศิริชัย⁵

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ naturepaw@gmail.com, ² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ tipsuda_s@hotmail.com

³ อาจารย์ vtitima@yahoo.com, ⁴ อาจารย์พิเศษ iamthanya@hotmail.com

⁵ อาจารย์ morakot.bo@spu.ac.th

^{1,2,3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁴ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

⁵ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และถอดบทเรียนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิตชุมชนและการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและพึ่งพาอาศัยกันในห้องเรียน และใช้รูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริงเป็นแนวทางให้นักศึกษาทำความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถบูรณาการและถ่ายทอดมุมมองสู่สาธารณชนอย่างสร้างสรรค์

การศึกษานี้เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ(Action Research) ศึกษาพื้นที่ชุมชนวังตะกอก ชุมชนเกาะพิทักษ์ และชุมชนพรคาบานารีสอร์ท จังหวัดชุมพร และนักศึกษาจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 30 คน เป็นผู้คิดริเริ่มในการวางแผนงานเพื่อการลงพื้นที่ การจัดเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบสื่อการเรียนรู้แบบเคลื่อนไหว

ผลการศึกษา พบว่า บริบทและการดำรงอยู่ของชุมชนวังตะกอก ชุมชนเกาะพิทักษ์ และชุมชนพรคาบานารีสอร์ท มีการดำเนินชีวิตและกิจกรรมต่างๆ อยู่บนพื้นฐานการรู้จักความต้องการของตนเอง เรียนรู้ที่จะพึ่งพากันภายในชุมชนและลดการพึ่งพาจากสังคมภายนอก โดยมีรูปแบบการเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริงของนักศึกษา ดังนี้

- 1) เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่สนใจเข้าร่วม โครงการ
- 2) อธิบายเป้าหมายในสิ่งที่นักศึกษาต้องปฏิบัติ
- 3) ค้นหาแหล่งเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงที่อยู่ภายนอกห้องเรียน
- 4) นำนักศึกษาลงพื้นที่ และสรุปบทเรียนทุกครั้งที่ลงพื้นที่
- 5) ผลิตสื่อในมุมมองของนักศึกษา
- 6) นำเสนอสื่อที่ผลิตสำเร็จให้กับกลุ่มนักศึกษาและผู้เชี่ยวชาญได้ชมและแสดงความคิดเห็น
- 7) จัดประชุมเพื่อทบทวนตนเองและวางแผนการปรับแก้ไขสื่อ
- 8) การปรับปรุงแก้ไขสื่อให้มีความสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ผู้สอนควรปรับปรุงวิธีการเรียนการสอนด้วยการสร้างกิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้และโอกาสการเรียนรู้ในห้องเรียนแบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอนและผู้เรียน สถาบันอุดมศึกษาควรสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ๆ และการเสริมสร้างวิธีการเรียนรู้ด้วยสื่อใหม่ๆ

คำสำคัญ: แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง

ABSTRACT

This study aimed to capture sufficiency economy knowledge which is adapted to suit the communities' way of life and way to do the business and using the learning by doing theory to guide students to really understand the sufficiency economy concept. Also, students can integrate their knowledge and contribute them to public creatively.

Action Research was used as a methodology for this study. The areas of this study were Wang Ta Kor Community, Koh Pitak Community, and Chumporn Cabana Resort, Chumporn Province. Thirty students from Management Science Faculty, Silpakorn University established a plan to capture and analyze the sufficiency economy concept within their responsive areas and then presented their finding in animated media format.

The results of the study found out that all three study areas, Wang Ta Kor, Koh Pitak, and Chumporn Cabana Resort, had the same ways of life which were knowing what they want and learning how to give and take from each other within the community, in other word, decreasing their dependency from outsiders. The students' learning by doing process was 1) researchers gave the opportunity to all students who were interested in this project, 2) students were explained about the process and things they had to do, 3) researchers searched for the learning sources of sufficiency economy outside the classroom, 4) students were accompanied to all three study areas and summarized their findings every field trip, 5) students created an animated media from their finding, 6) the media was presented to fellow students and specialists to receive feedbacks and suggestions, 7) researchers and students reviewed all feedbacks and suggestions, then improved the findings, and 8) the media were completely improved.

The recommendation from the findings, teachers should improve their teaching method by increasing more activities for enhancing students' learning potential and creating more participatory learning opportunities outside the classroom. Moreover, educational institutes should support a new method and channel of learning which enhancing students' learning.

KEYWORDS : The Sufficient Economy Concept, Learning by Doing

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ได้มีการเผยแพร่มาระยะหนึ่ง เริ่มแรกคนส่วนมากมีความเข้าใจว่าเป็นแนวคิดที่สามารถใช้ได้เฉพาะกลุ่มอาชีพด้านการเกษตรเท่านั้น หากทำความเข้าใจให้ถ่องแท้กลับพบว่า สามารถประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี และรวมถึงได้มีการนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตระดับบุคคล การบริหารและการจัดการกลุ่ม องค์กรและสถาบัน

ส่งผลให้การขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงขยายวงกว้างมากขึ้น แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงจึงกลายเป็นกระแสที่สังคมให้การตอบรับอย่างกว้างขวาง ส่วนหนึ่งได้ผ่านการเรียนการสอนในระบบสถาบันการศึกษา การเรียนรู้ผ่านสื่อมวลชน และศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนต่างๆ โดยกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ได้วางแนวคิด หลักการ และเงื่อนไขเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า “อุดมศึกษายังมีความเข้าใจและการปฏิบัติเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในขั้นเริ่มต้น มีการจัดการเรียนการสอน รูปแบบการบริหารเชิงวิชาการ โดยการจัดตั้งศูนย์ศึกษา การสร้างผู้นำปฏิบัติ ต้นแบบกิจกรรมและโครงการในระดับนิสิตนักศึกษาจำนวนหนึ่ง ทั้งนี้ อุดมศึกษาควรเป็นผู้นำให้เกิดการปฏิบัติได้วิเคราะห์ได้ สร้างความรู้และองค์ความรู้ใหม่ได้ให้เป็นรูปธรรม ทั้งระดับปัจเจกชน ครอบครัว ชุมชน พื้นที่ (เชิงกายภาพ การปกครอง และภูมิสังคม) องค์กร ภาคการผลิต” (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2552:2)

อีกทั้งนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาปัจจุบันให้ความสนใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงแค่หลักการ มีการเรียนรู้และเข้าใจเพื่อใช้ในการสอบวัดผลการเรียน สิ่งที่น่าคิดคือการเกิดความตระหนักและเห็นประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้เนื่องจากความรู้ที่ได้รับและสื่อการเรียนรู้ที่นำเสนอเฉพาะมิติการนำเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนชนบท ซึ่งไกลตัวจากวิถีชีวิตของนักศึกษา ส่งผลให้ปัจจุบันนักศึกษามีพฤติกรรมในเชิงวัตถุนิยมอย่างชัดเจน

ทั้งนี้เพื่อให้กระบวนการสร้างการเรียนรู้ของนักศึกษาและคนในสังคมได้เกิดความเข้าใจในการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติได้จริง ผู้สังคมแห่งการเรียนรู้มากขึ้น ตามแนวคิดของ Dale's Cone of Experiences กล่าวคือ “I see and I forget, I hear and I remember, I do and I Understand” (2552) คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดให้กลุ่มนักศึกษาลงพื้นที่ศึกษาชุมชนและภาคธุรกิจตัวอย่าง เพื่อสร้างความเข้าใจต่อแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่ถูกนำไปใช้จริงในเชิงรูปธรรม นำมาสรุปความรู้และบทเรียนที่ได้รับจัดทำสื่อการเรียนรู้ เป้าหมายเพื่อสามารถถ่ายทอดสู่สังคมให้เกิดประโยชน์และเป็นแบบอย่างที่ดีต่อการทำความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ของคนในสังคมต่อไป

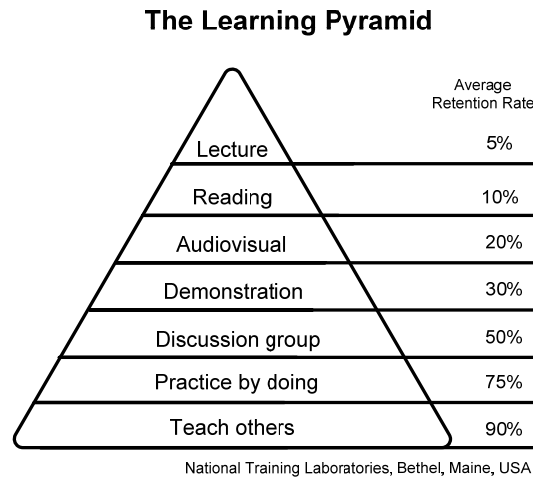
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและถอดบทเรียนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิตชุมชน และการประกอบธุรกิจที่เกื้อกูลและพึ่งพาอาศัยกันในห้องถิ่น
2. เพื่อใช้รูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริงให้เป็นแนวทางแก่นักศึกษาทำความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถบูรณาการและถ่ายทอดมุมมองสู่สาธารณะอย่างสร้างสรรค์

3. แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ยึดตามแนวคิดของ Edgar Dale (2552) เป็นหลักในการออกแบบงานวิจัย ซึ่งได้เสนอกรวยประสบการณ์ (Dale's Cone of Experiences) ไว้เมื่อปี 2489 มีหลักการว่า การเรียนในห้องเรียน (Lecture) สามารถจำได้ 5% การอ่าน (Reading) สามารถจำได้ 10% การฟังและได้เห็น (Audiovisual) สามารถจำได้ 20% การได้เห็นตัวอย่าง (Demonstration) สามารถจำได้ 30% การได้แลกเปลี่ยนพูดคุยกัน (Discussion) สามารถจำได้ 50% การได้ทดลองปฏิบัติเอง (Practice doing) สามารถจำได้ 75% และการได้สอนผู้อื่น (Teaching) สามารถจำได้ 90%

National Training Laboratories (2552) กล่าวว่า การเรียนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียวนั้น ไม่เพียงพอต่อการเรียนรู้ หากแต่การได้ลงมือปฏิบัติและได้ถ่ายทอดสู่ผู้อื่นนั้นจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า น่าจะสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ในแนวคิดนี้ได้มากขึ้นระดับการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อระดับการจำ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรวยประสบการณ์ (Dale's Cone of Experiences)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ ได้แก่ ทฤษฎี Constructionism โดย Jean Piaget (วัฒนาวร กระจับทุกซ์ 2542: 15-16) มีแนวคิดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้ ไม่ใช่เป็นผู้รับอย่างเดียว ความรู้เกิดขึ้นจากการสร้างขึ้นด้วยผู้เรียนเองไม่ใช่เกิดขึ้นจากครูหรือผู้สอน โดยความรู้ที่ได้นั้นจะต้องรวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างความรู้ในตนเอง ประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมภายนอก คือ บุคคลจะเรียนรู้เองจากประสบการณ์ สิ่งแวดล้อมภายนอก แล้วนำข้อมูลเหล่านี้กลับเข้าไปในสมองผสมผสานกับความรู้ภายในที่มีอยู่ แล้วแสดงความรู้ออกมาสู่สิ่งแวดล้อม และทฤษฎี Discovery Learning โดย Bruner (ทิสนา แจมมณี, 2552 : 66) มีแนวคิดต่อเนื่องจากเพียเจต์ โดยเชื่อว่ามนุษย์เลือกที่จะรับรู้สิ่งที่ตนเองสนใจและการเรียนรู้เกิดจากกระบวนการค้นพบด้วยตนเอง (Discovery Learning) เน้นการเรียนรู้ที่เกิดจากการให้ผู้เรียนเป็นผู้ปฏิบัติ และเกิดความคิดรวบยอด เช่น การเรียนรู้โดยการสร้างความคิดรวบยอด (Concept Learning) การเรียนรู้โดยการค้นพบความคิดรวบยอด (Discovery Learning) และการเรียนรู้ในลักษณะที่ให้ผู้เรียนเป็นผู้ทำกิจกรรม

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ(Action Research) โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงผสมผสาน (Mixed Method) ได้แก่ การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ทำการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2552 จนถึงวันที่ 31 มกราคม 2553 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 4 เดือน

กลุ่มเป้าหมาย มี 2 ส่วนดังนี้

1. ผู้นำและประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนวังตะกอกและชุมชนเกาะพิทักษ์ อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร ผู้บริหารและพนักงานชุมชนพรคานาน่า รีสอร์ท อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ที่นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิตชุมชนและการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องและพึ่งพาอาศัยกันในห้องถิ่น

2. นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการชุมชนและสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 30 คน ที่ร่วมกระบวนการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริงเพื่อทำความเข้าใจแนวคิด เศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถบูรณาการและถ่ายทอดมุมมองสู่สาธารณะอย่างสร้างสรรค์

ขั้นตอนการวิจัย

1. วางแผนการวิจัย คณะผู้วิจัยจัดประชุมแบ่งกลุ่มนักศึกษา จำนวน 3 กลุ่ม แยกตามพื้นที่ที่ศึกษา 3 แห่ง ให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มวางแผนการลงพื้นที่ กำหนดประเด็นคำถาม สร้างเครื่องมือ และกำหนดผู้ให้ข้อมูล
2. ดำเนินการตามแผนด้วยการจัดพานักศึกษาเข้าสู่พื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูล ด้วยการสำรวจพื้นที่ และการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ชุมชน จำนวน 3 ครั้ง
3. จัดประชุมสรุปผลการศึกษาหลังจากลงพื้นที่แต่ละครั้ง เพื่อประเมินความชัดเจนและครบถ้วนของ ข้อมูล ก่อนตัดสินใจการในลงพื้นที่ครั้งต่อไป
4. จัดทำสื่อการเรียนรู้ตามความรู้ที่นักศึกษาได้รับจากการลงพื้นที่ นำมาผลิตสื่อการเรียนรู้ที่มีเป้าหมาย ให้เยาวชนทั่วไปได้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อชุมชน และธุรกิจ และความสามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของเยาวชน
5. จัดประชุมครั้งสุดท้าย มีการประชุมรวมทั้งหมด 5 ครั้ง ให้นักศึกษาสรุปบทเรียน ความรู้ ประสบการณ์ แง่คิดและมุมมองที่ได้จากการลงศึกษาในพื้นที่
6. จัดนำเสนอสื่อการเรียนรู้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและนักศึกษากลุ่มอื่นได้ประเมินผล และนำข้อเสนอแนะมา ปรับปรุงสื่อให้สมบูรณ์มากขึ้น
7. คณะผู้วิจัยนำผลจากการประชุมทุกครั้งและผลการประเมินจากการดูสื่อของกลุ่มต่างๆ มารวบรวม และประมวลผลจัดทำรายงานสรุป

การรวบรวมข้อมูล มี 3 แนวทางดังนี้

1. การศึกษาเอกสาร ทำความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการดำเนินงานวิจัย
2. การศึกษาภาคสนาม ด้วยการให้นักศึกษาลงพื้นที่ และทำการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ตามประเด็นที่นักศึกษาให้ความสนใจค้นหาคำตอบอย่างอิสระ ด้วยการจดบันทึกข้อมูล
3. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เป็นการจัดประชุมเพื่อสรุปผลจากการศึกษาภาคสนามและสรุปบทเรียน ประสบการณ์ และความคิดเห็นที่ได้รับจากผลการลงศึกษาภาคสนาม

การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

นำเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล SWOT ANALYSIS มาใช้วิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน และมีการสรุปรวบรวมความคิดเห็นด้วยเทคนิคแผนที่ความคิด (Mind Mapping) และการจดบันทึกสรุป นำมาแยกแยะเนื้อหาสาระเป็นกลุ่มข้อมูล ตามโครงสร้างเนื้อหาที่กำหนดไว้ นำมาพรรณนาความบรรยายสรุปอย่างเป็นระบบเรียงลำดับตาม วัตถุประสงค์ที่กำหนด (Content Analysis)

ผลลัพธ์จากการวิจัยด้วยการผลิตสื่อการเรียนรู้ คณะผู้วิจัยกำหนดให้มีการประเมินผลจากการจัดทำสื่อการเรียนรู้ 2 ขั้นตอน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสื่อการเรียนรู้ให้สมบูรณ์ขึ้น ดังนี้

1. จัดให้นักศึกษากลุ่มหนึ่ง จำนวน 64 คน คู่มือและประเมินคุณภาพของสื่อการเรียนรู้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีการกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักศึกษาหลังจากการดูสื่อเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง กำหนดค่าคะแนนดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5 คะแนน	ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน
เห็นด้วยมาก	4 คะแนน	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน
เฉยๆ	3 คะแนน		

การแปลผลด้วยการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

ช่วงคะแนน	4.21-5.00	มีความเห็นด้วยมากที่สุด
ช่วงคะแนน	3.41-4.20	มีความเห็นด้วยมาก
ช่วงคะแนน	2.61-3.40	มีความเห็น เฉยๆ
ช่วงคะแนน	1.81-2.60	มีความไม่เห็นด้วย
ช่วงคะแนน	1.00-1.80	มีความไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. เชิญผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ จากสถาบันคลังสมองของชาติ มาให้คำแนะนำด้านเนื้อหา การลำดับเรื่องราว การสื่อความ และเทคโนโลยีการผลิตสื่อ เพื่อนำข้อเสนอแนะมาวิเคราะห์ และปรับปรุงแก้ไขอย่างเหมาะสม

5. สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจชุมชนและการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน รวมถึงผู้บริหาร และพนักงานรีสอร์ท ของชุมชนวังตะกอก ชุมชนเกาะพิทักษ์ และชุมชนพรคานานา รีสอร์ท จังหวัดชุมพร สรุปผลการศึกษาการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับวิถีชีวิตชุมชนและการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และพึ่งพาอาศัยกันในท้องถิ่น ดังนี้

การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนวังตะกอก

ชุมชนนี้พัฒนาตนเองจนลดการพึ่งพาจากภายนอกชุมชนได้มาก สมาชิกในชุมชนมีกินมีใช้อย่างเพียงพอกับการดำรงชีวิตของสมาชิกครอบครัว ไม่ได้ใช้ชีวิตด้วยความยากจน แต่เป็นความพอเพียงที่ชุมชนรู้จักตนเอง ทำแผนแม่บทชุมชนเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของตนเองมีจุดอ่อน จุดแข็งเรื่องใด เรื่องใดต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้น หรือ ยังไม่ต้องพัฒนา รวมทั้งการดำรงชีวิตต้องรู้จักใช้จ่ายอย่างรู้เท่าทันความจำเป็นในการใช้จ่าย เช่น การซื้อรถยนต์ ให้เหมาะสมกับความจำเป็นของการทำงานในการเดินทางหรือ ไว้สำหรับขายสินค้า หรือการทำสวนปาล์มที่ไม่ใช้สารเคมี แต่หันมาใช้สารอินทรีย์ ซึ่งทำให้ไม่ต้องซื้อสารเคมีราคาแพง ไม่เกิดสารตกค้างในดิน ไม่มีหินสีน ร่างกายปลอดภัยจากสารเคมี เป็นต้น แง่คิดเพิ่มเติมคือ ดำเนินเศรษฐกิจพอเพียงควรเริ่มจากมองตนเองให้เกิดความกระจ่างและเข้าใจตนเองก่อน แล้วปรับปรุงตนเองตามจุดที่ยังขาด พร้อมกับเสริมจุดแข็งให้ดียิ่งขึ้น

การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนเกาะพิทักษ์

มีผู้นำที่มีบุคลิกภาพโดดเด่น มีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการส่งเสริมการประกอบอาชีพประมงด้วยอุปกรณ์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ชีวิตอิงธรรมชาติด้วยการปลูกพืช ผสมผสานในเกาะ เพื่อให้มีพืชผักบริโภคของชุมชน มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม

ในการจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ชุมชนใส่ใจและตระหนักในทุนทรัพยากรของตนเองมาก วิถีชุมชน วัฒนธรรมชุมชน ทรัพยากรชุมชนจึงยังคงสภาพเดิม เพื่อเป็นจุดแข็งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามา ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มที่เข้าไปเป็นกลุ่มดูงานที่ต้องการศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้านแบบดั้งเดิม และธรรมชาติ ยิ่งตอกย้ำแนวคิดการอนุรักษ์ที่ชุมชนทำอยู่ตลอดเวลา

การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนพรคานา ริสอร์ท

ธุรกิจที่มีการพึ่งพาตนเอง ใช้สิ่งที่ตนมีอยู่ให้เป็นประโยชน์สูงสุด ทั้งพื้นที่ใช้สอย พนักงาน วัตถุดิบ รวมทั้งความรู้ของทุกคนในชุมชนพรคานา ริสอร์ท ลดการพึ่งพาจากภายนอก เช่น การสั่งซื้อวัตถุดิบจากกรุงเทพฯ ซึ่งต้องเสียค่าขนส่งและต้องสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก ทำให้ทางริสอร์ทสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้เป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถลดภาระหนี้สินลงได้อย่างรวดเร็ว จุดแข็งที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนพรคานาอยู่ที่ผู้นำ ผู้นำสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับลูกน้อง มีความมุ่งมั่น คิดจริงทำจริง และยังสามารถแสดงให้เห็นว่าแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนั้นไม่ใช่เฉพาะภาคเกษตรกรรมหรือชาวบ้านเท่านั้น แต่สามารถนำไปใช้ได้กับทุกภาคธุรกิจและภาคส่วนอื่นๆ ได้ หากรู้จักนำมาประยุกต์ใช้จริง

จากการดำเนินการวิจัยนี้ สรุปเป็นขั้นตอนที่ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติจริง ดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย มี 12 ขั้นตอนดังนี้

ก่อนดำเนินการกิจกรรม

1. คณะผู้วิจัยวางแผนการดำเนินการวิจัยและกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาผู้กำหนดรูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง
2. รับสมัครนักศึกษาที่สนใจและทำการแบ่งกลุ่มนักศึกษาเป็น 3 กลุ่ม
3. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยนี้ และความรู้เบื้องต้นการถ่ายภาพยนตร์สารคดี สื่อวีดิทัศน์
4. ให้นักศึกษาค้นคว้าข้อมูลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นต่อแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและบริบทพื้นที่

ระหว่างดำเนินการกิจกรรม

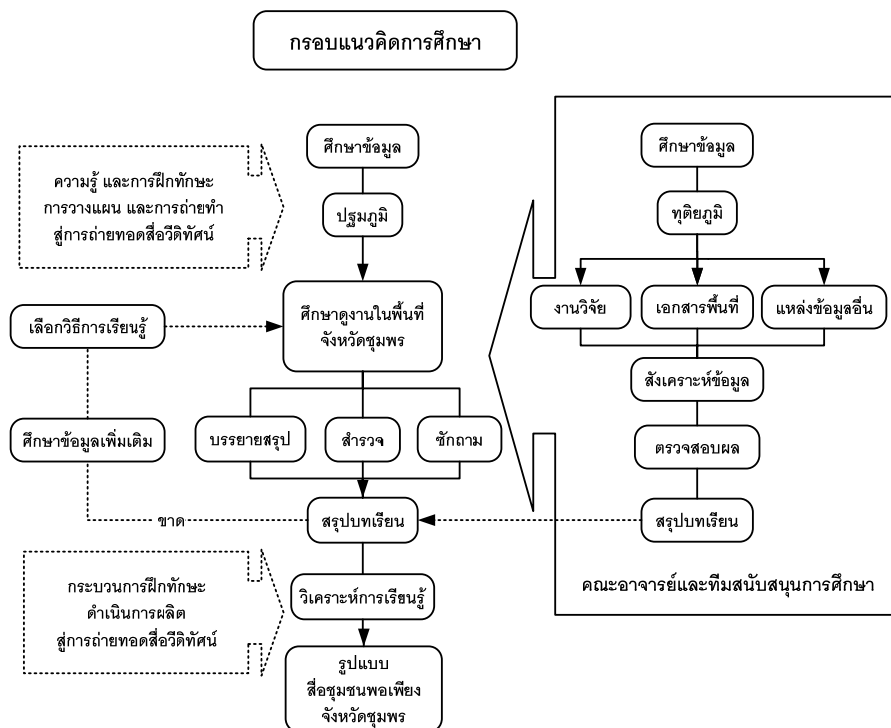
5. ศึกษาดูงานในพื้นที่จริงในจังหวัดชุมพรพร้อมกันทุกกลุ่มและทุกพื้นที่ เพื่อให้เห็นภาพรวมของเครือข่ายการพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยกระบวนการบรรยายสรุป สืบถาม และซักถาม
6. สรุปผลการศึกษาดูงานและร่วมกันถอดบทเรียนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ เพื่อขยายแนวคิดมุมมองให้กว้างขึ้น
7. ให้กลุ่มต่างๆระดมความคิดในการวางแผนการเก็บข้อมูล วางโครงสร้างการสื่อความหมายผ่านสื่อวีดิทัศน์ พร้อมทั้งกำหนดขั้นตอนและการแบ่งงานกันทำ
8. ลงพื้นที่เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูล และเก็บภาพ ถ่ายภาพเคลื่อนไหว ตามโครงสร้างที่วางไว้โดยแยกตามพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง (ชุมชนวังตะกอก ชุมชนเกาะพิทักษ์ และชุมชนพรคานา ริสอร์ท)
9. สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันผ่านการดูสื่อวีดิทัศน์ของแต่ละกลุ่มร่วมกันทั้ง 3 กลุ่ม
10. สรุปบทเรียนจากการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมเรียนรู้ด้วยตนเอง

หลังดำเนินกิจกรรม

11. ประเมินผลเพื่อวัดการเข้าถึง เข้าใจจากการเรียนรู้จากสื่อ ด้วยการให้กลุ่มนักศึกษาและผู้เชี่ยวชาญดูสื่อและแสดงความคิดเห็นต่อสื่อที่ได้นำเสนอทั้ง 3 กลุ่ม

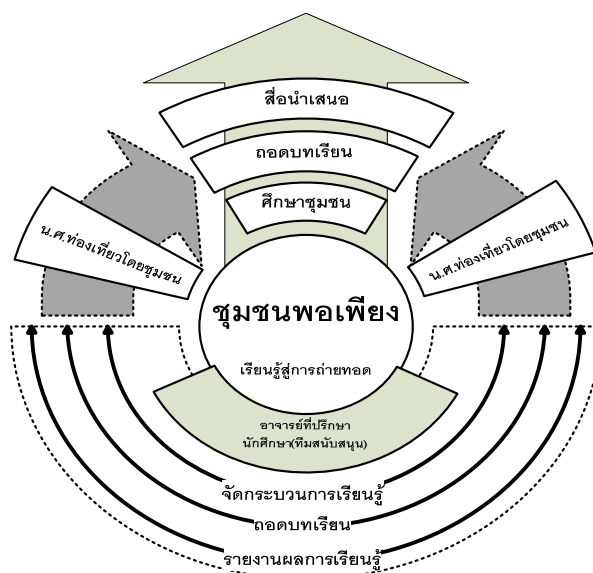
12. คณะผู้วิจัยนำข้อมูลสรุปบทเรียนทั้งหมด นำมาวิเคราะห์ และอภิปรายผลการศึกษา และรวบรวมผลงานสรุปเป็นเอกสาร

จากขั้นตอนที่ 11 ได้นำสื่อการเรียนรู้ให้นักศึกษากลุ่มหนึ่ง จำนวน 64 คน ประเมินคุณภาพสื่อการเรียนรู้ ผลการดำเนินการพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อสื่อของกลุ่มชุมชนวังตะกอกในระดับเห็นด้วยมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 และมีความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นการ์ตูนน่ารัก สนุกเข้าใจง่าย แต่เนื้อหาเยอะ เสียงดังเกินไป ของกลุ่มชุมชนเกาะพิทักษ์ นักศึกษามีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 และมีความคิดเห็นเพิ่มเติม มีเนื้อหาสาระสื่อที่เหมาะสม แอบตลกช่วยสร้างสีสัน ทำให้เราได้คิดทบทวนว่าเราทำอะไรอยู่ และควรทำอย่างไรให้เกิดความพอเพียงในชีวิต บางตอนไม่เหมาะสม เช่น การแสดงอารมณ์ ฟูมฟูม และกลุ่มชุมชนพรกานานารีสอร์ท นักศึกษามีความคิดเห็นต่อสื่อในระดับเฉยๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.21 และมีความคิดเห็นเพิ่มเติม มีความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ แต่สื่อความหมายไม่ค่อยรู้เรื่อง ไม่รู้ว่าสรุปแล้วพยายามสื่อถึงอะไร การดำเนินรายการยังไม่ต่อเนื่องและดึงความเป็นจุดเด่นของกานานารีออกมายังไม่ชัดเจน และผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อคิดเห็นในการพัฒนาการดำเนินเรื่องที่ไม่ต้องซับซ้อน และเข้าใจง่าย ควรพยายามถ่ายทอดมุมมองการนำเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้จริงให้ชัดเจนขึ้น สรุปขั้นตอนดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาสู่การกำหนดรูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง ดังภาพที่ 2 นี้



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิจัยเพื่อพัฒนาสู่การกำหนดรูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง

จากขั้นตอนดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาสู่การกำหนดรูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง คณะผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบการเรียนรู้คิดหลักนักศึกษาเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ในการศึกษาข้อมูล ด้วยการลงพื้นที่ค้นหาคำตอบถึงแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้วยตนเอง หากมีข้อบกพร่องในข้อมูลนักศึกษาสามารถย้อนกลับไปในพื้นที่เพื่อทำการศึกษาพื้นที่อีกครั้ง จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และจัดทำเป็นสื่อชุมชนพอเพียง ซึ่งผลการศึกษาจากการจัดประชุมสรุปบทเรียนพบว่า นักศึกษาได้สะท้อนถึงความพึงพอใจในการเรียนรู้แบบได้ลงพื้นที่ศึกษาด้วยตนเอง และได้ปฏิบัติจริงในการเข้าถึงแหล่งความรู้ด้วยตนเอง นักศึกษามีความเข้าใจในการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตจริงมากขึ้น และเกิดการตระหนักในการนำมาใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง คณะผู้วิจัยจึงสามารถกำหนดรูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง ได้ดังภาพที่ 3 นี้



ภาพที่ 3 รูปแบบการศึกษาเรียนรู้สู่การปฏิบัติจริง

6. อภิปรายผล

พื้นที่ที่ศึกษา สามารถเป็นตัวแบบในการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ได้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล และไม่ได้เป็นเรื่องยากที่หลายชุมชนจะนำแนวคิดนี้ไปลองประยุกต์ใช้ โดยพบหลักการที่สำคัญ ดังนี้

1. ลดการพึ่งพาจากภายนอกชุมชนได้มากขึ้น เน้นการพึ่งตนเอง อะไรที่สามารถผลิตเองได้ แบ่งปันกันได้ จะยังเกิดระบบช่วยเหลือเอื้ออาทรในการแบ่งปัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรและผลประโยชน์ร่วมกัน
2. การดำเนินชีวิตของชาวบ้าน ให้มีวิถีความเป็นอยู่อย่างพอเพียง จะทำให้สมาชิกในชุมชนมีกินมีใช้เพียงพอกับสมาชิกภายในครอบครัว ไม่ต้องดิ้นรนแสวงหาเกินความจำเป็นที่นำไปสู่วังวนของการเป็นหนี้สิน
3. รู้จักใช้จ่ายอย่างรู้เท่าทัน หากมีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างละเอียด จะทำให้รู้ว่าแม้รายจ่ายเล็กน้อยหากมีการจ่ายทุกวันอาจเป็นรายจ่ายที่พุ่มเฟอียได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ทบทวนและต่อยอดการใช้วิถีชีวิตที่พอเพียง

4. ปลุกพืชผสมผสานในพื้นที่ เพื่อการบริโภค การปลูกพืชที่หลากหลาย ทำให้มีอาหารกินแต่ละมื้อที่หลากหลาย พืชอาจช่วยควบคุมวัชพืช ศัตรูพืชตามวงจรชีวิตของธรรมชาติ ช่วยบำรุงดิน ช่วยเกษตรกรประหยัดต้นทุนซื้อยาฆ่าแมลง และปุ๋ยบำรุงดิน

5. ใช้สิ่งที่ตนมีอยู่ให้เป็นประโยชน์สูงสุด การบริหารจัดการทรัพยากรหรือทุนของชุมชนให้มีการใช้การกระจายประโยชน์ร่วม การรักษา หรือการอนุรักษ์อย่างจริงจัง ทำให้มีใช้อย่างเพียงพอ

6. การทำแผนแม่บทชุมชน ควบคุมทิศทางการพัฒนาของชุมชน ในอนาคต แผนแม่บทชุมชนหากยึดหลักความพอเพียงในทุกด้าน ชุมชนจะมีสภาพของการเป็นชุมชนพอเพียงในที่สุด

จากผลการศึกษาพบว่า กลไกสำคัญที่ทำให้ทั้งสามพื้นที่สามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้และเกิดประโยชน์ได้จริง มี 3 ปัจจัยดังนี้

1. ผู้นำชุมชน เป็นผู้ชักนำให้คนในพื้นที่ได้ตระหนักและเห็นความสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ให้สมาชิกในชุมชนมีการกินดี อยู่ดี มีความสุข

2. พื้นที่ทั้งสามแห่งต่างประสบปัญหาภายใน โดยทางออกของปัญหาที่สำคัญคือการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการพัฒนาพื้นที่อย่างจริงจัง ดังเช่น ชุมชนวังตะกอกและชุมชนเกาะพิทักษ์ เพื่อให้ชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเพื่อให้หลุดพ้นจากความยากจน ส่วนชุมพรคานา รีสอร์ท เพื่อให้สามารถผ่านวิกฤตการณ์เป็นหนี้สินจำนวนมาก

3. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเสมือนวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ที่ตรงกับทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้ชาวบ้านตระหนักถึงการใช้ทรัพยากรอย่างพอเพียง เพื่อคนในอนาคต และยังมีการทำประโยชน์คืนสู่ธรรมชาติ

การเรียนรู้ของนักศึกษา ภาพรวมประสบความสำเร็จ ช่วงแรกบุคลิกภาพของนักศึกษาที่เป็นผู้นำกลุ่มศึกษาชุมชนวังตะกอก ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการชุมชน ค่อนข้างมั่นใจในตนเองสูงและคำพูดแสดงถึงการครอบงำความคิดให้ผู้อื่นคล้อยตาม เมื่อผ่านการร่วมกระบวนการเรียนรู้มากขึ้น เพื่อนกล้าพูดมากขึ้น แสดงความคิดเห็นที่แย้งมากขึ้น ทำให้สภาพการณ์ช่วงแรกมีความเครียด แต่เมื่อกระบวนการได้ให้โอกาสนักศึกษาทุกคนพูด จึงทำให้สมาชิกกลุ่มศึกษาชุมชนวังตะกอกเปลี่ยนบทบาทสู่การนำร่วมกัน

นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวโดยพื้นฐานต่างเป็นคนที่กล้าพูด ไม่ค่อยฟังกัน แต่คล้อยตามกันโดยง่าย กลุ่มศึกษาชุมชนเกาะพิทักษ์ช่วงแรกน่าเป็นห่วง เนื่องจากส่วนใหญ่ต่างมีมุมมองของตัวเอง แต่ละคนมีความเป็นผู้นำในตนเอง ทำให้ยอมรับความคิดเห็นร่วมกันยาก แต่แล้วเมื่อนักศึกษาได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันบ่อยครั้งทำให้มีการพัฒนาระบบการทำงานกลุ่มร่วมกันที่ดีขึ้น

นักศึกษากลุ่มศึกษาชุมพรคานา รีสอร์ท ส่วนใหญ่เป็นเด็กมีแนวคิดเชิงศิลปะ ดูเหมือนไม่จริงจังในการทำงาน มักได้ซื้อสรุปประเด็นรวดเร็ว มีความสนุกสนานในการทำงาน เมื่อได้เห็นตัวอย่างจากกลุ่มเพื่อนที่จริงจัง และใส่ใจในรายละเอียดของข้อมูล ทำให้นักศึกษากลุ่มนี้เริ่มปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานเป็นระบบมากขึ้น

โดยสรุปแล้วปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างเข้าใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เนื่องจาก

1. การได้รับโอกาสในการทำงานที่ท้าทายความสามารถ ซึ่งเป็นนิสัยของกลุ่มเยาวชนที่ชอบความเสี่ยงชอบทำกิจกรรม และการได้รับการยอมรับให้ร่วมงานด้วยเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

2. กระบวนการและวิธีการทำงานที่ให้อิสระนักศึกษาคิดเอง ทำเอง ทำจริงในสิ่งที่อยากทำร่วมกัน
เกิดการวางแผนงาน การลองผิดลองถูกในการทำงาน
3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มนักศึกษาและระหว่างกลุ่มนักศึกษา เนื่องจากเป็นการทำงานร่วมกัน
ต่างสาขาวิชา ซึ่งแรกเริ่มแสดงความเป็นตัวตนที่ชัดเจน และนำเสนอศักยภาพของตนเองเพื่อสร้างการยอมรับเมื่อ
ผ่านการจัดประชุมบ่อยครั้งทำให้ความเป็นตัวตนลดลงและสามารถรวมกันเป็นหนึ่งเดียวเพื่อเป้าหมายร่วมกัน ได้
4. พื้นที่ที่เข้าไปศึกษา เป็นพื้นที่ที่นักศึกษาสนใจอยากเข้าไปเรียนรู้ และคนในพื้นที่ต่างให้ข้อมูล และให้
ความร่วมมือ จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักศึกษาสงเกตกับการค้นหาคำตอบในพื้นที่ด้วยตนเอง
5. การประทับใจในผู้วิจัยซึ่งเป็นตัวแบบที่นักศึกษายากเข้ามาใกล้ชิด เนื่องจากอาจารย์มีประสบการณ์
งานวิจัย ทำบริการวิชาการเพื่อชุมชนมากมาย และมีบุคลิกภาพนักรักที่ชัดเจน จึงอยากมาร่วมเรียนรู้กับอาจารย์
คณะผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์และเชื่อว่าความรู้ที่มีอยู่เดิมเป็น
ปัจจัยในการสร้างความรู้ใหม่ได้ ทำให้เห็นว่าการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติ ทำให้นักศึกษานั้นเกิดการเรียนรู้ที่ดี
ขึ้น การเน้นสภาพจริงและการเรียนรู้ที่ร่วมมือกันและไม่แข่งขันกัน ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้ร่วมกันเกิดการพัฒนา
ศักยภาพของตนเองเพิ่มขึ้น และการเรียนรู้ที่นักศึกษาเป็นผู้สร้างความรู้ตามแนวคิดของ Constructionism นั้น
นำมาสนับสนุนการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่นักศึกษาสังสรรค์สาระของตนเอง กล่าวคือ การที่นักศึกษาได้
ลงพื้นที่ศึกษาชุมชนแล้วสรุปสาระของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงตามความเข้าใจของนักศึกษา ผ่านการใช้อุปกรณ์
และการผลิตสื่อในการเรียนรู้ ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ส่วนที่สำคัญคือ คณะผู้ศึกษาต้อง
เอื้ออำนวยให้มีการจัดสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่ผ่อนคลาย ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การพัก อาหารการกิน
จะช่วยเอื้อให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีความสุขอีกด้วย

7. ข้อเสนอแนะ

ต่อผู้สอน ควรมีการปรับปรุงวิธีการเรียนการสอนตามประเด็นที่นักศึกษาให้ความสนใจ หรือสิ่งที่
นักศึกษาควกรเรียนรู้ และควรมีการสอดแทรกกิจกรรมให้มีการปฏิบัติจริงเพื่อเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้ เพิ่มโอกาส
การเรียนรู้โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายร่วมกันและการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมระหว่างผู้สอน
และนักศึกษา

สถาบัน ควรเปิดโอกาสให้มีการเรียนการสอนนอกห้องเรียนมากขึ้น มีการสร้างกระบวนการเรียนรู้
และการแสวงหาความรู้ของนักศึกษาด้วยตัวของนักศึกษาเอง อันนำไปสู่การเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ
และควรสนับสนุนอุปกรณ์ และสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัย

ชุมชน ควรได้รับโอกาสในการได้เรียนรู้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนควบคู่กับการแสวงหาความรู้เท่าทัน
การเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองอย่างพอเพียงได้ท่ามกลางกระแส
การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างรวดเร็ว

ประเทศ ผู้บริหารประเทศที่เกี่ยวข้องกับระบบการศึกษาไทย ควรให้การสนับสนุนการจัดการศึกษาเรียนรู้
แบบประยุกต์ระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ ด้วยการมีนโยบายการศึกษาที่ให้โอกาสในการฝึกทักษะการเรียนรู้
ด้วยตนเอง และปรับบทบาทอาจารย์มหาวิทยาลัยเป็นผู้จัดกระบวนการเรียนรู้แทนการให้ความรู้โดยตรง

8. กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้ศึกษาขอขอบพระคุณสถาบันคลังสมองแห่งชาติที่ได้สนับสนุนงบประมาณสร้างโอกาสในการจัดกิจกรรมให้แก่นักศึกษา เพื่อเพิ่มศักยภาพการเรียนรู้ แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ในระดับอุดมศึกษา ขอขอบพระคุณคุณวิริสร รัชพันธ์ เจ้าของชมพรคาบาน่า รีสอร์ท ผู้ใหญ่อำพล ธานีครุฑ ผู้ใหญ่บ้านชุมชนเกาะพิทักษ์ คณะกรรมการเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนวังตะกอก และผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน

9. รายการอ้างอิง

จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา. 2552. อุดมศึกษาไทยกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. [Online]. สืบค้นเมื่อวันที่ 3

กันยายน 2552. จาก <http://www.sufficiencyeconomy.org>

ทิตินา แคมมณี. 2552. ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัฒนาพร ระงับทุกข์. 2542. แผนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง. กรุงเทพฯ : แอล ที เฟลส.

Edgar Dale. 2009. "Myths and Misconceptions." [Online]. September 3, 2009. Access from

<http://www.learningandteaching.info>.

National Training Laboratories. 2009. "Human capital management e-learning." [Online]. September 3, 2009.

Access from <http://www.perceptsys.com>.

การศึกษาความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาวม้ง บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ จังหวัดพะเยา**A STUDY OF ECONOMIC SECURITY OF HMONG PEOPLE AT
SIBSONGPATTANAMAI VILLAGE, PAYAO PROVINCE****สุภาพร คชรัตน์****สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล****E-mail : lcsrd@mahidol.ac.th****บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความมั่นคงทางเศรษฐกิจของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ ตำบลผาฮ้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มชาวบ้าน และผู้นำหมู่บ้าน จำนวน 50 คน ในระหว่างเดือนมกราคม – พฤษภาคม 2553

ผลการศึกษาพบว่า ชาวม้งในหมู่บ้านนี้ สามารถปรับตัวเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดย

1) ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการทำมาหากินจากการทำการเกษตรเพื่อยังชีพเป็นการเกษตรเพื่อการค้า โดยมีโครงการหลวงเข้ามาส่งเสริมให้ปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น ลิ้นจี่ ฝรั่ง หรือผักเมืองหนาวต่างๆ 2) ปรับเอาวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มาเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับหมู่บ้าน ด้วยการทำเสื้อผ้า เครื่องเงิน เครื่องดนตรีและอาหารกลุ่มชาติพันธุ์ตากแห้ง ส่งไปจำหน่ายยังกลุ่มม้งผ่านเครือข่ายของตนที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ 3) การออกไปทำงานต่างถิ่นเพื่อหารายได้เพิ่มขึ้น 4) การส่งลูกหลานให้เรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อจะได้งานที่ดี มีค่าตอบแทนสูง

เมื่อพิจารณาถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาวม้ง บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ พบว่า ประเด็นเรื่องรายได้ อาจมีใจจุดสำคัญเท่ากับความมั่นคงด้านทรัพย์สินหรือการครองชีพ สิ่งที่ทำให้ชาวบ้านมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ คือ การพึ่งพาตนเอง อย่างไรก็ดี ภาครัฐควรยื่นมือเข้ามาส่งเสริมการสร้างเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจที่มีความยั่งยืน เช่น การให้ความรู้ในเรื่องการเพาะปลูก การทำการเกษตรแบบพอเพียง การจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพปักผ้า และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาวเขา การจัดหาตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนการฝึกอบรมให้ชาวบ้านสามารถขยายธุรกิจการปักผ้าไปยังกลุ่มลูกค้าอื่นได้ด้วยตนเอง อันจะเป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีรายได้ที่เพียงพอและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ชาวม้ง การปรับตัว เครือข่ายทางสังคม

ABSTRACT

The objective of this qualitative research was to study the economic security of Hmong people at Sibsongpattanamai Village in Pa Chang Noi Sub-District, Pong District, Payao Province. The research methods were observation and in-depth interview among 50 Hmong villagers and leaders from January to May 2010.

The study found that Hmong villagers adapted themselves for having economic security by 1) Changing their work pattern to commercial agriculture, planting high yield crops such as lychee, ginger and other cold-weather vegetable crops 2) Modifying elements of Hmong culture in support of their economic security by handcrafting Hmong traditional clothes, silverware, musical instruments and dried local food and exported those goods to Hmong people living abroad via their relatives. 3) Seeking job abroad or big cities for high income. 4) Supporting their children to have higher education for getting good job and high salary.

When considering economic security of Sibsongpattanamai villagers, it was found that high income was not the important point more than security in property and livelihood. Relying on themselves makes villagers to have economic security. However, the responsible Thai government sector should promote sustainability economic security such as giving knowledge about reproduction, doing sufficiency agriculture, setting cooperative system, supporting work group of embroidering clothes and hill-tribe products by providing both domestic and foreign markets including providing training for villagers to prepare their works with broader visions and expand business to other customers in the future which could support them to have sufficient and sustainable income continually.

KEYWORDS : Economic security, Hmong people, Adaptation, Social network

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ม้ง เป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งในทวีปเอเชีย ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน ไม่มีบันทึกแน่ชัดว่าม้งนั้นถือกำเนิดมาจากที่ใด แต่มีตำนานเล่ากันว่า ม้งอาศัยอยู่ในดินแดนที่เขียวสงบ และมีหิมะปกคลุม เมื่อเกิดสงครามก็อพยพถอยร่นลงมาทางใต้ มาอาศัยอยู่ ณ ดินแดนที่เป็นประเทศมองโกเลียในปัจจุบัน

หลังจากที่ม้งอพยพมาจากทางตอนใต้ของจีน ก็ได้แยกออกเป็นสามกลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มที่ 1 อพยพเข้าประเทศเวียดนามที่เมืองหนองเฮด กลุ่มที่ 2 อพยพเข้าประเทศลาวที่เมืองซาเหนือ และกลุ่มที่ 3 อพยพเข้ามาในประเทศลาวและเข้ามาอยู่ที่ประเทศไทยในที่สุด โดยม้งได้อพยพเข้าประเทศไทยสามทางด้วยกัน คือ

1. บริเวณไซบุรี ประเทศลาว เข้าสู่ดอยภูเวเขต อำเภอปัว อำเภอทุ่งช้าง จังหวัดน่าน
2. แขวงเมืองไซ ประเทศลาว หรือแขวงอุดมชัยในปัจจุบัน เข้าสู่ดอยผาหม่น ดอยดำกา อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง อำเภอเชียงคำ ดอยช้าง อำเภอเมือง อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย และต่อมาได้โยกย้ายไปสู่ที่ต่างๆ
3. บริเวณภูคา – นาแห้ว และด่านซ้าย จังหวัดเลย เป็นบริเวณที่ม้งเข้ามาน้อยที่สุด และบางส่วนได้อพยพเข้าไปอยู่ที่เขาค้อ

4. เข้ามาจากสามเหลี่ยมทองคำ ผ่านจังหวัดท่าขี้เหล็กของพม่าขึ้นมาทางคอกอย่างขาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ (เครือข่ายสิ่งแวดล้อมม้ง, 2543)

ชาวม้งในประเทศไทยนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ตามภูเขาสูง ห่างจากระดับน้ำทะเล 3,000-5,000 ฟุต ในระยะแรกอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดพิจิตร โลก เพชรบูรณ์ น่าน แพร่ เชียงราย ตาก และเชียงใหม่ จากนั้นมีการกระจายตัวไปในจังหวัดพะเยา สุโขทัย กำแพงเพชร แม่ฮ่องสอน ลำปาง และจังหวัดเลย (สุจริตลักษณ์ ดีผดุง, 2538) จากการสำรวจพบว่า จำนวนหมู่บ้านที่ม้งอาศัยอยู่อย่างเป็นทางการ มีประมาณ 260 หมู่บ้าน มีจำนวนประชากรประมาณ 160,000 คน (เครือข่ายสิ่งแวดล้อมม้ง, 2543)

หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ เป็นชุมชนชาวม้งที่มีบรรพบุรุษเป็นชาวม้งลาว ตั้งอยู่ที่ หมู่ 7 ตำบลผาซางน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ชาวบ้านส่วนใหญ่ในหมู่บ้านนี้ อพยพมาจาก อำเภอปัว จังหวัดน่าน เข้ามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนในบริเวณหมู่บ้านปัจจุบันเมื่อปี พ.ศ. 2538 โดยพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ราบ ซึ่งได้รับการจัดสรรจากราชการ เมื่อย้ายถิ่นฐานเข้าสู่ที่ตั้งใหม่อันมีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ทำกิน ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจของโลกที่ผันผวน ส่งผลกระทบต่อการค้าขายของผู้คนในสังคม ทำให้ชาวบ้านต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของตน และครอบครัว และรับเอาค่านิยมสังคมเมืองเข้ามาแทนที่มากขึ้น ส่งผลให้การดำเนินชีวิตแบบพึ่งพิงธรรมชาติแบบดั้งเดิมต้องเปลี่ยนแปลงไป

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ชาวม้งที่หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ ตำบลผาซางน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา นี้ มีการปรับตัวซึ่งก่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างไร เพื่อจะได้วางแผนการดำเนินโครงการพัฒนาความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์นี้ต่อไป

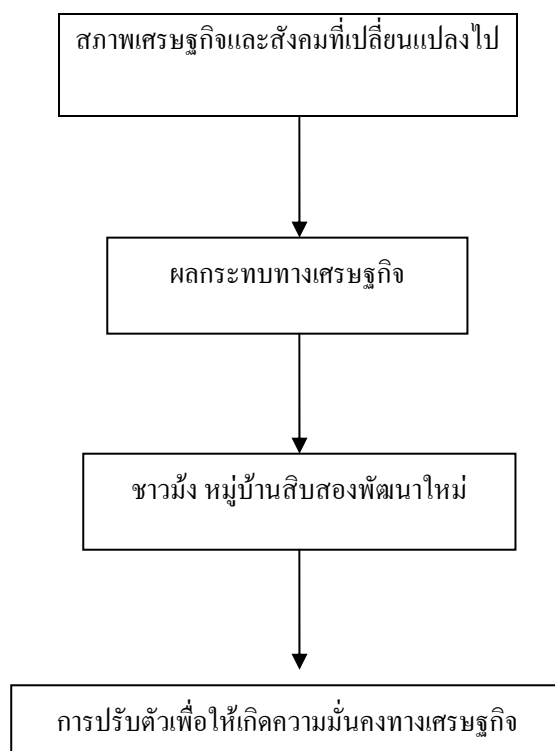
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความมั่นคงทางเศรษฐกิจของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ ตำบลผาซางน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา

3. กรอบแนวคิดในการศึกษา

ความเปลี่ยนแปลงอันเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด เช่น การอพยพย้ายถิ่นที่อยู่อาศัย หรือการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปที่เกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีชีวิตแบบเดิมเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในความเปลี่ยนแปลงนั้นได้

ชาวม้ง หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่นั้น อพยพมาจากพื้นที่เดิมซึ่งเป็นป่าเขาและดำรงชีวิตด้วยวิถีที่เรียบง่ายเมื่อต้องเข้ามาอยู่ในสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัยที่แปลกใหม่ ย่อมเกิดความกดดันที่ทำให้ต้องดิ้นรนประกอบอาชีพเพื่อหาเลี้ยงครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมีข้อจำกัดในเรื่องที่ดินทำกิน ทำให้ชาวบ้านต้องปรับตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจในครัวเรือน ดังกรอบแนวคิดต่อไปนี้



4. ทบทวนวรรณกรรม

Parsons (1960) มองสังคมในฐานะที่เป็น “ระบบสังคม” ซึ่งประกอบด้วยระบบย่อยๆ สังคมเปลี่ยนจากภาวะดั้งเดิมมาสู่ความเจริญโดยผ่านกระบวนการแยกย่อยและการผสมผสาน ทูกระบบสังคมจะทำหน้าที่จำเป็นต่อความอยู่รอดของระบบ คือ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม การไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยผ่านการจัดนำทรัพยากรมาใช้ การผสมผสานกับของส่วนต่างๆ ในระบบซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์และการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของระบบย่อย เพื่อจะบรรลุถึงเป้าหมาย และการคงรักษาไว้ซึ่งแบบแผนที่มีอยู่เดิม

โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ หรือ UNDP ได้กำหนดสาระความมั่นคงของชีวิตมนุษย์ว่าแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคงด้านอาหาร ความมั่นคงด้านสุขภาพ ความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงของบุคคล และความมั่นคงด้านการเมือง โดยความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การมีรายได้ขั้นต่ำอย่างเพียงพอ การไม่ตกงาน การประกอบอาชีพอิสระ และการสร้างเงื่อนไขสภาพการทำงานที่ได้มาตรฐาน (อนุชาติ พวงสำลี และอรทัย อาจอ่ำ, 2539: 70-71)

ร่างพระราชบัญญัติสุขภาพ พ.ศ. ... ได้กล่าวถึงความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ไว้ว่า หมายถึง การที่ประชาชนมีอาชีพที่มั่นคง มีรายได้เพียงพอในการดำรงชีวิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานที่เพียงพอในการพึ่งตนเอง ลดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจน (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2547: 5)

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และคณะ (2536:104-106) ได้สร้างทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในสังคมไทยขึ้น โดยนำเสนอว่า ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เกิดจาก การที่รัฐต้องลงทุนในการพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่างๆ มากมาย ก่อให้เกิดผลกระทบกับหมู่บ้านที่เคยเป็นอยู่แบบง่ายๆ มีเศรษฐกิจแบบยังชีพ กลับมาเป็นหมู่บ้านที่ผลิตเพื่อการค้า การติดต่อระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท

ได้เพิ่มมากขึ้น สังคมเมืองได้พัฒนาไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรรมอย่างเดียว กลายเป็นเจ้าของกิจการที่มีใช้การเกษตร ตลอดจนเป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ เมื่อมีการติดต่อระหว่างสังคมเมืองกับสังคมชนบทมากขึ้นก่อให้เกิดการสะสมทุนทรัพย์ เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจน รูปแบบทรัพย์สินที่สำคัญคือ ที่ดิน ดังนั้นแบบแผนการถือครองที่ดินอาจนำไปสู่การแบ่งชนชั้นทางเศรษฐกิจในหมู่บ้าน นอกจากนี้แล้วสภาพนิเวศวิทยาของหมู่บ้านก็มีผลต่ออัตราการปรับปรุง และพัฒนาอาชีพด้านเกษตรกรรมอีกด้วย

บุญทวงศ์ เจริญผลิตผล (2544) ได้ทำการศึกษาการปรับตัวทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชาวม้ง ภายใต้โครงการพัฒนาของรัฐในพื้นที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่า การอพยพชาวม้งออกจากเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอุ้มผาง อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก มาอยู่ที่เขตอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ก่อให้เกิดการปรับตัวของชาวม้งทางด้านเศรษฐกิจ คือการประกอบอาชีพ มีการเพาะปลูกพืชเพื่อขาย แทนการทำเกษตรแบบยังชีพ มีการรับวัฒนธรรมจากสังคมเมืองเข้าสู่ชุมชน มีผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมที่มีอยู่ มีปัญหาสังคมอย่างปัญหายาเสพติดเกิดขึ้น ทำให้ชาวบ้านต้องเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจากสังคมดั้งเดิมไปสู่สังคมสมัยใหม่ ซึ่งมีผลทั้งในแง่ของการพัฒนาและทำลายวัฒนธรรมของชาวม้งในขณะเดียวกัน

ประเสริฐ ตรีการศุภกร (2542) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพชุมชนชาวเขากับการลงทุนทางวัฒนธรรมเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยศึกษากระบวนการจัดการทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของชุมชนชาวไทยภูเขา 5 เผ่า ได้แก่ เผ่าปกากะญอ (กะเหรี่ยง), ม้ง, เมี่ยน (เย้า), ลาหู่ และลีซู จากการศึกษาทำให้ทราบถึงภาพรวมของข้อมูลพื้นฐานชุมชนที่เข้าร่วมโครงการวิจัยทั้ง 5 ชุมชน ได้แก่ ข้อมูลผู้รู้และองค์ความรู้ชนเผ่าที่เป็นฐานสำคัญในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนและชนเผ่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนทำให้สามารถศึกษาวิจัยแบบเจาะลึกในประเด็นที่คาดหวังว่าจะเป็นทางเลือกและทางออกเชิงเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของชุมชนได้ ซึ่งริเริ่มให้ชุมชนวิจัยเกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างกว้างขวางและมีนักวิจัยของชุมชนที่สามารถจะนำชุมชนให้เกิดการพัฒนางานวิจัยและจัดทำกิจกรรมแก้ไขปัญหาของชุมชนตนเองได้มากขึ้น ตลอดจนได้สะท้อนถึงความร่ำรวยในศักยภาพและทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละชนเผ่าที่สามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชุมชนที่ร่วมวิจัย และได้ให้ข้อเสนอแนะต่อบุคคลหรือหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้นำไปพัฒนาและจัดปรับทัศนะหรือกระบวนการสนับสนุนให้ชุมชนบนพื้นที่สูงได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืนต่อไป

5. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเก็บข้อมูลภาคสนามที่หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ในช่วงเดือนมกราคม – พฤษภาคม พ.ศ. 2553 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามคือ การสัมภาษณ์และการสังเกต โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มชาวบ้าน และผู้นำชุมชน จำนวน 50 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีอุปนัย สรุปและวิเคราะห์จากข้อมูลที่ปรากฏในเรื่องของการประกอบอาชีพ การดำเนินชีวิตและการทำกิจกรรมต่างๆ ของชาวบ้าน

6. ผลการศึกษา

หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 7 ตำบลผาซำน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ก่อตั้งขึ้นใน พ.ศ. 2538 ประกอบไปด้วยบ้านเรือนประมาณ 50 หลังคาเรือน เป็นม้งจ๊วะ (ม้งขาว) มีบรรพบุรุษเป็นชาวม้งที่อาศัยอยู่ในประเทศลาว อพยพเข้ามาในประเทศไทย ผ่านเข้ามายังแถบจังหวัดน่าน เมื่อรัฐบาลไทยเข้าปราบปรามคอมมิวนิสต์ในเขตจังหวัดน่านในช่วงปี พ.ศ. 2508 จึงอพยพกลับไปอยู่ที่ประเทศลาว ต่อมาเมื่อเกิดเหตุการณ์สู้รบระหว่างเวียดนามกับชาวม้งในประเทศลาวในปี พ.ศ. 2518 ชาวม้งกลุ่มนี้ได้ลี้ภัยเข้ามาในประเทศไทยอีกครั้ง รัฐบาลจึงได้ควบคุมให้มาอยู่รวมกันที่ศูนย์ควบคุมผู้อพยพหลบหนีเข้าเมืองบ้านน้ำยาว อำเภอปัว จังหวัดน่าน ซึ่งอยู่ภายใต้การช่วยเหลือของสำนักงานข้าหลวงใหญ่ผู้ลี้ภัยแห่งสหประชาชาติ (UNHCR) ก่อนที่ชาวม้งส่วนหนึ่งจะเดินทางไปยังประเทศที่สาม เช่น สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย และอังกฤษ ในส่วนของชาวม้งที่ไม่ได้เดินทางไปต่างประเทศได้อพยพมาอยู่ที่หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ (ดูภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 สภาพทั่วไปของหมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่

สำหรับที่ดินที่อาศัยอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นที่ที่ไม่มีโฉนด แต่ได้รับการจัดสรรจากทางกรให้เข้ามาอาศัยอยู่ได้ เป็นเพียงพื้นที่สำหรับการพักอาศัย ในส่วนของที่ทำกินจะอยู่ที่อื่นซึ่งห่างไปจากหมู่บ้าน เป็นที่เช่าเพื่อทำไร่ข้าว ไร่ข้าวโพด และสวนลิ้นจี่ บริเวณศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปึงคำ และหมู่บ้านปางคำเหนือ

ชาวม้งที่หมู่บ้านนี้แต่เดิมอิงการทำกรเกษตรเพื่อการยังชีพ ด้วยการทำไร่ข้าว ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และการเลี้ยงสัตว์เป็นหลัก ชาวม้งจะต้องมีไร่เพื่อไว้ใช้ในการทำมาหากิน โดยสมาชิกทุกคนในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นคนหนุ่มหรือคนแก่จะช่วยกันทำไร่ เพื่อจะได้มีข้าวเต็มยุ้งเพียงพอสำหรับการกินตลอดทั้งปี ในส่วนที่เหลือเก็บก็จะนำไปขายซึ่งมีเป็นส่วนน้อย

พื้นที่บริเวณตำบลผาซังน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา นั้นเป็นที่ป่าสงวน ชาวม้งได้รับการอนุโลมให้เข้าไปทำกินในบางพื้นที่โดยไม่รุกรานเข้าไปในเขตป่าสงวน เดิมพื้นที่บริเวณดังกล่าว เป็นพื้นที่จับจองของชาวเย้า (เมี่ยน) เมื่อม้งเข้ามาอยู่ที่หลังจึงมีพื้นที่ทำกินน้อย ต้องอาศัยการเช่าที่ทำกินจากชาวเย้า หรือเจ้าของพื้นที่เดิมอีกต่อหนึ่ง

สำหรับกิจกรรมเกษตรในรอบปีของชาวม้งนั้น ชาวบ้านจะทำไร่ข้าว ข้าวโพด สลับกับการทำสวนลิ้นจี่ ในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคมจะเป็นช่วงที่ลิ้นจี่สุก และชาวบ้านจะไปเก็บเกี่ยวลิ้นจี่ขายให้กับพ่อค้าคนกลางอีกทอดหนึ่ง

ชาวม้ง ถือคติต้อง “ทำมาหากิน” มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ดั้นเข้ามาหุงหาอาหารแล้วก็ไปทำงานที่ไร่ กลับมาในช่วงเย็นค่ำ หากเข้าไปในหมู่บ้านช่วงกลางวัน จะพบว่าหมู่บ้านเงียบสงบมาก ชาวบ้านจะเข้านอนแต่หัวค่ำเพื่อเตรียมตัวตื่นเช้ามาทำงานหนักในวันต่อไป ในช่วงที่ว่างจากงานไร่ ชาวม้งจะออกไปรับจ้างทำไร่ที่ต่างหมู่บ้าน จะไม่อยู่เฉย สำหรับผู้หญิงม้ง เมื่อว่างเว้นจากงานบ้าน ก็จะนั่งปักผ้าเพื่อนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อกระโปรงสำหรับใส่ในช่วงเทศกาล งานปีใหม่ เสื้อผ้าม้งมีลวดลายการปักที่ละเอียดงดงามมาก และใช้เวลาานกว่าจะทำสำเร็จ โดยเฉลี่ยชาวบ้าน 1 คน จะปักผ้าได้ 1-2 ผืนต่อปี

สำหรับผู้ชายชาวม้ง นอกเหนือจากการทำไร่และรับจ้างแล้ว ชาวบ้านบางคนมีความสามารถในการตีเหล็ก-ทำเครื่องเงิน ก็จะใช้เวลาว่างในการประกอบอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้กับครอบครัวอีกต่างหนึ่ง สำหรับทักษะในการทำเครื่องเงินนั้น ชาวม้งที่หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ได้รับการอบรมเมื่อครั้งอยู่ที่ศูนย์อพยพบ้านน้ำยาว จึงสามารถใช้ทักษะนี้ประกอบอาชีพได้

เมื่อบริบททางเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ชาวม้งที่อพยพมาอยู่ในพื้นที่นี้ มีอาการอดตัวด้วยการทำเกษตรกรรมแบบยังชีพเหมือนแต่ก่อนได้ การปลูกข้าวแก่พอกินตลอดปี การปักผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือน การตีเหล็กทำอุปกรณ์ทำมาหากินใช้ในบ้านเรือน หรือการรับจ้างใกล้บ้าน ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นไปตามยุคสมัยได้ ชาวม้งบ้านสิบสองพัฒนาใหม่ จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของครอบครัวดังนี้

1) **ปรับเปลี่ยนรูปแบบของการทำมาหากินจากการทำการเกษตรเพื่อยังชีพเป็นการเกษตรเพื่อการค้า** แต่เดิมนั้น ชาวม้งจะจับจองที่ดินทำกินในการทำไร่ข้าว ไร่ข้าวโพดด้วยการถางป่า แล้วจุดไฟเผาเพื่อใช้เป็นพื้นที่เพาะปลูก ชาวม้งนิยมมีลูกมาก เพราะมองว่าลูกเป็นแรงงานที่จะช่วยในการทำมาหากิน เมื่อมีครอบครัวขนาดใหญ่ก็จะจับจองพื้นที่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากในปี พ.ศ. 2518-2526 รัฐบาลได้ส่งเสริมให้มีการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งมีราคาดี ชาวบ้านจึงนิยมปลูกกันเป็นจำนวนมาก ต่อมาข้าวโพดราคาตก ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ลดลงผนวกกับสภาพพื้นที่ที่มีจำกัด และจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงทำให้การจับจองพื้นที่ด้วยการถางป่าเลิกเช่นในอดีตทำได้ยากขึ้น

เมื่อมูลนิธิโครงการหลวงได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางค่า ขึ้นในเขตหมู่บ้านปางค่า ตำบลผาซังน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ในปีพ.ศ. 2530 เพื่อส่งเสริมอาชีพให้แก่เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น และเพื่อป้องกันปัญหาการบุกรุกทำลายป่า ตลอดจนเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของราษฎรให้ดีขึ้นนั้น ได้มีการร่วมมือกับกรมพัฒนาที่ดินดำเนินการบุกเบิกพื้นที่ด้วยการพัฒนาที่ดินและจัดทำระบบอนุรักษ์ดินและน้ำ จัดสรรพื้นที่ทำกินให้แก่ราษฎรเพื่อยุติการบุกรุกทำลายป่า แล้วทำการส่งเสริมการปลูกไม้ผลเมืองหนาวให้แก่ สาลี พลับ

และอโวกาโต้ พีชไร่ ได้แก่ ถั่วแดงหลวง และขิง เป็นต้น

การเข้ามาของโครงการหลวงจึงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีการทำเกษตรจากเดิม มาเป็นการเกษตรเพื่อสร้างรายได้ที่เป็นเงินทองแก่ชาวบ้าน แต่อย่างไรก็ดี จากการสัมภาษณ์ชาวบ้านพบว่า การดำเนินงานของโครงการหลวงยังไม่เห็นผลชัดเจนนักเนื่องจากขาดการประสานงานในเรื่องการประกันราคา ผลผลิตให้กับชาวบ้าน เมื่อชาวบ้านปลูกพืชชนิดใดชนิดหนึ่งมากเกินไปเกินความต้องการของตลาด ก็จะส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำลงตามกลไกการตลาด ดังบทสัมภาษณ์ของชาวบ้านคนหนึ่งที่ว่า “เดี๋ยวนี้ไม่เหมือนเดิมแล้ว สมัยนี้ไปทำอะไรเลื่อนลอยไม่ได้ รัฐบาลไม่ให้ทำ เขามาบอกให้เราปลูกนั่นปลูกนี่ แต่ไม่ได้ดูแลจริงๆ พอปลูกกันมาก เข้าก็ขายไม่ออก ขาดทุนกันมานานักก่อนัก กะหล่ำปลีนี่ตัวดีเลย เดี่ยวนี้ชาวบ้านไม่ปลูกกันแล้ว”

2) การปรับเอาวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์มาเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับหมู่บ้าน

หมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ มีข้อได้เปรียบกว่าหมู่บ้านอื่นๆ ในละแวกใกล้เคียงคือ มีญาติพี่น้องอยู่ในต่างประเทศ ซึ่งกลุ่มญาติพี่น้องนี้ เป็นเครือข่ายทางสังคมที่ช่วยให้เกิดอาชีพเสริมที่หารายได้ให้แก่ชาวบ้านได้เป็นอย่างดี

ชาวม้งที่อพยพไปอยู่ประเทศที่สาม อย่าง สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย และอังกฤษ นั้น ไปประกอบอาชีพรับจ้าง และมีหลายคนทำงานเก็บเงินจนสามารถเป็นเจ้าของกิจการ เช่น ร้านอาหาร ได้ ชาวม้ง เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความรักพวกพ้องมาก เมื่อย้ายไปอยู่ต่างประเทศแล้วก็ยังคงติดต่อกับญาติพี่น้องที่อยู่ในประเทศไทย หากญาติพี่น้องเจ็บป่วยก็สามารถติดต่อขอความช่วยเหลือทางการเงินจากญาติที่ต่างประเทศ และได้รับการช่วยเหลือทุกครั้ง มากบ้างน้อยบ้างตามแต่กำลังทรัพย์ของญาติพี่น้อง ณ ขณะนั้น ญาติพี่น้องเหล่านี้มีความผูกพันและโหยหาวิถีชีวิตแบบเดิมเมื่อครั้งอาศัยอยู่ในถิ่นนี้ และยังคงรักษาเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไว้อย่างเหนียวแน่น เมื่อถึงวันสำคัญของชาวม้งก็รวมตัวกัน เพื่อจัดงานเฉลิมฉลอง เช่น งานวันปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งในงานปีใหม่นี้ ชาวม้งจะต้องใส่เสื้อผ้า เครื่องประดับม้งเข้าร่วมงาน และดนตรีที่ใช้ในงานจะเป็นเครื่องดนตรีหลักของชาวม้ง ซึ่งก็คือ แคนม้ง

ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่เจริญก้าวหน้า ทำให้ชาวม้งในต่างประเทศสามารถติดต่อสื่อสารกับญาติพี่น้องในประเทศไทยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ เมื่อต้องการเสื้อผ้า เครื่องดนตรีใหม่ๆ หรือแม้แต่อยากลิ้มลองรสชาติอาหารพื้นบ้านม้ง จะใช้วิธีโทรศัพท์มาสั่งให้ญาติพี่น้องส่งไปให้ เมื่อสินค้าไปถึงปลายทาง และจัดจำหน่ายไปยังผู้สั่งซื้อแล้ว จะได้โอนเงินค่าสินค้ากลับมายังประเทศไทย โดยผู้ส่งจะเป็นผู้ออกค่าขนส่งเอง ซึ่งเงินที่โอนมาจะเป็นเงินสกุลต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น

ผ้าปักนำมาตัดเย็บเป็นกระโปรง หรือเสื้อสำเร็จรูป	ขายได้ราคาตัวละ 150 ดอลลาร์สหรัฐ
แคนม้ง	ขายได้ราคาตัวละ 300 ดอลลาร์สหรัฐ
ผักกูดตากแห้ง	ขายได้ในราคาขีดละ 5 ดอลลาร์สหรัฐ
ผักห่วยตากแห้ง	ขายได้ในราคาขีดละ 10 ดอลลาร์สหรัฐ

เครื่องเงิน คิดตามราคาเงินแท่งในท้องตลาดขณะนั้น บวกด้วยค่าแรงของช่าง ซึ่งปัจจุบันเงินมีราคาสูงขึ้น คิดเป็นบาทละ 300 บาท จึงทำให้ไม่มีการสั่งซื้อจากต่างประเทศมากเท่าสมัยก่อน (ดูภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 ชาวบ้านกำลังตีเครื่องเงินเพื่อทำเป็นเครื่องประดับส่งไปให้ญาติที่อยู่ต่างประเทศ

ชาวม้งบ้านสิบสองพัฒนาใหม่ทุกครัวเรือน มีญาติอยู่ในต่างประเทศจึงสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายให้กับเครือญาติและชาวม้งคนอื่นๆได้ โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เสื้อผ้าม้งสำเร็จรูป ซึ่งหญิงชาวม้งสามารถทำได้ทุกคน จึงเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้ให้กับครอบครัว โดยเฉลี่ย 1 ปี หญิงชาวม้งจะสามารถปักผ้าได้ 2-3 ผืน โดยใช้เวลาวางจากการทำไร่มาปักผ้า (ดูภาพที่ 3,4 และ 5)



ภาพที่ 3 หญิงสูงอายุชาวม้งกำลังจดจ่ออยู่กับการเขียนลายผ้าด้วยเทียนเหลว



ภาพที่ 4 ภาพหญิงสาวมั่งนึ่งปักผ้าเป็นสิ่งที่พบเห็นกันทั่วไปในหมู่บ้าน



ภาพที่ 5 หญิงชราชาวมั่งกำลังสาละวนกับการจับจิบผ้ามั่งที่ปักเสร็จแล้ว

สำหรับแค่นั้น ในหมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ มีชาวบ้านที่สามารถทำแค่นั้นได้ 2 ครอบครัว โดยวัตถุดิบที่ใช้ทำแค่นั้นซึ่งก็คือ ไม้หอม นั้น จะต้องสั่งมาจากประเทศลาว (ดูภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 “แคนม้ง” เครื่องดนตรีสำคัญประจำเผ่าม้ง

3) การออกไปทำงานต่างถิ่น

ชาวม้งในหมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่มีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยการออกไปรับจ้างต่างถิ่นมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปทำงานในเมืองใหญ่ หรือกรุงเทพฯ นอกเหนือจากการทำงานเป็นลูกจ้างตามร้านค้า หรือโรงงานต่างๆแล้ว ม้งจากหมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ยังนิยมเข้ามาประกอบอาชีพขายไก่ทอด และน้ำเต้าหู้ ตามเมืองต่างๆอีกด้วย ชาวม้งถือคติในเรื่องความกตัญญู ลูกหลานจะไม่ทอดทิ้งคนเฒ่าคนแก่โดยไม่เลี้ยงดู แม้จะไปทำงานต่างถิ่นแต่ก็ยังส่งเงินกลับมาที่บ้าน โดยสม่ำเสมอ ดังคำกล่าวของผู้เฒ่าชาวม้งคนหนึ่งที่ว่า “ไม่เห็นหน้าไม่เป็นไร ส่งเงินมาให้เป็นใช้ได้” นอกจากนี้ชาวม้งยังนิยมไปทำงานที่ต่างประเทศ ทั้งที่ไปผ่านกรมการจัดหางาน และผ่านบริษัทเอกชน โดยประเทศที่ชาวม้งนิยมไปทำงาน ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ ฟิลิปปิน และประเทศแถบตะวันออกกลาง เป็นต้น การไปทำงานผ่านบริษัทนายหน้าจะเสียค่าธรรมเนียมมากกว่า และเสี่ยงต่อการถูกส่งตัวกลับประเทศในกรณีที่เดินทางไปอย่างผิดกฎหมาย ส่วนของการไปทำงานกับกรมการจัดหางานนั้น แม้จะถูกกฎหมาย แต่มีความเคร่งครัด และมีกฎระเบียบในการสอบก่อนจ้างยุ่งยาก ทำให้มีชาวบ้านน้อยรายที่จะสามารถเดินทางไปทำงานต่างประเทศผ่านกรมการจัดหางาน

4) การส่งลูกหลานให้เรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น

ชาวม้งส่วนใหญ่ในหมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ปัจจุบัน ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ด้วยเล็งเห็นว่า การมีการศึกษาที่สูงขึ้น จะช่วยให้ลูกหลานมีทางเลือกในการประกอบอาชีพในอนาคตมากขึ้น จึงได้ส่งเสริมให้ลูกหลานเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น เมื่อเรียนจบระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนใกล้บ้าน ก็จะนิยมส่งลูกหลานไปเรียนในตัวเมือง อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ซึ่งมีความเจริญกว่า หรือส่งไปเรียนต่อในระดับสูง เช่น ระดับปริญญาตรี ที่กรุงเทพฯ โดยลูกหลานส่วนใหญ่นิยมมาเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง การส่งลูกหลานไปเรียนต่อนี้เอง เป็นเรื่องประจักษ์ว่า พ่อแม่จะมีที่พึ่งพิงในเรื่องเศรษฐกิจเมื่อยามแก่เฒ่า ดังคำกล่าวของชาวบ้านรายหนึ่งที่ว่า “การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ คนมีความรู้จะช่วยเหลือตัวเองได้ ใด้งานที่ดีกว่า”

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ชาวม้งในหมู่บ้านสิบสองพัฒนาใหม่ มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับหนึ่ง เมื่อพิจารณาในแง่ของรายได้พบว่า ชาวบ้านส่วนใหญ่มีช่องทางทำมาหากิน และมีรายได้เพียงพอแก่ความจำเป็น พื้นฐานของตนเอง และครอบครัว ตลอดจนสามารถเข้าถึงปัจจัยสี่ได้ อีกทั้งยังสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปสอดคล้องกับงานวิจัยของว่าที่ ร.ท.บุญทวงศ์ เจริญผลิตผล (2544) ที่ได้ทำการศึกษา กลุ่มม้งภายใต้โครงการพัฒนาของรัฐในพื้นที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ที่พบว่า ชาวม้งต้องปรับตัวทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเมื่ออพยพมาอยู่ในพื้นที่ที่ทางราชการจัดสรรให้ใหม่ ซึ่งแม้ว่าวิถีการดำเนินชีวิต จะเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน แต่ชาวบ้านสิบสองพัฒนาใหม่โดยส่วนใหญ่ก็ไม่มี ภาระหนี้สินที่เกินกำลังมากนัก หนี้สินที่มีส่วนใหญ่เกิดจากการทำไร่ เนื่องจากต้องเสียดินนาปรังดินเป็นจำนวนมาก เพราะไม่สามารถทำไร่ด้วยวิธี “พักที่ดินเดิม ถางที่ดินใหม่” ได้อย่างแต่ก่อนด้วยข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ทำ กินที่ทับซ้อนกับเขตป่าสงวน หนี้สินประการหนึ่งเกิดจากการถูกหลอกไปทำงานต่างประเทศ แล้วถูกส่งตัวกลับ ก่อนจะสามารถทำงานใช้หนี้เงินที่กู้ยืมมาจ่ายค่านายหน้าบริษัทจัดหางานได้

อย่างไรก็ดี ธรรมชาติของชาวม้ง เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ประหยัด อดออม ขยันทำมาหากิน ครองตนอย่าง สมถะ และมีความสามารถในการปรับตัวได้ดี จึงสามารถใช้ชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่ถาโถมเข้า มา นอกจากนี้ ชาวสิบสองพัฒนาใหม่ยังใช้ความได้เปรียบในเรื่องการมีเครือข่ายทางสังคมในต่างประเทศเป็น จุดหนึ่งในการเสริมสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับครอบครัว แต่อย่างไรก็ดี ความได้เปรียบนี้มิได้ก่อให้เกิด หลักประกันรายได้ที่มั่นคงในระยะยาว เนื่องจากรายได้ดังกล่าวจะผันผวนตามความต้องการของตลาด และผัน ผวนตามเศรษฐกิจโลก เมื่อเศรษฐกิจที่ต่างประเทศไม่ดี ส่งผลให้ญาติพี่น้องที่ต่างประเทศมีรายได้ไม่มากเหมือน ก่อน ก็ทำให้ไม่สามารถส่งเงินส่วนหนึ่งมาอุดหนุนเงินเจือจืดในเมืองไทย และสั่งซื้อสินค้าจากหมู่บ้านน้อยลง ส่งผลให้ชาวบ้านต้องกลับมาพึ่งพิงการทำเกษตรกรรมเช่นเดิม ซึ่งการทำเกษตรของชาวบ้านนั้นยังมีปัญหา เรื่องผลผลิตราคาตกต่ำ ขาดการประกันราคาสินค้า ขาดการมองหาตลาดในระยะยาว ตลอดจนขาดการส่งเสริม ให้ชุมชนมีรายได้เลี้ยงตัวเองอย่างยั่งยืน และเป็นรูปธรรม

จะเห็นได้ว่า การพิจารณาความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชาวม้งบ้านสิบสองพัฒนาใหม่นั้น ประเด็นเรื่อง รายได้ อาจมิใช่จุดสำคัญเท่ากับความมั่นคงด้านทรัพย์สินหรือการครองชีพ กล่าวคือ แม้จะมีรายได้ไม่สูงนักเมื่อ เปรียบเทียบกับคนเมือง แต่การครองชีพในชนบทนั้นไม่จำเป็นจะต้องพึ่งพาเงินเสมอไป สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ ก่อให้เกิดความมั่นคงสำหรับชาวม้งสิบสองพัฒนาใหม่ก็คือ “การพึ่งพาตนเอง” ดังที่ชาวบ้านรายหนึ่งได้กล่าวไว้ ว่า “ขอแค่มีบ้านอยู่ จะเล็กแค่ไหนก็ไม่ลำบาก มีข้าวเต็มยุ้ง ก็อยู่ได้แล้ว กับข้าวกับปลาที่หาเอาในไร่น้ำชาธ รม้งน่าจะกินง่ายอยู่ง่าย”

อย่างไรก็ดี หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรยื่นมือเข้ามาส่งเสริมการสร้าง ความมั่นคงทางเศรษฐกิจที่มีความ ยั่งยืน และเข้มแข็งมากขึ้น เช่น การให้ความรู้ในเรื่องการเพาะปลูก การทำการเกษตรแบบพอเพียง การจัดตั้งระบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพปศุสัตว์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชาวเขา การจัดหาตลาดทั้งภายในและภายนอก ประเทศ ตลอดจนการฝึกอบรมให้ชาวบ้านสามารถขยายธุรกิจการปศุสัตว์ไปยังกลุ่มลูกค้าอื่นได้ด้วยตัวเอง อันจะ เป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีรายได้ที่เพียงพอและยั่งยืนต่อไป

8. รายการอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2547. “รายงานสถานการณ์ทางสังคม ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 เมษายน-มิถุนายน 2547.” เข้าถึงเมื่อ 17 ก.ค. 2553 จาก http://www.m-society.go.th/document/edoc/edoc_697.pdf
- เครือข่ายสิ่งแวดล้อมมั่ง และคณะ. 2543. **องค์ความรู้ท้องถิ่นชนเผ่ามั่ง**. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม. บุญทวงศ์ เจริญผลิตผล. 2544. “การศึกษาการปรับตัวทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชาวมั่ง ภายใต้โครงการพัฒนาของรัฐในพื้นที่อำเภอพบพระ จังหวัดตาก.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาชนบทศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเสริฐ ตรีการศุกร. 2542. “การพัฒนาศักยภาพชุมชนชาวเขากับการลงทุนทางวัฒนธรรมเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม.” เข้าถึงเมื่อ 20 ก.ค. 2553 จาก http://www.culture.go.th/research/north/42_5.html
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และคณะ. 2536. **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม : แนวทางการศึกษา วิเคราะห์ และวางแผน**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานา.
- สุจริตลักษณ์ ดิผลดง. 2538. **สารานุกรมกลุ่มชาติพันธุ์มั่ง**. นครปฐม: โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการสาธารณสุข เอเชีย.
- อนุชาติ พวงสำลี และอรทัย อาจอ่ำ. 2539. **การพัฒนาเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตและสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Parsons, Talcott. 1960. **Structure and process in modern societies**. USA: Free Press. (Glencoe, Ill).

การศึกษาประเภทของรัฐบาลกับการนำเสนอการ์ตูนการเมืองผ่านทางหนังสือพิมพ์
**THE STUDY OF TYPES OF GOVERNMENT AND THE POLITICAL
 CARTOONS ON NEWSPAPERS**

ไพบุลย์ โพธิ์หวังประสิทธิ์

อาจารย์ สำนักวิชาพื้นฐาน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพร

E-mail : kpphaibo@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ ในช่วงระยะเวลาห่างรัฐบาลเผด็จการ รสช. กับรัฐบาลพลเรือนของ พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ รัฐบาลนายชวน หลีกภัย และรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ผลการศึกษาพบว่า หนึ่ง) ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (61.00) มีมากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (59.15) รัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (47.57) และรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (33.42) สอง) ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางเศรษฐกิจ” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (6.00) มีน้อยกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (21.24) รัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (16.50) และรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (23.26) สาม) ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางสังคม” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (27.50) มีมากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (16.99) และรัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (22.98) แต่มีน้อยกว่ารัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (27.58) และ สี่) ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการต่างประเทศ” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (5.50) มีมากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (2.62) แต่มีน้อยกว่ารัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (12.95) และรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (15.74)

คำสำคัญ : ประเภทของรัฐบาล การ์ตูนการเมือง

ABSTRACT

The objective of this research was to compare the proportion of the political cartoon contents in newspapers during the period of the dictatorship government of the National Peace Keeping Council – N.P.K.C.; the civilian government of General Chaovalit Yongjaiyuth; of Mr.Chuan Leekpai and of Police Lieutenant Colonel Thaksin Shinawatra. The major findings were as follow. 1) Percentage on political content

of the political cartoon during the period of N.P.K.C. dictatorship government (61.00) had more than the period of General Chaovalit Yongjaiyuth (59.15), of Mr.Chuan Leekpai (47.57) and of Police Lieutenant Colonel Thaksin Shinawatra civilian government (33.42). 2) Percentage on economy content of the political cartoon during the period of N.P.K.C. dictatorship government (6.00) had less than the period of General Chaovalit Yongjaiyuth (21.24), of Mr.Chuan Leekpai (16.50) and of Police Lieutenant Colonel Thaksin Shinawatra civilian government (23.26). 3) Percentage on social content of the political cartoon during the period of N.P.K.C dictatorship government (27.50) had more than the period of General Chaovalit Yongjaiyuth (16.99) and of Mr. Chuan Leekpai civilian government (22.98). But it was less than the period of Police Lieutenant Colonel Thaksin Shinawatra civilian government (27.58). And 4) Percentage on foreign affair content of the political cartoon during the period of N.P.K.C. dictatorship government (5.50) had more than the period of General Chaovalit Yongjaiyuth civilian government (2.62). But it was less than the period of Mr.Chuan Leekpai (12.95) and of Police Lieutenant Colonel Thaksin Shinawatra civilian government (15.74).

KEYWORDS : Types of Government, Political Cartoons

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายในระบบสังคมการเมืองหนึ่งๆ มีความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับผู้ที่อยู่ใต้ปกครองเพื่อให้ระบบสามารถทำงานตามหน้าที่ของมันต่อไปได้ และสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ดังที่ Austin Ranney (1993 : 141) ได้กล่าวไว้ว่า เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดความหมายของสิ่งที่เกิดขึ้นผ่านทางการใช้สัญลักษณ์ อันเป็นกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มคนพยายามที่จะให้ผู้อื่น ได้ตระหนักถึงความคิดเห็นในบางสิ่งบางอย่าง ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการของสังคมที่จัดได้ว่าเป็นระดับรากฐาน ดังที่ บูมอริ ยีหมะ (2550 : 181) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า หากไม่มีการสื่อสารก็จะไม่มีสังคมดำรงอยู่ (No Communication, No Society)

ระบบการสื่อสารของคนในสังคมการเมืองมีได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในรูปแบบเหล่านั้นสามารถกล่าวได้ว่า การสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชนมีลักษณะพิเศษอย่างเห็นได้ชัด คือ ความสามารถในการสื่อสารกับผู้รับสารได้เป็นจำนวนมาก (เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2549 : 192) แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารชนิดทางเดียวก็ตาม โดยเฉพาะในสังคมการเมืองไทยในปัจจุบันนี้ ที่สื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ มีบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองตามข้อเท็จจริง รวมทั้งยังมีการนำเสนอโดยการสอดแทรกความคิดเห็น คำนิยม และทัศนคติของนักหนังสือพิมพ์ผู้ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยใส่ลงในเนื้อหาบางส่วนด้วย

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่านอกจากบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข้อเท็จจริงอันเป็นปรากฏการณ์ในสังคมแล้ว หนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อมวลชนรูปแบบหนึ่ง ยังทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนของการกล่อมเกลารูปร่างทางการเมืองด้วย ดังที่ James Curran and Jean Seaton (1991 : 277-278 อ้างถึงใน บูมอริ ยีหมะ, 2550 : 191-192) ได้นำเสนอบทบาทของสื่อมวลชนไว้ว่าจะต้องมีหน้าที่ในการเมืองอย่างน้อยใน 3 ประการ คือ หนึ่ง) ทำหน้าที่เป็นเวทีในการถกเถียงสาธารณะในประเด็นต่างๆ ด้วยการสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนและการกดดันรัฐบาลให้

ปฏิบัติตามสิ่งนั้น สอง) ทำหน้าที่ในการสอนหรือให้ความรู้กับประชาชน และสาม) ทำหน้าที่ในการจุดประเด็นให้กับประชาชนให้ร่วมกันต่อต้านการใช้อำนาจที่ผิดพลาดหรือการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสมของผู้บริหารประเทศ

ในประเทศที่ปกครองในระบอบเผด็จการ การสื่อสารทางการเมืองจะเป็นแบบทางเดียว คือ ผู้ปกครองจะสั่งการไปยังประชาชน โดยที่ประชาชนไม่มีโอกาสที่จะสื่อสารหรือเรียกร้องจากรัฐบาลได้ ในขณะที่การปกครองในระบอบประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมืองจะเป็นแบบสองทาง คือ รัฐบาลจะมีช่องทางหลายๆ ทางเพื่อการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่ม ได้แสดงออกทางการเมืองโดยเท่าเทียมกัน มีการประกันเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การเขียน การตีพิมพ์และการโฆษณา ด้วยการให้สิทธิทางการเมืองตามรัฐธรรมนูญหรือตามปฏิญญาว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (วิทยา สุจริตชนารักษ์, 2527 : 194)

การเมืองไทยภายใต้รัฐบาลเฉพาะที่เป็นระบอบเผด็จการทหาร นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา จนถึงยุค รสช. จะต้องมีการออกกฎหมายเพื่อลดทอนสิทธิและเสรีภาพของการแสดงความคิดเห็น ผ่านทางหนังสือพิมพ์ โดยตลอดมา แต่กลับเป็นที่น่าแปลกกว่า ในยุคของรัฐบาลเผด็จการ รสช. หนังสือพิมพ์กลับมีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นได้อย่างโดยอิสระและกว้างขวางต่างๆ ที่มีได้มีกฎหมายรัฐธรรมนูญบัญญัติให้การรับรองไว้ โดยปฏิบัติตั้งรกรากอยู่ในยุคของรัฐบาลพลเรือนในระบอบประชาธิปไตยหรือรัฐบาลประชาธิปไตยครึ่งใบก็ตาม (เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล, 2535 : 2-4)

ด้วยเหตุผลดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาว่า สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ในช่วงระยะเวลาระหว่างรัฐบาล รสช. ซึ่งจัดอยู่ในประเภทของรัฐบาลเผด็จการจะมีความแตกต่างไปจากการปกครองในช่วงของระยะเวลาที่เป็นรัฐบาลพลเรือนอันมาจากการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยหรือไม่ และอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบว่า การปกครองในระบอบเผด็จการของรัฐบาล รสช. จะมีการปิดกั้นสิทธิและเสรีภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางการแสดงความคิดเห็นผ่านทางหนังสือพิมพ์เหมือนกับรัฐบาลเผด็จการโดยทั่วไปหรือไม่

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ ในช่วงระยะเวลาระหว่างรัฐบาลเผด็จการ รสช. กับรัฐบาลพลเรือนของพลเอกชาติ ชุมนานนท์ รัฐบาลนายชวน หลีกภัย และรัฐบาล พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร

3. ทบทวนวรรณกรรม

แนวทาง (Approach) การสื่อสารทางการเมืองของ Harold Lasswell (1971) สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมือง ก็คือ กระบวนการของการสื่อสารที่เป็นคำถามง่ายๆ ว่า ใคร (Who) พูดอะไร (Says What) โดยสื่อไหน (In What Channel) กับใคร (To Whom) และเกิดผลอย่างไรบ้าง (With What Effect) ซึ่งในการสื่อสารทุกครั้งจะต้องเกิดผลกระทบ (Effect) ตามมาด้วยเสมอๆ กล่าวคือ กระบวนการสื่อสารจะต้องมีผลกระทบต่อตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมของบุคคลที่เกี่ยวข้องนั้นๆ

อย่างไรก็ดี Lasswell (1948, อ้างถึงใน พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2538 : 238-240) ได้สรุปหน้าที่อันสำคัญของการสื่อสารไว้ 3 ประการ คือ การรายงานสภาพแวดล้อม การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ของสังคม

และการถ่ายทอดมรดกทางสังคม ซึ่ง Charles Wright (1964 : 91-109, อ้างถึงใน พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, เล่มเดิม) ได้เพิ่มหน้าที่อันมีความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การให้ความบันเทิง เข้าไว้ด้วย กล่าวคือ

หน้าที่การรายงานสภาพแวดล้อม คือ การที่กระบวนการสื่อสารได้รายงานสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงให้ผู้รับสารได้รับรู้โดยตรงไปตรงมา โดยไม่มีการแสดงความคิดเห็นกับข้อเท็จจริงนั้นๆ เพิ่มเติมลงไป แต่ประการใด ในขณะที่ หน้าที่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ของสังคมนั้น การสื่อสารจะเปรียบเสมือนตั้งเครื่องยึดเหนี่ยวโครงสร้างของสังคมเข้าไว้ด้วยกัน คือ จะทำให้ส่วนต่างๆ ของสังคมได้ทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้น ดังที่ Karl Deutsch (1963, อ้างถึงใน พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, เล่มเดิม) ได้กล่าวเปรียบเทียบไว้ว่า การสื่อสารเปรียบได้กับเส้นใยประสาทของสิ่งมีชีวิต ซึ่งหากการสื่อสารมีความเป็นปกติหรือมีประสิทธิภาพ สิ่งมีชีวิตนี้ก็จะสามารถสั่งการให้อวัยวะทุกชิ้นในร่างกายได้ทำงานประสานกันตามที่ต้องการได้ ดังนั้น ในทางการเมืองก็เช่นเดียวกัน กล่าวคือ การสื่อสารทางการเมือง นอกจากจะทำให้สมาชิกในระบบการเมืองเกิดความผูกพันกันแล้ว ยังเป็นการกระชับความผูกพันให้เกิดขึ้นอย่างแน่นแฟ้นด้วย ดังจะเห็นได้ว่าในระบบการเมืองที่สมาชิกมีการติดต่อสื่อสารกันได้มาก จะทำให้เกิดความสำนึกในหน้าที่ที่จะต้องพึงปฏิบัติในฐานะของสมาชิกที่ดีของระบบการเมืองนั้นด้วย

ในประการต่อมา คือ หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม กล่าวคือ เป็นการถ่ายทอดมรดกของสังคมให้กับคนรุ่นใหม่ โดยผ่านสถาบันทางสังคมต่างๆ อาทิเช่น ครอบครัว โรงเรียน กลุ่มเพื่อน และสื่อมวลชน เป็นต้น โดยสิ่งที่ถูกถ่ายทอดผ่านการสื่อสารนี้ ก็คือ ประเพณี ธรรมเนียมปฏิบัติ ค่านิยม ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งจะเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับสังคม และยังประสานส่วนต่างๆ ของสังคมให้รวมเข้าไว้ด้วยกันได้ และในประการสุดท้าย คือ การให้ความบันเทิง กล่าวคือ ความบันเทิงถือได้ว่าเป็นความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น การสื่อสารมวลชนในประเภท วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ จึงต้องทำหน้าที่ดังกล่าวนี้ด้วย เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดในการดำเนินชีวิตประจำวันของสมาชิกในสังคม

อย่างไรก็ดี สามารถกล่าวสรุปได้ว่า ระบบการสื่อสารทางการเมือง มีหน้าที่อันสำคัญประการหนึ่ง คือ การอบรมกล่อมเกลารวมทั้งการเมืองและสังคม ให้กับสมาชิกของระบบการเมืองให้มีความจงรักภักดี และมีความผูกพันอยู่กับระบบการเมืองนั้นๆ ดังนั้น ระบบการสื่อสารทางการเมือง จึงเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชนเข้าไว้ด้วยกัน โดยหากจะกล่าวอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว การสื่อสารทางการเมือง ก็คือ กระบวนการทางการเมืองที่ว่าด้วยเรื่องของการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทรรศนะ และประสบการณ์ในทางการเมืองต่างๆ ระหว่างสมาชิกที่อาศัยอยู่ในระบบการเมืองนั้น ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นกระบวนการที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมการเมือง นั่นเอง ซึ่ง Almond and Powell (อ้างถึงใน พงศพิศาน ชุมพล, 2530 : 142) ได้กล่าวถึงปฏิสัมพันธ์นี้ไว้ว่า เป็นวิธีการที่จะช่วยให้ระบบการเมืองสามารถทำหน้าที่อื่นๆ ด้วย คือ การก่อร่างสร้างผลประโยชน์ การรวบรวมผลประโยชน์ การกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ ฯลฯ ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองจะทำหน้าที่ในการควบคุมผู้ที่ทำหน้าที่ในกระบวนการของการนำเข้า (Input) และการส่งออก (Output) ของระบบการเมืองนั้น ไว้อีกชั้นหนึ่ง

อย่างไรก็ดี การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองโดยผ่านทางกรณีศึกษา ดังนั้น ผู้วิจัยจะได้ขอกกล่าวถึง การศึกษาการเมืองไว้โดยสังเขป ดังนี้ Wittich and Schuller (1962 : 154-155 อ้างถึงใน

ปราพร กันตะวงษ์, 2550 : 28) ได้ให้ความหมายของการ์ตูนการเมืองว่า หมายถึง ภาพวาดลายเส้นเชิงล้อเลียน ตลกขบขัน ที่มีภาวะเป็นลายเส้นอย่างง่าย ๆ โดยมีจุดประสงค์เพื่อความสนุกสนาน แต่บางครั้งก็ใช้เพื่อการสอน ตลอดจนแสดงความคิดเห็นในทางการเมืองหรือสังคม

นอกจากนั้น สุครัก จรรย์วาทย์ (2530 : 40-41) ได้กล่าวอธิบายถึงส่วนประกอบของการ์ตูนการเมืองว่ามี 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นภาพความจริง ซึ่งนักเขียนการ์ตูนจะแสดงให้เห็นสิ่งที่เขาเห็นว่าดีหรือไม่ดี ซึ่งได้เกิดขึ้นในสังคมหรือชุมชนนั้น ส่วนที่เป็นตัวสาร ซึ่งแสดงโดยภาพลายเส้นเพื่อแสดงให้เห็นสิ่งที่เขาคิดว่า น่าจะต้องทำหรือปฏิบัติที่ควรจะทำ และส่วนที่นักเขียนการ์ตูน จะใช้ศิลปะและเทคนิคของการ์ตูน และจินตนาการเพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์คล้อยตามว่า เขาควรจะรู้สึกอะไรต่อสิ่งที่เกิดขึ้น อาทิเช่น รู้สึกเศร้าใจ ขุ่นข้องหมองใจ หรือหงุดหงิด เป็นต้น

การ์ตูนการเมือง ถือว่าเป็นการนำเสนอข่าวทางอ้อมให้กับผู้รับสาร ดังเช่นที่ มนินา บุญชิต (2542 : 35) ได้ให้คำอธิบายในเรื่องนี้ไว้ว่า ผู้อ่านจะต้องอาศัยการตีความจากเนื้อหาที่ผู้เขียนได้นำเสนอไว้ โดยเหตุผลประการสำคัญที่จะต้องนำเสนอข่าวทางอ้อม เพราะว่าในบางสังคม การนำเสนอข่าวตรงจะกระทำไม่ได้ลำบาก ดังนั้น จึงต้องแสดงออกในรูปแบบอื่นๆ ที่สามารถทำให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารตามที่ผู้ส่งต้องการได้

นอกจากนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาการ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ จึงขอกล่าวถึง บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้กลุ่มคนเรียนรู้ทางการเมือง ดังที่ ปราพร กันตะวงษ์ (2550 : 33) ได้กล่าวไว้ว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่ทำหน้าที่ให้การเรียนรู้ทางการเมืองกับประชาชน ด้วยวิธีการนำเสนอประเด็นปัญหาต่างๆ ให้ประชาชนได้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นนั้นๆ ขึ้นมา ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์มีบทบาทในการเสริมสร้างความรู้ ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจต่อเหตุการณ์ทางการเมืองได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ยังสามารถกระตุ้นให้ประชาชนได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการเมือง หรืออาจจะชี้นำทัศนคติ ค่านิยมให้กับประชาชนเกี่ยวกับการเมืองก็ได้ เช่นเดียวกัน

ผลจากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ มีดังต่อไปนี้ คือ เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล (2535) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การ์ตูนการเมืองในยุครัฐบาลเผด็จการ : ศึกษาเฉพาะการ์ตูนการเมืองช่วงระหว่าง 23 กุมภาพันธ์ - 9 ธันวาคม 2534” ผลการศึกษาพบว่า การ์ตูนการเมืองมีการแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ โจมตีผู้มีอำนาจทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ก็คือ ผู้นำทางการเมืองที่มีอำนาจในคณะ รสช. รวมทั้งรัฐบาลที่แต่งตั้งโดยคณะ รสช. อย่างมีลักษณะที่เป็นอิสระและอย่างหนักหน่วง โดยมีได้หวังเกรงต่ออำนาจทางการเมืองหรืออิทธิพลใดๆ เหมือนกับลักษณะที่อยู่ภายใต้การปกครองโดยรัฐบาลประชาธิปไตยอันมาจากการเลือกตั้ง ซึ่งเห็นได้ว่าปรากฏการณ์นี้ ผิดไปจากรัฐบาลในยุคเผด็จการในช่วงก่อนหน้า ที่จะใช้อำนาจเผด็จการมาลิดรอนเสรีภาพของสื่อมวลชนในการนำเสนอความคิดเห็นไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

เช่นเดียวกับ มนินา บุญชิต (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองด้วยภาพการ์ตูน : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน สมัยรัฐบาลพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ” ผลการศึกษาพบว่า การ์ตูนการเมืองถือเป็นเสมือนภาพที่สะท้อนเหตุการณ์ของสังคมในช่วงระยะเวลานั้นๆ ซึ่งจะใช้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมเป็นแนวทางของการดำเนินเรื่องราว รวมทั้งยังมีการแทรกแนวความคิดของผู้เขียนที่มีต่อเหตุการณ์นั้นๆ ลงไปด้วย ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการ์ตูนการเมืองจัดเป็นการสื่อสารทางการเมืองอันเป็นวิธีการสะท้อนความ

คิดเห็นทางอ้อมของสื่อมวลชนต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม คือ ทำให้สังคมได้รับทั้งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงไปพร้อมๆ กัน

ซึ่งสอดคล้องกับ สุกเกียรติ เหล่าธีรศิริ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การตั้งศูนย์การเมืองภาพสะท้อนทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐบาลนายชวน หลีกภัย เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2540 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2543” ผลการศึกษาพบว่า การตั้งศูนย์การเมืองเป็นเสมือนภาพสะท้อนเหตุการณ์ทางการเมืองและสังคมในช่วงเวลานั้น รวมทั้งยังมีการแทรกแนวความคิดของผู้เขียนและสะท้อนความรู้สึกร่วมของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมที่มีต่อปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านั้น มากไปกว่าการให้ความรู้ทางการเมือง ดังนั้น การตั้งศูนย์การเมืองจึงเป็นการสื่อสารทางการเมืองที่สะท้อนบทบาทของสื่อมวลชนอันเป็นการนำเสนอความคิดเห็นโดยทางอ้อมที่ทำให้สังคมได้รับรู้ข่าวสารของสังคมในขณะนั้น

และเช่นเดียวกันกับ ปราพร กันตะวงษ์ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อความหมายของการตั้งศูนย์การเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เดือนมกราคม พ.ศ. 2544 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ. 2548” ผลการศึกษาพบว่า การตั้งศูนย์การเมือง ถือได้ว่าเป็นภาพเสมือนที่สะท้อนปรากฏการณ์ทางการเมืองในช่วงเวลานั้น โดยจะมีบทบาทในการสะท้อนภาพของเหตุการณ์ทางการเมืองให้ผู้อ่านทราบว่า มีเหตุการณ์ใดเกิดขึ้นมากไปกว่าการมีบทบาทในการให้การเรียนรู้ทางการเมือง รวมทั้ง ยังมีส่วนในการชี้นำความคิดบางอย่างให้กับผู้อ่านด้วย โดยผู้เขียนจะแทรกแนวคิดของตนเองลงไปในเรื่องของการตั้งศูนย์การเมือง ดังนั้น การตั้งศูนย์การเมืองจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารทางการเมืองด้วยการแสดงบทบาทของสื่อมวลชนที่นอกเหนือไปจากการนำเสนอข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม

ซึ่งก็คล้ายๆ กันกับ เพียงฤดี ชีรวุฒิชูวงศ์ (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อความหมายจากประเด็นทางการเมืองผ่านการ์ตูนการเมือง” ผลการศึกษาพบว่า ประเด็นที่ปรากฏอยู่ในกรอบการ์ตูนต่างๆ ของนักเขียนที่เลือกมาศึกษา จำนวน 6 ท่าน ส่วนแสดงออกถึงเนื้อหาในเรื่องการโจมตีรัฐบาลในช่วงนั้นๆ เป็นหลัก รองลงมา คือ ประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์ความประพฤติของนักการเมือง และประเด็นทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ นอกจากนี้ยังพบว่า นักเขียนการ์ตูนนิยมใช้การเปรียบเทียบอุปมาอุปมัย (Metaphor) และนิยมใช้มุขที่แสดงออกถึงความน่าอับอายและการเหยียดหยันมากที่สุด

และ สุพัฒน์ศิริ แพงพันธุ์ (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การประกอบสร้างและการสื่อความหมายของการตั้งศูนย์การเมืองไทยในช่วงรณรงค์การเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2544” ผลการศึกษาพบว่า การประกอบสร้างการ์ตูนการเมืองมี 4 ขั้นตอน คือ หนึ่ง) การรับข้อมูลข่าวสาร สอง) การเลือกประเด็นในการนำเสนอ สาม) การประกอบสร้างภาพการ์ตูน และ สี่) การนำเสนอภาพการ์ตูนให้กับผู้รับสาร นอกจากนี้ยังพบว่า การ์ตูนการเมืองไทยในช่วงการรณรงค์การเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2544 มีการสื่อความหมายใน 2 ประเด็นที่สำคัญ คือ ประเด็นเกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งได้นำเสนอถึงความบกพร่องของผู้สมัครคนสำคัญ และประเด็นการทำงานขององค์กรกลางที่ทำหน้าที่ในการดูแลการเลือกตั้งและพฤติกรรมทางทุจริตของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และในประการสุดท้ายยังพบว่า มีการสร้างเอกลักษณ์ทางภาพการ์ตูนให้กับนักการเมือง คือ นายชวน หลีกภัย และพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร ด้วย แต่อย่างไรก็ดี เอกลักษณ์ทางภาพการ์ตูนของนักการเมืองดังกล่าวนี้ ก็มีลักษณะที่ไม่ถาวร คือ จะเปลี่ยนแปลงไปตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้

ผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่า การตั้งการเมืองเป็นเสมือนดังภาพสะท้อนของเหตุการณ์ในสังคมการเมืองที่เกิดขึ้นจริง โดยใช้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นตัวกำหนดแนวความคิดที่จะสะท้อนออกมาโดยผ่านการตั้งเมือง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การตั้งเมืองจะประกอบไปด้วยเนื้อหาสาระใน 2 ประการ คือ เหตุการณ์ที่เป็นเนื้อหาของข่าวสารอันเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมการเมืองกับความคิดเห็นของผู้เขียนการตั้งเมืองนั้น การตั้งเมืองจึงมีบทบาทหน้าที่ใน 4 ประการ คือ การนำเสนอข่าวสารข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ความเป็นไปต่างๆ ในสังคมการเมือง ทั้งในทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการต่างประเทศ อันถือเป็นหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ ในสังคมให้มีปฏิสัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังมีบทบาทหน้าที่ในการให้การglomเกลารเรียนรู้ทางการเมือง เพื่อรณรงค์ชักจูงให้สมาชิกของระบบการเมืองได้เข้าไปมีส่วนร่วมในทางการเมือง อาทิเช่น การร่วมแก้ไขปัญหาต่างๆ เป็นต้น นอกเหนือไปจากการแสดงบทบาทในการมอบความบันเทิงในทางขบขัน เยอะเย้ย เย้ยหยัน ประชดประชัน เสียดสี ล้อเลียน ฯลฯ กับปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคมการเมืองนั้น

อย่างไรก็ดี ประเด็นคำถามการวิจัยที่การวิจัยในครั้งนี้ ต้องการค้นหา ก็คือ การนำเสนอเนื้อหาของการตั้งเมืองผ่านทางหนังสือพิมพ์ในช่วงระยะเวลาของรัฐบาลเผด็จการ รสช. จะมีสัดส่วนของเนื้อหาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการต่างประเทศ ที่แตกต่างไปจากในช่วงระยะเวลาของรัฐบาลพลเรือนในระบอบประชาธิปไตยของพลเอกชวลิต ขงใจยุทธ นายชวน หลีกภัย และพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร หรือไม่ และอย่างไรบ้าง ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงจะได้ค้นหาคำตอบของปัญหาวิจัยนี้

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในประเภทของการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ดังมีรายละเอียดของขอบเขตของการวิจัย ต่อไปนี้ คือ

4.1 หน่วยของการศึกษา

หน่วยของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผลจากการวิเคราะห์ค่าความถี่ของการตั้งเมืองในประเด็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการต่างประเทศ จากวิทยานิพนธ์ จำนวน 4 ฉบับ คือ 1) เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล (2535) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การตั้งเมืองในยุครัฐบาลเผด็จการ : ศึกษาเฉพาะการตั้งเมืองช่วงระหว่าง 23 กุมภาพันธ์ – 9 ธันวาคม 2534”; 2) มนินา บุญชิต (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองด้วยภาพการ์ตูน : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน สมัยรัฐบาลพล.อ.ชวลิต ขงใจยุทธ”; 3) ศุภเกียรติ เหล่าธีรศิริ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การตั้งเมืองภาพสะท้อนทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐบาลนายชวน หลีกภัย เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2540 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2543”; และ 4) ปราพร กันตะวงษ์ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารความหมายของการตั้งเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เดือนมกราคม พ.ศ. 2544 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ.2548”

4.2 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัย ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารหรือการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) อันถือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data) ทั้งนี้ เพราะค่าความถี่ของการตั้งเมืองในประเด็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการต่างประเทศ ของแต่ละรัฐบาลใน

4 รัฐบาล ดังกล่าวถึงข้างต้นนี้ ได้เคยมีผู้วิเคราะห์ไว้แล้ว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นสอดคล้องกับแนวความคิดของสรชัย พิศาลบุตร (2547: 34) ที่ว่า เพื่อมิให้เป็นการสูญเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ผู้อื่นเก็บรวบรวมไว้แล้วมาใช้ได้เลย กล่าวคือ ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ค่าความถี่ของการตุ้มนการเมืองใน 4 ประเด็นข้างต้น จากวิทยานิพนธ์ จำนวน 4 ฉบับ มาสังเคราะห์ใหม่เป็นค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการตุ้มนการเมืองในแต่ละรัฐบาล ซึ่งวิทยานิพนธ์ทั้ง 4 ฉบับนี้ ได้ใช้วิธีการเจนนับค่าความถี่วิธีการเดียวกัน คือ ไม่มีการนับซ้ำของการนำเสนอภาพการตุ้มนแต่ละภาพ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย ได้นำผลจากการวิเคราะห์ค่าความถี่ของการตุ้มนการเมือง ดังที่นำเสนอข้างต้น มาสังเคราะห์ใหม่ โดยพัฒนาต่อจากค่าความถี่ให้เป็นค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการตุ้มนการเมือง จากนั้น จึงนำค่าร้อยละที่ได้มาเปรียบเทียบกับในแต่ละรัฐบาลและประเภทของรัฐบาล

5. ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารงานวิจัยของ เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล (2535); มนียา บุญชิต (2542); ศุภเกียรติ เหล่าธีรศิริ (2548); และปราพร กันตะวงษ์ (2550) ดังที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์ใหม่พบว่า มีค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการตุ้มนการเมืองที่นำเสนอผ่านทางหนังสือพิมพ์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการตุ้มนการเมืองในรัฐบาลเผด็จการ รสช.

กับรัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ นายชวน หลีกภัย และพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร

ช่วงเวลาของรัฐบาล	ประเด็น (ร้อยละ)			
	การเมือง	เศรษฐกิจ	สังคม	ต่างประเทศ
เผด็จการ รสช.	61.00	6.00	27.50	5.50
พลเอกชวลิต ยงใจยุทธ	59.15	21.24	16.99	2.62
นายชวน หลีกภัย	47.57	16.50	22.98	12.95
พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร	33.42	23.26	27.58	15.74

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการตุ้มนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (61.00) มีมากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (59.15) รัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (47.57) และรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (33.42)

ในทางตรงกันข้ามกลับพบว่า ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการตุ้มนการเมือง “ในประเด็นทางเศรษฐกิจ” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (6.00) มีน้อยกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (21.24) รัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (16.50) และรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (23.26)

ในขณะที่ ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางสังคม” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (27.50) มีมากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (16.99) และรัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (22.98) แต่มีน้อยกว่ารัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (27.58)

และในประการสุดท้าย พบว่า ค่าร้อยละของสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการต่างประเทศ” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. (5.50) มีมากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (2.62) แต่มีน้อยกว่ารัฐบาลพลเรือนของนายชวน หลีกภัย (12.95) และรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (15.74)

6. อภิปรายผล

หากเนื้อหาของการ์ตูนการเมืองที่นำเสนอผ่านทางหนังสือพิมพ์เป็นภาพสะท้อนของเหตุการณ์ในสังคม การเมืองที่เกิดขึ้นจริงตามแนวความคิดของนักวิชาการ ดังที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมาข้างต้น ประกอบกับการยืนยันจากหลักฐานเชิงประจักษ์ด้วยผลงานวิจัยของเจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล (2535); มนินา บุญชิต (2542); ศุภเกียรติ เหล่าธีรศิริ (2548); ปราพร กันตะวงษ์ (2550); เพียงฤดี ธีรวิฑูริชวงศ์ (2542); และสุพัฒน์ศิริ แพงพันธุ์ (2544) แล้ว ก็สามารถกล่าวได้ว่าเนื้อหาของการ์ตูนการเมืองในช่วงระยะเวลาทั้ง 4 รัฐบาลที่อยู่ในขอบเขตของการศึกษาในเชิงการเปรียบเทียบครั้งนี้ ก็คือ เหตุการณ์สำคัญอันเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมการเมืองไทยในระดับที่แตกต่างกันไปนั่นเอง ซึ่งแท้ที่จริงแล้วเนื้อหาดังกล่าวนี้อันก็คือ การนำเสนอประเด็นปัญหาต่างๆ ให้ประชาชนได้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นปัญหานั้นๆ ของสื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ นั่นเอง อันถือเป็นการทำตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ดังเช่นที่ James Curran and Jean Seaton (อ้างถึงใน บุญอริ ยีหะ, 2550 : 191-192) ได้นำเสนอไว้ ดังที่กล่าวแล้วข้างต้น

อย่างไรก็ดี ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่า สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” ของทั้ง 4 รัฐบาลจะมีสัดส่วนที่มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อหาในประเด็นอื่นๆ ในทางตรงกันข้าม สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการต่างประเทศ” ของทั้ง 4 รัฐบาล ก็จะมีสัดส่วนที่น้อยที่สุด เช่นเดียวกัน จึงเป็นการยืนยันได้ว่าปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมการเมืองไทยมากที่สุด ตามทัศนะของผู้เขียนการ์ตูน ที่ต้องการจะถ่ายทอดความตระหนักถึงปัญหานี้ ไปยังสมาชิกของสังคมการเมืองไทย ก็คือ ปัญหาทางการเมือง ส่วนในประเด็นทางการต่างประเทศนั้น ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่อยู่ไกลตัวออกไปจากสังคมการเมืองไทย ดังนั้น จึงมีสัดส่วนที่น้อย นั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปจากผลการศึกษาของ เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล (2535); มนินา บุญชิต (2542); ศุภเกียรติ เหล่าธีรศิริ (2548); ปราพร กันตะวงษ์ (2550); เพียงฤดี ธีรวิฑูริชวงศ์ (2542); และสุพัฒน์ศิริ แพงพันธุ์ (2544) ที่ว่า การ์ตูนการเมือง ก็คือ ภาพสะท้อนของเหตุการณ์สำคัญอันเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมนั้น

ผลจากการพิจารณาแยกเป็นรายประเด็น พบว่า สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. แม้ว่าจะมีสัดส่วนที่มากที่สุด (61.00) แต่ก็ใกล้เคียงกันกับรัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (59.15) ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่ารัฐบาลเผด็จการ มิได้เป็นปัจจัยสำคัญโดยตรงที่ก่อให้เกิดปัญหาทางการเมืองขึ้นในสังคมการเมือง เพราะจากข้อมูลดังที่ปรากฏในตารางที่ 1 ก็พบว่า ในรัฐบาลพลเรือนก็มีปัญหาทางการเมืองเกิดขึ้นในระดับที่ใกล้เคียงกันได้

นอกจากนั้น จากข้อมูลดังกล่าวนี้ ยังสามารถสรุปได้อีกว่า ในรัฐบาลเผด็จการ รสช. มิได้มีการปิดกั้นสิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ ในการนำเสนอประเด็นข่าวสารทางการเมือง ซึ่งเห็นได้จากสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” ซึ่งมีระดับที่มากที่สุด (61.00) หากมีการปิดกั้นสิทธิและเสรีภาพดังกล่าวนี้จริง สัดส่วนเนื้อหาดังกล่าวนี้ จะต้องอยู่ในระดับที่น้อยไปกว่าในช่วงของรัฐบาลพลเรือนทั้ง 3 รัฐบาลอย่างแน่นอน (59.15, 47.57 และ 33.42 ตามลำดับ) ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปจากผลการวิจัยของ เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล (2535 : 2-4) ที่ว่า ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. ระหว่างวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2534 ถึงวันที่ 9 ธันวาคม 2534 หนังสือพิมพ์มีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นได้โดยอิสระเสรีและกว้างขวาง ทั้งๆ ที่ไม่มีกฎหมายรัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ ซึ่งผิดแผกไปจากการปกครองโดยระบอบเผด็จการในทุกรัฐบาลที่แล้มา โดยเห็นได้จาก 1) หนังสือพิมพ์มีการเขียนวิพากษ์วิจารณ์โจมตีการปฏิบัติงานของรัฐบาลทุกวัน 2) รัฐบาลไม่เคยเรียกเจ้าของหรือบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไปว่ากล่าวตักเตือน 3) รัฐบาลมิได้ออกกฎเกณฑ์ระเบียบใหม่เพื่อใช้บังคับหนังสือพิมพ์ให้ดำเนินการไปตามกรอบที่รัฐบาลต้องการ และ 4) รัฐบาลไม่เคยใช้อำนาจของตนสั่งปิดหนังสือพิมพ์ฉบับใดเลย

ในขณะที่ สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางเศรษฐกิจ” ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. จะมีระดับที่น้อยที่สุดอย่างชัดเจน (6.00) แตกต่างไปจากรัฐบาลพลเรือนอีกทั้ง 3 รัฐบาล (21.24, 16.50 และ 23.26 ตามลำดับ) ดังนั้น จึงอาจกล่าวเป็นข้อสังเกตในเบื้องต้นนี้ได้ว่า ระบอบเผด็จการ อาจจะมีประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตัดสินใจดำเนินการทางเศรษฐกิจของรัฐบาล จึงทำให้สามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วและตรงกับความต้องการของสังคมการเมือง จึงทำให้ปัญหาทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นในระดับเพียงเล็กน้อยเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ประเด็นนี้คงเป็นแต่เพียงข้อสังเกตในเบื้องต้นเท่านั้น เพราะในความเป็นจริงแล้ว ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจอาจจะมีตัวแปรอื่นๆ เข้ามาเกี่ยวข้องได้มากมาย อาทิเช่น เศรษฐกิจระหว่างประเทศหรือเศรษฐกิจต่างประเทศในขณะนั้นอยู่ในสถานะที่ดี จึงอาจจะทำให้เศรษฐกิจไทยติดตามไปด้วยก็เป็นได้ ดังนั้น ในส่วนนี้ จึงต้องการการพิสูจน์ยืนยัน ซึ่งก็จะต้องทำการวิจัยในประเด็นนี้ต่อไปในอนาคต

ในการทำงานเกี่ยวกับสัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” สำหรับ “ในประเด็นทางสังคม” ก็พบว่า ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. จะมีปัญหาทางสังคมเกิดขึ้น (27.50) แม้ว่ามากกว่ารัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ (16.99) และนายชวน หลีกภัย (22.98) แต่ก็อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับรัฐบาลพลเรือนของพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (27.58) ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่ารัฐบาลเผด็จการมิได้เป็นปัจจัยสำคัญโดยตรงที่ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมขึ้นในสังคมการเมือง เพราะจากข้อมูลเชิงประจักษ์ดังที่ปรากฏในตารางที่ 1 ก็พบว่า ในรัฐบาลพลเรือนก็มีปัญหาทางสังคมเกิดขึ้นในระดับที่ใกล้เคียงกันได้ เช่นเดียวกัน

และในประเด็นสุดท้าย สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมืองต่างประเทศ” พบว่า ในยุครัฐบาลเผด็จการ รสช. จะมีประเด็นปัญหาทางการเมืองต่างประเทศเกิดขึ้น (5.50) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่อยู่ระหว่างรัฐบาลพลเรือนทั้ง 3 รัฐบาล (2.62, 12.95 และ 15.74 ตามลำดับ) ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่ารัฐบาลเผด็จการมิได้เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นปัญหาทางการเมืองต่างประเทศแต่ประการใด

แม้การ์ตูนการเมืองจะเป็นภาพสะท้อนของเหตุการณ์ทางการเมืองโดยตรง แต่ผลจากการวิจัยนี้ ก็ได้ค้นพบว่า สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง “ในประเด็นทางการเมือง” ของทั้ง 4 รัฐบาล จะมีสัดส่วนที่มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อหาในประเด็นอื่นๆ ดังนั้น จากผลของการวิจัยที่ค้นพบข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ

ว่าในการบริหารประเทศของรัฐบาลใดๆ ก็ตาม ควรจะให้ความสำคัญกับการแก้ไขประเด็นปัญหาทางการเมืองเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะต้องเป็นการแก้ไขปัญหาดามหลักการและหนทางของประชาธิปไตยเท่านั้น

ในท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอสรุปว่า สัดส่วนเนื้อหาของการ์ตูนการเมืองในหนังสือพิมพ์ ในช่วงระยะเวลา ระหว่างรัฐบาลเผด็จการ รสช. กับรัฐบาลพลเรือนของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ รัฐบาลนายชวน หลีกภัย และรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร มีสัดส่วนที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม การ์ตูนการเมือง ก็เป็นเพียงภาพสะท้อนปรากฏการณ์ของปัญหาในสังคมการเมืองประเภทหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาปัญหาดังกล่าวนี้อย่างถูกต้องและแม่นยำ จึงอาจจะต้องมีการวิจัยในประเภทอื่นมาร่วมในการอธิบายปรากฏการณ์นี้ต่อไปในอนาคต

7. รายการอ้างอิง

- เจียมศักดิ์ กอวัฒนสกุล. 2535. “การ์ตูนการเมืองในยุครัฐบาลเผด็จการ : ศึกษาเฉพาะการ์ตูนการเมืองช่วงระหว่าง 23 กุมภาพันธ์ – 9 ธันวาคม 2534.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญอริ ยีหมะ. 2550. **ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ : เคล็ดไทย.
- ปรภาพร กันตะวงษ์. 2550. “การสื่อสารความหมายของการ์ตูนการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เดือนมกราคม พ.ศ. 2544 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ.2548.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. 2538. “การศึกษารัฐศาสตร์แนวทางการสื่อสาร.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์. นนทบุรี : สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พฤทธิสถาน ชุมพล, หม่อมราชวงศ์. 2530. **ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพียงฤดี ธีระวุฒิชูวงศ์. 2542. “การสื่อความหมายจากประเด็นทางการเมืองผ่านการ์ตูนการเมือง.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนิษา บุญชิต. 2542. “การสื่อสารทางการเมืองด้วยภาพการ์ตูน : ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวันสมัยรัฐบาลพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. 2549. **หลักรัฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วิทยา สุจริตธรรมาธิราช. 2527. “การทำหน้าที่ของระบบ.” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาระบบการเมืองเปรียบเทียบ. นนทบุรี : สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศุภเกียรติ เหล่าธีรศิริ. 2548. “การ์ตูนการเมืองภาพสะท้อนทางการเมือง : ศึกษาเฉพาะกรณีรัฐบาลนายชวน หลีกภัย เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2540 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2543.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สรชัย พิศาลบุตร. 2547. **สถิติพอเพียง**. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒนา.
- สุครักษ์ จรรยาวงษ์. 2530. “การ์ตูนและการ์ตูนการเมือง.” **บ้านไม่รู้อย**. 3(10) : 40-41.

สุพัฒน์ศิริ แพงพันธุ์. 2544. “การประกอบสร้างและการสื่อความหมายของการ์ตูนการเมืองไทยในช่วงรณรงค์การเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2544.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Lasswell, Harold. 1971. “The Structure and Function of Communication in Society.” in **The Process and Effects of Mass Communication**. Illinois : University of Illinois Press.

Ranney, Austin. 1993. **Governing : an Introduction to Political Science**. London : Prentice Hall.

การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวและรายการละครทางโทรทัศน์
THE STUDY OF FEMALE IMAGES APPEARING IN NEWS PROGRAM AND
DRAMA PROGRAM ON TELEVISION

เอกธิดา เสริมทอง

อาจารย์ประจำ สาขาวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : aekthida.sa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อทราบทัศนคติของผู้ชมสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวและรายการละครโทรทัศน์ 2.) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา และเกณฑ์ทางปรัชญาจากสำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยมกับภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวและรายการละครทางโทรทัศน์ และ 3.) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมสตรีต่อการแสดงทัศนคติในการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวและรายการละครทางโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่า 1.) ทัศนคติของผู้ชมสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นภาพผู้หญิงกล้า (Non Traditional) มากที่สุดและมีทัศนคติต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์เป็นภาพสั้วโลกที่แสนสวย (Sex Object) มากที่สุด 2.) สตรีกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษากลุ่ม System Approach มีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นภาพผู้หญิงกล้า (Non Traditional) และมีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการละครเป็นภาพแม่ศรีเรือนและกุลสตรี (Traditional) โดยความสัมพันธ์ของแนวคิด System Approach กับทัศนคติของผู้ชมสตรีต่อรายการข่าวและรายการละครอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการที่ผู้หญิงไม่ควรหยุดพัฒนาตนเองเพราะเธอเองก็มีศักยภาพที่พัฒนาให้เท่าเทียมกับเพศชายได้ และสตรีกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษากลุ่ม Feminist Approach มีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นภาพแม่ศรีเรือนและกุลสตรี (Traditional) โดยเห็นด้วยมากที่สุดว่าการเพิ่มโทษการล่วงละเมิดทางเพศต่อสตรีกลุ่มเป้าหมายตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษากลุ่ม Feminist Approach มีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการละครเป็นภาพสั้วโลกที่แสนสวย (Sex Object) โดยเห็นด้วยมากที่สุดว่าการแต่งกายสวยดูดีทำให้นางเอกในละครโทรทัศน์น่ามองยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ชมสตรีที่มีทัศนคติตามเกณฑ์ทางปรัชญาจากสำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยมแบบ Essentialism แสดงทัศนคติต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวโทรทัศน์ในภาพสิทธิสตรี (Women Rights) โดยเห็นด้วยมากที่สุดว่าผู้สื่อข่าวหญิงที่ลงทำข่าวมีภาพของความเก่ง คล่อง และกล้าหาญมากกว่าผู้ประกาศข่าวหญิงในสถานี และแสดงทัศนคติต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์ในภาพสิทธิสตรี (Women Rights) เช่นกัน โดยเห็นด้วยมากที่สุดว่านางเอกในละครมักประกอบอาชีพสุจริตไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ และรักความยุติธรรม และ 3.) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ชมสตรีไม่มีผลต่อการแสดงทัศนคติในการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการ

ข่าวโทรทัศน์ ในขณะที่อายุ และรายได้ของผู้ชมสตรีมีผลต่อทัศนคติในการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์ สตรี รายการข่าว รายการละคร โทรทัศน์

ABSTRACT

The objectives of this research are: 1) to investigate women's images on news program and drama program, 2) to study the relationship between women's study theories and the philosophical criteria of each feminist school toward the presentation of women's images on news program and drama program, 3) to study the relationship between demographical differences amongst the female audience in terms of their attitudes toward the presentation of women's images on news program and drama program. The research findings were as follows: 1.) The attitude of female audiences toward the images of women presented in television news program as Non-traditional the most, while their attitude toward the women presented on drama program as sex objects the most. 2.) Regarding the target female audiences, whom believe in the System Approach study, have opinion that women's images on news program as Non-traditional and have opinion that the women's images on drama program is viewed as traditional women. By these relationship of the System Approach, the female attitude toward the news program and drama program accept that female should not stop self development as she capable to improve to same level as male and the target female audiences, whom believe in the Feminist Approach, have opinion that women's images on news program as traditional, accept that should increase the maximum punishment toward the sexual harassment. The target female audiences, whom believe in the Feminist Approach, have opinion that women's images on drama program as a sex objects, accept the most that the beautiful clothing makes actress more attractive. Besides, the female audiences whom expressed their opinion regarding the Essentialist criteria, express their attitude toward the news program as women rights by agree at the most that the female news reporter whom on location appear to have good looking and more clever than the female news anchor in news cast and express opinion toward the presentation of women's images on drama program as women rights has agreed at the most that the actress in drama program most like to work for non profit and good justice. 3.) With regard to the demographic differences among the female audiences; this affected their attitudes toward the presentation of women's images on TV. The research findings showed that the demographic features of age, marital status, education level, occupation and income, did not have any impact on the attitudes expressed toward the presentation of women's images on news program, whereas the differences in age and income of the audience affected their attitude towards the presentation of women's images on drama program.

KEYWORDS : Images, Women, News program, Drama program, Television

1. บทนำ

กระแสสตรีนิยมเข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนตั้งแต่ในทศวรรษที่ 1970 โดยความสนใจส่วนใหญ่มุ่งไปที่ภาพปรากฏของผู้หญิง และผู้ชายบนสื่อ และนั่นคงเป็นจุดเริ่มต้นที่นักทฤษฎี นักวิชาการ และนักเคลื่อนไหวในกลุ่มสตรีนิยมที่เริ่มสำรวจพื้นที่ และชีวิตของตนเองบนสื่อมวลชน สำหรับในประเทศไทยการศึกษาเรื่องสตรีกับสื่อมวลชนได้รับการรวบรวมเป็นการศึกษาศาสนาภาพองค์ความรู้สตรีกับสื่อมวลชนตั้งแต่ พ.ศ. 2520 แสดงให้เห็นถึงความสนใจอย่างต่อเนื่องถึงการขยายพื้นที่ของสตรีจากปริมาตรเดิมที่เพียงมีขอบเขตทางเพศอยู่เพียงในบ้าน ก้าวมาสู่โลกภายนอกในพื้นที่ของนารายณ์

จากการศึกษาพบว่างานศึกษาศาสตร์กับสื่อมวลชนโดยส่วนใหญ่มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีทางด้านการสื่อสารมวลชน ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษาในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยเลือกแนวคิดเรื่องปรัชญาของสำนักคิดสตรีนิยมที่แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือปรัชญาแบบ Essentialism ที่มีความเชื่อว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันตามความเป็นจริงที่ดำรงอยู่ไม่ว่าเรื่องมุมมองทางเพศ หรือคุณค่าทางเพศ และเชื่อในความแตกต่างทางเพศที่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ และปรัชญาแบบ Anti - Essentialism ที่ไม่เชื่อว่ามีการแบ่งที่แท้จริงดำรงอยู่ระหว่างความเป็นเพศชาย หรือความเป็นเพศหญิง รวมถึงเชื่อว่าเพศหรือความแตกต่างระหว่างเพศแล้วแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาทั้งสิ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2549:479) ซึ่งในวิธีวิทยาดังกล่าวไม่พบว่ามีกรนำมาใช้ในงานวิจัยด้านสตรีกับการสื่อสารที่ผ่านมา ทั้งนี้การวัดภาพลักษณ์ทางเพศของสตรีที่ปรากฏผู้สังคมประกอบด้วย 5 ภาพลักษณ์ได้แก่ภาพสัตว์โลกที่แสนสวย (Sex Object) / ภาพกุลสตรีและแม่ศรีเรือน (Traditional) / ภาพสิทธิสตรี (Women Rights) / ภาพผู้หญิงมหัศจรรย์ (Super Women) / และภาพผู้หญิงกล้า (Non Traditional) ในรายการข่าว และ รายการละครทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังใช้ทฤษฎีสตรีศึกษา 2 กลุ่ม คือทฤษฎีระบบ (System Approach) ที่มีแนวคิดที่ว่าผู้หญิงอยู่ในฐานะระบบย่อยของระบบใหญ่มีหน้าที่ที่ถูกกำหนดมาให้เหมาะสมกับเพศ การแบ่งงานกันทำ หรือการแบ่งความรับผิดชอบเป็นไปตามหลักชีววิทยา ทฤษฎีนี้เชื่อว่าถ้าทุกคนทำตามหน้าที่ทางเพศแล้วสังคมจะมั่นคงและเกิดเสถียรภาพ รวมถึงเรียกร้องให้ผู้หญิงปรับตัวตามสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และทฤษฎีแฟมินิสต์ (Feminist Approach) ที่เชื่อในความสัมพันธ์ระหว่างเพศชาย และเพศหญิงมีลักษณะความไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543:7) มาเป็นเกณฑ์ในการศึกษา เพื่อเพิ่มน้ำหนักและเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาจัดกลุ่มสตรีที่เป็นกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 เพื่อทราบทัศนคติของผู้ชมสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าว และรายการละครโทรทัศน์

2.2 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา และเกณฑ์ทางปรัชญาจากสำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยมกับภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวและรายการละครทางโทรทัศน์

2.3 เพื่อความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมสตรีต่อการแสดงทัศนคติในการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวและรายการละครทางโทรทัศน์

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าว และรายการละครทางโทรทัศน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Questionnaires) กำหนดขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัยการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดขั้นตอน และวิธีการดังนี้

3.1 ประชากรเป้าหมายเป็นสตรีอายุระหว่าง 21-60 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 400 คนจากแต่ละเขต เขตละ 40 คน

3.2 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มๆ โดยยึดตามเขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร จาก 51 เขต และใช้วิธีการจับสลากเลือกเขตได้ 10 เขต ดังต่อไปนี้ เขตบางกะปิ เขตบึงกุ่ม เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตห้วยขวาง เขตราชเทวี เขตป้อมปราบ เขตวังทองหลาง เขตสายไหม และ เขตมีนบุรี

3.3 การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลในแหล่งชุมชนเช่น สถานที่ราชการ ย่านธุรกิจการค้า ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา โรงพยาบาล โรงงาน และบริษัทต่างๆ ตามเขตการปกครองที่กำหนด ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 41 วัน ตั้งแต่วันที่ 17 กรกฎาคม 2552 - 26 สิงหาคม 2552

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) ที่มีการแปลงแนวคิดด้านสตรีนิยมกำกับอยู่เบื้องหลังคำถาม แบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวได้แก่อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ ตอนที่ 2 คำถามที่ใช้วัดแนวคิดตามทฤษฎีสตรีศึกษา System Approach และ Feminist Approach ตอนที่ 3 คำถามที่ใช้วัดเกณฑ์ทางปรัชญาจากสำนักคิดของกลุ่มสตรีนิยม Essentialism และ Anti - Essentialism ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์สตรีที่ถูกนำเสนอในรายการข่าวโทรทัศน์ และตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์

4. ผลการศึกษา

4.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสตรีช่วงอายุระหว่าง 21-40 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่เริ่มก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ที่เพิ่งเริ่มต้นชีวิตการทำงาน ครอบคลุมนจนถึงสตรีวัยกลางคน ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงาน อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รับจ้าง ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ในระดับ 8,000 - 15,000 บาทต่อเดือน

4.2 ทัศนคติของผู้ชมสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวโทรทัศน์พบว่า ภาพผู้หญิงกล้าเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้ชมสตรีเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาเป็นภาพแม่ศรีเรือน และกุลสตรี โดยในภาพลักษณ์ผู้หญิงกล้า นั้นสตรีกลุ่มเป้าหมายเห็นด้วยมากที่สุดว่าผู้ประกาศข่าวหญิงเป็นตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่มั่นใจในตัวเอง และประกอบอาชีพในแง่ “ชายทำได้ หญิงก็ทำได้” ในขณะที่เดียวกันภาพของแม่ศรีเรือนและกุลสตรี สตรีกลุ่มเป้าหมายเห็นด้วยมากที่สุดว่าเป็นภาพลักษณ์ของสตรีที่ตกเป็นข่าวในแง่ของเหยื่ออาชญากรรม หรือถูก

กระทำรุนแรงทางเพศ มักทำให้ผู้ชมรู้สึกสงสาร เห็นใจ มากกว่าที่ผู้ชมจะรู้สึกอยากซ้ำเติม อธิบายได้ว่าในแง่ของการประกอบอาชีพผู้ประกาศข่าวในรายการข่าวโทรทัศน์ ผู้ประกาศข่าวหญิงสามารถก้าวเข้าสู่ปริมณฑลของงานข่าวซึ่งเป็นอาณาจักรที่เพศชายถือครองมาก่อน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 22) ได้อย่างสง่างาม แต่ในแง่ของการตกเป็นข่าวสตรีในภาพแม่ศรีเรือน หรือกุลสตรีก็ยังคงครองพื้นที่ข่าวได้อย่างน่าสงสาร และน่าเห็นใจ ในขณะที่เดียวกันภาพสัตว์โลกที่แสนสวยเป็นภาพที่ผู้ชมสตรีเห็นด้วยน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์มีความเป็นทางการและสตรีในงานข่าวมีกรอบในการแสดงออกจำกัดเช่นการแต่งกาย สีหน้า กิริยาอาการ ถือเป็นลักษณะการนำเสนอที่เป็นรูปแบบและ สัญลักษณ์ (Symbolic) เฉพาะ ที่ผู้รับสารไม่เฉพาะแต่กลุ่มผู้ชมสตรี ต่างซึมซับ รับรู้ ดังนั้นผู้รับสารในรายการข่าวโทรทัศน์โดยทั่วไปจึงไม่มีโอกาสเห็นสตรีในงานข่าวในภาพลักษณ์สัตว์โลกที่แสนสวย แต่อย่างไรก็ตามจากข้อคำถามที่ว่า ความสวยงามของหน้าตา และการแต่งกายของผู้ประกาศข่าวหญิงมีส่วนช่วยดึงดูดให้ผู้รับสารที่ไม่ว่าจะเป็นชาย หรือหญิง อยากติดตามการนำเสนอรายการข่าวต่อไป ก็ยังคงเป็นข้อคำถามที่สตรีกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยส่วนใหญ่เลือกตอบมากที่สุด

4.3 ทศนคติของผู้ชมสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์พบว่า ภาพสัตว์โลกที่แสนสวยเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้ชมสตรีเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาเป็นภาพผู้หญิงมหัศจรรย์ ที่หมายถึงภาพผู้หญิงที่มีความสามารถก้าวออกสู่โลกภายนอกของตน โดยการปรากฏตัวในวิชาชีพต่างๆ ในปริมณฑลของผู้ชาย พร้อมๆ กับการดูแลรับผิดชอบการบ้านการเรือนตามหน้าที่ทางเพศ ภายในบ้านควบคู่กัน โดยไม่เรียกร้องสิทธิใดๆ โดยสตรีกลุ่มเป้าหมายเห็นด้วยมากที่สุดต่อข้อคำถามที่ว่า การแต่งกายสวยดูดีเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นางเอกในละครโทรทัศน์ดูน่ามองยิ่งขึ้น อธิบายได้ว่าในแง่ของภาพลักษณ์จากมุมมองภายนอกของผู้หญิงในรายการละครโทรทัศน์ สตรีกลุ่มเป้าหมายมองว่าการแต่งกายของนางเอกละครโทรทัศน์สำคัญกว่าเป็นที่ดึงดูดความสนใจว่าความสวยงามของหน้าตา หรือความสามารถทางการแสดง

4.4 ความสัมพันธ์ของแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา System Approach และ Feminist Approach และเกณฑ์ทางปรัชญาจากสำนักคิดสตรีนิยม กับทัศนคติของสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวโทรทัศน์พบว่าสตรีกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา System Approach มีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นภาพผู้หญิงกล้า (Non Traditional) ซึ่งหมายถึงภาพผู้หญิงยุคใหม่หรือภาพผู้หญิงเก่งที่มีความมั่นใจในตัวเองทำตัวเสมอเหมือนกับผู้ชายในแง่การทำงานอาชีพและแง่ความประพฤติในลักษณะผู้ชายทำได้ ผู้หญิงก็ทำได้ ในส่วนของสตรีกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา Feminist Approach ผลการวิจัยออกมาว่า สตรีกลุ่มเป้าหมายมีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการข่าวโทรทัศน์เป็นภาพแม่ศรีเรือน และกุลสตรี (Traditional) ซึ่งหมายถึงภาพสตรีตามแบบฉบับดั้งเดิม ที่แสดงความชอบธรรมของการแบ่งงานกันทำตามเพศ เช่น ภาพความเป็นแม่ เป็นภรรยา และภาพแม่บ้าน จากผลการวิจัยอาจกล่าวได้ว่าภาพแม่ศรีเรือน และกุลสตรี เป็นภาพชั่วคราวกันข้ามกันกับภาพผู้หญิงกล้า สำหรับความสัมพันธ์ของแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา System Approach และ Feminist Approach และเกณฑ์ทางปรัชญาจากสำนักคิดสตรีนิยม กับทัศนคติของสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์ พบว่าสตรีกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา System Approach มีความเห็นว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการละครโทรทัศน์เป็นภาพแม่ศรีเรือนและกุลสตรี (Traditional) และสตรีกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชื่อตามแนวคิดทฤษฎีสตรีศึกษา Feminist Approach มีความเห็นมากที่สุดว่าภาพลักษณ์ของสตรีในรายการละครเป็นภาพสัตว์โลกที่แสนสวย (Sex Object)

4.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับทัศนคติต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าว ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อายุ/ สถานภาพสมรส/ การศึกษา/ อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลต่อทัศนคติในการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการข่าวโทรทัศน์ ทั้งนี้เนื่องจากรายการข่าวเป็นรายการที่มีจุดประสงค์ในการนำเสนอรายการเพื่อแจ้งข่าวสาร(To Inform) มีกลวิธีการนำเสนอรายการที่เรียบง่าย ตรงไปตรงมา มีรูปแบบรายการที่เป็นแบบแผน มีเนื้อหารายการที่เป็นเหตุการณ์จริง ยึดหลักองค์ประกอบของข่าว(News Element) เป็นสำคัญ และเป็นรายการที่เร้าอารมณ์ต่ำ จึงเป็นเหตุให้ช่วงอายุ/ สถานภาพสมรส/ การศึกษา/ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเกิดทัศนคติ ในขณะที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับทัศนคติต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรอายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ทัศนคติของสตรีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์ แตกต่างกันทั้งนี้เนื่องจากตัวแปรอายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตีความเนื้อหาของรายการ และตัวแปรรายได้ที่แตกต่างกันก็อาจมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งหน้าที่การงาน รสนิยม การเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกัน เช่นกัน

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.1.1 ผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ไทยควรให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการปรับภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์ เพื่อให้ภาพลักษณ์สตรีในรายการละครโทรทัศน์ถูกยกระดับจากภาพสัตรีโลกที่แสนสวยหรือจากภาพแม่ศรีเรือน และกุลสตรีที่เป็นภาพลักษณ์เพียงส่วนเสี้ยวหนึ่งของสตรีในโลกของความเป็นจริง

5.1.2 ผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถทางการแสดงของนักแสดงหญิง มากกว่าหน้าตา หรือเครื่องแต่งกาย ด้วยจะไม่เพียงยกระดับคุณค่าแห่งศาสตร์ศิลปะการแสดง หากแต่จะยกระดับคุณค่าความเป็นนักแสดงหญิงให้ไม่ถูกมองเพียงผิวเผินที่รูปร่างหรือแพพพรม

5.1.3 ผู้ผลิตรายการข่าวโทรทัศน์ควรปรับน้ำหนักรายการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องสตรี เช่นปรับเพิ่มข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสตรีในเชิงวิชาชีพ หรือเชิงความสามารถที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้เกิดภาพเชิงบวกที่สมดุลในการรับรู้ของผู้รับสารว่าสตรีมิได้เป็นเพียงเหยื่อ หรือเป็นเพียงผู้ถูกกระทำเท่านั้นและยังสามารถรู้ถอดหมายคติเดิมพร้อมกับสร้างความคิด ความเข้าใจใหม่บนพื้นฐานความเท่าเทียมทางเพศในทุกภาคส่วนของสังคม ซึ่งเป็นไปได้ว่าจะช่วยยกระดับคนในสังคมให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ได้

5.1.4 การนำเสนอสตรีในภาพลักษณ์สัตรีโลกที่แสนสวยในรายการละครโทรทัศน์ ตามผลการวิจัยเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ไทยยังให้คุณค่าสตรีไทยเป็นเพียงวัตถุทางเพศ ที่ถูกตีราคาจากความงามของหน้าตา และเรือนร่าง และถูกตีราคาความสามารถจากเสน่ห์ยั่วชวนทางเพศเท่านั้น ซึ่งนอกจากจะไม่ได้ยกระดับการนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยแล้ว ยังไม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์สตรีไทย ทั้งยังขัดต่อสภาพความเป็นจริงของสตรีไทยที่เป็นอยู่อย่างสิ้นเชิง ผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ไทยจึงไม่ควรให้น้ำหนักรายการที่ลาดเทไปในพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งของสตรีโดยเฉพาะ หากแต่ควรปูพื้นเรื่องอันเป็นที่มา หรือเหตุและผลของพฤติกรรมดังกล่าว เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับสารทำความเข้าใจกับที่มาของพฤติกรรม

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

5.2.1 การวิจัยนี้เป็นการศึกษาภาพรวมของทัศนคติของผู้ชมสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร หากต้องการผลการศึกษามีการชี้ชัดมากขึ้นควรขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมถึงกลุ่มตัวอย่างในต่างจังหวัด หรือทำการสำรวจทัศนคติของผู้ชมในกลุ่มบุรุษด้วย

5.2.2 การเพิ่มวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ เช่นกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มคนโสด หรือกลุ่มคนสูงอายุ น่าจะทำให้นักวิจัยได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น

5.2.3 ควรมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปถึงภาพลักษณ์ของตัวละครในบทบาทต่างๆ ในรายการข่าวโทรทัศน์ เช่น บทบาทผู้ประกาศข่าว ผู้สื่อข่าว และผู้หญิงที่ตกเป็นข่าว และในรายการละครโทรทัศน์ เช่น บทบาทแม่ นางร้าย นางเอก และนักแสดงหญิงสมทบ เพื่อค้นหาภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและแท้จริงของสตรีที่สวมบทบาทแตกต่างกันในรายการข่าว และละครทางโทรทัศน์

6. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่สนับสนุนทุนในการทำวิจัยในครั้งนี้

7. รายการอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. 2542 . การวิเคราะห์สื่อแนวคิด และเทคนิค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์.

_____ . 2543. ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

_____ . 2547. สื่อสารมวลชน: ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: แบรินเอง.

_____ . 2549. ศาสตร์แห่งสื่อ และวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์.

ชนัญชัช กาญจนอุไรโรจน์. 2538. “การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงปี 2528-2537.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงพร เวทไถ . 2545. “การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์การเปิดรับโฆษณา และทัศนคติที่มีต่อโฆษณา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทิพย์ธิดา ศรีธาทิพย์ และคณะ. 2546. คนเขียนบท . กรุงเทพมหานคร: มติชน.

นภการณ์ อัจฉริยะกุล,ผศ. และ พิไลวรรณ ปุกहुต. 2539. “การผลิตรายการละครโทรทัศน์.” ใน

เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี:

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

นาถญา ตนานนท์. 2547. การรายงานข่าว. กรุงเทพมหานคร: Nut Republic.

นุชรี ตันติวิจิตร. 2537. “การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงใน

กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

บงกช สิงห์กุล. 2547. คู่มีน้องเขียน. กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล.

เบญจศรี ศรีโยธิน. 2548. “การคาดหวัง และความพึงพอใจที่ผู้ชมได้รับจากละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประสิทธิ์ เข้มศรี. 2548. “ภาพลักษณ์ของผู้หญิงไทยในเพลงลูกทุ่ง: ศึกษากรณีเพลงแนวคาเฟ่.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาภาษาไทย (กลุ่มวรรณคดี) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พินดา หันสวาสดี. 2544. “ผู้หญิงในภาพยนตร์: กระบวนการผลิตซ้ำภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสังคมไทย.”

รายงานการวิจัย โครงการฝึกอบรมนักวิจัยด้านสตรีศึกษา ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มริศา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา และศศิพร หมั่นเจริญลาภ. 2547. **How to Write a Selling Screenplay by**

Christopher Keane. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

รรินทร วสุนันท์ และเสรี วงษ์มณฑา. 2551. “การรณรงค์ปลุกจิตสำนึกการเสริมสร้างภาพลักษณ์สตรี

ที่ปรากฏในโทรทัศน์ของกลุ่มสตรี.” การสัมมนาวิชาการระดับชาติเรื่องผู้หญิง และการ

ส่งเสริมความเสมอภาคหญิงชายในสังคมครั้งที่ 1. โรงแรมปรี๊นท์พาเลซ. กรุงเทพฯ.

รัชดา แดงจำรูญ. 2538. “ภาพของโสเภณีในละครโทรทัศน์ปี 2535.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา

ภาควิชาสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริโยธยา ณ นคร. 2550. “ละครโทรทัศน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบของสตรีวัยทำงาน.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุนนมาลย์ นิ่มเนติพันธ์. 2541. **การละครไทย**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

สุรสิทธิ์ วิฑารัฐ. 2545. **การสื่อข่าว: หลักการ และเทคนิค**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

สุธินี กิตติวรรณกุล. 2547. “ภาพของบทบาทของสตรีในงานโฆษณาทางนิตยสาร และทัศนคติของนัก

สร้างสรรค์โฆษณา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพิศวง ธรรมพันทา. 2543. **มนุษย์กับสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ภูมิไทย.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไอทีเก็ซ.

เสนาะ เจริญพร และนพพร ประชากุล. 2548. **ผู้หญิงกับสังคม : ในวรรณกรรมไทยยุคทอง**.

กรุงเทพมหานคร: มติชน.

อรนุช เลิศจรยาลักษณ์. 2548. **หลักการเขียนบทโทรทัศน์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัมพิกา ศรีสุธาพรรณ. 2543. “ทัศนคติของสตรีต่อโฆษณาที่นำเสนอสตรีในบทบาทต่างๆ.”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอนคณิตศาสตร์สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1

ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร

A STUDY OF PROBLEM CONDITIONS IN MATHEMATICS INSTRUCTION FOR FIRST YEAR STUDENTS OF PRIVATE UNIVERSITIES IN BANGKOK METROPOLIS

พิมพ์พร ฟองหล้า

อาจารย์ประจำ หมวดวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : pimpron.fo@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของอาจารย์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบสภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาในคณะสาขาวิชาที่มีลักษณะต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นอาจารย์ผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 66 คน และเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2552 คณะวิศวกรรมศาสตร์ บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ และบัญชี จำนวน 380 คน ได้จากการสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วน 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ผลการวิจัย พบว่า

1. สภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของอาจารย์และนักศึกษา ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ พื้นความรู้เดิมก่อนเรียนระดับอุดมศึกษา นักศึกษาไม่มีความถนัดทางด้านคิดคำนวณ มีเจตคติไม่ดีต่อวิชาคณิตศาสตร์ ไม่ชอบวิชาคณิตศาสตร์ คิดว่าเป็นวิชาที่ยาก มีความวิตกกังวลก่อนเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ความสม่ำเสมอ และตรงเวลาในการเข้าชั้นเรียน ตั้งใจฟังขณะอาจารย์อธิบายบทเรียน เมื่อมีข้อสงสัยจะถามอาจารย์หรือเพื่อนทันที และมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่จะประสพผลสำเร็จ มีความมานะพยายามจะสามารถเรียนทันเพื่อน มีความต้องการจะได้เกรด 4

2. สภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาที่เรียนอยู่ในคณะหรือสาขา วิชาต่างกัน มีสภาพปัญหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 ในด้านต่างๆ ดังนี้ 2.1) ปัญหาอาจารย์ผู้สอน นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่อง อาจารย์สอนเนื้อหาเร็วเกินไป ไม่ใช่สื่อการสอนเพื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหา ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เข้าสอนไม่ตรงเวลา และบรรยากาศการเรียนการสอนเครียด 2.2) ปัญหาพื้นความรู้เดิมวิชาคณิตศาสตร์ นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกัน ในเรื่อง มีความถนัดทางด้านคิดคำนวณน้อย ผลการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ที่ผ่านมาอยู่ในระดับต่ำ มีพื้นความรู้เดิมไม่เพียงพอที่จะเรียนวิชาคณิตศาสตร์ 2.3) ปัญหาเจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่อง ไม่ชอบอาจารย์

ผู้สอน ไม่ชอบวิชาคณิตศาสตร์ ไม่เห็นคุณค่าของวิชาคณิตศาสตร์ วิชาคณิตศาสตร์ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นวิชาที่ยาก และรู้สึกท้อแท้ไม่อยากเรียนเมื่อต้องเรียนวิชาคณิตศาสตร์

คำสำคัญ : ปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ ทักษะคิดทางคณิตศาสตร์

ABSTRACT

This research had the objectives (1) to study the problems of learning and teaching mathematics of the instructors and the students of the private universities in Bangkok, and (2) compare the problems of learning and teaching mathematics of the students in the different faculties. Of 446 samples obtained in this research, 66 were the instructors who taught mathematics and 380 were the first year students of 2552 academic year. They were the students of Faculty of Engineering, Business Administration, Liberal Arts and Accounting to get from the stratified random sampling. The instruments for data collecting was the five levels of questionnaires developed by the researcher. The data were analyzed by using frequency, percentage, means, the standard deviation and analysis of variance.

The research findings were as follows:

1. The problems of learning and teaching mathematics of the instructors and students depend on many factors, e.g, basic knowledge of the students. The students were not good at counting. They had the bad mathematics attitude and they didn't like mathematics. They thought that mathematics was difficult and they worried before learning mathematics. They came to class all the time and on time and listen while the instructors explained the lessons. When the students had any doubts, they should ask the instructors or friends immediately and they had the achievement motivation to be successful. If they have the effort, they will have ability to learn as their friends and want an A grade.

2. The ideas about the problems of learning mathematics of the students in the four faculties. They had the significant different 0.5 ideas as follows : 2.1) The problem of the instructors, the students had the different ideas in the case that the instructors taught very quickly. They didn't help the students to understand the content that they taught. They didn't listen to the students' ideas and the instructors didn't come to the class on time. The atmosphere in learning and teaching was stressful. 2.2)The problem of the basic knowledge in mathematics was found that the students had the different ideas in the case that there was skill in counting very little. The result of learning mathematics in the past was in the lower level and there was enough basic knowledge to learn it. 2.3)The problem of the mathematics attitude was found that the students had the different ideas in the case that they didn't like the instructors who taught mathematics and they didn't also like mathematics. It was rather difficult and they were discouraged and didn't want to learn it.

KEYWORDS : A Study of Problem Conditions in Mathematics, Mathematics attitude

1. บทนำ

คณิตศาสตร์เป็นวิชาที่ช่วยพัฒนากระบวนการคิดให้รู้จักคิดเป็น คิดอย่างมีเหตุผล มีระบบขั้นตอนในการคิด และยังช่วยสร้างเสริมคุณลักษณะที่สำคัญ มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต สามารถทำให้เป็นผู้มีเหตุผล มีลักษณะนิสัยละเอียด สุขุม รอบคอบ ช่างสังเกต มีไหวพริบปฏิภาณที่ดี และยังเป็นเครื่องมือที่จำเป็นที่สุดสำหรับทุกคนในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการสื่อสารข้อมูลต่างๆสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและไม่มีข้อจำกัด ต้องมีการตัดสินใจอย่างฉลาด สามารถแยกความแตกต่างระหว่างความสมเหตุสมผลได้ สามารถอภิปรายปัญหาต่างๆและประเมินผลได้ คนที่มีพื้นฐานทางคณิตศาสตร์สามารถเรียนรู้เรื่องต่างๆได้กว้างและลึกซึ้ง ความรู้ทางคณิตศาสตร์ยังสามารถใช้สนับสนุนความคิดที่เป็นวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้คณิตศาสตร์ยังสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในแง่การเรียนรู้และการประยุกต์ใช้

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะอาจารย์ผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยศรีปทุมเป็นเวลาหลายปี พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีพื้นฐานความรู้ด้านคณิตศาสตร์แตกต่างกันมาก นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ไม่เพียงพอที่จะเรียนวิชาคณิตศาสตร์เกิดความท้อแท้ที่จะเรียน ขาดเรียนบ่อย ผลการเรียนอยู่ในระดับต่ำ ผู้วิจัยต้องการศึกษาหาแนวทางปรับปรุงแก้ไข ผลที่ได้จากการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบสภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาในคณะสาขาวิชาที่ต่างกัน

3. สมมติฐานการวิจัย

สภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาที่เรียนอยู่ในคณะหรือสาขาวิชาต่างกัน มีลักษณะสภาพปัญหาแตกต่างกัน

4. แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอนคณิตศาสตร์สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร ได้รวบรวมเนื้อหาของแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ศาสตร์การสอนแบบต่างๆ พฤติกรรมการศึกษา เจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ ความวิตกกังวลก่อนเรียนวิชาคณิตศาสตร์ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) การสร้างแรงจูงใจในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ความมีวินัยในตนเอง และปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ ซึ่งแนวคิด ทฤษฎีทั้งหมดนี้ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยได้เป็นอย่างดี

5. ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นอาจารย์ที่สอนวิชาคณิตศาสตร์ และ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2552 จากมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 11 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ โดยเลือกจากสาขาวิชามาเป็นเกณฑ์ในการจำแนกกลุ่มเก็บข้อมูลจาก 4 คณะ ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ และคณะบัญชี

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ ได้แก่ พื้นความรู้เดิม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ ความวิตกกังวลต่อวิชาคณิตศาสตร์ พฤติกรรมในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ และความมีวินัยในตนเอง

6. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 2 ชุด ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นสำหรับอาจารย์ผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ เกี่ยวกับปัญหาในการสอนนักศึกษา และปัญหาหลักสูตรวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 15 ข้อ ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2552 เป็นปัญหาเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอน ปัญหาพื้นความรู้เดิมวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษา ปัญหาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ปัญหาเจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ ปัญหาความวิตกกังวลก่อนเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ปัญหาพฤติกรรมการเรียน และปัญหาความมีวินัยในตนเอง จำนวน 44 ข้อ โดยแบบสอบถามทั้งสองชุดมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.87 และ 0.92 ตามลำดับ

7. วิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยใช้ ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต(Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) เปรียบเทียบสภาพปัญหาการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาระหว่างคณะสาขาวิชาโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว สถิติทดสอบ เอฟ (F-test) และเปรียบเทียบ ความแตกต่างรายคู่โดยใช้การทดสอบรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe test)

8. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สรุปผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์จากความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอน พบปัญหา เกี่ยวกับตัวนักศึกษา และปัญหาเกี่ยวกับหลักสูตร ดังนี้

1.1 ปัญหาเกี่ยวกับตัวนักศึกษา เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักศึกษามีพื้นฐานความรู้ไม่ดี ไม่สามารถประยุกต์ความรู้ไปใช้ในการแก้ปัญหาได้ สับสนจำสูตรไม่ได้ ไม่ชอบการคิดคำนวณ และไม่ชอบทำแบบฝึกหัดด้วยตนเอง

1.2 ปัญหาเกี่ยวกับหลักสูตรวิชาคณิตศาสตร์ พบว่าเนื้อหาวิชาน่าเบื่อ ลักษณะเนื้อหาวิชาที่เรียนมากเกินไป ต้องคิดซับซ้อน และสูตรมากสับสนจำยาก

2. ผลจากการศึกษาสภาพปัญหาการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ได้จากความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจร้อยละ 51.50 ศิลปศาสตร์ร้อยละ 19.20 วิศวกรรมศาสตร์ร้อยละ 17.70 และบัญชีร้อยละ 11.70 พบปัญหาการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 อาจารย์ผู้สอน เป็นปัญหาอยู่ในระดับมากตามลำดับดังนี้ ความรู้ของผู้สอนในเรื่องที่สอน การจัดลำดับเนื้อหาในเรื่องที่สอน เปิดโอกาสให้นักศึกษาซักถามปัญหาในชั้นเรียนน้อย และสอนเนื้อหาเร็วเกินไป

2.2 พื้นความรู้เดิมวิชาคณิตศาสตร์ พบว่า นักศึกษามีผลการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ที่ผ่านมาอยู่ในระดับต่ำ มีความถนัดทางด้านคิดคำนวณน้อย และมีพื้นความรู้เดิมไม่เพียงพอที่จะเรียนวิชาคณิตศาสตร์

2.3 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ นักศึกษามีความต้องการจะได้เกรด 4 ต้องการเป็นที่ยอมรับของเพื่อน มีความเชื่อว่าถ้ามีความมานะพยายามมากขึ้นจะสามารถเรียนทันเพื่อน และจะประสบความสำเร็จเมื่อตั้งใจเรียนเต็มที่

2.4 เจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ นักศึกษาไม่ชอบวิชาคณิตศาสตร์ คิดว่าวิชาคณิตศาสตร์เป็นวิชาที่ยาก

2.5 ความวิตกกังวลของนักศึกษาก่อนเรียนวิชาคณิตศาสตร์ พบปัญหาที่อยู่ในระดับมากตามลำดับดังนี้ กลัวไม่ได้คะแนนตามที่คาดหวัง กลัวสอบไม่ผ่าน กลัวเรียนไม่รู้เรื่อง มีความวิตกกังวลว่าวิชาคณิตศาสตร์จะทำให้ผลการเรียนต่ำ กลัวเรียนไม่ทันเพื่อน และมีความวิตกกังวลเสมอเมื่อต้องเรียนวิชาคณิตศาสตร์

3. ผลการเปรียบเทียบสภาพปัญหาการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ของนักศึกษาในคณะสาขาวิชาที่มีลักษณะต่างกัน 4 คณะ ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ และคณะบัญชี นักศึกษาทั้ง 4 คณะ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่างๆ ดังนี้

3.1 อาจารย์ผู้สอน นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องอาจารย์สอนเนื้อหาเร็วเกินไป ไม่ใช้สื่อการสอนเพื่อช่วยให้เข้าใจเนื้อหา ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา เข้าสอนไม่ตรงเวลา และบรรยากาศ การเรียนการสอนเครียด ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.2 พื้นความรู้เดิม นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่อง มีความถนัดทางด้านคิดคำนวณน้อย และมีพื้นความรู้เดิมไม่เพียงพอที่จะเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.3 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกัน คือ มีความต้องการจะได้เกรด 4 และเชื่อว่าถ้ามีความมานะพยายามมากขึ้นจะสามารถเรียนทันเพื่อน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3.4 เจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องไม่ชอบวิชาคณิตศาสตร์ วิชาคณิตศาสตร์เป็นวิชาที่ยาก ไม่เห็นคุณค่าของวิชาคณิตศาสตร์ วิชาคณิตศาสตร์ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง รู้สึกท้อแท้ไม่อยากเรียนเมื่อต้องเรียนวิชาคณิตศาสตร์ และเชื่อว่าวิชาคณิตศาสตร์สามารถฝึกให้เป็นคนมีเหตุผล มีระเบียบรอบคอบ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. ผลการทดสอบความคิดเห็นที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า นักศึกษาคณะบัญชี บริหารธุรกิจ และศิลปศาสตร์ มีความคิดเห็นในเรื่องปัญหาเกิดจากอาจารย์ผู้สอนแตกต่างกันในทุกด้าน นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มีความคิดเห็นแตกต่างกับคณะบัญชีในเรื่องอาจารย์ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของนักศึกษา ปัญหาด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พบว่านักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์กับคณะบัญชีมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องมีความต้องการจะได้เกรด 4

นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์กับคณะบัญชีมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องเชื่อว่าถ้ามีความมานะพยายามมากขึ้นจะสามารถเรียนทันเพื่อน ปัญหาด้านเจตคติต่อวิชาคณิตศาสตร์ พบว่านักศึกษาคณะศิลปศาสตร์กับคณะบัญชีมีความคิดเห็นในเรื่องเจตคติแตกต่างกันเกือบทุกด้าน ส่วนนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจกับคณะศิลปศาสตร์มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องไม่เห็นคุณค่าของวิชาคณิตศาสตร์ และวิชาคณิตศาสตร์สามารถฝึกให้เป็นคนมีเหตุผล มีระเบียบ รอบคอบ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

9. อภิปรายผล

สภาพปัญหาด้านการเรียนการสอนของอาจารย์และนักศึกษาพบว่า อาจารย์และนักศึกษามีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องนักศึกษามีพื้นฐานความรู้ไม่ดี สับสนจำสูตรไม่ได้ ไม่ชอบการคิดคำนวณ ไม่ทำแบบฝึกหัดด้วยตนเอง จำนวนนักศึกษามากทำให้ไม่ตั้งใจเรียน ขาดการใส่ใจด้านการเรียน สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิจิต สุรัตน์ เรื่องชัยและคณะ(2548-2549) ได้ศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนของคณาจารย์มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิต ไม่มีความพร้อม ขาดความมุ่งมั่นในการเรียน ขาดความรับผิดชอบ ขาดความอดทน ขาดระเบียบวินัย ไม่กล้าแสดงออก ไม่ตรงต่อเวลา พื้นฐานไม่ดี จำนวนนิสิตในชั้นเรียนมากเกินไป ทำให้การวัดและประเมินผลทำได้ยาก สอดคล้องกับสิริพร ทิพย์คง(2542) ได้รวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ในปีการศึกษา 2521–2542 มีงานวิจัยในส่วนของฝึกหัดครู 3 เรื่อง พบว่า นักศึกษามีความรู้พื้นฐานไม่เพียงพอ ขาดความรับผิดชอบ ยังไปสอดคล้องกับงานวิจัยของอุษา คงทอง(2529) และเอิบศรี ดุษยะเดช(2529) พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 โปรแกรมช่างอุตสาหกรรม กรมสามัญศึกษา มีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์อยู่ในระดับต่ำ ปัญหาที่พบดังกล่าว เป็นปัญหาสืบเนื่องมาจากการเรียนการสอนในระดับมัธยม และอภิญา ซอระสี ยังกล่าวใน online ว่า การจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ในระดับมัธยมยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากวิชาคณิตศาสตร์มีลักษณะเป็นนามธรรม และเนื้อหาบางตอนก็ยากที่จะอธิบายให้เด็กเข้าใจ ต้องใช้ความคิดอย่างสมเหตุสมผล จึงจะเรียนรู้และเข้าใจโครงสร้างทางคณิตศาสตร์ได้ ด้วยเหตุนี้ผู้เรียนส่วนใหญ่จึงไม่ชอบเรียนวิชาคณิตศาสตร์ และมีผลการเรียนอยู่ในระดับที่ไม่น่าพอใจ นักเรียนคิดแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ไม่เป็น การเรียนการสอนจึงมีลักษณะเป็นการเลียนแบบ นักเรียนทำแบบฝึกหัดหรือทำการบ้านไม่ได้ ไม่สนใจและไม่ตั้งใจเรียน นักเรียนส่วนมากไม่มีทักษะในการคิดคำนวณ และไม่มีทักษะในการคิดแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ สอดคล้องกับพัชรี มะเสนะ(2549) ได้ทำวิจัยในชั้นเรียน เรื่อง “ปัญหาการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ ในโรงเรียนปทุมรัตน์พิทยาคม” พบว่า ปัญหาในการสอนคณิตศาสตร์เกิดจากนักเรียน ไม่ชอบคิด ไม่ชอบทำแบบฝึกหัดด้วยตนเอง พื้นฐานไม่ดี นักเรียนสติปัญญาไม่ดี จะเห็นได้ว่าปัญหาเรื่องนักศึกษามีความรู้พื้นฐานทางคณิตศาสตร์อยู่ในระดับต่ำ เป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาตั้งแต่ระดับประถมและมัธยม เมื่อนักศึกษาไม่มีความรู้เพียงพอที่จะเรียนในระดับอุดมศึกษา ปัญหาอื่นๆจึงตามมา ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายไม่อยากเรียน กลัวหรือวิตกกังวลที่ต้องเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการศึกษาควรเข้ามาช่วยแก้ปัญหา

ปัญหาด้านการดำเนินการสอน นักศึกษามีความคิดเห็นว่าสิ่งที่ปัญหามากที่สุดคือความรู้ของผู้สอนในเรื่องที่สอน การจัดลำดับเนื้อหาในเรื่องที่สอน สอนเนื้อหาเร็วเกินไป อธิบายไม่ชัดเจน เข้าสอนไม่ตรงเวลา ซึ่งวิจิต สุรัตน์เรื่องชัยและคณะให้ความเห็นว่า ความคิดเห็นดังกล่าวของนักศึกษา แสดงว่านักศึกษาให้ความสำคัญและคาดหวังกับตัวอาจารย์ผู้สอนมาก นอกจากนี้ Cox (1987) ทำการวิจัยเรื่องการจัดการเรียนการสอนเพื่อผู้ผลที่มีต่อ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การรู้จักตนเอง และเจตคติที่มีต่อวิชาคณิตศาสตร์ พบว่าการเตรียมการสอนของครูอย่างมีระบบจะมีผลสัมฤทธิ์ต่อการเรียนคณิตศาสตร์ มีผลต่อเจตคติในการเรียนคณิตศาสตร์ และมีผลต่อตัวนักเรียนในด้านมโนทัศน์ทางคณิตศาสตร์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของไพฑูริย์ สีนลารัตน์ที่ได้ศึกษาทัศนคติของนิสิตบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าองค์ประกอบที่ทำให้ นิสิตประสบความสำเร็จในการเรียนมากที่สุดตามทัศนคติของนิสิตคือครูผู้สอน รองลงมาคือตัวผู้เรียนเอง คณะอาจารย์จึงควรรับฟังข้อมูลต่างๆ ที่สะท้อนจากนิสิตให้มากขึ้น และพิจารณาปรับปรุงต่อไป ความคิดเห็นดังกล่าวของนักศึกษายังสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิจิต สุรัตน์เรืองชัยและคณะ พบว่าอาจารย์ขาดเทคนิค ขาดกิจกรรมการปฏิบัติ เน้นการบรรยายมากเกินไป อธิบายไม่ชัดเจน และนิสิตต้องการให้คณะอาจารย์เตรียมการสอนล่วงหน้า และเข้าสอนให้ตรงเวลา สอนให้สนุกสนาน ไม่น่าเบื่อหน่าย ใช้สื่อการสอนที่หลากหลายน่าสนใจ

10. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับอาจารย์ผู้สอน

1. ควรมีเอกสารประกอบการสอนที่บรรจุเนื้อหาที่ได้บรรยายในชั้นเรียน เพื่อให้ผู้เรียนไม่ต้องกังวลในเรื่องการจดเนื้อหาระหว่างบรรยายหรืออ่านลายมือของอาจารย์ไม่ออก จะได้มีเวลาในการฝึกปฏิบัติมากขึ้น
2. ควรฝึกการฟัง และการจดคำบรรยายของนักศึกษาที่เริ่มเข้าเรียนระดับอุดมศึกษา และส่งเสริมให้นักศึกษาได้ศึกษาดูด้วยตนเองให้มากขึ้น มอบหมายงานให้ค้นคว้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่อาจารย์สอนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ให้คำแนะนำช่วยเหลือ
3. ควรจัดชั่วโมงสอนเสริมให้นักศึกษาที่ไม่มีพื้นฐานทางคณิตศาสตร์ ส่วนนักศึกษา ควรจะสนใจและเอาใจใส่เป็นพิเศษ ทำแบบฝึกหัดด้วยตนเอง ไม่เข้าใจควรถามเพื่อนที่เข้าใจ หรืออาจารย์ผู้สอนทันที
4. ควรจัดการประเมินผู้เรียนโดยพิจารณาจากพัฒนาการของผู้เรียน พฤติกรรมการเรียน การร่วมกิจกรรม การทดสอบควบคู่ไปในการบวนการเรียนการสอน การทดสอบบ่อยๆ เป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีความสนใจอยู่เสมอ
5. ควรพัฒนาตัวเองด้านวิชาการและเทคนิคการสอนอยู่เสมอ เพื่อให้มีความมั่นใจ และแม่นยำในเนื้อหา วิชาที่สอน มีความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาวิชาให้นักศึกษาเข้าใจ และเตรียมการสอนล่วงหน้าก่อนเข้าสอนทุกครั้ง ไม่ควรสอนเร็วเพื่อให้จบหลักสูตรเท่านั้น และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ถามเนื้อหาที่ยังไม่เข้าใจ
6. ควรหาประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมทางคณิตศาสตร์ในด้านการเรียนการสอน กิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อให้นักศึกษามีความสนใจในการเรียนคณิตศาสตร์และเปลี่ยนแปลงเจตคติของนักศึกษา ที่มีต่อวิชาคณิตศาสตร์ในทางที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับคณะหรือผู้บริหาร

1. ควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ และสำรวจความต้องการของผู้เรียนเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรพิจารณาหลักสูตรวิชาคณิตศาสตร์พื้นฐาน และหลักสูตรวิชาคณิตศาสตร์ในชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือในระดับสายวิชาชีพ(ปวช.) เพื่อจะได้ทราบว่านักศึกษามีความรู้พื้นฐานเรื่องอะไรบ้าง หรืออาจเรียนเรื่องนั้นๆมาแล้วแต่เรียนน้อยเกินไป จะได้นำมาสอนหรือทบทวนเป็นการปรับพื้นฐานให้นักศึกษาก่อนที่จะเรียนต่อไป

3. ควรจัดให้มีโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการสอนของอาจารย์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยความรู้พื้นฐานของนักศึกษาว่ายังขาดเรื่องอะไรบ้าง เพื่อจะได้เป็นประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรทำวิจัยโดยแบ่งนักศึกษาเป็นกลุ่มๆ ตามความสามารถในการเรียน แล้วนำผลเสนอตามกลุ่มที่แบ่งนั้นเพื่อจะได้ผลวิจัยที่ละเอียดขึ้นและยังสามารถเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาระหว่างกลุ่มที่มีความสามารถมากกับกลุ่มที่ไม่มีความสามารถได้

3. ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบรูปแบบการสอน เพื่อจะได้วิธีการสอนใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับการสอนวิชาคณิตศาสตร์ในระดับต่างๆ

11. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนงานวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2551

12. รายการอ้างอิง

พัชรี มะเสนะ. 2549. “ปัญหาการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ ในโรงเรียนปทุมรัตต์พิทยา.” วิจัยชั้นเรียนโรงเรียนปทุมรัตต์พิทยาคม อำเภอปทุมรัตต์ จังหวัดร้อยเอ็ด : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2.

วิจิต สุรัตน์เรืองชัย และคณะ. 2548-2549. “ การศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนของคณาจารย์มหาวิทยาลัยบูรพา.” วารสารศึกษาศาสตร์. 17 (พย. – มีค.)2 : 116.

สิริพร ทิพย์คง. 2542. “งานวิจัยการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ ปีการศึกษา 2521-2542.” วิจัย, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อภิญา ซอระสี. 2548. “ ทำอย่างไรให้ผู้เรียนใส่ใจคณิตศาสตร์.” สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2552.

จาก <http://www.google.com>

อุษา คงทอง. 2529. “ ความคิดเห็นของครูคณิตศาสตร์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและวิทยาลัยเทคนิค เกี่ยวกับการใช้หลักสูตรวิชาคณิตศาสตร์ช่วงอุตสาหกรรม.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอิบศรี คุชยะเดช. 2529. “ปัญหาการสอนคณิตศาสตร์ช่วงอุตสาหกรรม3 (สค 211) ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 โปรแกรมช่วงอุตสาหกรรม.” กรุงเทพมหานคร : กรมสามัญศึกษา. ปรินญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต (ศึกษาศาสตร์-การสอน). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Cox, CC. 1987. “ Instructional Management System : How It Affects Achievement , Self Concept , and Attitude toward Math of fifth Grad Students.” Dissertation Abstracts International. 48 (July 1987) : 35 A.

การส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรเพื่อการพัฒนาไปสู่ประสิทธิภาพ
ในการทำงานที่ยั่งยืนของบุคลากรเจนเนอเรชันวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร
THE PROMOTION OF ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS
FOR DEVELOPING TO WORKING EFFICIENCY OF GENERATION Y
EMPLOYEES IN BANGKOK METROPOLITAN

สายฝน กล้าเดินดง

ผู้จัดการสำนักงานเลขานุการคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: saifon.kl@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ระดับประสิทธิภาพในการทำงาน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ บุคลากรที่อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันวาย โดยมีอายุระหว่าง 18-29 ปี ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่ในวัยทำงานและทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นได้ค่า Cronbach's Reliability Coefficient Alpha โดยรวมเท่ากับ 0.94 แล้วจึงนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจนได้แบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเปอร์เซ็นต์ไทล์ การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ผลการศึกษา พบว่าบุคลากรเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร 1. มีพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในระดับมาก กล่าวคือ บุคลากรมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมกรรมการให้ความช่วยเหลือ พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น และพฤติกรรมการให้ความร่วมมือในระดับมาก 2. มีประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมในระดับมาก กล่าวคือ บุคลากรได้แสดงออกถึงความมีประสิทธิภาพของผู้ปฏิบัติงานในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรซึ่งประกอบด้วย

1. พฤติกรรมกรรมการให้ความช่วยเหลือ
2. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่
3. พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น
4. พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น
- และ 5. พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : พฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ประสิทธิภาพในการทำงาน

ABSTRACT

The objective of this research is to study 1. the level of organizational citizenship behaviors, the level in working efficiency 2. the correlation between the organizational citizenship behaviors and the working efficiency of generation-y members in Bangkok region. The samples for this research are working (employed) individuals who can be classified as generation-y who are aged between 18-29 years old and working in the Bangkok region. A total of 400 individuals were considered. The researcher collected the information by using the questionnaire that passed the content validity test by 0.94. The statistics which were used for analysis included percentage, mean, standard deviation, percentile and Pearson Product moment correlation coefficient, R_{xy} , at the confidential level 0.05

The result of the research show that members of generation-y in Bangkok region 1. have a high level of organizational citizenship behaviors. That to say they have an acting to a high altruism ,high conscientiousness, high sportsmanship, high courtesy and high civic virtue. 2. have a high level of working efficiency. That to say they have an acting to high efficiency worker.

Analysis of the test results show that the organizational citizenship behaviors factors are 1. altruism 2. conscientiousness 3. sportsmanship 4. courtesy and 5. civic virtue. There factors are the variables that contribute to the working efficiency of generation-y members in the Bangkok region.

KEYWORDS : Organizational citizenship behaviors, Working efficiency

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงและแรงกดดันของสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ทำให้องค์กรทั้งหลายทั้งองค์กรที่มีอยู่เดิมและองค์กรใหม่ๆ ที่ปรารถนาจะดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้าต่อไปท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง จำต้องปรับตัวและพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนองค์การให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน การขับเคลื่อนองค์การให้ไปสู่ความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะเกิดขึ้นมิได้หากองค์กรปราศจากทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ ความสามารถ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และพร้อมที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างอุทิศกายและใจเพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กร

พฤติกรรมการทำงานที่ทุ่มเทกำลังความสามารถอย่างอุทิศกาย ใจ และยินดีช่วยเหลือทุกสิ่งทีเห็นว่าจะเป็นประโยชน์แก่องค์กรหรือหน่วยงานของตนอย่างเต็มใจ โดยมีได้หวังสิ่งตอบแทน หากแต่กระทำไปด้วยจิตใจที่ปรารถนาจะเห็นองค์การของตนประสบความสำเร็จและเจริญรุ่งเรือง พฤติกรรมเช่นนี้เรียกว่า พฤติกรรมการทำงานที่เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร (Organizational Citizenship Behavior) (Podsakoff และคณะ, 1997 : 263) ซึ่งพฤติกรรมการทำงานดังกล่าวข้างต้นเป็นสิ่งที่องค์การปรารถนาให้บุคลากรของตนมี อีกทั้งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรอย่างยั่งยืน อาจทำได้โดยการพัฒนาพฤติกรรมในการทำงานให้แก่บุคลากรให้มีพฤติกรรมการทำงานที่เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร อันจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรเป็นอย่างดี ซึ่งคำ

กล่าวนี้เป็นไปตามทฤษฎีของ Dennis W.Organ เข้าของทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร (Organ, 1987 : 8-13)

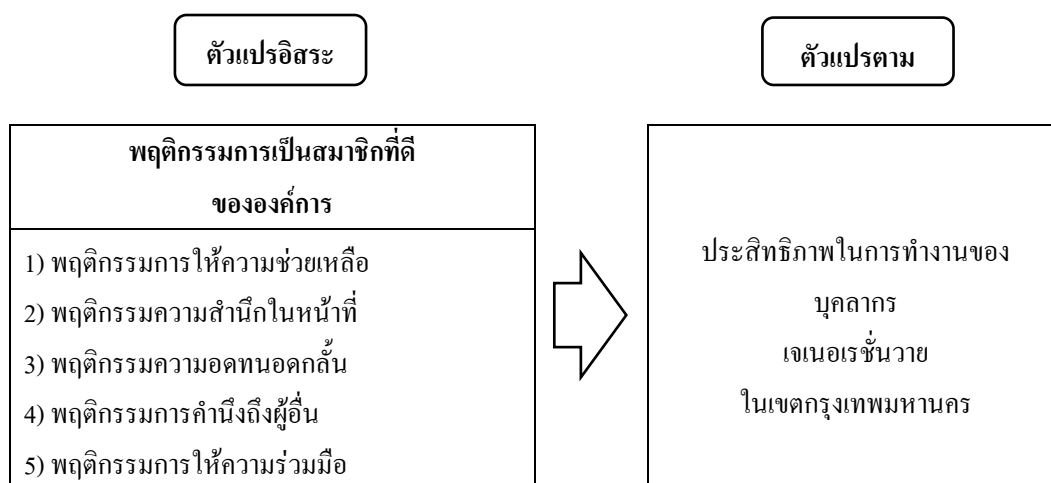
นักพฤติกรรมองค์กรได้แบ่งกลุ่มคนในที่ทำงานออกเป็น 3 เจเนอเรชั่น ได้แก่ เจเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ส (Baby Boomers) เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) และเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) (รัชฎา อีสานธิสกุลและ อ้อยอุมา รุ่งเรือง, 2548) ซึ่งแต่ละเจเนอเรชั่นมีความแตกต่างทางด้านช่วงอายุเป็นตัวกำหนด โดยจะมีรสนิยม มุมมอง ทักษะ และประสบการณ์ที่ต่างกัน ทั้งนี้ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และสถาบันวิจัย ประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล (อึ้งใน สรวาฐ ชัยวิจิตร, 2550) พบว่ากลุ่มคนในเจเนอเรชั่นวาย มีจำนวนมาก ที่สุด ซึ่งสามารถอนุมานได้ว่าบุคคลกลุ่มนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ไปสู่ ความสำเร็จตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้ในสภาพการณ์ปัจจุบันที่สำคัญกลุ่มหนึ่งเลยทีเดียว

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรเพื่อการพัฒนา ไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำประโยชน์จากการวิจัย ครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรเพิ่มมากขึ้น และเพื่อเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรที่ยังยืน ต่อไปเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องขององค์กร

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และระดับประสิทธิภาพในการทำงานของ บุคลากรเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงาน ของบุคลากรเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิดในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

3. สมมติฐานของการวิจัย

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงาน

4. แนวคิดทฤษฎี

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงาน

1. ผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรต่อบุคคล

พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อความพึงพอใจในการทำงาน (Organ & Ryan 1995 : 775-802) ซึ่งส่งผลให้เกิดความเต็มใจที่จะร่วมมือกับระบบขององค์กร ด้านของผลการปฏิบัติงานพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และผลการปฏิบัติ (Podsakoff, Ahearne & MacKenzie, 1997 : 262) และมีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schnake & Dumler (1997, อ้างถึงใน ลาวัลย์ พร้อมสุข, 2544) ที่พบว่าพนักงานที่มีพฤติกรรม

การเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีแนวโน้มที่จะได้รับการประเมินจากผู้บังคับบัญชาว่าเป็นผู้ปฏิบัติงานได้ดีกว่า

สรุปได้ว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีผลต่อบุคคล คือทำให้บุคคลมีผลการปฏิบัติงานที่ดี

มีคุณภาพชีวิตในการทำงานในระดับสูงและมีแนวโน้มที่จะทำให้ได้รับการประเมินผลงานสูงกว่าผู้ร่วมงานอื่น

2. ผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรต่อประสิทธิผลขององค์กร

Podsakoff, Ahearne & Mackenzie, (1997 : 263-264) ได้สรุปว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงในการส่งเสริมประสิทธิผลขององค์กรเนื่องจาก

1. เป็นการลดจำนวนทรัพยากรบุคคลที่ปฏิบัติงานเพียงหน้าที่เดียว ใ้บุคลากรสามารถทำงานได้หลายบทบาท

2. ช่วยเสริมสร้างผลิตภาพในด้านการจัดการ

3. มีทรัพยากรบุคคลเพิ่มขึ้นอย่างไม่จำกัดมีเป้าหมายมุ่งไปในการสร้างผลงาน

- มีการช่วยเหลือการทำงาน ของผู้ร่วมงานทั้งภายใน และภายนอกกลุ่มงาน

- ช่วยเสริมสร้างผลิตภาพของผู้ร่วมงาน เนื่องจากมีการช่วยเหลือในการทำงานทำให้เกิดการเรียนรู้ครบวงจรอันทำให้บุคลากรสามารถสร้างผลงานได้อย่างรวดเร็วขึ้น

- สามารถรักษา และดึงดูดใ้บุคลากรที่ดีให้คงอยู่ในองค์กร สนับสนุนความคงที่และเพิ่มเสถียรภาพของการปฏิบัติงานในองค์กร

และปัจจุบันพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร ในทางวิชาการให้การยอมรับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กร โดยสมาชิกที่มีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรแล้วย่อมส่งผลให้เกิดประสิทธิผลขององค์กรเนื่องจาก สฎาญู ชีระวิชิตระกุล (2550).

1. ส่งเสริมใ้บุคลากรสามารถทำงานได้หลายบทบาท

2. ช่วยเสริมสร้างผลิตภาพในด้านการจัดการ

3. ช่วยใ้องค์กรมีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องเพิ่มจำนวนบุคลากร

4. ทำให้เกิดวัฒนธรรมการทำงานแบบพึ่งพาอาศัย และวัฒนธรรมที่ดีภายในองค์กร

5. ช่วยเพิ่มเสถียรภาพการปฏิบัติงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวของสมาชิกในองค์กร

5. วิธีการดำเนินการศึกษา

รูปแบบการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงาน และศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงานบุคลากรเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หรือตัวแปรที่นำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน คือพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร โดยประกอบด้วย 1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ 2. พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ 3. พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น 4. พฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น และ 5. พฤติกรรมการให้ความร่วมมือ และมีตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ประสิทธิภาพในการทำงาน

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในเรื่องพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และนำมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative)

แบบสอบถาม แบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน กล่าวคือ

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการพิจารณาเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียวจากแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

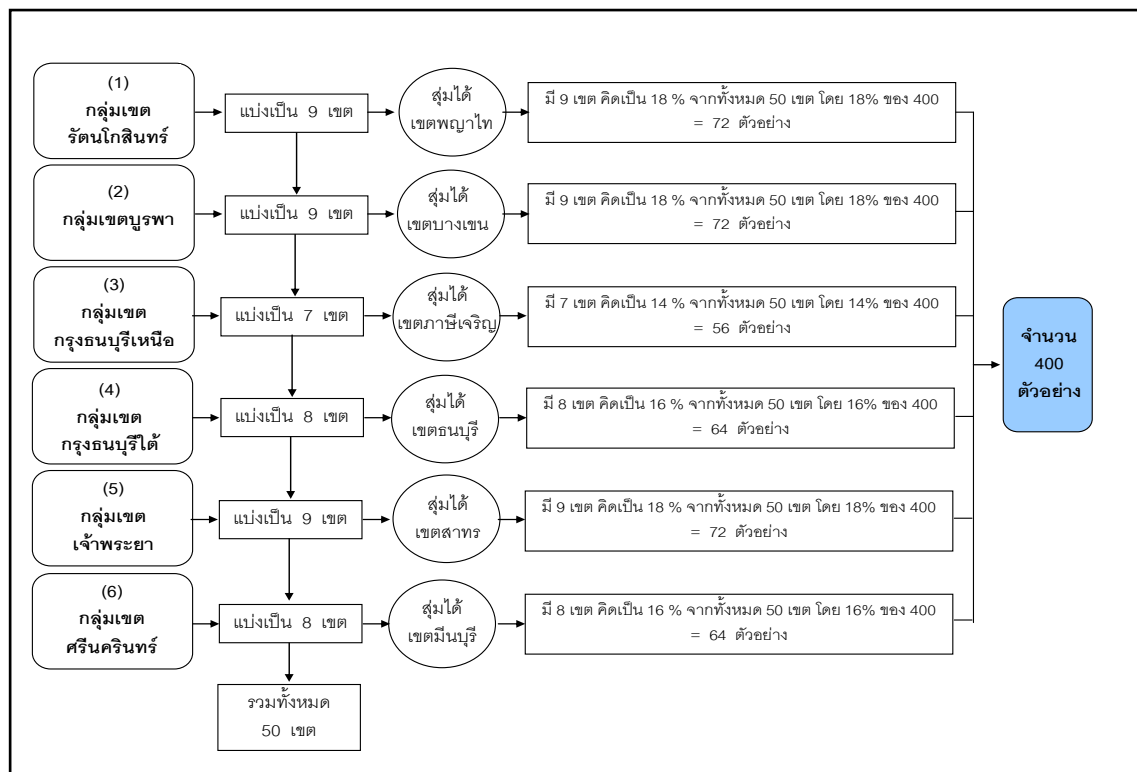
ส่วนที่ 2-3 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร จำนวน 25 ข้อ และข้อคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน จำนวน 15 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีการวัดค่าตัวแปรแบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่าง (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากร เจเนอเรชั่นวาย อายุระหว่าง 18-29 ปี และทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Taro Yamane (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% คำนวณได้ 384 ตัวอย่าง และได้ทำการสำรองไว้ 16 ตัวอย่าง (เพื่อใช้ประโยชน์ในกรณีที่มีแบบสอบถามชุดใดมีข้อมูลไม่สมบูรณ์) รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi Stage Sampling) โดยมีลำดับขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เป็นวิธีการจับสลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งตามเขตปกครองของกรุงเทพมหานคร ออกเป็น 6 กลุ่มการปกครองตามแบบการบริหารและการปกครองของกรุงเทพมหานคร (วรชัย ทองไทย, 2544)

ขั้นที่ 2. การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม โดยแบ่งตามสัดส่วนจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขตให้เท่ากัน เพื่อให้ตัวอย่างมีความหลากหลายมากขึ้น โดยการคำนวณจากจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนของเขตตัวอย่าง รายละเอียดดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต

ขั้นที่ 3. การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามโดยวิธีสะดวก (Convenience Sampling)

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจแบบสอบถามทั้งหมดมา ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ทุกฉบับแล้วทำการประมวลผลข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 11.5

สถิติที่ใช้ในการวิจัย โดยสถิติต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ นำเสนอ และสรุปผลการวิจัยมีดังนี้

- กลุ่มสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าความถี่ ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไป ส่วนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายระดับพฤติกรรมกรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

- กลุ่มสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน

7. ผลการศึกษาวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มบุคลากรเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-29 ปี และทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน กล่าวคือส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน มีอายุระหว่าง 26-29 ปี จำนวน 248 คน สถานภาพโสด

มีจำนวน 373 คน มีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี จำนวน 234 คน มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 333 คน และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 194 คน

ผลการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร

พฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร (Organizational Citizenship Behavior)	ระดับพฤติกรรม		
	\bar{X}	S.D	การแปลผล
1. พฤติกรรมกรให้ความช่วยเหลือ	4.00	.497	มาก
2. พฤติกรรมกรความสำนึกในหน้าที่	4.00	.549	มาก
3. พฤติกรรมกรความอดทนอดกลั้น	3.85	.516	มาก
4. พฤติกรรมกรคำนึงถึงผู้อื่น	4.03	.514	มาก
5. พฤติกรรมกรให้ความร่วมมือ	3.81	.499	มาก
รวม	3.95	.450	มาก

ผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร สรุปได้ว่าบุคลากรเจนเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกรเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรโดยรวมในระดับมาก กล่าวคือ 1. ด้านพฤติกรรมกรให้ความช่วยเหลือ บุคลากรได้แสดงออกถึงพฤติกรรมกรปฏิบัติงานที่คอยช่วยเหลือเพื่อนร่วมงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการช่วยเหลือเมื่อเพื่อนร่วมงานมีปัญหาในการปฏิบัติงาน หรือช่วยแนะนำพนักงานใหม่เกี่ยวกับวิธีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ต่างๆ โดยไม่หวังผลตอบแทนแต่กระทำไปด้วยการคาดการณ์ว่าถ้าไม่เข้าไปช่วยเหลืออาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร 2. ด้านพฤติกรรมกรความสำนึกในหน้าที่ บุคลากรได้แสดงออกถึงพฤติกรรมกรปฏิบัติงานที่เป็นไปตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และสนองนโยบายขององค์กร มีความตรงต่อเวลา การดูแลรักษาเครื่องมือเครื่องใช้ขององค์กร และไม่ใช้เวลาในการปฏิบัติงานไปกับงานส่วนตัว 3. ด้านพฤติกรรมกรความอดทนอดกลั้น บุคลากรได้แสดงออกถึงพฤติกรรมกรปฏิบัติงานที่มีความอดทนอดกลั้นต่อความคับข้องใจ สถานการณ์และปัญหา ความเครียด ความกดดัน ที่เกิดขึ้นในองค์กร หรืออดทนต่อจุดด้อย สิ่งไม่ดี ความไม่พร้อมต่างๆ ขององค์กร 4. ด้านพฤติกรรมกรคำนึงถึงผู้อื่น บุคลากรได้แสดงออกถึงพฤติกรรมกรปฏิบัติงานที่คอยป้องกันปัญหาการกระทบกระทั่งกับเพื่อนร่วมงานไม่ให้เกิดขึ้น หรือความพยายามลดความรุนแรงของปัญหาที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลง และ 5. ด้านพฤติกรรมกรให้ความร่วมมือ บุคลากรได้แสดงออกถึงพฤติกรรมกรปฏิบัติงานที่แสดงออกโดยการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ในองค์กร เก็บความลับ มีความรู้สึกต้องการพัฒนาองค์กร และมีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับองค์กร อีกทั้งติดตามความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร

ผลการศึกษาในเรื่องประสิทธิภาพในการทำงาน

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของประสิทธิภาพในการทำงาน

ประสิทธิภาพในการทำงาน (Working Performances)	ระดับประสิทธิภาพ		
	\bar{X}	S.D	การแปลผล
ประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม	3.68	.456	มาก

ผลการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพในการทำงานสรุปได้ว่าบุคลากรเจเนอเรชั่นวายมีประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมในระดับมาก กล่าวคือ บุคลากรได้แสดงออกถึงความมีประสิทธิภาพของผู้ปฏิบัติงาน กล่าวคือ 1. ได้ทำความเข้าใจและกำหนดแนวความคิดในการทำงานให้กระจ่างก่อนลงมือปฏิบัติงาน 2. ได้ใช้หลักสามัญสำนึกในการพิจารณาความเป็นไปได้ของงานก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง 3. สามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำได้อย่างสมบูรณ์และถูกต้อง 4. รักษาระเบียบวินัยในการทำงาน 5. ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ 6. การทำงานมีความเชื่อถือได้ รวดเร็ว และมีการลงทะเบียนไว้เป็นหลักฐาน 7. มีการแจ้งให้ทราบถึงการดำเนินงานอย่างทั่วถึง 8. งานเสร็จทันเวลา 9. ผลงานได้มาตรฐาน 10. การทำงานสามารถยึดเป็นมาตรฐานได้ 11. มีการกำหนดมาตรฐานที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการฝึกสอนงานได้ และ 12. มีการได้รับรางวัลจากผลงานที่ดี

ผลทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจเนอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร (Organizational Citizenship Behaviors)	ประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{X}=3.68$ S.D=.456)		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	การแปลผล
พฤติกรรมให้ความช่วยเหลือ ($\bar{X}=4.00$ S.D=.497)	.487*	.000	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
พฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ ($\bar{X}=4.00$ S.D=.549)	.618*	.000	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างมาก
พฤติกรรมความอดทนอดกลั้น ($\bar{X}=3.85$ S.D=.516)	.453*	.000	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
พฤติกรรมคำนึงถึงผู้อื่น ($\bar{X}=4.03$ S.D=.514)	.584*	.000	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
พฤติกรรมให้ความร่วมมือ ($\bar{X}=3.81$ S.D=.499)	.675*	.000	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างมาก
พฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรรวม ($\bar{X}=3.95$ S.D=.450)	.673*	.000	มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ผลการวิจัยพบว่า **ยอมรับสมมติฐาน** กล่าวคือ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานในระดับค่อนข้างมาก

8. อภิปรายผลการศึกษา

ด้านพฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ เมื่อการทำงานในองค์กรมีการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บุคลากรมีน้ำใจต่อกัน จึงทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น และบุคลากรมีความสุขในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลให้การทำงานนั้นๆ ประสบผลสำเร็จอย่างราบรื่นและนำไปสู่ประสิทธิภาพของการทำงานในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลขององค์กร (Organizational performance & success) Podsakoff, Ahearne & Mackenzie (1997 : 263-264 อ้างในสฤฎายุ ชีระวิชิตระกูล, 2547 : 19) ซึ่งได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีอิทธิพลทางตรงในการส่งเสริมประสิทธิผลขององค์กร เพราะส่วนหนึ่งมาจากการทำงานที่บุคลากรในองค์กรมีการช่วยเหลือการทำงานของผู้ร่วมงานทั้งภายในและภายนอกกลุ่มงาน ทำให้กลไกการทำงานของสังคมภายในองค์กรมีความราบรื่น มีความยืดหยุ่นในการทำงาน คนในองค์กรมีการปรับตัว มีการพึ่งพาอาศัยกัน และยังเป็น การช่วยเสริมสร้างผลผลิตภาพของผู้ร่วมงาน เนื่องจากการช่วยเหลือในการทำงาน ทำให้เกิดการเรียนรู้ครบวงจรอันทำให้บุคลากรสามารถสร้างผลงานได้อย่างรวดเร็วขึ้น อีกทั้งเป็นการลดจำนวนทรัพยากรบุคคลที่ปฏิบัติงานเพียงหน้าที่เดียวให้สามารถทำงานได้หลายบทบาท

ด้านพฤติกรรมความสำนึกในหน้าที่ การที่บุคลากรในองค์กรมีจิตสำนึกที่ดีในหน้าที่หรือการทำงาน โดยการปฏิบัติตามกฎระเบียบและสนองนโยบายขององค์กร มีความตรงต่อเวลา มีการดูแลรักษาเครื่องมือเครื่องใช้ขององค์กร ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า ไม่ใช้เวลาในการปฏิบัติงานไปกับงานส่วนตัว ก็จะทำให้บุคลากรผู้นั้นสามารถทำงานให้แก่องค์กรได้อย่างเต็มที่ มีผลการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานเป็นไปตามที่องค์กรกำหนด อีกทั้งยังสามารถช่วยองค์กรประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องของทรัพยากรและค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินงาน และทำให้ได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ด้านพฤติกรรมความอดทนอดกลั้น หากบุคลากรในองค์กรมีการปฏิบัติงานโดยที่มีความอดทนอดกลั้นต่อความคับข้องใจ สถานการณ์และปัญหา ความเครียด ความกดดัน ที่เกิดขึ้นในองค์กร หรืออดทนต่อจุดด้อย สิ่งไม่ดี ความไม่พร้อมต่างๆ ขององค์กรได้เป็นอย่างดี ย่อมทำให้บุคลากรผู้นั้นเกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีทัศนคติที่ดีต่องานและองค์กร จึงสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุข ไม่เครียด ซึ่งจะทำให้การทำงานประสบความสำเร็จและนำไปสู่ประสิทธิภาพของการทำงานในที่สุด

ด้านพฤติกรรมการคำนึงถึงผู้อื่น ในการทำงานร่วมกันหากบุคลากรผู้ปฏิบัติงานคำนึงถึงผลกระทบของตนเองที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้อื่น คอยป้องกันปัญหาการกระทบกระทั่งไม่ให้เกิดขึ้น หรือมีความพยายามที่จะลดความรุนแรงของปัญหาที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลง ก็จะทำให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานไม่เกิดปัญหากับเพื่อนร่วมงาน หรือลดความรุนแรงของปัญหาหลงได้ บุคลากรในองค์กรมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ทำให้บรรยากาศในการทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น บุคลากรมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีส่งผลให้ผลการการทำงานที่ออกมามีประสิทธิภาพ

ด้านพฤติกรรมการให้ความร่วมมือ หากองค์กรมีการจัดกิจกรรมให้กับบุคลากรในองค์กร จะทำให้ฝ่ายบริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ลดช่องว่างในการทำงาน บุคลากรในทุกระดับ

กล้าที่จะเสนอความคิดเห็น ทำให้องค์กรทราบถึงความต้องการของบุคลากร และสามารถนำผลที่ได้มาปรับใช้ เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ และรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เกิดความรู้สึกต้องการพัฒนาองค์กร และมีการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับองค์กร เก็บความลับ อีกทั้งติดตามความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร ส่งผลให้บุคลากรเกิดความรักและความผูกพัน ต่อองค์กรจึงทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ ซึ่งการกระทำนั้นทำด้วยด้วยจิตใจที่ปรารถนาจะเห็นองค์กร ของตนประสบความสำเร็จและเจริญรุ่งเรืองและนำไปสู่ประสิทธิภาพในการทำงาน

กล่าวโดยสรุปแล้วพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจนเนอร์ชั้นวัยในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง ถึง ระดับมาก ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสามารถอนุมานได้ว่า หากบุคลากรในองค์กรแสดง พฤติกรรมหรือลักษณะการปฏิบัติงานที่ทุ่มเทกำลังความสามารถอย่างอุทิศกาย ใจ และยินดีช่วยเหลือทุกสิ่งที่จะเห็น ว่าจะเป็นประโยชน์แก่องค์กรหรือหน่วยงานของตนอย่างเต็มใจ โดยมีได้หวังสิ่งตอบแทน หากแต่กระทำไป ด้วยจิตใจที่ปรารถนาจะเห็นองค์กรของตนประสบความสำเร็จและเจริญรุ่งเรือง ก็ย่อมส่งผลให้การทำงานของ บุคลากรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีผลทางบวกต่อการปฏิบัติงาน โดยจะพบว่า สามารถช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schnake & Dumler (1997, อ้างในลาวัวส์ พร้อมสุข, 2544 : 33) ที่พบว่าบุคลากรที่มีพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ ดีต่อองค์กรในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะได้รับการประเมินจากผู้บังคับบัญชาว่าเป็นผู้ปฏิบัติงานได้ดีกว่าบุคลากรที่มี พฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรต่ำกว่า และสรุปได้ว่าพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมีผลต่อ บุคคล คือทำให้บุคคลมีผลการปฏิบัติงานที่ดี มีคุณภาพชีวิตในการทำงานในระดับสูงและมีแนวโน้มที่จะทำให้ ได้รับการประเมินผลงานสูงกว่าผู้ร่วมงานอื่นๆ และยังคงสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิริณธ์ ธรรมารัตนสกุล (2544, อ้างในสฤษฎี ธีระวณิชตระกูล, 2547 : 25) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรในฐานะ ของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลกึ่งกลางและอิทธิพลสอดแทรก ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อ องค์กรนั้นเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดพฤติกรรมตามบทบาทหน้าที่ โดยมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการปฏิบัติงาน ผ่านพฤติกรรมตามบทบาท และพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรที่ส่งผลไปยังผลการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาสรุปได้ว่าพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรเป็นปัจจัยหลักสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมตาม บทบาทให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมตามบทบาทหรือหน้าที่ของตนได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรให้แก่บุคลากรในองค์กร อันจะเป็นปัจจัยอัน สำคัญยิ่งที่จะผลักดันให้บุคลากรมีพฤติกรรมให้ความช่วยเหลือผู้อื่น สำนึกในหน้าที่ที่รับผิดชอบ กำเนียงถึง ผู้อื่น อดทนอดกลั้น ให้ความร่วมมือ นำไปสู่การสร้างผลงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารควรที่จะมีนโยบายการประกาศยกย่องให้รางวัลแก่บุคคลหรือหน่วยงานที่มีพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดี ต่อองค์กร มีผลงานดีเด่นและได้กระทำความดีให้เป็นที่ประจักษ์แก่บุคคลทั่วไป ซึ่งจะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ สร้างขวัญและกำลังใจให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างทุ่มเทกำลังความสามารถ ความพยายามและเสียสละเพื่อ ประโยชน์ขององค์กรต่อไป ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างค่านิยมให้แก่บุคลากรในองค์กรว่า “ค่าของคน อยู่ที่ผล

ของงาน ทำดี ย่อมได้ดี และได้รับยกย่องจากสังคม เพื่อเป็นกำลังใจให้ทำดีต่อไป” (สญา ชีระวิชิตระกูล, 2547 : 21)

และจากแนวคิดเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานและความพึงพอใจในชีวิตกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรของพนักงาน” ซึ่งผลจากการศึกษาของ กรรณิกา ปาป่อง (2548) ที่ค้นพบว่าความพึงพอใจในงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร แต่ความพึงพอใจในชีวิตของบุคลากรกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรยังไม่ค่อยมีความสัมพันธ์กันมากนัก ฉะนั้นผู้บริหารควรดูแลคุณภาพชีวิตของบุคลากรให้มากขึ้น ไม่ใช่แค่เฉพาะด้านตัวงานเท่านั้นควรจะทำให้ความใส่ใจในชีวิตความเป็นอยู่ของบุคลากร ถ้าบุคลากรมีปัญหาควรให้การดูแลเอาใจใส่โดยการให้คำปรึกษาและให้กำลังใจเสมือนคนในครอบครัว เมื่อบุคลากรมีความสุขในการดำเนินชีวิตแล้ว บุคลากรย่อมทำงานให้กับองค์กรอย่างทุ่ม มีความสุขและจงรักภักดีกับองค์กร

อีกทั้งพบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจในงานสูงจะมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรสูงด้วย ดังนั้นผู้บริหารควรสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับความรับผิดชอบของงานนั้นๆ จึงจะทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานสูงขึ้น ซึ่งน่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรสูงขึ้นด้วย

สำหรับแนวทางการพัฒนาให้บุคลากรมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรมากขึ้น ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์อาจจัดให้มีนโยบายการหมุนเวียนงานในหน่วยงานเพื่อให้พนักงาน ได้มีการเรียนรู้งานในหลายด้านและเกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อเรียนรู้งานใหม่ มีการจัด “พี่เลี้ยง” คอยดูแล และสอนบุคลากรใหม่เพื่อให้งานเป็นไปอย่างราบรื่น เมื่อเกิดปัญหาจะได้ช่วยกันแก้ไข มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมให้บุคลากรได้ทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเกิดความสามัคคี ทำให้ฝ่ายบริหารและพนักงานระดับปฏิบัติการมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น ลดช่องว่างในการทำงาน บุคลากรกล้าที่จะเสนอความคิดเห็น ทำให้องค์กรทราบถึงความต้องการของบุคลากร และสามารถนำผลที่ได้มาปรับใช้เพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น การทำงานก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีการจัดอบรมบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บุคลากรมีพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรเพิ่มมากขึ้น

9. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

กลุ่มตัวอย่าง ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลมากขึ้น และเป็นตัวแทนอธิบายกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนมากขึ้น

การศึกษาเปรียบเทียบ ควรมีการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างในเขตต่างๆ เพื่อศึกษาข้อมูลและนำมาเปรียบเทียบ เพื่อให้ได้ข้อมูลว่ามีองค์ประกอบของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรหรือปัจจัยอื่นใดที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรเจนเออร์ชัณวาย ว่ามีความคล้ายคลึงกันหรือไม่อย่างไร

ตัวแปรอื่น ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร หรือประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ความผูกพันต่อองค์กร และคุณภาพชีวิตในการทำงาน เป็นต้น เพื่อให้ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

10. กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จล่วงไปด้วยดี เนื่องด้วยความกรุณาจากผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ซึ่งท่านได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขจนงานวิจัยสำเร็จลงได้ด้วยดี พร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่มอบทุนสนับสนุนงานวิจัยฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณครอบครัววงศ์เดิณคง ผู้ถือได้ว่าเป็นผู้มีพระคุณสูงสุดในชีวิตของผู้วิจัย ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานทุกๆ คน ที่เป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

11. รายการอ้างอิง

- กรรณิกา ปาป้อง. 2548. “ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานและความพึงพอใจในชีวิตกับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- ธานีทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บริษัท วี อินเตอร์ พรินท์ รัชฎา อติสนธิสกุลและอ้อยอุมา รุ่งเรือง. 2548. “การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) เพื่อประยุกต์ใช้ในที่ทำงาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต โครงการบัณฑิตศึกษากิจการพัฒนารัพยากร มนุษย์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ลาวัลย์ พรอมสุข. 2544. “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรกับความพึงพอใจในงาน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย).” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร มหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรชัย ทองไทย. 2543-2544, “ประชากรกรุงเทพมหานคร.” ประชากรและการพัฒนา. 21,2 (ธันวาคม-มกราคม): 7.
- ศฎายุ ธีระวิชิตระกูล. 2547. “การส่งเสริมพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กรสู่การพัฒนารัพยากร มนุษย์ในองค์กรอย่างยั่งยืน.” วารสารศึกษาศาสตร์. 16, 1 (มิถุนายน-ตุลาคม) :15-28.
- ศฎายุ ธีระวิชิตระกูล. 2550. “พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร.” (ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อเมษายน 2552 จาก <http://gotoknow.org/blog/sadayu/114708>
- สราวุธ ชัยวิจิต. 2550. “ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรเจนเนอเรชันวายในเขต กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Organ,D., W. 1987. **Organizational Citizenship Behavior** : The good soldier syndrome. Messacusetts : Lexinton.
- Organ, D., W. & Ryan, K. 1995. **A metaanalytic review of attitudinal and dispositional predictors of organizational citizenship behavior.** Personnel Psychology. 48(4), 775-802, December 1995.
- Podsakoff, P.M. , Aheame, M., and MacKenzie, S.B. 1997. “Organizational Citizenship Behavior and the Quantity and Quality of Work Group Performance.” **Journal of Applied Psychology.** 82 : 262-270.

การสร้างบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือนเรื่องการแนะนำ
อุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

**THE DEVELOPMENT OF COMPUTER ASSISTED INSTRUCTION
INTERACTIVE MULTIMEDIA VIRTUAL REALITY COURSEWARE FOR
PERSONAL COMPUTER HARDWARE VIA INTERNET TECHNOLOGY**

นวัตน์ แซ่โล้ว

อาจารย์ประจำ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: navarat.sa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. หาประสิทธิภาพของบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือน เรื่อง การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ตามเกณฑ์ 80/80 2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา ก่อนและหลังเรียน ที่เรียนจากบทเรียน 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อบทเรียน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ นักศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน 3 สถาบัน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการจำแนกประชากรเป็น 3 ขนาดคือ ขนาดใหญ่ กลาง เล็ก ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คือ แบบทดสอบก่อนเรียน และหลังเรียน จำนวน 4 หน่วย รวม 40 ข้อ โดยผ่านการหาค่าความสอดคล้องและค่าความยากง่าย รวมทั้งอำนาจการจำแนก

ผลการวิจัยพบว่า 1.การพัฒนาบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือน เรื่อง การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต มีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.92 / 84.44 2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนด้วยมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือนสูงกว่าก่อนเรียน 3. การหาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือนอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยต่อความพึงพอใจร้อยละ 61.7 %. อยู่ในระดับดี

คำสำคัญ : บทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือน อุปกรณ์สำหรับเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

ABSTRACT

The purposes of this research was as follows: 1. To develop the effectiveness of Interactive Multimedia Virtual Reality Courseware in computer lessons about “ Introduction Personal Computer Hardware ” for student on the criteria of 80/80. 2. To compare the learning achievements of student’s lessons before and after learning. 3. To study the satisfied of the students in computer lessons.

A sample size in this research of 200 students from private universities within the Bangkok Metropolitan . A sample size was used in this study from the distribution of population 3 size is big middle and small in the first semester of 2009 academic year . Equipment of the research was 4 units of lesson and Pretest-Posttest 40 choice by the researcher. The instruments were evaluated for the validity, difficulty and discrimination.

In this study, we found that: 1. The efficiency of Assisted Instruction (CAI) Interactive Multimedia Virtual Courseware program in teaching “ Introduction Hardware For Personal Computer ” was 87.92 / 84.44. 2. To Compare the learning achievements of student’s lessons before and after learning showed that achievement of posttest viewing was higer than pretest. 3. Mostly of students satisfied the lesson at the high level with the average score was 61.7 %.

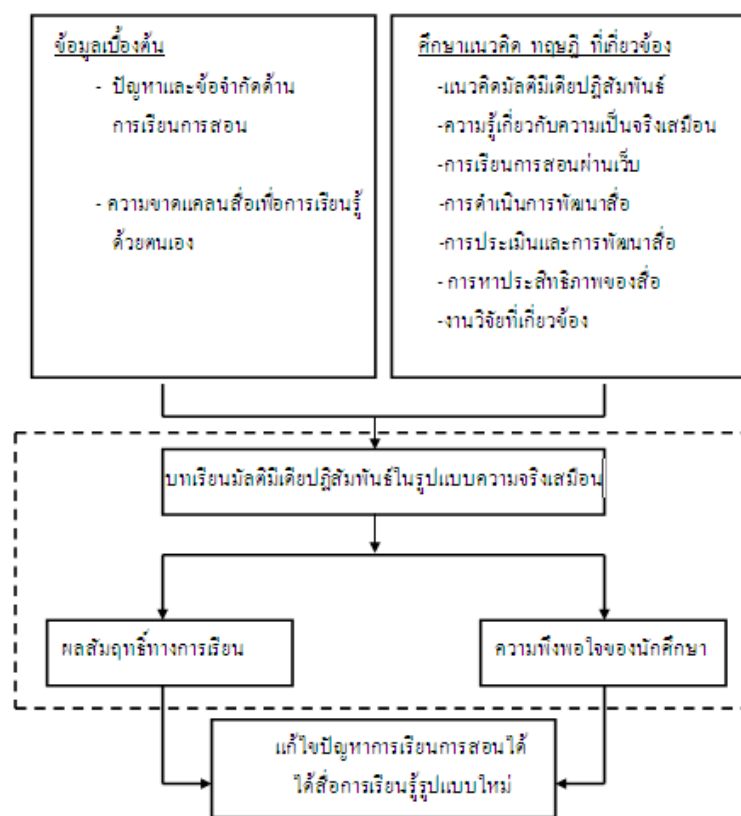
KEYWORDS : Interactive Multimedia Virtual Reality Courseware, Personal Computer Hardware

1. บทนำ

จากความสำคัญในการผลิตเครื่องมือเพื่อนำมาใช้เป็นบทเรียนดังกล่าวผู้วิจัย ได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาสื่อการสอนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interative Multimedia) ในรูปแบบความจริงเสมือน (Virtual Reality) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสาระสำคัญในการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือช่วยการสอน ซึ่งสื่อที่ออกแบบมาจะแตกต่างจากสื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนในรูปแบบเดิมที่ส่วนใหญ่มีการนำเสนอในรูปแบบสไลด์โชว์ หรือนำเสนอในรูปแบบ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอและเสียง ถึงแม้จะครบตามความเป็นสื่อมัลติมีเดีย แต่ยังคงขาดการนำเสนอในลักษณะความจริงเสมือนที่ผู้ใช้สามารถกำหนดสิ่งต่างๆ ของกระบวนการเรียนรู้ที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์ในสิ่งซึ่งผู้ใช้รู้สึกว่าแสดงอยู่ เทคโนโลยีนี้ถูกประดิษฐ์เพื่อให้ผู้ใช้สามารถจะจัดการกระบวนการเรียนรู้ได้โดยง่าย การจัดการกราฟฟิก เสียงและการสัมผัส รวมทั้งการมองเห็น การปรากฏ จะถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพในการนำเสนอข้อมูล รวมถึงความรู้ที่ร่วมกับระบบของผู้ใช้ อย่างเช่น การแนะนำให้รู้จักอุปกรณ์ ผู้เรียนสร้างความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์ เรียนตามความสามารถได้อย่างอิสระ ทบทวนเนื้อหาได้ไม่จำกัดครั้ง เรียนได้ไม่จำกัดเวลา สถานที่ มีบรรยากาศในการเรียนรู้ที่ทันสมัย ได้สัมผัสเทคโนโลยีใหม่ มีแรงจูงใจในการเรียน สร้างความรู้สึกการเรียนที่มีบรรยากาศเสมือนจริง การใช้คอมพิวเตอร์ในโลกกราฟฟิก ผู้ใช้จะสามารถจับต้องวัตถุกราฟฟิก สามารถเคลื่อนย้ายวัตถุ สามารถเล่นกับวัตถุ ซึ่งทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกเหมือนกับว่าได้เข้าไปอยู่ในสถานการณ์นั้นจริง (สันสนีย์ สังสรรค์อนันต์, 2548)

จากเหตุผลดังกล่าวเบื้องต้นผู้วิจัยจึงคิดใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างเครื่องมือสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ให้นักศึกษาได้มีโอกาสศึกษาด้วยตนเองตามที่ตนเองต้องการเรียนรู้ และพัฒนาตนเองได้ตลอดเวลา การนำความรู้มาใช้ประโยชน์สูงสุดจึงมีผลในทางที่ดีกับบุคคลนั้น หรือแทนที่นักศึกษาต้องศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองจากหนังสือเรียน ผู้วิจัยจึงใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการสร้างเครื่องมือสื่อการเรียนการสอน โดยการศึกษาคุณภาพ ประสิทธิภาพ และผลสัมฤทธิ์จากการใช้เครื่องมือช่วยสอนที่ได้สร้างขึ้นเพื่อจะได้มีเครื่องมือช่วยสอนในรายวิชา คอมพิวเตอร์เบื้องต้น เรื่อง การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล อันจะนำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิตและหากมีบุคคลากรที่เรียนรู้เป็นในองค์กรก็จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญที่จะต้องมีการพัฒนาสื่อเพื่อทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และให้มีแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือสอนต่อไป

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

เมื่อพิจารณาในบริบทของการจัดการเรียนการสอนที่ยังไม่บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ และไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เราจะเห็นได้จากผลการเรียนของผู้เรียน ซึ่งถ้าพิจารณาถึงสาเหตุนั้นอาจจะพิจารณาได้จากปัญหาในแต่ละด้านดังนี้ ปัญหาทางด้านการเรียนการสอน ปัญหาทางด้านผู้เรียน และปัญหาทางด้านความ

ขาดแคลนสื่อการเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องดังนี้คือ แนวคิดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์เพื่อการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับความเป็นจริงเสมือน ทฤษฎีการออกแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสม รวมทั้งการประเมินผลสื่อ และศึกษาแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศต่างประเทศ พบว่าในงานวิจัยมีการกล่าวถึงผลที่ได้รับจากสื่อสอนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือน ผลการวิจัยของ Roy (2001:31) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า เพื่อให้การเรียนจากห้องปฏิบัติการเสมือนจริงเกิดประโยชน์สูงสุดนั้น ผู้ออกแบบบทเรียนควรรักษาหลักการทางการมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนเข้ามาใช้ด้วย รวมทั้งต้องมีกรอบออกแบบส่วนต่อประสานกราฟิกกับผู้ใช้ (Graphic User Interface : GUI) ที่ดีเพื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับห้องปฏิบัติการเสมือนจริงมากที่สุด Kawabata, Yamada, and Sanekata, (2004:477) ผู้เรียนยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับโปรแกรมได้ด้วยการศึกษาการทดลองกับอุปกรณ์เสมือนจริงด้วยตนเองจนกว่าเข้าใจและสามารถฝึกทดลองฝึกคิดเองได้โดยไม่ต้องจำกัดจำนวนครั้ง วิจัยของ Dong and Zhu (2001:78) ที่พบว่าปัญหาที่พบค่อนข้างมากคือไม่สามารถทำให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้น และความเข้าใจปรากฏการณ์ต่างๆ ได้ เพราะเนื้อหาวิชามีความซับซ้อน และยากที่จะแสดงให้เข้าใจได้บนกระดานดำเพราะกระดานดำถือว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะเป็นแค่สื่อธรรมดา ที่นำเสนอได้เพียงแค่ว่า ข้อความ และรูปภาพ เท่านั้น ดังนั้นควรจะมีสื่อที่มีลักษณะเป็น 3 มิติ อย่างเช่น สื่อมัลติมีเดีย ประเภท Web Courseware เข้ามาใช้เป็นสื่อเสริมการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน เพราะประสิทธิภาพของสื่อประเภทนี้จะสามารถนำเสนอ ข้อความ ภาพนิ่ง เสียง และภาพเคลื่อนไหว เข้ามาใช้รวมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งผู้เรียนยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับบทเรียนได้อย่างง่าย โดยใช้ส่วนต่อประสานกราฟิกกับผู้ใช้ (Graphic User Interface : GUI) ที่บทเรียนได้เตรียมไว้ นอกจากนี้ สื่อมัลติมีเดีย จะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ตามศักยภาพ และความต้องการของตนเอง และผู้สอนยังสามารถใช้สื่อมัลติมีเดียนำเสนอในส่วนที่เป็นสถานการณ์จำลองเพื่อฝึกให้ผู้เรียนคิดแก้ปัญหาเป็นได้อีกด้วย (Alan, Jonathan and David, 2001:4)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำเอาศักยภาพและประสิทธิภาพของสื่อการสอนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบความจริงเสมือนเข้ามาใช้ในการแก้ไขปัญหาการเรียนการสอน โดยการสร้างสื่อเรียนรู้ในรูปแบบใหม่

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเครื่องมือสื่อการเรียนการสอนเกี่ยวกับการแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อหาประสิทธิภาพของการใช้สื่อการเรียนการสอนในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อการเรียนการสอนเกี่ยวกับการแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

4. วิธีการดำเนินวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมีวิธีการ 4 ขั้นตอน ดังนี้คือ

4.1 พัฒนาสื่อการเรียนการสอนเกี่ยวกับ การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

4.1.1 ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งรูปแบบ และองค์ประกอบในการสร้างสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริง หนังสือ ตำรา ผลงานวิจัยต่าง ๆ และข้อมูลจากการสืบค้นในฐานข้อมูล รวมทั้งตัวอย่างสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงที่มีการเผยแพร่อยู่บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

4.1.2 ออกแบบและเขียนสตอรี่บอร์ด สื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมิน ทางด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จำนวน 3 ท่านเพื่อกำหนดรายละเอียดของเนื้อหา รูปภาพ กราฟฟิก และภาพเคลื่อนไหว ในการจัดสร้างบทเรียนในสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ

4.2 หาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนเกี่ยวกับ การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

การหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน และหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนจากการทดสอบสื่อกับกลุ่มทดสอบดำเนินการหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนดังนี้

4.2.1 ผู้วิจัยได้ทำการหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนที่ได้ผ่านการประเมินความเหมาะสม จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน

4.2.2 เมื่อได้ทำการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้วทำการทดสอบหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยได้ดำเนินการทดสอบ ตามลำดับขั้นดังนี้

1) การทดสอบหาประสิทธิภาพขั้นหนึ่งต่อหนึ่ง เป็นการทดสอบรายบุคคลและหลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบกับนักศึกษากลุ่มย่อยที่มีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน มีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบหาข้อบกพร่องของสื่อการเรียนการสอนเสมือนจริงที่สร้างขึ้น โดยจะประเมินผลจากการสังเกต และสัมภาษณ์ความคิดเห็นนักศึกษาในเรื่องปัญหา หรือข้อสงสัยในขณะที่ทำการฝึกปฏิบัติในสื่อการเรียนการสอนเสมือนจริง เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง เหมาะสมมากยิ่งขึ้นเพื่อใช้สำหรับทดลองในขั้นต่อไป

2) การทดสอบหาประสิทธิภาพขั้นกลุ่มย่อย เป็นการทดสอบกับนักศึกษากลุ่มย่อย ที่มีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเป็นการหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนเสมือนจริงตามที่ได้แก้ไขข้อบกพร่องจากการทดสอบหาประสิทธิภาพ ขั้นหนึ่งต่อหนึ่งแล้ว

โดยได้ผลการทดสอบหาประสิทธิภาพชั้นกลุ่มเล็ก E1/ E2 คือ 83.92 / 84.44 แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข เพื่อใช้ในการทดลองขั้นต่อไป

3) การทดสอบหาประสิทธิภาพกับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้นำสื่อการเรียนการสอนเสมือนจริงที่ได้ทำการทดสอบหาประสิทธิภาพขั้นหนึ่งต่อหนึ่ง และการทดสอบหาประสิทธิภาพชั้นกลุ่มย่อย โดยได้รับการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่สร้างขึ้น โดยได้ผลการทดสอบหาประสิทธิภาพกับกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 84.44/87.92 ซึ่งอยู่สูงกว่าเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ 80/80

4.3 การหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดีย ปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษา ที่มีต่อสื่อการเรียนการสอนเกี่ยวกับ การแนะนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน ผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้นำแบบสอบถามความพึงพอใจ ที่ได้สร้างขึ้น ให้นักศึกษาทำการประเมินหลังจากที่ได้ศึกษาเนื้อหาจากสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบเสมือนจริงครบทุกเนื้อหาแล้ว

5. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่เรียนในรายวิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น

ตารางที่ 1 แสดงค่าประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบทเรียน ด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับของคุณภาพ
ด้านเนื้อหา	4.32	0.37	ดี

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาพบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าคุณภาพของบทเรียนโดยรวมอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 2 แสดงค่าประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบทเรียน ด้านสื่อการสอนจำนวน 3 ท่าน

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับของคุณภาพ
ด้านสื่อการสอน	4.43	0.30	ดี

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการสอนพบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าคุณภาพของบทเรียนโดยรวมอยู่ในระดับดี

ตอนที่ 2 ผลการหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่เรียนในรายวิชาคอมพิวเตอร์

ตารางที่ 3 แสดงค่าประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

รายการประเมิน	N	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ
คะแนนแบบฝึกหัด	30	35.17	1.02	87.92
คะแนนแบบทดสอบหลังเรียน	30	25.33	1.18	84.44

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพบทเรียนที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ เนื่องจากคะแนนเฉลี่ยของแบบฝึกหัดเท่ากับ 87.92 เปอร์เซ็นต์ และคะแนนเฉลี่ยของแบบทดสอบหลังเรียนเท่ากับ 84.44 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 80/80 ที่กำหนด

ตอนที่ 3 แสดงค่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และหาค่าความแตกต่างคะแนนก่อนและคะแนนหลังเรียน

ตารางที่ 4 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

การทดสอบ	N	\bar{x}	S.D.	ร้อยละ	ค่าความแตกต่าง	t
ก่อนเรียน	00	21.56	4.74	53.89	9.17	40.95**
หลังเรียน	00	33.78	2.53	84.44		

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 $df = 199$ $t = 40.95$

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า คะแนนเฉลี่ยของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน คือ 53.89/84.44 และจากการเปรียบเทียบผลการเรียน ค่า t ที่คำนวณได้ 40.95 สูงกว่าค่า t ที่เปิดตารางที่ $df = 200$ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังจากการเรียนมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จึงกล่าวได้ว่าการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีผลทำให้การเรียนรู้ของนักศึกษาสูงขึ้น

ตอนที่ 4 ผลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อห้องปฏิบัติการเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนักศึกษาปริญญาตรีที่เรียนในรายวิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละของนักศึกษาที่ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ จำนวน 200 คน

คำถาม	ระดับความพึงพอใจต่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอน					
	5	4	3	2	1	\bar{x}
1. ความชัดเจนของเนื้อหา	60.0	30.0	10.0	0.0	0.0	4.50
2. ความน่าสนใจของเนื้อหา	43.3	30.0	26.7	0.0	0.0	4.17
3. ความสอดคล้องกับเนื้อหาที่เรียน	50.0	30.0	20.0	0.0	0.0	4.30
4. ขนาดตัวอักษรที่ใช้	63.3	36.7	0.0	0.0	0.0	4.63
5. ภาพที่ใช้ประกอบในสื่อ	83.3	16.7	0.0	0.0	0.0	4.83
6. เสียงเหมาะสม	56.7	33.3	10.0	0.0	0.0	4.47
7. การปรากฏตัวของข้อมูล	46.7	40.0	13.3	0.0	0.0	4.33
8. มีความต่อเนื่องของเนื้อหา	66.7	23.3	10.0	0.0	0.0	4.57
9. วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย	53.3	46.7	0.0	0.0	0.0	4.53
10. เหมาะสมที่จะให้ผู้เรียนในระดับนี้ใช้	93.3	6.7	0.0	0.0	0.0	4.93
ค่าเฉลี่ย %	61.7	29.3	9.0	0.0	0.0	4.5

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ระดับความพึงพอใจต่อบทเรียนคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมากที่สุดของทุกข้อคำถามของรายการทำให้ยอมรับได้ว่าบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนี้โดยรวมอยู่ในคุณภาพระดับดีมากที่สุด

6. อภิปรายผล

ผู้วิจัยมีประเด็นที่นำมาเป็นอภิปรายผลโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตนี้ด้านคอมพิวเตอร์

ผลการพัฒนาบทเรียนด้านเนื้อหา และด้านการผลิตสื่ออยู่ในระดับดี โดยผู้เรียนให้ความสนใจในการศึกษาด้วยบทเรียนการสอนผ่านเว็บ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตามแนวคิดของ Khan, Badrul H. (1997) ในเรื่องหลักสูตร และเนื้อหาบทเรียนให้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้และผ่านการกลั่นกรองชี้แนะจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการสอนคอมพิวเตอร์ ทำให้เนื้อหาที่จัดทำมีความชัดเจน เรียนรู้ได้เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับระดับของผู้เรียน และได้มีการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ จึงได้มีการออกแบบ และจัดสภาพแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรกรช วณสวัสดิ์ และสุจิตรา มังคละไชยา (2543) ขณะที่คุณภาพด้านเทคนิคการผลิตสื่อ ผู้วิจัยได้ศึกษาและออกแบบบทเรียนตามหลักทฤษฎีของการออกแบบสื่อการเรียนการสอน ทำให้การวางรูปแบบหน้าจอ และนำเสนอบทเรียนให้มีความโดดเด่นสามารถเข้าใจให้ผู้เรียนเกิดความสนใจในการเรียนจากเว็บ จากการศึกษาพบว่าเว็บที่มีประสิทธิภาพที่ดีควรมีการออกแบบเพื่อความสะดวกแก่ผู้เรียนในการเพิ่มพูนความรู้ และเจตคติเชิงบวก

และผู้วิจัยยังพบว่าผู้เรียนให้ความสนใจในการเข้าเรียน ได้รับความสะดวก ซึ่งไม่จำกัดเวลาสถานที่ รวมทั้งผู้เรียนสามารถใช้บทเรียนในการทบทวนเนื้อหา และทำแบบทดสอบซ้ำจนเกิดความเข้าใจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิดานันท์ มลิทอง (2535) ส่วนเรื่องของการวิเคราะห์การออกแบบลักษณะบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ งานวิจัย Huan-Wen, Tzeng, and Chin-Ming, Tien (2000) ซึ่งพบว่าการกำหนดการมีปฏิสัมพันธ์กับบทเรียน ควรที่จะมีวิธีการกระตุ้นให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ควรจะกำหนดให้ผู้เรียนได้มีการปฏิสัมพันธ์ไว้ทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ การติดต่อกันระหว่างครูและผู้เรียน, การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับ โปรแกรมที่จัดไว้

ตอนที่ 2 ผลการหาประสิทธิภาพของพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตด้านคอมพิวเตอร์

มีประสิทธิภาพโดยรวมเป็น 87.92 / 84.44 ซึ่งอยู่สูงกว่าเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ 80/80 ทั้งนี้เนื่องจาก บทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งรูปแบบและองค์ประกอบของบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือน จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยต่างๆ แล้วจึงได้ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาสร้างเป็นบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนเพื่อใช้เป็นทางเลือกให้เกิดเครื่องมือทางการศึกษารูปแบบใหม่ด้วยเทคนิคการ โลกเสมือนจริงที่นับว่ามีประสิทธิภาพ และประโยชน์ต่อการศึกษาโดยอาศัยเทคโนโลยีของความเสมือนจริง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สันสนีย์ สังสรรค์อ่อนต์ (2548)

ส่วนประสิทธิภาพของบทเรียนการสอนที่สูงกว่าเกณฑ์เป็นไปตามกระบวนการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ที่สอดคล้องกับงานวิจัย อุไรวรรณ วรกุลรังสรรค์ และคณะ (2548) นพศักดิ์ ดันดีสัตยานนท์ (2544) ที่ศึกษา ประสิทธิภาพของบทเรียนการสอนรูปแบบต่าง ๆ ที่ใช้กับระบบอินเทอร์เน็ต ในการเรียนรู้แก่ประชากร หรือกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาโดยไม่จำกัดด้านเวลา สถานที่ และให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ ทบทวน เนื้อหาได้บ่อยครั้งที่ต้องการ ซึ่งปรากฏ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (E1/E2) สูงกว่าที่กำหนดไว้ในสมมติฐานทั้งสิ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึง ประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวว่าสามารถพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ได้จริง

ตอนที่ 3 จากผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังเรียนเพื่อหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตด้านคอมพิวเตอร์

ผลปรากฏว่าคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนด้วยบทเรียนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน เป็นไปตามผลการวิจัยที่กำหนดไว้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นมีผลทำให้การเรียนรู้ของนักศึกษาสูงขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้วิจัยได้นำเทคนิคการสร้างบทเรียนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ โดยนำเทคนิคความจริงเสมือนมาใช้เพื่อทำให้ผู้ใช้รู้สึกราวกับว่าได้สัมผัสกับระบบจริง มองเห็นมุมมองของภาพรอบด้าน เห็นรายละเอียดและมิติของภาพ จัดได้ว่าผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ได้ตอบกับระบบได้ตามความสนใจของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกและมีความตั้งใจในการเรียนมากขึ้น บทเรียนยังสามารถสร้างแรงจูงใจและช่วยเพิ่มทักษะการมองเห็นของผู้เรียน Ross and Aukstakalnis 1993, JL Molher, Jame (2000) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมิลเลอร์ Miller (1992) พบว่าข้อดีของการนำเสนอข้อมูลในโลกเสมือนจริงทำให้เกิดแรงจูงใจในการเรียน มีความสนใจมากขึ้นนำไปสู่ความคิดรวบยอด และการประยุกต์ใช้ข้อมูลได้ดี Denise,Paul,and Simon (1999) สรุปว่าประโยชน์ของงานวิจัย ช่วยมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น เข้าใจเนื้อหา สนุกกับการเรียน มีอิสระในการค้นหาความจริง และงานวิจัยของ นภภรณ์

ยอดสิน (2547:92) ได้ศึกษาผลการใช้ภาพพาโรนามาเสมือนในการศึกษานอกสถานที่บนเว็บที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมปีที่4 พบว่า กลุ่มที่เรียนโดยใช้ภาพพาโรนามาเสมือนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่ากลุ่มที่เรียนโดยใช้พาโรนามาปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 4 ผลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ในรูปแบบมัลติมีเดีย ปฏิสัมพันธ์ความจริงเสมือนผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต สำหรับนักศึกษาด้านคอมพิวเตอร์

จากการวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของนักศึกษา จำนวน 200 คน ที่มีต่อสื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในวิชาคอมพิวเตอร์เบื้องต้น สำหรับนักศึกษาด้านคอมพิวเตอร์ พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกข้อคำถามของรายการประเมิน และมีค่าเฉลี่ยร้อยละรวม 61.7 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งผลของการวิจัยพบว่าในด้านรูปแบบของการนำเสนอบทเรียนมีความชัดเจนของเนื้อหา ความน่าสนใจ มีความต่อเนื่องของเนื้อหา โดยบทเรียนได้มีการออกแบบตัวอักษรไว้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านของขนาด รูปแบบ สี และความชัดเจนในการมองเห็น และภาพที่ใช้ประกอบในสื่อสามารถสร้างความสนใจในการเรียนจึงทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนใจติดตามบทเรียนจนจบ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุมาลี ชัยเจริญ (2547) ที่พบว่า รูปแบบบทเรียนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเหมาะสม หากมีภาพประกอบเนื้อหาจะทำให้เกิดความเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น รูปแบบตัวอักษร รวมทั้งขนาดก็มีผลต่อการเรียนรู้เพราะถ้าจัดให้มีความเหมาะสม อ่านสบายตา ผู้อ่านก็รู้สึกอยากจะศึกษาบทเรียนอีกทั้งยังได้มีการนำเสนอภาพประกอบรวมทั้งภาพเคลื่อนไหวในบทเรียน มีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายซึ่งสอดคล้องกับประเสริฐ เกนพันคือ (2546) และเสกสรร สายสีสด (2545) ที่พบว่า การเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผู้เรียนสามารถศึกษาเนื้อหาล่วงหน้า นอกจากนี้ยังประหยัดเวลาในการเดินทางมาเรียน และสร้างการเรียนรู้ให้เป็นอิสระ ไม่มีข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลา และสถานที่จึงมีความเหมาะสมที่จะให้ผู้เรียนใช้

7. ข้อเสนอแนะ

1. จากการเข้าใช้งานของนักศึกษามิบบทเรียนช่วงเวลาเดียวกันครั้งละหลายๆ คน ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการเรียกใช้โปรแกรม ซึ่งทำให้โปรแกรม Run ค่อนข้างช้าและเป็นผลทำให้นักศึกษาเกิดความรู้สึกเบื่อในการรอโหลดข้อมูล

2. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในรูปแบบเสมือนจริงผสมผสานกับเทคโนโลยีด้านมัลติมีเดียในการสร้างสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะทำให้ได้สื่อการสอนที่มีคุณภาพสูง และมีลักษณะของ Action based e-Learning ซึ่งสื่อการเรียนการสอนที่สร้างควมมีองค์ประกอบดังนี้ Graphic 2D/3D graphics ,VDO, Animation ,Simulation and Interactive จะทำให้มีความเข้าใจ ง่ายและรวดเร็วขึ้น จะช่วยพัฒนาฝีมือ หรือ ศักยภาพความสามารถของผู้เรียน ในด้านการปฏิบัติจริง และ ความสามารถในการวิเคราะห์ และสังเคราะห์

3. การใช้ประโยชน์และเครื่องมือจากเทคโนโลยีด้านมัลติมีเดียผสมผสานกับการสร้างงานในรูปแบบความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) อย่างเต็มที่ จะทำให้เป็นสื่อที่มีคุณภาพเหนือสื่อแบบธรรมดาอื่นๆ ทั่วไป และไม่ใช่เป็นเพียงแค่ลักษณะของ e-Books เพราะการสร้าง e-Books นั้นเป็นสิ่งที่อาจจะได้รับประโยชน์ไม่มากเท่าที่ควร และควรหลีกเลี่ยง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การเลือกใช้เทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้สร้างสื่อการเรียนการสอนเสมือนจริงให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยสามารถลดข้อจำกัดด้านขนาดของไฟล์ จากบทเรียนที่มีภาพเคลื่อนไหว หรือวีดิทัศน์ ที่จะทำให้นักเรียนมีไฟล์ขนาดใหญ่และการนำเสนอได้ช้า ให้นักเรียนสามารถ Run ได้เร็วขึ้น และผู้เรียนไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายในการเรียน จะใช้ระยะเวลาในการสร้างนาน และโปรแกรมที่ใช้สร้างส่วนมากจะเป็นโปรแกรมประเภทกราฟฟิก อีกทั้งการเขียน โปรแกรมเพื่อที่จะรวมชุดคำสั่งของ โปรแกรมต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันยังมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนในการสร้างสื่อการเรียนการสอนเสมือนจริง ผู้สร้างควรเลือกบทเรียนที่มีผู้เรียนจำนวนมาก

การออกแบบบทเรียนคือ การสร้างบทเรียนให้มีลักษณะเป็นมัลติมีเดีย และการใช้เทคโนโลยีความเสมือนจริงถือว่าเป็นบทเรียนรูปแบบใหม่ และแม้ว่าจะทำให้นักเรียนดูน่าตื่นเต้นและน่าติดตาม แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าคือ ผู้สอนควรที่จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ติดต่อกับผู้เรียนอย่างสม่ำเสมอ ไม่ให้ผู้เรียนรู้สึกว่าถูกทอดทิ้ง โดยการให้ผลสะท้อนกลับ (Feedback) ในผลงานของผู้เรียน เช่น การบ้าน หรือ โครงงาน เพื่อให้ผู้เรียนรู้สึกว่าเขาได้รับการดูแลจากการเรียนการสอนบนเว็บ เช่นเดียวกับการเรียนในห้องเรียนปกติ

แนวโน้มการนำแนวคิดความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) เทคโนโลยีแห่งอนาคตมาใช้ใน การศึกษาที่ ไม่ใช่เป็นเพียงวิดีโอบันทึกการสอนของอาจารย์ แต่การนำมาใช้เพื่ออธิบายเนื้อหาบทเรียนให้เข้าใจง่ายขึ้น พร้อมเรียนแล้วสนุกเพลิดเพลินไม่เบื่อง่าย และสามารถเรียนได้ด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ตโดยปราศจากผู้สอน

8. รายการอ้างอิง

- กรกช วนสวัสดิ์และ สุจิตรา มังคละไชยา. 2543. “การสร้างแบบจำลองเสมือนจริงโดยใช้ภาษา VRML (Virtual Reality Model by VRML).” ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ ประยุกต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กิดานันท์ มลิทอง. 2535. **เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเสริฐ เคนพันคือ. 2546. “Virtual Laboratory Remotely Controlled via the Internet.” **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม**, 3,1 : 40 – 43.
- นพศักดิ์ ดันดีสัตยานนท์. 2544. “การสร้างและหาประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนระบบมัลติมีเดีย (MMCAI) วิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์เบื้องต้น สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ตามหลักสูตรสถาบันสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- นภากรณ์ ยอดสิน. 2547. “ผลของการใช้ภาพพาราเมตริกเสมือนในการศึกษานอกสถานที่บนเว็บที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล รอดเนียม. 2546. “บทเรียนการสอนผ่านเว็บ เรื่องอินเทอร์เน็ต วิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

- คันสนีย์ สังสรรค์อนันต์.2548. “การพัฒนาแบบจำลองห้องปฏิบัติการเสมือนจริงเพื่อการเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในวิชาฟิสิกส์ สำหรับนักศึกษาชั้นวิทยาศาสตร์.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุมาลี ชัยเจริญ. 2547. “ผลการใช้สื่อบนเครือข่ายร่วมกับการเรียนแบบร่วมมือ วิชา 212 501 เทคโนโลยีการสอนของนักศึกษาประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.” วารสารนวัตกรรมการเรียนการสอน. (กันยายน - ธันวาคม 2547) : 13-21.
- เสกสรร สายสีเสด. 2545. “การพัฒนารูปแบบระบบการเรียนการสอนโดยใช้อินเทอร์เน็ต สำหรับสถาบันราชภัฏ.” กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุไรวรรณ วรกุลรังสรรค์ มาลินี สนธิพร และปทุมาริยา ชัมมราจิกา. 2548. รายงานการวิจัย เรื่องบทเรียนการสอนผ่านเว็บ วิชาสารนิเทศเพื่อการศึกษาขั้นคว่ำ. ชุมพร. สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชุมพร.
- Alan Jolliffe, Jonathan Ritter and David Stevens. 2001. **The online learning handbook: Developing and using Web-based learning.** London: Kogan Page Limited.
- Dong Yabo and Zhu Miaoliang. 2001. “Infrastructure of Web-based VR-form virtual laboratory.” **Info-tech and Info-net, 2001. Proceedings. ICH 2001 - Beijing. 2001 International Conferences.** 6 (October 29, 2001 – November 1, 2001):78 – 83.
- Kawabata, S., Yamada, Y. and Sanekata, M.2004. “Virtual laboratory work of physics.” **Information Technology Based Higher Education and Training, 2004. ITHET 2004. Proceedings of the Fifth International Conference on 31 May-2 June 2004:** 477 – 480.
- Khan, Badrul H. 1997. **Web-Based Instruction. Englewood Cliffs.** New Jersey : EducationalTechnology Publications.
- Huan-Wen, Tzeng, and Chin-Ming, Tien. 2000. “Design of a virtual laboratory for teaching electric machinery.” **Systems, Man, and Cybernetics, 2000 IEEE International Conference.** 2 (October 8-11, 2000): 971 – 976.
- James L. Mohler.1999. "Utilizing Desktop Virtual Reality to Enhance Visualization: Applied Projects from the Department of Computer Graphics." iv, pp.363. **Third International Conference on Information Visualisation (IV'99).**
- Roy Eli Kfir. 2001. “Virtual laboratories in education.” **AFRIGRAPH '01: Proceedings of the 1st international conference on Computer graphics, virtual reality and visualization.** 27-31.

ความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวกับการยอมความ
ตามประมวลกฎหมายอาญา : ศึกษาเฉพาะความผิดฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278
(ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) และความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ
DOMESTIC VIOLENCE OFFENCE AND THE COMPOUND ACCORDING
TO THE PENAL CODE : THE OFFENCE OF INDECENT UNDER SECTION
287 (OCCURRED IN THE PUBLIC) AND THE OFFENCE AGAINST
LIBERTY UNDER SECTION 310 BIS

สุภัทสร ภูเจริญศิลป์

อาจารย์ประจำ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : supussrn.pu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของการยอมความในคดีอาญา กรณีที่มีการกระทำความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวเกิดขึ้น และการกระทำนั้นเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) หรือความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ ด้วย โดยพิจารณาความหมายของคำว่า “ความรุนแรงในครอบครัว” และ “บุคคลในครอบครัว” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 ว่าชัดเจน แน่นนอน ปราศจากความคลุมเครือ ตามหลักกฎหมายอาญาหรือไม่ และการที่ “บุคคลในครอบครัว” หมายรวมถึงบุคคลใดๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน จะทำให้มีการขยายความคุ้มครองมากเกินไป ประการสุดท้าย หากมีการกระทำความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวเกิดขึ้น และเป็นความผิดฐานกระทำอนาจารตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) หรือความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ ด้วย สมควรหรือไม่ที่จะให้ความผิดเหล่านี้เป็นความผิดอันยอมความได้ จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยเห็นว่าความหมายของคำว่า “ความรุนแรงในครอบครัว” และ “บุคคลในครอบครัว” นี้ มีใช้บัญญัติไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน หรือคลุมเครือ แต่เป็นการบัญญัติไว้ในลักษณะกว้าง ๆ ซึ่งจะต้องอาศัยการตีความตามหลักการตีความแห่งกฎหมาย แต่คำนิยามของคำว่า “บุคคลในครอบครัว” มีความหมายกว้างเกินไป อีกทั้งเห็นเป็นการสมควรหากพระราชบัญญัติดังกล่าวจะมีการเพิ่มความผิดฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดขึ้นต่อหน้าธารกำนัล) และความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ แห่งประมวลกฎหมายอาญา ให้เป็นความผิดอันยอมความได้ เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295 จึงขอเสนอแนะว่า ควรแก้ไขเพิ่มเติมความหมายของคำว่า “บุคคลในครอบครัว” ให้หมายถึง คู่สมรส คู่สมรสเดิม ผู้ที่อยู่กินหรือเคยอยู่กินฉันสามีภริยาโดยมิได้จดทะเบียนสมรส บุตร บุตรบุญธรรม สมาชิกในครอบครัว รวมทั้งบุคคลใด ๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกันในลักษณะทำนองหรือญาติหรือสมาชิกในครอบครัวเช่นว่านั้น และควรแก้ไข

เพิ่มเติมพระราชบัญญัติดังกล่าว โดยเพิ่มความผิดฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดขึ้นต่อหน้าธารกำนัล) และความผิดต่อเสรีภาพ มาตรา 310 ทวิ แห่งประมวลกฎหมายอาญา ให้เป็นความผิดอันยอมความได้ เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295

คำสำคัญ : ความรุนแรงในครอบครัว

ABSTRACT

The main purpose of this research is to study the appropriateness in stifling a prosecution for the case that domestic violence offence had been committed and is liable to either the offence of indecent under Section 278 (occurred in public) or the offence against liberty under Section 310 bis of the Penal Code.

First is to consider whether the meaning of “domestic violence” and “family member” of Domestic Violence Victim Protection Act, B.E. 2550 is clear, certain and unambiguous by the principle of criminal law or not. Next, is to study if the family member is overprotected or not by extending the meaning of “family member” to cover the persons who live mutually in the same household. Finally is to study if domestic violence offence had been committed and is liable to either the offence of indecent under Section 278 (occurred in public) or the offence against liberty under Section 310 bis of the Penal Code, whether those offence should be considered as compoundable offences.

This research found that the definitions of “domestic violence” and “family member” of this Act are not unclear, uncertain and ambiguous because they were legislated broadly and it is suitable to add this Act the clause “the offence of indecent under Section 278 (occurred in public) and the offence against liberty under Section 310 bis of the Penal Code shall be compoundable offence” like the offence against bodily harm under Section 295 of the Penal Code. Nevertheless, the definition of “family member” in such Act is too much extensive. The suggestions from researcher could be summarized as follows:

1. The definition of “family member” should be amended as follow:

“Family member” means a spouse or ex-spouse, a person who cohabits or was used to cohabit as husband and wife without marriage registration, legitimate child, adopted child and member of family including person who lives mutually in the same household like relative or member of the family.

2. Domestic Violence Victim Protection Act, B.E. 2550 should be amended by adding the clause “the offence of indecent under Section 278 (occurred in public) and the offence against liberty under Section 310 bis of the Penal Code shall be compoundable offence” like the offence against bodily harm under Section 295 of the Penal Code.

KEYWORD : Domestic violence

1. บทนำ

ปัญหาการใช้ความรุนแรงในครอบครัวเป็นปัญหาสำคัญที่มีความละเอียดอ่อน สลับซับซ้อน มีส่วนเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ยังรากลึกมาช้านาน เกิดขึ้นในทุกสังคมทุกระดับชั้น การกระทำ ความรุนแรงในครอบครัวเป็นปัญหาสังคม ทุกคนในสังคมและรัฐจะต้องร่วมมือกันแก้ไขอย่างจริงจัง และอาจต้องเข้าแทรกแซงสถาบันครอบครัวบ้างตามที่จำเป็น โดยมีวัตถุประสงค์ในการรักษาความสัมพันธ์และกระอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขของครอบครัวเป็นสำคัญ ในด้านกฎหมายนั้น เดิมประเทศไทยยังไม่มบทบัญญัติเรื่องการกระทำ ความรุนแรงในครอบครัวเป็นการเฉพาะ เมื่อเกิดการกระทำ ความรุนแรงในครอบครัวขึ้น ก็นำบทบัญญัติตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และประมวลกฎหมายอาญามาปรับใช้ แต่การกระทำ ความรุนแรงในครอบครัวมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากปัญหาอาชญากรรมอื่นๆ เนื่องจากสถานะความสัมพันธ์อันใกล้ชิดของเหยื่อกับผู้กระทำความผิด ทำให้การดำเนินการในลักษณะคดีอาญาอาจไม่เป็นที่พึงประสงค์ และไม่ เป็นผลดีแก่การแก้ไขปัญหาคความรุนแรงในครอบครัว (มาตาลักษณ์ ออรุ่งโรจน์, 2547: 17) เนื่องจากกฎหมายอาญามีเจตนารมณ์ที่จะลงโทษผู้กระทำความผิดมากกว่าที่จะแก้ไขฟื้นฟูผู้กระทำความผิดหรือปกป้องคุ้มครอง ผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว จนกระทั่งมีกฎหมายเรื่องการกระทำ ความรุนแรงในครอบครัวเป็นการเฉพาะ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 ซึ่งได้กำหนดรูปแบบ วิธีการ และขั้นตอนใหม่ๆ ที่มีลักษณะแตกต่างจากการดำเนินคดีอาญาโดยทั่วไป มุ่งให้ผู้กระทำความผิด มีโอกาสกลับตัวและยับยั้งการกระทำผิดซ้ำ รวมทั้งสามารถรักษาความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวไว้ได้ พระราชบัญญัตินี้กำหนดให้ความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวเป็นความผิดทางอาญาที่บัญญัติขึ้นใหม่ อีกฐานหนึ่ง ซึ่งสามารถขอมความได้ แต่ไม่ลบล้างความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาหรือกฎหมายฉบับอื่น ดังนั้น หากการกระทำ ความรุนแรงเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาหรือกฎหมายฉบับอื่นด้วย ก็ยังคงเป็นความผิดตามกฎหมายนั้น ๆ อยู่ แต่หากการกระทำ ความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวเป็นความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295 ด้วย ให้ความผิดฐานทำร้ายร่างกายตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295 นั้น เป็นความผิดอันยอมความได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของการขอมความในคดีอาญา กรณีมีการกระทำ ความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวเกิดขึ้น และการกระทำนั้นเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา ฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) หรือความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ ด้วย

3. คำถามการวิจัย

1. ความหมายของคำว่า “บุคคลในครอบครัว” และ “ความรุนแรงในครอบครัว” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 มีความชัดเจนและเหมาะสมหรือไม่
2. หากมีการกระทำ ความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว และการกระทำนั้นเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา ฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล)

หรือความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ ด้วย ความผิดเหล่านี้ควรจะเป็นความผิดอันยอมความได้เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกายตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295 ด้วยหรือไม่

4. รูปแบบการวิจัย

ใช้วิธีศึกษาและวิเคราะห์แบบวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากการรวบรวมกฎหมายและเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรงในครอบครัว

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบประวัติความเป็นมา แนวคิด และเจตนารมณ์ในการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550
2. ทำให้ทราบว่า “บุคคลในครอบครัว” และ “ความรุนแรงในครอบครัว” มีความหมายที่ชัดเจนและเหมาะสมหรือไม่
3. เป็นแนวทางในการเสนอมาตรการทางกฎหมาย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการคุ้มครองและแก้ไขปัญหาการใช้ความรุนแรงในครอบครัว ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัตินี้ต่อไป

6. ผลการวิจัย

6.1 ความหมายของคำว่า “ความรุนแรงในครอบครัว”

ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 มาตรา 3 “ความรุนแรงในครอบครัว” หมายความว่า การกระทำใด ๆ โดยมีประสงค์ให้เกิดอันตรายแก่ร่างกาย จิตใจ หรือสุขภาพ หรือกระทำโดยเจตนาในลักษณะที่น่าจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ร่างกาย จิตใจ หรือสุขภาพของบุคคลในครอบครัว หรือบังคับหรือใช้อำนาจครอบงำผิดคลองธรรมให้บุคคลในครอบครัวต้องกระทำการ ไม่กระทำการ หรือยอมรับการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดโดยมิชอบ แต่ไม่รวมถึงการกระทำโดยประมาท

ปัญหาที่ต้องพิจารณาคือ การกระทำเช่นใดจึงจะถือว่าเป็นอันตรายแก่ร่างกาย จิตใจ หรือสุขภาพ และจะถือว่าคำนิยามนี้ไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน และยังคงคลุมเครือได้หรือไม่ ผู้วิจัยเห็นว่า ความหมายของคำว่า “ความรุนแรงในครอบครัว” ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวมิใช่เป็นกรณีความหมายไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน หรือคลุมเครือ เนื่องจากเป็นการยากที่จะอธิบายรายละเอียดแห่งการกระทำได้ทั้งหมดในบทบัญญัติแห่งกฎหมาย และหากแม้มีความพยายามที่จะอธิบาย ก็อาจไม่ครอบคลุมถึงกรณีต่างๆ ได้ทั้งหมด รวมถึงกรณีที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายยิ่งไปกว่านี้ การบัญญัติความหมายไว้กว้างๆ เช่นนี้ น่าจะให้ความคุ้มครองได้ครอบคลุมกว่า

6.2 ความหมายของคำว่า “บุคคลในครอบครัว”

การกระทำที่จะเป็นความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวนี้ จะต้องเป็นการกระทำต่อบุคคลในครอบครัว ตามที่พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ให้นิยามไว้ว่า “บุคคลในครอบครัว” หมายความว่า คู่สมรส คู่สมรสเดิม ผู้ที่อยู่กินหรือเคยอยู่กินฉันสามีภริยาโดยมิได้จดทะเบียนสมรส บุตร บุตรบุญธรรม สมาชิกในครอบครัว รวมทั้งบุคคลใด ๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน

การที่พระราชบัญญัติฉบับนี้บัญญัติความหมายของคำว่า “บุคคลในครอบครัว” ให้หมายความรวมถึงบุคคลใด ๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกันนั้น น่าจะเป็นความหมายที่กว้างเกินไป เนื่องจากไม่มีการคำนึงถึงว่า จะมีความสัมพันธ์ในเชิงเป็นสมาชิกในครอบครัวด้วยหรือไม่ มีส่วนได้เสียในครอบครัวหรือไม่ ถ้าเพียงพึ่งจะมาอาศัยอยู่ในครัวเรือนเดียวกันได้เพียงชั่วระยะเวลาสั้นๆ หรือพร้อมที่ออกจากครัวเรือน จะเป็น “บุคคลในครอบครัว” หรือไม่ ผู้วิจัยเห็นว่ายังไม่เพียงพอที่บุคคลเหล่านี้จะสมควรได้รับความคุ้มครองเป็นพิเศษว่าเป็นบุคคลในครอบครัว ทั้งๆ ที่ยังไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงครอบครัวต่อกัน หากจะขยายความคำว่าบุคคลในครอบครัว ไปถึงขนาดนั้น และให้ความคุ้มครองดังเช่นเป็นบุคคลในครอบครัว ก็น่าจะเกินสมควรและเกินเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัตินี้ นอกจากนี้ เมื่อศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และอังกฤษ ประเทศต่างๆ เหล่านี้ให้ความคุ้มครองแก่บุคคลในครอบครัวในวงจำกัดกว่ากฎหมายไทย กล่าวคือมิได้คุ้มครองไปถึง “บุคคลใดๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกัน” ไปเสียทุกกรณี หากแต่คุ้มครองเฉพาะบุคคลบางกลุ่มเท่านั้น

6.3 การยอมความในความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัว

พระราชบัญญัตินี้บัญญัติให้ความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวเป็นความผิดอาญาอีกฐานหนึ่ง และยอมความได้ แต่ไม่ลบล้างความผิดตามประมวลกฎหมายอาญาหรือกฎหมายอื่น นอกจากนั้นหากการกระทำนั้นเป็นความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวและเป็นความผิดฐานทำร้ายร่างกายตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295 ด้วย ให้ความผิดฐานทำร้ายร่างกายนั้นเป็นความผิดอันยอมความได้ แต่สถานการณ์เกี่ยวกับการกระทำความรุนแรงในครอบครัวนั้นมิได้มีเพียงการทำร้ายร่างกายเท่านั้น ยังมีการกระทำความผิดเกี่ยวกับเพศหรือความผิดต่อเสรีภาพอยู่อีกด้วย จึงน่าพิจารณาว่าควรจะให้ความผิดเหล่านั้นเป็นความผิดอันยอมความได้เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกายหรือไม่ ซึ่งในที่นี้จะศึกษาเฉพาะกรณีความผิดฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) หรือความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ แห่งประมวลกฎหมายอาญา

ผู้วิจัยเห็นว่า เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความผิดฐานกระทำอนาจารที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล กับความผิดฐานทำร้ายร่างกายแล้ว การกระทำความผิดฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) น่าจะมีลักษณะรุนแรงและเป็นอันตรายน้อยกว่า ดังนั้น หากมีการกระทำอนาจารต่อหน้าธารกำนัล ความผิดนั้นก็สมควรที่จะเป็นความผิดอันยอมความได้เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ส่วนความผิดต่อเสรีภาพตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 310 ทวิ นั้น ก็มีลักษณะของการกระทำที่น่าจะรุนแรงและเป็นอันตรายน้อยกว่าความผิดตามมาตรา 295 เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าสมควรจะให้ความผิดตามมาตรา 310 ทวิ เป็นความผิดอันยอมความได้เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295

จากการศึกษากฎหมายของประเทศอังกฤษ มาเลเซีย และสิงคโปร์ ยังไม่พบกฎหมายของประเทศใดที่มีบทบัญญัติในลักษณะดังเช่นมาตรา 4 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัตินี้ ที่ว่า “หากการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นความผิดฐานทำร้ายร่างกายตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295 ด้วย ให้ความผิดดังกล่าวเป็นความผิดอันยอมความได้” จึงอาจสรุปได้ว่า การบัญญัติกฎหมายในลักษณะดังกล่าวเป็นการบัญญัติเพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพของสังคมไทย

7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. การนิยามความหมายของคำว่า “ความรุนแรงในครอบครัว” มิใช่กรณีที่ถูกหมายบัญญัติไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน หรือคลุมเครือ ในการบังคับใช้กฎหมาย เพียงใช้การตีความตามหลักการตีความกฎหมาย และตีความให้สอดคล้องกับหลักแห่งความเป็นธรรม ก็น่าจะเพียงพอแล้ว ไม่จำเป็นต้องแก้ไขเพิ่มเติมความหมายของคำว่า “ความรุนแรงในครอบครัว” ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวอีก

2. การนิยามความหมายของคำว่า “บุคคลในครอบครัว” มิใช่กรณีที่ถูกหมายบัญญัติไม่ชัดเจน ไม่แน่นอน หรือคลุมเครือ แต่การที่พระราชบัญญัตินี้ให้หมายรวมถึงบุคคลใดๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกันนั้น น่าจะเป็นความหมายที่กว้างเกินไป ควรแก้ไขเพิ่มเติมความหมายเป็นดังนี้

“บุคคลในครอบครัว” หมายความว่า คู่สมรส คู่สมรสเดิม ผู้ที่อยู่กินหรือเคยอยู่กินฉันสามีภรรยา โดยมีได้จดทะเบียนสมรส บุตร บุตรบุญธรรม สมาชิกในครอบครัว รวมทั้งบุคคลใดๆ ที่ต้องพึ่งพาอาศัยและอยู่ในครัวเรือนเดียวกันในลักษณะทำนองเครือญาติหรือสมาชิกในครอบครัวเช่นว่านั้น

3. ควรบัญญัติให้ความผิดฐานกระทำอนาจาร ตามมาตรา 278 (ที่เกิดต่อหน้าธารกำนัล) และความผิดต่อเสรีภาพ ตามมาตรา 310 ทวิ แห่งประมวลกฎหมายอาญา เป็นความผิดอันยอมความได้ตามพระราชบัญญัตินี้ เช่นเดียวกับความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 295

4. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมถึงความผิดทางอาญาฐานอื่นๆ ที่หากบุคคลในครอบครัวกระทำต่อกัน อันน่าจะส่งผลให้มีความรุนแรงน้อยกว่าที่กระทำต่อบุคคลทั่วไป เป็นความผิดที่มีลักษณะการกระทำที่รุนแรง และเป็นอันตรายน้อยกว่าความผิดฐานทำร้ายร่างกาย ตามมาตรา 295 และสมควรจะบัญญัติให้เป็นความผิดอันยอมความได้ระหว่างบุคคลในครอบครัว ซึ่งถ้าหากยังมีความผิดอาญาฐานอื่นดังกล่าวอีก ก็ควรพิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 โดยเพิ่มบรรดาความผิดทางอาญาฐานอื่นๆ นั้นให้เป็นความผิดอันยอมความได้ เสียพร้อมกันในคราวเดียว

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

9. รายการอ้างอิง

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. ม.ป.ป. **หลักสูตรฝึกอบรมพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550.** กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

เกียรติจักร วัจนะสวัสดิ์. 2551. **คำอธิบายกฎหมายอาญา 1.** พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: พลสยามพรีนติ้ง. มาตาลักษณ์ ออรุ่งโรจน์. 2547. **ร่างพระราชบัญญัติการขจัดความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ.** : ศึกษาวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้กฎหมายในประเทศไทย เปรียบเทียบกฎหมายสหรัฐอเมริกา อังกฤษ คานาดา ออสเตรเลีย สิงคโปร์และมาเลเซีย. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท. (อัสสัมชัญ).

วัชรินทร์ ปัจเจกวิญญูสกุล, อานาจ เนตยสุภา และอุทัยวรรณ แจ่มสุธี. 2546. รายงานวิจัยการประเมิน
กระบวนการยุติธรรมในการคุ้มครองสวัสดิภาพบุคคลที่ได้รับความรุนแรงในครอบครัว.
กรุงเทพมหานคร: พิมพ์อักษร.

“CPS Policy for Prosecuting Cases of Domestic Violence.” Retrieved November 30, 2009, from
<http://www.cps.gov.uk>

“From Report to Court.” 2008. Retrieved August 21, 2009, from <http://www.rightsofwomen.org.uk>

ความสามารถและวิธีการจัดการนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมไทย
ศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม
CAPABILITY AND MANAGERIAL APPROACH FOR INNOVATION OF
THAI INDUSTRY : A CASE STUDY OF SMALL AND MEDIUM
TEXTILE INDUSTRIES

สรพล บุรณกุล

หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : sorapol.bu@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม 2) เพื่อศึกษาวิธีการของการจัดการในแต่ละหน้าที่งานของอุตสาหกรรม 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับผลประกอบการของอุตสาหกรรม 4) เพื่อศึกษาผลของวิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม ดำเนินการวิจัยจากเจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับต่างๆ ของอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 52 ราย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ความสามารถด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ทำโดยกิจการเอง คือ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม ด้านนวัตกรรมกระบวนการที่ทำโดยกิจการเอง คือ พัฒนาการกระบวนการผลิตใหม่ ด้านนวัตกรรมการบริหารจัดการ พบว่ากิจการส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจูงใจและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมให้แก่พนักงาน กิจการมีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา เป็นร้อยละของรายได้ต่อปี คือ 0.0 - 0.5 2) การศึกษาวิธีการของการจัดการในแต่ละหน้าที่งานของอุตสาหกรรม จากผลการวิจัย พบว่า ระดับการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด อยู่ในระดับมากทุกด้าน 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความสัมพันธ์ไค - สแควร์ พบว่า ค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับผลประกอบการของกิจการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4) ผลการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า วิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานไม่มีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ

คำสำคัญ : ความสามารถและวิธีการจัดการนวัตกรรม อุตสาหกรรมสิ่งทอ

ABSTRACT

The objectives of this research are to survey for the capability and managerial of innovation, to find the management method for each job description, to find the relation between the capability of innovation on

expenditure for research and development which effect to industry and to identify for the management method of job description with capability on innovation of Thai industry on Small and Medium Textile Industries. This research has applied the survey research method where questionnaires were use as a tool. The questionnaires distributed to 52 firms which focus on Business Owners and Management Levels.

The result of this research found in four issues, first that the capability on product innovation which produced by firms have high average level on develop the old products, for the capability on process innovation which produced by firms have high average level on develop new production process, for the capability on managerial or administrative innovation which most of the firms do not have motivation system in order to create for innovation to staff. The firms have the expenditure for research and development per year 0.0-0.5 percent from total income. Second issue found that the high levels of significant for the job management of innovation in each industrial level are management, production and marketing. Third, the result of hypotheses testing by Chi – Square found that the capability of innovation on expenditure for research and development of the firms has relation with business revenue. Last, the result which analysis by Multiple Regression Analysis found that the management method for each job not effect to the innovation of the firms.

KEYWORDS : Capability and Managerial Approach for Innovation, Textile Industries

1. บทนำ

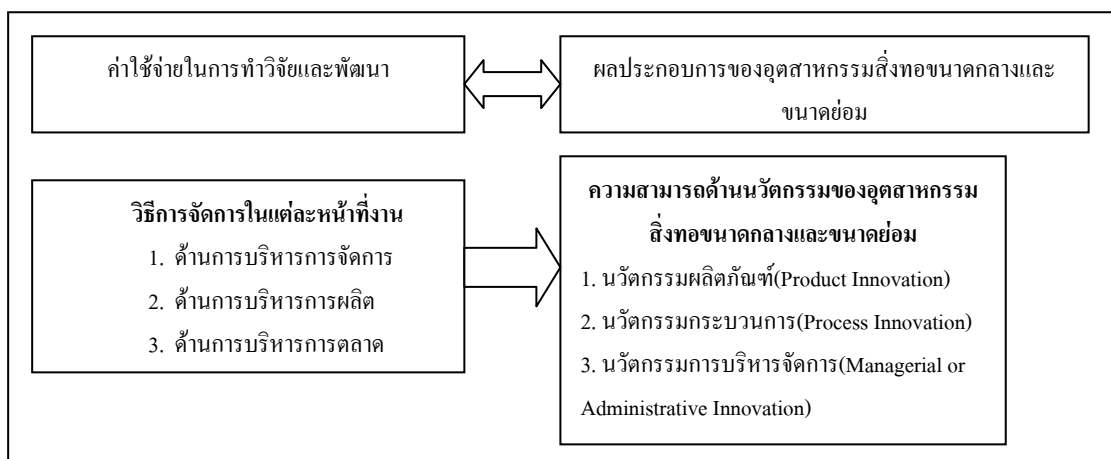
ธนาคารโลก จัดลำดับประเทศทั่วโลกในเรื่องดัชนีเศรษฐกิจฐานความรู้ (The Knowledge Economy Index (KEI)) รวมถึงดัชนีความรู้ (Knowledge Index (KI)) ซึ่งใช้ดัชนีในการวัด 4 กลุ่ม ด้วยกัน ดัชนีด้านนวัตกรรม (Innovation Index) เป็นตัววัดที่สำคัญตัวหนึ่ง ซึ่งในส่วนของ ดัชนีด้านนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรหลัก คือ จำนวนนักวิจัย การวิจัยและพัฒนา สิทธิบัตร วารสารและบทความทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้ง World Economic Forum ได้จัดลำดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆทั่วโลก จากรายงาน The Global Competitiveness Report 2007-2008 การจัดลำดับมีดัชนีที่ใช้วัดสามกลุ่ม ปัจจัยด้านนวัตกรรมและความเชี่ยวชาญของภาคธุรกิจ (Innovation and Sophistication Factors) ก็เป็นดัชนีการวัดตัวที่สำคัญเช่นเดียวกับการวัดของธนาคารโลก โดยมีองค์ประกอบที่ใช้วัดนวัตกรรม ดังนี้ 1) การใช้ประโยชน์จากสิทธิบัตร 2) ความสามารถด้านนวัตกรรม 3) คุณภาพของหน่วยงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ 4) การลงทุนของบริษัทในด้านการวิจัยและพัฒนา 5) จำนวนนักวิทยาศาสตร์และวิศวกร 6) ความร่วมมือของภาคอุตสาหกรรมกับมหาวิทยาลัยในการวิจัย

จากประเด็นเรื่องนวัตกรรมข้างต้น เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญในการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งประเด็นข้อสงสัยของผู้วิจัยที่ต้องการทราบถึงความสามารถในด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม วิธีการที่เหมาะสมสำหรับการจัดการนวัตกรรม ว่าการจะได้มาซึ่งกระบวนการทำงานที่มีนวัตกรรม สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรม องค์กรจะต้องมีการจัดการในหน้าที่งานแต่ละด้านอย่างไร ซึ่งจะเลือกศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งพบข้อมูลที่น่าสนใจ รายงานจาก International Monetary Fund(IMF) ได้รายงานว่ามีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยในทวีปเอเชียชะลอการปรับปรุงและพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจ

สหรัฐอเมริกาและเศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงถดถอย จึงเป็นสาเหตุทำให้การส่งออกของทวีปเอเชียซึ่งเป็นแหล่งผลิตรายใหญ่ของโลกลดลง ผลกระทบในครั้งนี้ได้ส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งหากพิจารณาสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยแล้วยังขาดการพัฒนานวัตกรรม ประเทศไทยจะต้องนำเทคโนโลยีจากประเทศอื่นมาใช้ ซึ่งหากพัฒนาได้ ประเทศไทยจะยังคงเป็นผู้นำในตลาดโลกได้ (ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก, 2552) ในส่วนสถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยกระแสการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาคทั้งในประเทศ และต่างประเทศ อาทิ ราคาน้ำมัน การขาดแคลนแรงงานและปัญหาค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น รวมถึงแนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนในหลายประเทศที่ยังคงมีทิศทางที่แข็งค่าขึ้น ตลอดจนความก้าวหน้าของปัจจัยด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การวิจัย พัฒนา และนวัตกรรมที่ทันสมัยได้ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต้องเผชิญกับประเด็นการพัฒนาที่ท้าทาย ซึ่งต้องการการปรับตัวที่เท่าทันและรวดเร็ว (Dynamic Adaptation)(สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2550) จากประเด็นที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจในสถานะของอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยเฉพาะขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ที่จะต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์โลกและคู่แข่งขั้นระหว่างประเทศอย่างยิ่งยวด ซึ่งประเด็นปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบ ได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม 2) เพื่อศึกษาวิธีการของการจัดการในแต่ละหน้าที่งานของอุตสาหกรรม 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับผลกระทบของการของอุตสาหกรรม และ 4) เพื่อศึกษาผลของวิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม

2. กรอบความคิดทางทฤษฎี

จากการประมวลทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเสนอเป็นกรอบความคิดทางทฤษฎีได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบความคิดทางทฤษฎี

จากกรอบความคิดทางทฤษฎีข้างต้น กำหนดเป็นสมมุติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : ค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนาที่มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมุติฐานที่ 2 : วิธีการจัดการในแต่ละหน้าที่งานส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีประชากรในอุตสาหกรรมทั้งสิ้น 4,384 ราย โดยแบ่งเป็น การปั่น การทอและการแต่งสำเร็จสิ่งทอสิ่งถัก 2,936 ราย การผลิตผ้า และสิ่งของที่ได้จากการถักนิตติ้งและโครเชต์ 319 ราย และการผลิตสิ่งทออื่นๆ 1,127 ราย ซึ่งรวบรวมข้อมูลไว้ในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) โดยจะทำการเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล คำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรกรณีทราบจำนวนประชากร แต่ประชากรไม่มาก (Cochran 1953) เพื่อให้ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ในเชิงการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .10 ได้ขนาดตัวอย่าง 57 ตัวอย่าง ทำการกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายโดยใช้การคำนวณหาขนาดตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ได้ขนาดตัวอย่าง การปั่น การทอและการแต่งสำเร็จสิ่งทอสิ่งถัก 38 ราย การผลิตผ้า และสิ่งของที่ได้จากการถักนิตติ้งและโครเชต์ 4 ราย การผลิตสิ่งทออื่นๆ 15 ราย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยนำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างเป็นข้อคำถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรม เช่น รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ประเภทสินค้า ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ยอดขายต่อปี ร้อยละของการส่งออก ลักษณะการผลิตหรือบริการ

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ เป็นแบบเลือกตอบ (Checklist Questions) และเติมข้อความ (Open-ended Questions) ตัวอย่างรายการข้อคำถาม

1) ความสามารถด้านนวัตกรรม(Capacity for Innovation) คือ การดำเนินกิจกรรมด้านนวัตกรรม ในช่วงเวลาที่ผ่านมา 3 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Managerial or Administrative Innovation)

2) ค่าใช้จ่ายของบริษัทในด้านการวิจัยและพัฒนา(Company Spending on R&D) ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีมากน้อยเพียงใดและเป็นประเภทใด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่งาน ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด ลักษณะคำถามเป็นการวัดความคิดเห็นถึงระดับการดำเนินงานด้านต่างๆ เป็นคำถามแบบ Likert Scale

4. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจากขนาดตัวอย่าง 57 ตัวอย่าง มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 52 ตัวอย่าง วิเคราะห์และแสดงรายละเอียดได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1. พบว่า ค่าเฉลี่ยจำนวนรายการต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมด้าน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ที่ทำโดยกิจการเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม จำนวนเฉลี่ย 2.35 รายการ/กิจการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ที่ทำร่วมกับหน่วยงานภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนในตลาด(New to the Market) จำนวนเฉลี่ย 0.15 รายการ/กิจการ

ค่าเฉลี่ยจำนวนรายการต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมกระบวนการ ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา ที่ทำ โดยกิจการเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ พัฒนาระบบการผลิตใหม่ จำนวนเฉลี่ย 1.73 รายการ/กิจการ นวัตกรรม กระบวนการ ที่ทำร่วมกับหน่วยงานภายนอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ พัฒนาระบบการผลิตใหม่และพัฒนาบริการ ใหม่ จำนวนเฉลี่ย เท่ากัน คือ 0.13 รายการ/กิจการ

ค่าเฉลี่ยของจำนวนคนต่อกิจการ ของความสามารถด้านนวัตกรรมการบริหารจัดการ เรื่องจำนวนบุคลากร ด้านวิจัยและพัฒนาในปีที่ผ่านมา เฉลี่ย 2.94 คน/กิจการ จำนวนของบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมด้านนวัตกรรม วิจัยและพัฒนา เฉลี่ย 2.81 คน/กิจการ จำนวนบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านวิจัยและพัฒนาที่รับเข้ามาใหม่ในปีที่ผ่าน มา เฉลี่ย 1.21 คน/กิจการ ในองค์กรมีระบบการจูงใจและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมให้แก่พนักงาน เช่น รางวัล นวัตกรรม จำแนกเป็นกิจการที่มี จำนวน 23 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 44.23 เฉลี่ย 1.15 คน/กิจการ และกิจการที่ไม่มี จำนวน 29 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 55.77

ประเภทของค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมนวัตกรรม สูงที่สุดเป็นการซื้อเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 71.15 กิจการร้อยละ 46.15 มีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา เป็นร้อยละของรายได้ในปีที่ผ่านมา สูงที่สุด คือ ร้อยละ 0.0 - 0.5 ของรายได้ แหล่งข้อมูลในการทำนวัตกรรมของกิจการส่วนใหญ่ได้จากลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 69.23 การคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่กิจการได้รับ สูงที่สุด คือ เครื่องหมายการค้า คิดเป็นร้อยละ 42.31

วัตถุประสงค์ข้อ 2. พบว่า 1) ระดับการดำเนินงานของการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารการจัดการของ อุตสาหกรรม อยู่ในระดับมาก โดยอธิบายแยกในแต่ละด้าน ได้ดังนี้ หลักของความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา หลักของการวางแผนที่ดี หลักของการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ หลักของการสั่งการที่ดี หลักของการ สื่อสารที่ชัดเจน หลักของการติดตามประเมินผลที่ดี หลักของการกระจายอำนาจอย่างเหมาะสม หลักของการมี ส่วนร่วมอย่างเหมาะสม หลักของการทำงานเป็นทีมอย่างมีประสิทธิภาพ หลักของโครงสร้างการจัดการองค์กรที่ เหมาะสม หลักของภาวะผู้นำที่ดี อยู่ในระดับมากทุกด้าน

2) ระดับของการดำเนินงานของการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารการผลิตของอุตสาหกรรม อยู่ใน ระดับมาก โดยอธิบายแยกในแต่ละด้าน ได้ดังนี้ หลักของความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมการผลิตกับต้นทุน และการเงิน หลักของความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการผลิตกับการบริหารการตลาดว่าด้วยการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า หลักของการวิเคราะห์สายงานวิกฤติ (Critical Path Method: CPM) หลักของ PERT (Program Evaluation and Review Technique) อยู่ในระดับมากทุกด้าน

3) ระดับของการดำเนินงานของการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารการตลาดของอุตสาหกรรม อยู่ใน ระดับมาก โดยอธิบายแยกในแต่ละด้าน ได้ดังนี้ หลักของราคา (Price) หลักของสถานที่ตั้ง (Place) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย หลักของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์) หลักของผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมากทุกด้าน

วัตถุประสงค์ข้อ 3. ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยทดสอบความสัมพันธ์ไค – สแควร์ (Chi – Square) พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่า หากค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนาต่ำ ผลประกอบการของกิจการจะต่ำไปด้วย ในทางกลับกัน หากค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนาสูง ผลประกอบการของกิจการก็จะสูงไปด้วย เช่นกัน

วัตถุประสงค์ข้อ 4. ผลการทดสอบสมมุติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า วิธีการจัดการในแต่ละหน้าทำงาน ไม่มีผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรม แต่หากแยกพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการบริหารการตลาด ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ ซึ่งมีร้อยละการพยากรณ์ได้ร้อยละ 10.4 ส่วนด้านการบริหารการผลิตและด้านการบริหารจัดการไม่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการ

5. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ขออภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา กับผลประกอบการของกิจการ มีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับผลการสำรวจขีดความสามารถด้านนวัตกรรมของประเทศไทย ประจำปี 2550 ที่จัดทำโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและคณะ ซึ่งพบว่าจากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนาและการสร้างความมั่งคั่ง พบว่า ยิ่งการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาต่ำ จะทำให้การเพิ่มรายได้ต่อผลิตภัณฑ์ และการส่งออกต่ำไปด้วย หากกิจการจะสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องลงทุนในด้านนี้มากกว่าร้อยละ 5 ของรายได้ จึงจะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นที่ชัดเจน รวมทั้ง สามารถเชื่อมโยงผลการวิจัยประเด็นดังกล่าวได้กับเอกสารของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เรื่องวิวัฒนาการระบบนวัตกรรมแห่งชาติของประเทศไทย : อดีต ปัจจุบัน อนาคต ที่อธิบายว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาหรือญี่ปุ่น และประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ของเอเชียระลอกแรก เช่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ มีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายทางการวิจัยและพัฒนาอยู่ในระดับร้อยละ 2-3 ของ GDP ขึ้นไป ในขณะที่ค่าใช้จ่ายทางการวิจัยและพัฒนาโดยรวมของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2544 คิดเป็นร้อยละ 0.26 ของ GDP จะเห็นได้ว่าภาคเอกชนในประเทศที่พัฒนาแล้ว มีการลงทุนในด้านนี้คิดเป็นร้อยละของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสูงกว่าประเทศอุตสาหกรรม ระลอกแรก คือ เกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ และระลอกสอง เช่น มาเลเซีย ไทย ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนแปรผันตามระดับของการพัฒนาประเทศ

2. วิธีการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่ไม่ได้อธิบายหรือส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรม แต่หากแยกพิจารณารายด้าน มีเพียงด้านการบริหารการตลาดที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของกิจการแต่ก็ถือว่าอยู่ในระดับต่ำเพียงร้อยละ 10 ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 กิจการถึงจะมีวิธีการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าทำงาน 3 ด้านที่ดี ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า มีระดับการดำเนินงาน อยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด ก็เป็นเพียงการดำเนินธุรกิจประจำวันเท่านั้น แต่กิจการยังให้ความสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมไม่ว่าจะเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการบริหารจัดการ ตลอดจนการลงทุน

ในค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่างๆ อยู่ในระดับต่ำ กิจกรรมยังมุ่งเน้นไปที่การรับจ้างผลิต ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง กิจกรรมที่รับจ้างผลิต มีจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 ถือเป็นจำนวนที่สูงที่สุดของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการอธิบายวิธีการจัดการนวัตกรรมในแต่ละหน้าที่งาน 3 ด้าน คือ ด้านการบริหาร การจัดการ ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด เท่านั้น ผู้วิจัยยังไม่ได้นำองค์ความรู้หรือวิธีการจัดการนวัตกรรม ด้านอื่นๆ เช่น การบริการการเงินและบัญชี การบริหารเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรมนุษย์และการบริหารระบบสารสนเทศ มาร่วมอธิบาย กับความสามารถด้านนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่าแหล่งข้อมูลในการทำนวัตกรรมของกิจการส่วนใหญ่ได้จากลูกค้า ซึ่งจากตัวเลือกต่างๆ 2 อันดับสุดท้ายที่กิจการใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการทำนวัตกรรม คือ มหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัย และจากบทความวิชาการ จากผลการวิจัยเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าสถาบันการศึกษาตลอดจนผลงานทางวิชาการต่างๆ เป็นสิ่งที่เข้าถึงยากและขาดการเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ ดังนั้นสถาบันการศึกษาจะต้องสร้างระบบวิจัยในเชิงวิจัยประยุกต์ เพื่อมุ่งนำผลไปใช้ประโยชน์ในการสร้างนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการบริหารจัดการ รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยมี Incubation Centre เพื่อให้เกิดผู้ประกอบการที่เกื้อหนุนต่อการสร้างนวัตกรรม โดยใช้ระบบบ่มเพาะธุรกิจ

2. จากผลการวิจัย ในเรื่องการคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่กิจการได้รับ สูงที่สุด คือ เครื่องหมายการค้า รองลงมาคือไม่ได้รับ จากผลการวิจัย อาจเนื่องมาจากลักษณะของธุรกิจเป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก และขนาดย่อมซึ่งรับจ้างผลิตไม่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมหรือการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ดังนั้นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ต้องสร้างความเข้าใจ ส่งเสริมการเข้าถึงความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาจะเป็นวิธีการในการกระตุ้นการสร้างนวัตกรรมให้อุตสาหกรรมไทย

3. จากผลการวิจัย พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการทำวิจัยและพัฒนา เป็นร้อยละของรายได้ในรอบปี สูงที่สุด คือร้อยละ 0.0 - 0.5 ของรายได้ ดังนั้นภาครัฐต้องมีวิสัยทัศน์และสื่อสารให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจร่วมกันเพื่อให้ภาคเอกชนมีความมั่นใจในการลงทุนด้านนวัตกรรม โดยใช้มาตรการต่างๆ เป็นสิ่งจูงใจ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่มากขึ้น ตลอดจนออกระเบียบ กฎเกณฑ์ พัฒนาสถาบันการเงินที่ยอมรับความเสี่ยงในการพัฒนานวัตกรรมของภาคเอกชน

4. จากผลการวิจัย พบว่า กิจการส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจูงใจและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมให้แก่พนักงาน ดังนั้น เจ้าของกิจการ ผู้บริหารจะต้องพยายามเปลี่ยนฐานความคิด โดยจะต้องเป็นผู้โน้มน้าวให้บุคลากรเข้าใจถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร และใช้กลไกต่างๆส่งเสริมให้บุคลากรคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น การสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ส่งเสริมรางวัลจูงใจ สร้างบรรยากาศให้เกิดนวัตกรรมขึ้นก้าวหน้าหรือนอกกรอบ (Breakthrough Innovation) ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างมูลค่าเพิ่มและจะนำผลตอบแทนมาสู่กิจการอย่างเกินความคาดหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในประเด็นปัญหาด้านนวัตกรรม ที่ควรศึกษา

1. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นตัวแบบกระบวนการสร้างนวัตกรรม (Innovation Process Model) ขององค์กรชั้นนำในประเทศไทย ตามตัวแบบ Search Select and Implement

2. ควรศึกษาวิจัยในประเด็น ความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการจัดการนวัตกรรม โดยศึกษา องค์ความรู้ที่เป็นสหวิทยาการ ให้ครบทั้ง 7 ด้าน คือ องค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการบัญชี องค์ความรู้ด้านการบริหารการเงิน องค์ความรู้ด้านการบริหารการผลิต องค์ความรู้ด้านการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และองค์ความรู้ด้านสภาพแวดล้อมทางการบริหาร (กิตติ บุญนาค, 2549 : 41-73)

3. ควรศึกษาวิจัยในประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการของการสร้างนวัตกรรมในองค์กร

6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2551

7. รายการอ้างอิง

กิตติ บุญนาค. 2549. **นักบริหารแบบเชิงบูรณาการ 14 กรณีศึกษาที่สำคัญสำหรับนักบริหาร**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. 2550. “ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (2550-2554).” เข้าถึงเมื่อ 30 มิถุนายน 2552 จาก

<http://www.oie.go.th/other.asp>

ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก. 2552. “เศรษฐกิจโลกฟื้นตัว อุตสาหกรรมสิ่งทอดีขึ้น.” เข้าถึงเมื่อ 30 มิถุนายน 2552

จาก http://www.thaitextile.org/th/textile_intel/

Cochran, W.G.1953. **Sampling Techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons Ltd.

เครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังในจังหวัดกำแพงเพชร

CASSAVA VALUED NETWORK IN KAMPHAENGPHE
T PROVINCE, THAILAND

ทวีช สุธาสคร

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ภาคค่ำ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: tawit.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นโครงการวิจัยภายใต้กลุ่มงานวิจัย การเชื่อมโยงโซ่อุปทานของชุดโครงการวิจัยเพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาการผลิต และการตลาดของธุรกิจมันสำปะหลังแก่เกษตรกรสมาชิกของ สหกรณ์การเกษตรในจังหวัดกำแพงเพชร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สร้างตัวแบบการทำไร่มันสำปะหลัง (2) เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลังภายใต้โซ่อุปทานที่มีสหกรณ์ฯ เป็นแม่ข่าย (3) ศึกษาปัญหาและอุปสรรค การดำเนินงานของเครือข่าย และ (4) สรุปสาระประเด็นต่างๆ เพื่อนำเสนอแนวทางในการกำหนดนโยบายและ การส่งเสริมจากภาครัฐ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ภายใต้กรอบแนวคิดของการวิจัยโดยใช้วิธีการเรียนรู้และพัฒนาจากการจัดเวทีแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ทั้งนี้ได้ประสานงานกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ สหกรณ์การเกษตร องค์กรภาครัฐและเอกชน เกษตรกร สมาชิกสหกรณ์ฯ ในพื้นที่ ตลอดจนผู้ประกอบการลานมัน/โรงแป้งมันในกระบวนการของโซ่อุปทานธุรกิจมัน สำปะหลังที่อยู่ในอำเภอขาณุวรลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร และได้ชี้แจงทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากงานวิจัย พร้อมทั้งได้วางแผนการจัดการประชุมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อค้นหา ประเด็นและแนวทางเชิงลึกในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน ข้อมูลที่ได้รับมาจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการ แบบมีส่วนร่วมนี้ได้นำมาใช้ในการวางแผนทิศทางเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลัง การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ เครือข่าย การประสานงานเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของภาคีเครือข่าย และการบริหารจัดการธุรกิจเครือข่าย สุดท้ายนี้เพื่อจัดตั้งเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังที่มีรูปแบบมุ่งเน้นผลประโยชน์ของสังคมไทยโดยรวม

คำสำคัญ: มันสำปะหลัง เครือข่ายคุณค่า สหกรณ์การเกษตร วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วางแผนกลยุทธ์ ธุรกิจ

ABSTRACT

The research on Cassava Valued Network conducted in Kamphaengphet Province, Thailand, is part of the research series on the supply chain in the Co-operative Movement and Fair Trade Development Project. The objectives of this research are (1) to introduce an effective model for cassava farming; (2) to assimilate cassava

business network into the supply chain with the co-operative as the main coordinator; (3) to study the problems and other obstacles incurred from the cassava business assimilation; and (4) to recommend the implications of this research to the policy maker that supports co-operative development. This study has been designed and conducted as a “participatory action research” which concentrates on the participation of all the stakeholders in the cassava business network. Essentially, the researcher has staged several workshops where all the stakeholders that include the co-operative, the public, private and industrial sectors, and the local members of the co-operative in Ampur Khanuworaluksaburi, Kamphaengphet Province, are invited to participate, share and exchange their ideas, information, knowledge, and problems about the cassava business. All the information gathered from these workshops are analyzed in order to formulate a strategic business plan for the cassava valued network management. This study, as a whole, contributes to the benefits and development of the co-operatives and the economy of Thailand.

KEYWORDS: Cassava, Valued network, Co-operative, Participatory action research, Strategic business plan

1. ความเป็นมาของงานวิจัย

มันสำปะหลังเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญสินค้าหนึ่งของประเทศไทย ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังรายใหญ่อันดับหนึ่งของโลกตลอดจนเป็นผู้ผลิตหัวมันสำปะหลังสดรายใหญ่อันดับหนึ่งของเอเชียและอันดับสามของโลกรองจากประเทศไนจีเรียและประเทศบราซิล ผลผลิตรวมของมันสำปะหลังทั้งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2552 มีอยู่ประมาณ 30 ล้านตัน โดยมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมมันสำปะหลังของไทยนั้นอยู่ที่ประมาณ 6-7 หมื่นล้านบาทต่อปี (สมาคมแป้งมันสำปะหลังไทย, ออนไลน์, 2552) สัดส่วนการผลิตมันสำปะหลังเพื่อใช้ภายในประเทศอยู่ที่ประมาณร้อยละ 15 ในขณะที่การผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ มากกว่า 100 ประเทศทั่วโลกนั้นอยู่ที่ประมาณร้อยละ 85 การวิเคราะห์อุปสงค์ของมันสำปะหลังในตลาดทั่วโลกพบว่ามีความโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 32 ล้านตันในปี พ.ศ. 2551 เพิ่มขึ้นเป็น 34 ล้านตันในปี พ.ศ. 2552 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีก 37 ล้านตันในปี พ.ศ. 2553 (กรุงเทพธุรกิจ, 2550) ทั้งนี้ จึงถือได้ว่ามันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผลผลิตมันสำปะหลังไทยซึ่งเฉลี่ยแล้วอยู่ที่ประมาณ 3 ตันต่อไร่ยังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับการผลิตที่สามารถทำได้จริงจากเกษตรกรไทยซึ่งมีศักยภาพในการผลิตถึง 5 - 10 ตันต่อไร่ ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานไทยทั้งภาครัฐและเอกชน จึงมีนโยบายเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลังเฉลี่ยต่อไร่ทั่วประเทศให้ได้ถึง 5 ตัน (วรยุทธ ปฏิภาณวัฒน์, ออนไลน์, 2550) โดยจะเน้นพัฒนาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลผลิตมันสำปะหลังอย่างเช่น ทรัพยากรในการผลิต ซึ่งประกอบด้วยแหล่งความรู้ แหล่งเงินทุน เทคโนโลยีการเกษตร และอื่น ๆ เป็นต้น

งานวิจัยนี้ภายใต้โครงการ “การขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม” (จุฑาทิพย์ ภัทราวาทและคณะ, 2552) เป็นงานวิจัยที่ศึกษาทรัพยากรในการผลิตมันสำปะหลัง โดยเน้นเรื่องของกระบวนการผลิต การรวบรวมและแปรรูปมันสำปะหลัง ตลอดจนการบริหารจัดการเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานธุรกิจมันสำปะหลัง โดยมีสหกรณ์

การเกษตรเป็นแม่ข่ายในการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้คัดเลือกสหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรี จังหวัดกำแพงเพชร เป็นสหกรณ์ฯ ต้นแบบสำหรับงานวิจัยนี้ ทั้งนี้จังหวัดกำแพงเพชรมีพื้นที่เก็บเกี่ยวมันสำปะหลังมากเป็นอันดับสองของประเทศไทย รองจากจังหวัดนครราชสีมา ส่วนอำเภอชาวนวลักษณ์บุรีนี้มีพื้นที่เพาะปลูกมันสำปะหลังใหญ่ที่สุดในจังหวัดกำแพงเพชร

2. ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยยังมีเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกมันสำปะหลังแบบดั้งเดิมจำนวนมาก ซึ่งเป็นการเพาะปลูกที่ให้ผลผลิตต่ำ ทั้งนี้ภาครัฐและสถาบันวิชาการต่าง ๆ ได้ทำการวิจัยค้นคว้าเทคโนโลยีและวิธีการทำการเกษตรแบบใหม่เพื่อช่วยเหลือส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลัง แต่ยังมีเกษตรกรไทยจำนวนมากไม่ตอบรับการช่วยเหลือดังกล่าว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาปัจจัยที่จะทำให้เกษตรกรเกิดการเปลี่ยนแปลงและหันมาทำการเพาะปลูกมันสำปะหลังอย่างถูกวิธี โดยเน้นการศึกษาที่การดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรที่มีสมาชิกส่วนใหญ่ทำการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ในฐานะที่สหกรณ์ฯ ทำหน้าที่รวบรวมและแปรรูปมันสำปะหลังเป็นมันเส้น สหกรณ์ฯ ควรนำหลักของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain management) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งหมายถึงการให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ฯ ตั้งแต่ต้นน้ำ การจัดการดังกล่าวเป็นการบริหารจัดการการเพาะปลูกที่สามารถให้ผลผลิตสูงสุดและมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาด ทั้งนี้ ด้วยวิธีการบริหารงบประมาณการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ จะทำให้สมาชิกของสหกรณ์ฯ สามารถเพิ่มกำไรจากการผลิตมันสำปะหลังได้มากขึ้น และจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกสหกรณ์ฯ ต่อไปด้วย

การใช้กระบวนการเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่างระหว่างสหกรณ์ฯ และกลุ่ม/องค์กรพันธมิตรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ นั้นจะขยายผลไปสู่การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานสินค้าและบริการต่างๆ ตั้งแต่กระบวนการผลิตของผลผลิตต้นน้ำไปจนถึงการบริโภคของสินค้าสำเร็จรูปปลายน้ำ ทั้งนี้ เพื่อก่อให้เกิดคุณค่าทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตามกรอบแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า และบรรลุเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ดังนั้น สหกรณ์ฯ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องทราบถึงวิธีการและกระบวนการในการพัฒนาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของผลผลิตของสมาชิก ที่จะก่อกำเนิดประโยชน์สูงสุดแก่สมาชิกและการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ฯ งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษา สํารวจ ทดลอง และรวบรวมข้อมูล ตลอดจนวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อหาตัวแบบที่เหมาะสม ในการพัฒนาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานดังกล่าว

3. วัตถุประสงค์

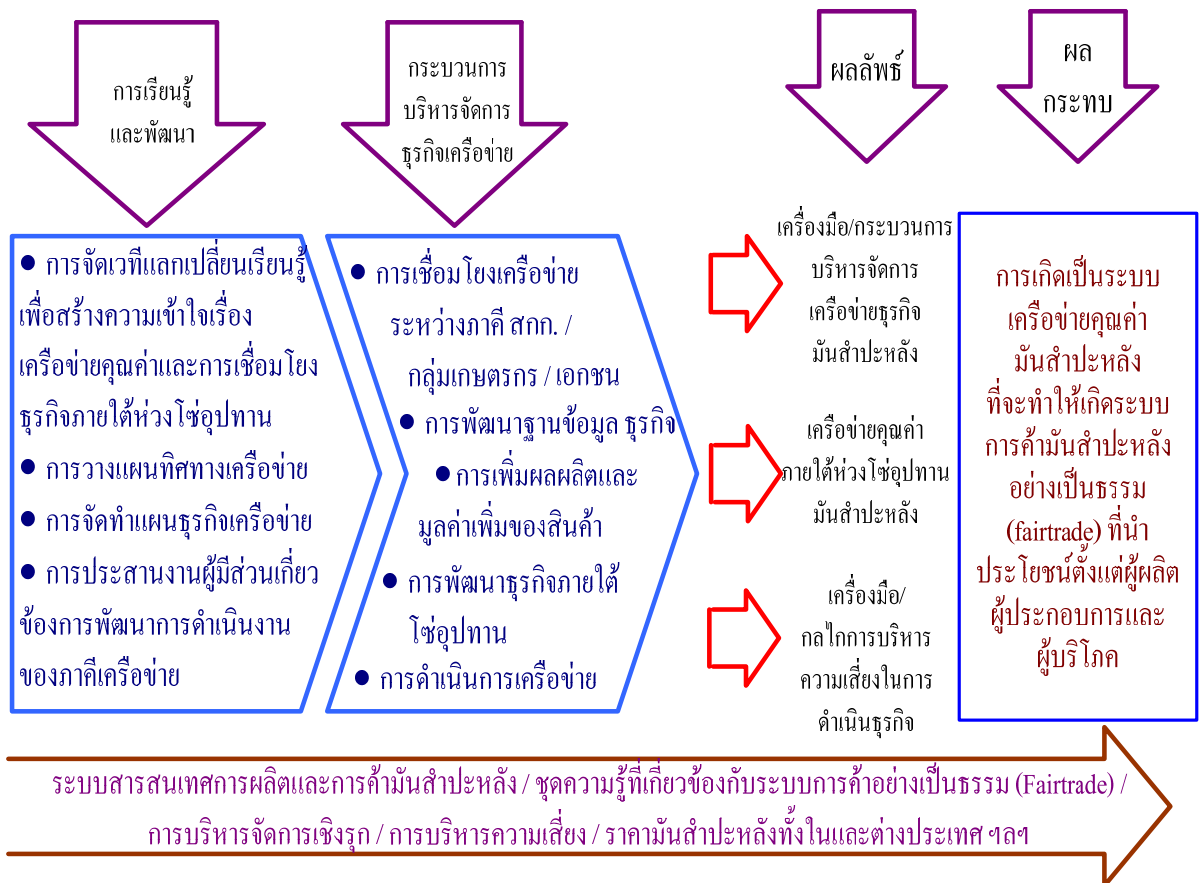
3.1 เพื่อสร้างตัวแบบการทำให้มันสำปะหลังภายใต้เครือข่ายสหกรณ์การเกษตร

3.2 เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลังภายใต้ห่วงโซ่อุปทานที่มีสหกรณ์การเกษตรเป็นแม่ข่าย ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดผลดีต่อเกษตรกรไทยผู้ปลูกมันสำปะหลังและเศรษฐกิจสังคมไทยโดยรวม ภายใต้การนำของสหกรณ์การเกษตรที่ใช้ระบบฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

3.3 เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการดำเนินงานภายใต้วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ในการสรุปสาระและประเด็นต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแนวทางในการกำหนดนโยบาย และการส่งเสริมจากภาครัฐ

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ได้ดำเนินการตามกรอบและแนวคิดการวิจัยที่นำชุดความรู้การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่าไปบูรณาการกับชุดความรู้อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยในรูปแบบ Experimental Development (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบและแนวคิดการเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลัง

5. กระบวนการวิจัย

การดำเนินการวิจัยได้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ซึ่งเป็นรูปแบบของการวิจัยแบบใหม่ที่ประยุกต์และเป็นการรวมเอาแนวความคิดของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) กับการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Research) มาผสมผสานเข้าด้วยกัน และเป็นการกระทำที่มุ่งหมายจะให้ประโยชน์แก่สังคมเป็นหลัก โดยจุดที่แตกต่างของงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมคือ การวิจัยแบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นการวิจัยที่เน้นในมิติของการเก็บข้อมูล แต่การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นการประยุกต์หาวิธีการแก้ไขปัญหานั้นไปพร้อมๆ กัน หรือกล่าวได้ว่ามีการแสวงหาแนวความคิดและแนวทางในการแก้ไขปัญหาและทรัพยากรที่ผู้ถูกวิจัยมีอยู่เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหา (ชัชวาลย์ ทัดศิวัช, 2550) ในโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบกระบวนการวิจัย เป็น 4 ระยะซึ่งประกอบด้วย:

- **ระยะที่ 1: การเตรียมการและการพัฒนาตัวแบบการผลิต** ซึ่งเป็นช่วงของการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างทีมประสานงานกลาง/ ทีมวิจัย/ ผู้เข้าร่วมโครงการเกี่ยวกับกรอบและแนวคิดของการดำเนินงานเครือข่าย การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า และโซ่อุปทานมันสำปะหลัง การประเมินสถานการณ์การผลิตและการตลาดมันสำปะหลังในพื้นที่เป้าหมายการวิจัย

- **ระยะที่ 2: การวางแผน** ซึ่งประกอบด้วย: (1) การประสานงานระหว่างสหกรณ์ฯ /องค์กรต่างๆ / ผู้ประกอบการ/ เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ; (2) การสร้างตัวแบบการผลิตมันสำปะหลังเพื่อการลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรตัวอย่างและขยายผลสู่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ; และ (3) การสร้างตัวแบบเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลัง การจัดทำฐานข้อมูลการผลิตของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการแผนธุรกิจของเครือข่าย ระเบียบ ข้อบังคับ ระบบบริหารจัดการเครือข่าย

- **ระยะที่ 3: การดำเนินการ** ซึ่งเป็นช่วงของการดำเนินการเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลังบนระบบบริหารจัดการของเครือข่าย

- **ระยะที่ 4: การสรุป/ สังเคราะห์** ซึ่งประกอบด้วย: (1) การสรุปผลและสังเคราะห์งานวิจัย และ (2) การจัดทำรายงานวิจัยเช่น รูปแบบ/ กระบวนการเชื่อมโยงเครือข่ายมันสำปะหลังภายใต้โซ่อุปทาน ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยระยะต่อไป และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาครัฐ

6. ผลการดำเนินงานวิจัย

ภายใต้การดำเนินการตามกระบวนการวิจัยในระยะที่ 1-4 ตามกรอบแนวคิดการเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า มันสำปะหลัง เพื่อการวางแผนทิศทางเครือข่าย การวางแผนธุรกิจเครือข่าย การประสานงานเพื่อพัฒนาการดำเนินงานของภาคีเครือข่าย และการบริหารจัดการธุรกิจเครือข่าย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลงานวิจัยตามประเด็นต่อไปนี้:

6.1 การเรียนรู้และพัฒนา (ผลกระบวนการวิจัย ระยะที่ 1)

จากกระบวนการของงานวิจัยซึ่งใช้เวลาระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 – สิงหาคม พ.ศ. 2552 ผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการประสานงานกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ สหกรณ์การเกษตร องค์กรภาครัฐและเอกชน เกษตรกรสมาชิกสหกรณ์ในพื้นที่ ตลอดจนผู้ประกอบการลานมัน/ โรงแป้งมันในกระบวนการของโซ่อุปทานธุรกิจมันสำปะหลังที่อยู่ในพื้นที่อำเภอขามเฒ่าสุพรรณบุรี จังหวัดกำแพงเพชร ทั้งนี้เพื่อชี้แจงถึงวัตถุประสงค์/ เป้าหมาย และประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากงานวิจัย พร้อมทั้งการวางแผนงานในการจัดให้มีการประชุมเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อค้นหาประเด็นปัญหา/ แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ร่วมกัน ตลอดจนการศึกษาวิเคราะห์เพื่อกำหนดแนวทางของการดำเนินการทำตัวแบบไร่มันสำปะหลังที่มีสหกรณ์การเกษตรเป็นแม่ข่าย การสร้างตัวแบบเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลัง/ การดำเนินการเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลัง รวมทั้งการสรุป/ สังเคราะห์งาน/ ผลลัพธ์/ ผลกระทบที่จะมีต่อเกษตรกรสมาชิกสหกรณ์ผู้ปลูกมันสำปะหลัง รวมทั้งเครือข่ายพันธมิตรสหกรณ์ฯ และผู้ประกอบการลานมัน/ โรงแป้งมันสำปะหลังในพื้นที่

ในที่ประชุมเสวนาเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมภายใต้ “โครงการเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังในจังหวัดกำแพงเพชร” ซึ่งจัดขึ้นที่ตำบลสลกบาตร อำเภอขามเฒ่าสุพรรณบุรี จังหวัดกำแพงเพชรนั้น มีผู้เข้าร่วมประชุมทั้งสิ้น จำนวน 50 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการสหกรณ์ฯ ต่างๆ ที่ร่วมภาคี

เครือข่ายคุณค้ำมันสำปะหลัง ผู้ประกอบการลานมัน/ โรงแปงมัน คณะกรรมการ เกษตรกรสมาชิกสหกรณ์ผู้ปลูกมันสำปะหลัง ผู้แทนหน่วยงานราชการ จากสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร สำนักงานเกษตรอำเภอขาณุวรลักษบุรี สำนักงานสหกรณ์จังหวัดกำแพงเพชร สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำแพงเพชรและเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ในเขตอำเภอโกสือเขี้ยว โดยมีผลสรุปตามประเด็นดังนี้:

- **การเพาะปลูก** (กระบวนการต้นน้ำในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง): เกษตรกรขาดองค์ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง พร้อมทั้งขาดแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการปรับปรุงและบำรุงสภาพดินให้ถูกวิธี นอกจากนี้ การใช้ดินพินทุ์ การใช้ปุ๋ย การให้น้ำ การบำรุงดูแลระหว่างการเจริญเติบโตตลอดจนการขุดหัวมันที่ไม่ถูกวิธีนั้น ส่วนมีผลทำให้คุณภาพของผลผลิตมันสำปะหลังต่ำกว่ามาตรฐานความต้องการของตลาด ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ผ่านการประสานงานและการดำเนินงานเชิงรุกจากสหกรณ์การเกษตร

- **การรวบรวมและการแปรรูป** (กระบวนการกลางน้ำในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง): สหกรณ์การเกษตรฯ ขาดการวางแผนงานล่วงหน้าในการรวบรวมและรับซื้อหัวมันสำปะหลังสดจากสมาชิกเนื่องจากสมาชิกบางรายที่ต้องการขายหัวมันสดให้สหกรณ์ฯ ในตลาดกลาง อยู่ห่างไกลจากพื้นที่การให้บริการของสหกรณ์ฯ ดังนั้นจึงต้องเสียค่าใช้จ่ายการขนส่งที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้สหกรณ์ฯ ยังขาดประสิทธิภาพในการจัดทำระบบคุณภาพในการแปรรูป โดยสหกรณ์ฯ ยังต้องแบกรับภาระขาดทุนบางส่วนจากผลผลิตหัวมันสดที่ไม่ได้คุณภาพและที่มีสิ่งเจือปนต่างๆ สมาชิกส่วนใหญ่ที่ขายผลผลิตให้กับสหกรณ์ฯ มีความประสงค์ที่จะได้ราคาจากการขายที่เป็นธรรมและรับผลตอบแทนในรูปแบบอื่นๆ จากสหกรณ์ฯ อีก ดังนั้น สหกรณ์ฯ มีความจำเป็นต้องปรับปรุง วางแผนและพัฒนาระบบการรวบรวมและแปรรูปที่มีประสิทธิภาพ

- **การส่งมันเส้นแปรรูปจำหน่ายต่อยังตลาดปลายทาง** (กระบวนการปลายน้ำในห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง): สหกรณ์ฯ ต้องการจำหน่ายมันเส้นแปรรูปไปยังผู้ใช้มันเส้นโดยตรง เช่น โรงงานผลิตอาหารสัตว์ โรงงานผลิตพลังงานทดแทน และสหกรณ์ฯ ผู้เลี้ยงโคนม เป็นต้น เนื่องจากจะทำให้สหกรณ์ฯ ขายมันเส้นแปรรูปได้ในราคาที่สูง อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่มีอยู่ว่าคุณภาพของมันเส้นแปรรูปนั้นต้องมีการยกระดับให้เป็นมันเส้นสะอาดเสียก่อน สหกรณ์ฯ ถึงจะมีโอกาสในการจำหน่ายมันเส้นแปรรูปที่มีความต้องการในตลาดอยู่แล้ว

6.2 การวางแผนทิศทางเครือข่าย (ผลกระบวนการวิจัย ระยะที่ 2)

- **ต้นน้ำห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง:** ผู้วิจัยได้นำผลการประชุมเสวนาในการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เสนอต่อผู้บริหารสหกรณ์ฯ เพื่อรับทราบแนวโน้มและทิศทางของการดำเนินงานเครือข่ายธุรกิจมันสำปะหลัง โดยในเบื้องต้นสหกรณ์ฯ ควรมีบทบาทเป็นแม่ข่ายของการดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง คือการทำอะไรให้การเพาะปลูกได้ผลผลิตที่เพิ่มขึ้น สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ และให้คุณภาพของผลผลิตตรงตามความต้องการของตลาด

- **กลางน้ำห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง:** ทีมผู้วิจัยและฝ่ายจัดการของสหกรณ์การเกษตรขาณุวรลักษบุรีได้ลงพื้นที่ร่วมประชุมกับคณะกรรมการพนักงานและของสหกรณ์การเกษตรปฏิรูปที่ดินขาณุวรลักษบุรี จำกัด ต.ปางมะค่า อ.ขาณุวรลักษบุรี จ.กำแพงเพชร เพื่อรับทราบข้อมูลในการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ แห่งนี้ที่มีจุดแข็งในด้านการรวบรวมผลผลิตมันสำปะหลังซึ่งเป็นกระบวนการขั้นกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง

โดยสหกรณ์การเกษตรปฎิรูปฯ ได้ประสานกับโรงงานผลิตแป้งมันในพื้นที่เพื่อจัดทำข้อตกลงในเรื่องของการส่งผลผลิตมันสำปะหลัง โดยมีเงื่อนไขว่าสหกรณ์ฯ จะได้รับค่าบริหารจัดการจากโรงแป้งมัน ต้นละ 40 บาท และแต่ละสิ้นปีสหกรณ์ฯ มีกำไรหักคืนให้สมาชิก ต้นละ 10 บาท วิธีการนี้ทำให้เกิดความสะดวกต่อการบริหารจัดการ และสมาชิกเกษตรกรก็ไม่จำเป็นต้องขนส่งผลผลิตไปจำหน่ายในต่างพื้นที่อีกด้วย

● **ปลายน้ำห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลัง:** ในส่วนของกระบวนการเชื่อมโยงเครือข่ายขึ้น/ลงน้ำของห่วงโซ่อุปทานมันสำปะหลังนั้น ทีมผู้วิจัยและฝ่ายจัดการของสหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรีได้ลงพื้นที่เพื่อขอรับทราบข้อมูลจากสหกรณ์ภาคีเครือข่าย ได้แก่ สหกรณ์นิคมนครชุมจำกัด ต.ทรงธรรม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร ในการดำเนินธุรกิจรวบรวมและแปรรูปมันเส้นสะอาด โดยประธานกรรมการและผู้จัดการของสหกรณ์ฯ ได้เป็นผู้ให้ข้อมูลว่าสหกรณ์นิคมนครชุมฯ ได้ทำการรวบรวมและแปรรูปมันเส้นสะอาดจำหน่ายไปยังบริษัทเททาโกอาหารสัตว์ ในนิคมอุตสาหกรรมลำพูน ซึ่งในปัจจุบันมีความต้องการใช้มันเส้นสะอาดในกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมากเกินความสามารถในการผลิตมันเส้นสะอาดของสหกรณ์นิคมนครชุมฯ ซึ่งสามารถผลิตได้ 20,000 ตันต่อปี นอกจากนี้ สหกรณ์นิคมนครชุมฯ จำเป็นต้องขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตมันเส้นสะอาดต่อกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นการขึ้นชั้นถึงมาตรฐานการผลิตมันเส้นสะอาดต่อพันธมิตรคู่ค้า ข้อมูลดังกล่าวทำให้สหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรีรับทราบถึงความต้องการใช้มันเส้นสะอาดที่เกินกำลังการผลิตของตลาดในพื้นที่และความจำเป็นเร่งด่วนในการดำเนินการขึ้นทะเบียนดังกล่าว ในส่วนของการประสานงานจากภาครัฐนั้น สหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรีก็ได้รับความร่วมมือและความช่วยเหลือจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดกำแพงเพชร โดยเฉพาะในเรื่องการให้ข้อมูลและประสานเครือข่ายไปยังผู้ใช้มันเส้นสะอาด ได้แก่สหกรณ์โคนมจังหวัดนครปฐม ทั้งนี้เพื่อสร้างพันธมิตรการค้าระหว่างกัน

จากการดำเนินงานการวิจัยข้างต้น ทีมผู้วิจัยได้จัดทำแผนธุรกิจเครือข่ายและนำเสนอต่อคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรี จำกัด ซึ่งได้มีมติอนุมัติให้ดำเนินการตามแผนธุรกิจเครือข่ายภายใต้การดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพมันสำปะหลัง ทั้งนี้ กิจกรรมในแผนธุรกิจมี 7 หัวข้อด้วยกันได้แก่:

1. การจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วย การรวบรวมความรู้ การเผยแพร่ความรู้และการจัดทำแปลงสาธิตแปลงทดลองและนวัตกรรมแปลงที่มีอยู่แล้วเป็นแปลงต้นแบบ
2. การจัดทำแผนการให้บริการความรู้ของศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลัง ซึ่งประกอบด้วย การรับสมัครสมาชิกร่วมโครงการ การจัดทำแปลงสาธิต/แปลงตัวอย่าง การจัดทำคลินิกสหกรณ์ฯ และ โม-บายคลินิกเคลื่อนที่ การจัดประชุมเกษตรกรสมาชิกสหกรณ์ฯ เพื่อรับทราบปัญหา การจัดเวทีเสวนาผู้นำเกษตรกร กรรมการสมาชิกสหกรณ์ฯ รวมทั้งเจ้าหน้าที่สหกรณ์ฯ ทีมปฏิบัติงานประจำศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลังของสหกรณ์ฯ และ การรวบรวมงานวิจัยจากสถาบัน, หน่วยงานต่าง ๆ ไปประจำศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลัง
3. การให้บริการของศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลัง (คลินิกสหกรณ์) ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการเรื่องพันธุ์มันสำปะหลัง ดินและน้ำในการใช้เพาะปลูกและการดูแลบำรุงรักษาพันธุ์และปัจจัยอื่นๆ เกี่ยวกับการเพาะปลูกมันสำปะหลังและพืชอื่น
4. การยกระดับมาตรฐานการแปรรูปเพื่อขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตมันเส้นสะอาด

5. การจัดทำข้อตกลงร่วมในการเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรร่วมกับผู้ประกอบการลานมันเอกชนและสหกรณ์ภาคีเครือข่ายในพื้นที่อุตสาหกรรมการผลิตปลายน้ำผู้ใช้น้ำมันเส้นสะอาด

6. การจัดทำแผนการรับซื้อหัวมันสด และแผนการแปรรูป

7. การสรุป ติดตามประเมินผล

6.3 การดำเนินงานของภาคีเครือข่าย (ผลกระบวนการวิจัย ระยะที่ 3)

ภายใต้แผนธุรกิจเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น สหกรณ์การเกษตรชาวนาวรลักษณ์บุรีได้ดำเนินงาน ประเมินผล และติดตามการปฏิบัติงาน ซึ่งได้แก่ การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า การค้าที่เป็นธรรมและราคาสินค้าเกษตร การบริหารจัดการเชิงรุก และ การบริหารความเสี่ยง โดยผ่านการประสานงานดังนี้:

- **การเชื่อมโยงเครือข่ายคุณค่า:** ในด้านการผลิต สหกรณ์ฯ มีเป้าหมายของการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพผลผลิต ดังนั้นจึงได้ดำเนินการประสานกับหน่วยงานต่างๆ ในการรวบรวมองค์ความรู้ การจัดการ แลกเปลี่ยน และเผยแพร่ความรู้ไปยังเกษตรกรสมาชิก เช่น การใช้แปลงสาธิตของสำนักงานเกษตรอำเภอซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้การเพาะปลูกอย่างถูกวิธีแก่สมาชิก และการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานเกษตรฯ เกษตรกรตัวอย่างจากสหกรณ์ภาคีพันธมิตร นักวิชาการอิสระ นักวิชาการเกษตรจากสถาบันการศึกษา ให้ร่วมเป็นทีมโมบายคลินิก (mobile clinic) ของศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตของสหกรณ์ฯ **ในด้านการให้ความช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาการเพาะปลูกแก่สมาชิก** สหกรณ์ฯ ได้ประสานกับสำนักงานพัฒนาที่ดินเพื่อการให้บริการตรวจสอบสภาพดินแก่สมาชิก การจัดหาท่อนพันธุ์มัน น้ำปุ๋ยชีวภาพจากสหกรณ์ภาคีเครือข่าย เป็นต้น **ในด้านการตลาด** สหกรณ์ฯ ได้มีการประสานทำข้อตกลงกับลานมันเอกชน สหกรณ์เครือข่ายและโรงงานอุตสาหกรรมโดยรับเป็นแหล่งรองรับผลผลิตหัวมันสดและมันเส้นแปรรูปจากสหกรณ์ฯ และสมาชิกสหกรณ์ฯ

- **การค้าที่เป็นธรรมและการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าเกษตร:** สหกรณ์ฯ ได้มีการชี้แจง ประชาสัมพันธ์ และทำความเข้าใจกับสมาชิกในเรื่องของการทำธุรกิจรวบรวมหัวมันสดและมันเส้นแปรรูป ถึงเรื่องเงื่อนไขของการรับซื้อ เช่น ราคารับซื้อและคุณภาพของผลิตผล จะต้องได้มาตรฐานตามที่ตลาดต้องการ ถ้าคุณภาพของผลิตผลมันดีก็จะได้รับราคาซื้อที่ดี ไม่ว่าจะขายให้กับสหกรณ์ฯ หรือลานมันเอกชนที่เป็นเครือข่ายการค้า ตลอดจนการทำความเข้าใจกับสมาชิกในเรื่องของสภาวะตลาด การเคลื่อนไหวราคาของผลิตผล ที่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ โดยสหกรณ์ฯ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลการตลาดของผลิตผลหัวมันสดและมันเส้นแปรรูปจากการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

- **การบริหารจัดการเชิงรุก:** การแก้ไขปัญหาคุณภาพและประสิทธิภาพการผลิตมันสำปะหลังของสมาชิก สหกรณ์ฯ นั้นจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบของการบริหารจัดการแบบเดิมของสหกรณ์ฯ ซึ่งจะตั้งรับอยู่ที่สำนักงานและรอรับความช่วยเหลือต่างๆ จากภาครัฐ สหกรณ์ฯ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานใหม่ภายใต้ศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลังซึ่งมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย จากศูนย์ส่งเสริมฯ ตัวแทนของสมาชิกจะได้รับรู้ เรียนรู้การแก้ไขปัญหาต่างๆ จากการวางแผนการทำงานร่วมกัน เมื่อสมาชิกรับทราบและเรียนรู้ผ่านตัวแทนของสมาชิกเอง จะทำให้การสื่อสารภายในสหกรณ์ฯ มีประสิทธิภาพ สมาชิกเข้าใจถึงเป้าหมาย และเจตนารมณ์ของแผนงานต่างๆ สหกรณ์ฯ ก็ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกเป็นอย่างดี ทั้งนี้เป็นการทำงานแบบเชิงรุกที่สร้างความเข้าใจถึงผลประโยชน์ร่วมและผลลัพธ์จากการมี

ส่วนร่วม การแก้ไขปัญหาและวางแผนร่วมกัน ภายใต้การตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลที่สหกรณ์ฯ ได้รวบรวมไว้ เพื่อให้การดำเนินงานของสหกรณ์ฯ บรรลุเป้าหมายตามแผน

● *การบริหารความเสี่ยง:* สหกรณ์ฯ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลการผลิตจากสมาชิกโดยการประสานงานผ่านประธานกลุ่มต่างๆ ของสหกรณ์ฯ และการประสานเชื่อมโยงทำข้อตกลงกับภาคเอกชนในการเป็นตลาดรองรับผลผลิตหัวมันสดและมันเส้นแปรรูปจากสมาชิกสหกรณ์ฯ นอกจากนี้ สหกรณ์ฯ ได้วางแผนการประมวลข้อมูลปริมาณอุปทานผลผลิตจากสมาชิกและปริมาณอุปสงค์ความต้องการจากภาคเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาและป้องกันความเสี่ยงที่จะทำให้สหกรณ์ฯ ประสบกับความขาดทุนจากการดำเนินธุรกิจรวบรวมและแปรรูปเหมือนที่ผ่านมา ทั้งนี้ หากการดำเนินงานของศูนย์ส่งเสริมฯ สามารถช่วยสมาชิกในเรื่องของการเพิ่มผลผลิต การลดต้นทุนการผลิต และการควบคุมคุณภาพของผลผลิต รวมถึงการที่สหกรณ์ฯ รับเป็นตลาดรองรับผลผลิตมัน ทำให้สมาชิกมีกำไรและรายรับที่เพิ่มขึ้นและสามารถนำเงินมาชำระหนี้แก่สหกรณ์ฯ ได้ ก็จะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์ฯ อีกทางหนึ่งด้วย

6.4 สรุปผลการดำเนินงานของเครือข่าย (ผลกระทบบนการวิจัย ระยะที่ 4)

ผลจากการดำเนินงานวิจัยภายใต้โครงการเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังในจังหวัดกำแพงเพชรนั้น ทำให้เครือข่ายสหกรณ์ภาคีพันธมิตร ผู้ประกอบการลานมัน/โรงแปงมัน เกษตรกรสมาชิกผู้ปลูกมันสำปะหลัง สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า (สกต.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ เกิดความพึงพอใจที่ได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ อันเป็นหลักของการดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) มาประยุกต์ใช้ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ฯ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

นอกจากนี้ ทีมวิจัยได้ร่วมกับสหกรณ์ฯ ส่งเสริมให้สมาชิกผู้ปลูกมันสำปะหลังที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิตมันให้สูงขึ้น โดยการใช้ปุ๋ยชีวภาพและน้ำสกัดจากมูลสุกรที่ได้มีการพัฒนาจากคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเครือข่ายภาคีสหกรณ์ข้างเคียง อาทิเช่น จากสหกรณ์นิคมนครชุม จำกัด สหกรณ์การเกษตรศรีมหาโพธิ์ จำกัด โดยได้รณรงค์ให้สมาชิกในสังกัดใช้น้ำหมักมูลสุกร น้ำหมักชีวภาพ ฉีดพ่นเป็นอาหารทางใบลดต้นทุนการผลิต เพิ่มธาตุอาหารที่มันสำปะหลังต้องการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้เพิ่มมากขึ้นและให้ได้หัวมันที่ดีและมีคุณภาพ ส่วนผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการที่เกษตรกรสมาชิกของสหกรณ์ฯ หันมาเพาะปลูกตามแนวทางของศูนย์ส่งเสริมฯ นั้น สามารถประมาณการผลตอบแทนโดยการเปรียบเทียบกับวิธีการแบบเดิมคือ ต้นทุนการผลิตรวมแบบเดิม 3,295 บาทต่อไร่ ได้ผลผลิตเฉลี่ย 3,500 กิโลกรัมต่อไร่ ในขณะที่กระบวนการผลิตวิธีการใหม่ (น้ำหมักชีวภาพ) มีต้นทุนการผลิตรวม 3,400 บาทต่อไร่ซึ่งมากกว่าต้นทุนเดิมแต่ได้ผลผลิตเพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่าคือเฉลี่ย 7,500 กิโลกรัมต่อไร่ และเมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทน (รายได้หักต้นทุนการผลิต ที่ราคาผลผลิตหัวมันสด 1.50 บาทต่อกิโลกรัม) วิธีการแบบใหม่ได้ผลตอบแทน 7,100 บาทต่อไร่ แต่วิธีแบบเดิมได้ผลตอบแทนเพียง 1,955 บาทต่อไร่ ซึ่งผลตอบแทนจากกระบวนการผลิตด้วยน้ำหมักชีวภาพจะได้ผลตอบแทน (ส่วนต่าง) สูงกว่า 5,145 บาทต่อไร่

สหกรณ์การเกษตรชาณุวรลักษณ์บุรีนั้นมีเกษตรกรสมาชิกผู้เพาะปลูกมันทั้งสิ้น 560 ราย มีพื้นที่เพาะปลูกรวมประมาณ 18,400 ไร่ เฉลี่ยรายละ 32.85 ไร่ และเมื่อประมาณการเป็นผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นจากการที่เกษตรกร

สมาชิกเปลี่ยนรูปแบบการเพาะปลูกแบบเดิมมาใช้วิธีการผลิตแบบใหม่จะทำให้รายได้หลังหักต้นทุนการผลิตรวมของเกษตรกรสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรีเพิ่มขึ้นประมาณ 94,668,000 บาทหรือเฉลี่ยประมาณ 169,050 บาทต่อราย

7. ข้อเสนอแนะและทิศทางการดำเนินงานเครือข่ายในอนาคต

จากผลการดำเนินงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายคุณค่ามันสำปะหลังใน 4 ประเด็นดังต่อไปนี้:

- การแก้ไขปัญหาการผลิตมันสำปะหลังในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจมันสำปะหลัง: การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพผลผลิตมันสำปะหลังของสหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรี เพื่อให้บริการด้านวิชาการในเรื่องของการเพาะปลูกมันสำปะหลัง และให้เป็นแหล่งศึกษาหาความรู้และพบปะของผู้เข้าร่วม โครงการและผู้สนใจทั่วไป ตลอดจนเป็นหน่วยงานในการขับเคลื่อนตัวแบบการทำไร่มันสำปะหลังที่มีสหกรณ์การเกษตรฯ เป็นแม่ข่ายในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกระบวนการต้นน้ำในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจมันสำปะหลังนั้น ยังมีปัจจัยที่ทำให้ตัวแบบการทำไร่มันสำปะหลังไม่ประสบความสำเร็จ เช่น การขาดความหลากหลายของการรวบรวมองค์ความรู้จากแหล่งต่างๆ การประสานงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การถ่ายทอดข้อมูลและความรู้ที่ยังไม่ตรงประเด็น การขาดความต่อเนื่องในการให้บริการ/ การประชาสัมพันธ์กิจกรรม โครงการฯ การสร้างแรงจูงใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการผลิตของเกษตรกรสมาชิก เป็นต้น ดังนั้น แนวทางในการบริหารจัดการศูนย์ส่งเสริมฯ นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างการมีส่วนร่วมจากเกษตรกรสมาชิกเพื่อให้การดำเนินงานนั้นเกิดจากกระบวนการคิดริเริ่มจากตัวแทนสมาชิก ผ่านการประชุมวางแผนงาน การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการศูนย์ฯ การสนับสนุนจากฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการของสหกรณ์ฯ ในการเชื่อมประสานหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรสหกรณ์ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจากช่องทางปากต่อปากของสมาชิก

ในส่วนนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานรัฐที่ทำหน้าส่งเสริมการสหกรณ์ ควรจะต้องให้ความสำคัญกับการร่วมมือในเรื่องของการจัดการความรู้ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญและเป็นปัจจัยที่ช่วยพัฒนาทักษะ ความสามารถในการผลิตของเกษตรกร ทั้งนี้ เป็นไปตามเจตนารมณ์ที่สำคัญของการสหกรณ์ ซึ่งคือมิใช่เพียงให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องของการระดมทุนเพียงอย่างเดียว ที่ผ่านมาภาครัฐมักจะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนปัจจัยด้านทุนเป็นสำคัญ แต่ภาครัฐก็ไม่ควรละเลยการพัฒนาทักษะ ความสามารถของปัจจัยด้านแรงงาน ภาครัฐสามารถส่งเสริมในเรื่องของการจัดการความรู้เชิงรุกในรูปแบบต่างๆ ผ่านการรวมกลุ่มของเกษตรกรทั้งที่เป็นนิติบุคคลและไม่เป็นนิติบุคคล เปรียบเช่นการจัดการความรู้ของศูนย์ส่งเสริมการเพิ่มผลผลิต และคุณภาพผลผลิตการเกษตร ของสหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรี อันจะทำให้เกษตรกรไทยมีความรู้ความสามารถ ในการแข่งขันกับนานาอารยประเทศได้

- การแก้ไขปัญหาการผลิตกลางน้ำในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจมันสำปะหลัง: ด้านการรวบรวมผลผลิตและการแปรรูปผลผลิต สหกรณ์ฯ มีปัญหาเรื่องของมาตรฐานการแปรรูปผลผลิตหัวมันสดเป็นมันเส้นและยังขาดการวางแผนในการรวบรวมและแปรรูปผลผลิต ในเรื่องนี้ สหกรณ์ฯ ต้องเร่งดำเนินการตามข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกระบวนการของการดำเนินงานวิจัย คือ การจัดทำข้อตกลงเพื่อการรวบรวม

ผลผลิตที่มุ่งสร้างประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่าย อันจะทำให้เกษตรกรสมาชิกได้รับความเป็นธรรมจากการค้า และเอกชนได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพ การจัดทำฐานข้อมูลการผลิตของสมาชิกเพื่อนำไปใช้วางแผนในการรวบรวมและแปรรูปของสหกรณ์ฯ อีกทั้งต้องเร่งศึกษาและดำเนินการในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการแปรรูป มันเส้นอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงและยกระดับคุณภาพการผลิต และการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิต มันเส้นสะอาดเพื่อทำให้เกิดการยอมรับจากพันธมิตรการค้าภายใต้กรอบแผนปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นจากแผนงาน ในกระบวนการวิจัย

ในส่วนของนโยบายภาครัฐ ถือว่าประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง โดยการส่งเสริมผู้ประกอบการให้เป็นผู้ผลิตมันเส้นสะอาด แต่สำหรับธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสหกรณ์ฯ ภาครัฐ มีนโยบายภายใต้โครงการรับจำนำและประกันราคาผลผลิต ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาในระยะสั้นเท่านั้น ไม่สามารถ แก้ไขปัญหาในระยะยาวได้ จากการวิจัยนี้ พบว่าการแก้ไขปัญหาในระยะยาวและยั่งยืนนั้นสามารถดำเนินการได้ หากภาครัฐเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุน โดยตรงในการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจดังกล่าวให้มีรูปแบบและให้มี ระบบการจัดการคุณภาพการแปรรูปเช่นเดียวกับองค์กรธุรกิจทั่วไป ตลอดจนการช่วยเหลือสนับสนุนการวางแผน งานในการรวบรวมและแปรรูป กล่าวคือ ถ้าสหกรณ์การเกษตรสามารถแปรรูปเป็นมันเส้นสะอาดได้และสามารถ จำหน่ายไปยังผู้ใช้ในอุตสาหกรรมปลายทางได้โดยตรงซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ทำให้สหกรณ์มีกำไร และสามารถรับซื้อผลผลิตจากสมาชิกได้ในราคาที่สมาชิกเต็มใจเสนอขาย และสร้างความพึงพอใจแก่สมาชิก และเกษตรกรรายอื่นๆ ทั้งนี้ ภาครัฐสามารถให้ความช่วยเหลือได้โดยจัดหาคูคลากรที่มีความรู้ความสามารถจาก ภาครัฐและเอกชนในหน่วยงานต่างๆ เข้ามาเป็นทีมในการพัฒนาการบริหารให้แก่สหกรณ์ฯ หรือการสนับสนุน ในรูปแบบอื่นที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ เพื่อที่จะทำให้สหกรณ์ฯ บรรลุเป้าหมายใน การดำเนินธุรกิจรวบรวมและแปรรูป

● การแก้ไขปัญหาการผลิตปลายน้ำในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจมันสำปะหลัง: อุตสาหกรรมขึ้นปลายน้ำ ในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจมันสำปะหลังมีเป้าหมายปลายทางอยู่ที่สามทางเลือก คือ อุตสาหกรรมการผลิตอาหาร สัตว์ อุตสาหกรรมการผลิตพลังงานทดแทน อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าอื่นๆ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ประเด็นของปัญหานี้ไม่สำคัญมากเท่ากับในสองประเด็นแรกที่ได้กล่าวมาข้างต้น สาเหตุจากความต้องการ (อุปสงค์) ใช้ผลผลิตแปรรูปจากมันสำปะหลัง เช่น มันอัดเม็ด มันเส้นแปรรูป แป้งมัน เป็นต้น นั้นมีมากเกินกว่ากำลัง การผลิตภายในประเทศ ดังนั้น การแก้ไขปัญหาต้องแก้ไขที่ด้านอุปทานเสียก่อน ก็คือประเด็นปัญหาในสองข้อ แรกนั่นเอง

ในส่วนของภาครัฐก็ควรจะทำความเข้าใจและศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องแนวคิดของการจัดสรรทรัพยากรที่มี อยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์มากที่สุดแก่สังคมและประเทศชาติ โดยศึกษาถึงรูปแบบของการจัดสรร ไปยัง อุตสาหกรรมต่างๆ ภายในประเทศที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น รวมถึงการจัดสรรเพื่อการส่งออก ควรศึกษาว่า แนวทางการจัดสรรแบบใดจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งด้านมูลค่าและคุณค่าแก่สังคม การศึกษาในรูปแบบนี้ จะเป็นการศึกษาเพื่ออนาคต โดยภาครัฐสามารถนำผลการศึกษาไปกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ เพื่อเป็น กฎเกณฑ์ กติกา ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามหรือเป็นมาตรการที่จูงใจให้ผู้ประกอบการร่วมมือดำเนินการ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติต่อไป

• การแก้ไขปัญหาในโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เช่น การพัฒนาแหล่งน้ำ จากผลการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบว่า ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การขาดแคลนแหล่งน้ำสำหรับหล่อเลี้ยงพื้นที่ปลูกมันสำปะหลัง เกษตรกรสมาชิก สหกรณ์ผู้ปลูกมันที่มีความประสงค์จะขอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงาน หรือองค์กรต่างๆ ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ด้วยการขอการสนับสนุนให้มีการขุดสระน้ำขนาดเล็ก ขนาด 1,250 ลูกบาศก์เมตร เพื่อกักเก็บน้ำไว้ใช้การเกษตร สำหรับให้น้ำต้นพันธุ์มันและผสมดินน้ำหมักมูลสุกร เพื่อให้อาหารทางใบแก่ต้นมันสำปะหลัง ซึ่งเป็นการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ในพื้นที่ที่สูงขึ้นตามลำดับ โดยผู้บริหารของสหกรณ์ฯ สามารถนำเสนอแผนงานและโครงการดังกล่าวต่อองค์กร การบริหารส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรต่างๆ ในข้างต้น เพื่อบรรจุในแผนการให้ความช่วยเหลือด้านแหล่งน้ำแก่เกษตรกร ในพื้นที่ ซึ่งน่าจะช่วยให้สหกรณ์ลดข้อจำกัดด้านงบประมาณในการแก้ไขปัญหาในโครงสร้างพื้นฐานแก่สมาชิกของสหกรณ์

8. กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับเงินสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย โดยผ่านการประสานงานของ สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และความร่วมมือจากสหกรณ์การเกษตร ขาววรุณลักษบุรี จังหวัดกำแพงเพชร สหกรณ์ภาคีเครือข่าย ผู้ประกอบการลานมัน/โรงแปงมัน เกษตรกรผู้เพาะปลูกมันสำปะหลัง และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานสหกรณ์จังหวัดกำแพงเพชร

9. รายการอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. 2550. “การวิเคราะห์แนวโน้มมันสำปะหลังของไทยในอนาคต.” กรุงเทพมหานคร.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2547. การสหกรณ์ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2550. อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์.
- คณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติ. 2550. แผนปฏิบัติการเพื่อการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการสหกรณ์ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) ไปสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการพัฒนาสหกรณ์แห่งชาติ.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ. 2551. คู่มือการบริหารการเปลี่ยนแปลงในสหกรณ์การเกษตร. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ. 2552. ชุดโครงการ การขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวิชัย. 2550. “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม: มิติใหม่ของรูปแบบวิธีวิจัยเพื่อการพัฒนาชุมชนระดับท้องถิ่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญมี จันทร์วงศ์. 2543. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสหกรณ์ในภาคการเกษตร. กรุงเทพมหานคร: ชุมชุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การส่งเสริมพัฒนาการผลิตและการตลาดมันเส้นสะอาด. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ค้นคว้าและพัฒนาวิชาการอาหารสัตว์และภาควิชาสัตวบาล.

วรยุทธ ปฏิภาณวัฒน์. กุมภาพันธ์ 2550. “การเพิ่มผลผลิตหัวมันสำปะหลังต่อหน่วยพื้นที่.” เข้าถึงเมื่อ 19

กรกฎาคม 2553 จาก http://www.thaitapiocastarch.org/article09_th.asp

สำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร. 2550. “ข้อมูลพื้นที่การเพาะปลูกพืชในจังหวัดกำแพงเพชร.” อัดสำเนา.

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดกำแพงเพชร. 2552. “กลยุทธ์และแผนปฏิบัติราชการ 4 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ.2552-2555).” อัดสำเนา.

สมาคมแป้งมันสำปะหลังไทย. มีนาคม 2552. “อุตสาหกรรมมันสำปะหลังไทย.” เข้าถึงเมื่อ 19 กรกฎาคม 2553

จาก http://www.thaitapiocastarch.org/pdf/thailand_tapioca_industry.pdf

สหกรณ์การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรี จำกัด. 2552. รายงานการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2552 และประวัติสหกรณ์

การเกษตรชาวนวลักษณ์บุรี จำกัด. จังหวัดกำแพงเพชร. (รายงานกิจการประจำปีสหกรณ์).

องค์การบริหารส่วนจังหวัดกำแพงเพชร. 2552. “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร.” อัดสำเนา.

อำพล เนื้อไม้. 2548. “การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ ของสหกรณ์นิคมนครชุม

จำกัด จังหวัดกำแพงเพชร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

แนวทางการจัดการตลาดบริการสำหรับโรงแรมบูติกในเขตกรุงเทพมหานคร :

กรณีศึกษากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง

GUIDELINES FOR MARKETING MANAGEMENT OF SERVICES

FOR BOUTIQUE HOTELS IN BANGKOK : CASE STUDY OF

METROSEXUAL MEN

สุจินต์ สุชะพงษ์

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: suj.in.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการตลาดบริการสำหรับโรงแรมบูติกในเขตกรุงเทพมหานคร:กรณีศึกษากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมในรูปแบบการใช้ชีวิต ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก โดยเฉพาะด้านบุคลากรผู้ให้บริการ เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการทางการตลาดบริการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง รวม 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ ไค-สแควร์ การวิเคราะห์ถดถอยแบบลอจิสติกและสถิติเชิงบรรยาย ผลการศึกษพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 30,000 บาท ประกอบอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนนิยมพักอาศัยในลักษณะของคอนโดมิเนียมและห้องชุด นิยมใช้รถญี่ปุ่น พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิต ด้านกิจกรรม สนใจการเล่นกีฬาทั้งในร่มและกีฬากลางแจ้ง มีความถี่อยู่ที่สัปดาห์ละ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ นิยมชมภาพยนตร์ เทีวตามส์ บาร์ และการซื้อสินค้า เฉลี่ยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ด้านความสนใจพบว่า มีความสนใจในการเข้าพักโรงแรมบูติก นิยมการเข้าพักคนเดียว สนใจการทำอาหาร นิยมบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ แต่ไม่นิยมการสูบบุหรี่ มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูง ชอบการฟังเพลงแนวคลาสสิก และชมรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับข่าวและภาพยนตร์ นิยมอ่านนิตยสารชายประเภทสุขภาพ และหนังสือพิมพ์ประเภทข่าวทั่วไป ชอบลักษณะการแต่งห้องแบบโมเดิร์น ชอบสีขาวและดำ นิยมไฟแบบสีส้ม นิยมอาบน้ำในตู้อบน้ำและนิยมใช้เครื่องสำอาง ด้านความคิดเห็น นิยมห้องพักแบบห้องชุด ขนาด 50 ตารางเมตรมีระเบียง ชอบบริการเสริมด้านสถานออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและสปา และนิยมใช้บริการด้านการบริการอาหารในห้องพัก ส่วนผสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลกร ส่วนปัจจัยด้านอื่น ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของโรงแรมบูติกของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง

คำสำคัญ: โรงแรมบูติก หนุ่มเจ้าสำอาง การตลาดบริการ

ABSTRACT

This research of “Guidelines for Marketing Management of Services for Boutique Hotels in Bangkok: Case Study of Metrosexual Men” are conducted with the objective to study Demographic Data, behavior of lifestyle and service marketing mix that affecting the decision making to choose services of boutique hotels for investigate the guidelines for marketing management of service for Metrosexual Men in Bangkok. The samples of this are 400 Metrosexual Men. The study uses simple random sampling method and instrument of data collection are five levels to rating scale. The statistics of the study are percentage, mean, standard deviation and Chi-square of logistic regression analysis and descriptive statistic from the interview. The results of the study found that the average age of Metrosexual Men was from 20 to 30 years and single. The average income was lower than 30,000 baht per month. Most of them are staff of private business companies and live in condominiums and suits. They also used Japanese’s car. The Metrosexual Men behavior and lifestyle enjoy activities, sports both indoor and outdoor games twice a week. They also prefer going to movies, pubs, bars and going shopping twice a week. They were interested in staying at Boutique hotels alone. They really like cooking, eating and drinking healthy food and drink. They did not smoke. They spend a lot time using the internet, listening to classical music and watching news, and movies on television. They enjoy reading health magazines for males and newspapers. They liked room decoration in modern style with black and white color also like warm light. They prefer to take a shower in shower cabinet and always used men’s cosmetic. Metrosexual really liked suite room type of 50 square meters with private balcony. They also used extra services of fitness center, spa for health and roomservice. The service marketing mix which affected the process of decision making to choose services of Metrosexual was the personal factor. Other factors did not affect their decision.

KEYWORDS : Boutique hotel, Metrosexual, Service marketing

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมด้านโรงแรมมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทั้งในเรื่องของการให้บริการและคุณภาพของสินค้าบริการ ทำให้โรงแรมในปัจจุบันหันมาสนใจเรื่องของการกำหนดกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Niche-Market) เพื่อค้นหาสินค้าบริการและการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้า “หนุ่มเจ้าสำอาง” (Metrosexual Men) เป็นกลุ่มลูกค้าที่ได้รับการสนใจเป็นอย่างมากสำหรับนักการตลาดในปัจจุบัน (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมตย์, 2549) เพราะเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในช่วงวัยทำงานกลางคน ที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน รวมไปถึงกลุ่ม ดารา นักร้อง นักแสดง และนักกีฬา ซึ่งมี

อำนาจการใช้จ่ายสูง (High-End) การศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางดังกล่าวเพื่อต้องการทราบถึงรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) เพื่อเป็นแนวทางนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้ในการวางรูปแบบของสินค้าบริการและการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าอีกทั้งสามารถ กำหนดกลุ่มลูกค้า (Market Segment) เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการทางการตลาด เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมและนักรการตลาดโรงแรมขนาดเล็กและเจ้าของคนเดียวอย่างโรงแรมประเภทบูติกได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทาง ประชากรศาสตร์เฉพาะของกลุ่ม หนุ่มเจ้าสำอางในการใช้บริการ โรงแรมบูติก ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง โดยมุ่งเน้นในเรื่องของ“รูปแบบการใช้ชีวิต” ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โรงแรมบูติก ใน 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความสนใจ ด้านแนวคิด และด้านกิจกรรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจการเลือกใช้บริการ โรงแรมบูติก ของกลุ่มลูกค้า หนุ่มเจ้าสำอาง
4. เพื่อสร้างแนวทางการจัดการตลาดบริการสำหรับ โรงแรมบูติก ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง

3. คำถามการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการบริโภคของ กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางต่อการใช้บริการ โรงแรมบูติกเป็น อย่างไร
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของโรงแรมบูติก ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางเป็นอย่างไร
4. แนวทางการจัดการการตลาดบริการสำหรับโรงแรมบูติก สำหรับกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางควรเป็นอย่างไร

4. สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มลูกค้า หนุ่มเจ้าสำอาง (Metrosexual men) ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

5. ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางที่มีต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคในด้านรูปแบบการใช้ชีวิต (Life Style) รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมบูติกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ (8Ps) ของกลุ่มตัวอย่าง “หนุ่มเจ้าสำอาง” ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเน้นศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการในโรงแรม และมีถิ่นพำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น แล้วนำผลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการจัดการตลาดบริการสำหรับโรงแรมบูติกในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวางแผนการบริหารจัดการทางการตลาดสำหรับโรงแรมบูติก และใช้เป็นแนวทางในการจัดรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว

7. วิธีดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน จากศูนย์ออกกำลังกาย 100 คน สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน 100 คน สปาเฉพาะผู้ชาย และสถานเสริมสุขภาพชาย 100 คน และห้างสรรพสินค้าชั้นนำ 100 คน และเลือก กลุ่มเจ้าของกิจการ และหรือผู้บริหารระดับสูง ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ โรงแรมบูติกมาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 10 คน ใน 4 ย่านธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานครการสัมภาษณ์เชิงลึก

8. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ 2 ประเภท สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยเลือกใช้การเก็บข้อมูลโดย แบบสอบถาม โดยใช้รูปแบบการตั้งคำถามแบบปิด และแบบเปิด ส่วนกลุ่มคำถามสำหรับเจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายการตลาดของโรงแรมบูติก ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

9. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในโรงแรม หาค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ร่วมกับการวัดตามวิธีของ ไคเกิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นการวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยแบ่งเป็น 5 อันดับและให้คะแนนจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคในส่วนของคุณภาพการใช้ชีวิต ทั้ง 3 ด้าน โดยการใช้สถิติแบบ ไค-สแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับความสำคัญ 0.05
4. ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมบูติกในเขตกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยใช้ การวิเคราะห์ถดถอยแบบลอจิสติก (Logistic Regression Analysis) ที่ระดับความสำคัญ 0.05
5. จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเจ้าของ ผู้บริหารระดับสูง ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายการตลาดของโรงแรมบูติก ในหัวข้อแนวโน้มทางการจัดการตลาดบริการใน 8 หัวข้อ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการจัดทำแนวทางการตลาดบริการให้กับกลุ่มโรงแรมบูติก ในเขตกรุงเทพมหานคร

10. สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่า 30,000 บาท ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน นิยมที่พักอาศัยในลักษณะของคอนโดมิเนียมและห้องชุด มีความนิยมในรถญี่ปุ่น

2. พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก

ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางมีความสนใจด้านกีฬาในร่ม กีฬากลางแจ้งและกีฬาทางน้ำในระดับใกล้เคียงกัน มีความถี่ในการทำกิจกรรมอยู่ที่ 2 ครั้ง ต่อ สัปดาห์ ส่วนกิจกรรมนันทนาการ คือ การชมภาพยนตร์ การพักผ่อนตาม ผับและบาร์ และการช้อปปิ้ง มีความถี่ในการทำกิจกรรม 2 ครั้งต่อสัปดาห์

ด้านความสนใจ (Interests) พบว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางมีความสนใจเข้าพักและใช้บริการโรงแรมบูติกที่เป็นที่นิยม มีอัตราการต้องการเข้าพักสูง นิยมการเข้าพักแบบคนเดียว ชอบการทำอาหาร นิยมบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพแบบเร่งด่วน และชอบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท สุรา และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ประเภท กาแฟ ไม่สูบบุหรี่ ให้ความสำคัญในการใช้งานอินเทอร์เน็ตนิยมฟังเพลงแนวคลาสสิก นิยมชมรายการโทรทัศน์ประเภทหนังและภาพยนตร์ และนิชมอ่านนิตยสารชาย และหนังสือพิมพ์ประเภทข่าว ชอบลักษณะการตกแต่งห้องพักแบบโมเดิร์น สีขาวและดำ นิยมแสงไฟแบบสีส้ม นิยมอาบน้ำในตู้อาบน้ำ และใช้เครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย

ด้านความความคิดเห็น (Opinions) พบว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางมีความคิดเห็นต่อลักษณะของห้องพักแบบห้องชุด ขนาด 50 ตารางเมตร ควรมีระเบียงที่สามารถเปิดออกไปด้านนอก มีความต้องการใช้บริการเสริมในด้านสถานออกกำลังกาย ด้านสปา การบริการอาหารให้ห้องพัก (Room service) และการให้บริการ ซักรีด และแม่บ้าน

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง

จากการศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ได้จำแนกผลการศึกษาดังออกเป็น 8 กลุ่มปัจจัย โดยศึกษาทั้งในภาพรวมและในรายละเอียดพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ต่อการเลือกใช้โรงแรมบูติก ของหนุ่มเจ้าสำอาง มีเพียงปัจจัยเดียว คือ ด้านบุคคลากรผู้ให้บริการในโรงแรม มีค่า wald เท่ากับ 4.222 มีค่า P-value เท่ากับ .040 มีค่า สัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -4.00 ร้อยละของการทำนายได้ เท่ากับ 69.8 ผลการทดสอบโมเดลค่า P-value ของ ไคสแควร์ มีค่าน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่าความผันแปรของปัจจัยทั้ง 8 สามารถอธิบายการเลือกใช้โรงแรมบูติก ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย People สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกโรงแรมบูติกได้ร้อยละ 1.7 ส่วนปัจจัยที่เหลือ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมบูติก

4. แนวทางการจัดการการตลาดบริการสำหรับโรงแรมบูติกสำหรับกลุ่มลูกค้าหนุ่มเจ้าสำอางในเขต

กรุงเทพมหานคร

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรมีการออกแบบและพัฒนาการให้บริการที่แปลกใหม่และแตกต่างจากโรงแรมอื่นๆ เน้นการควบคุมคุณภาพการให้บริการและรับประกันคุณภาพการให้บริการได้เนื่องจากเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่มีอำนาจการใช้จ่ายสูง ต้องการความแปลกใหม่และความเป็นเอกลักษณ์ พร้อมจะจ่ายค่าตอบแทนเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการที่ได้รับหากเกิดความประทับใจและพึงพอใจ ควรสร้างบรรยากาศการให้บริการ

แบบเป็นกันเองไม่เป็นพิธี ควรมีรูปแบบการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ควรมีการออกแบบตราสัญลักษณ์
ลักษณะ รวมทั้งชื่อของ โรงแรมที่ จำง่าย สะดุดตา ควรมีเอกลักษณ์ที่สามารถสื่อถึงความเป็นตัวตนเฉพาะกลุ่ม

ด้านราคา (Price) ควรใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาสินค้าใหม่มาใช้ อาจแบ่งแนวทางการจัดการ โดยใช้
แนวทางในการกำหนดแบบตั้งราคาที่สูงเพื่อตัดดวงกำไรในระยะเริ่มแรก (Skim pricing) และอาจทำการดึงตลาด
กลับมาด้วยการใช้แนวทางการจัดการด้านราคาแบบ ตั้งราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด (Penetration pricing) โดยมี
วัตถุประสงค์ในการขยายส่วนครองตลาดโดยด่วนเพื่อเป็นผู้นำในการเจาะกลุ่มลูกค้าหนุ่มเจ้าสำอาง

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ควรลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต โดยเลือกลงโฆษณาใน เว็บไซต์ที่ได้รับ
ความนิยมของกลุ่ม หรือนิตยสารชาย และสถานบันเทิงยามราตรีต่างๆ ซึ่งเป็นสถานที่ที่กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางนิยม
ไปใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีการออกแบบและเน้นการตั้งราคาแบบแพ็คเกจ (Package) หรือ
การเข้าร่วม โครงการกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการจัดทำราคาแบบพิเศษ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มลูกค้าเข้ามา
ใช้บริการ

ด้านบุคลากร (People) มีการคัดเลือกบุคลากร ที่เป็นคนหนุ่มสาวอายุเฉลี่ยที่ 20-30 ปี มีรูปร่างหน้าตาที่
ดี บุคลิกลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์และมีความโดดเด่น มีความรู้ ความสามารถและทักษะที่ได้คุณภาพในการ
ให้บริการ มีความสามารถทางด้านภาษาในการสื่อสาร มีการให้อิสระทางความคิด มีการแต่งกายที่ไม่เป็นแบบ
แผนจนเกินไป แต่ต้องอยู่ในสไตล์ที่สอดคล้องกับลักษณะทางกายภาพของ โรงแรม

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ที่ตั้งของ โรงแรม ควรอยู่ใกล้กับระบบคมนาคมที่สะดวก
และมีความเป็นส่วนตัว สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักของแขก ต้องพิถีพิถันเป็นพิเศษ รูปแบบของผลิตภัณฑ์
ที่ใช้ควรมีดีไซน์และทำจากวัสดุที่ดีมีคุณภาพ รวมถึงเครื่องอุปโภค ต้องคัดสรรจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับ
การวางผังห้องและตกแต่ง ทั้งภายในภายนอกต้องดูดีมีดีไซน์ ใช้สีและวัสดุที่บ่งบอกถึงสไตล์ อารมณ์และบุคลิก
ของของแขกผู้มาพักได้ เฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ควรมีการออกแบบเป็นพิเศษ เน้นในเรื่องของรูปแบบการวางที่แปลก
ตาในมุมมองที่แปลกใหม่ เน้นไปในรูปแบบสมัยใหม่ เรียบง่าย สบายตา มีการวางผังห้องพักควรแบ่งสัดส่วน
อย่างชัดเจน

ด้านกระบวนการ (Process of Service) นำแนวคิดในการจัดการบวนการให้บริการแบบ “One Stop
Service” ให้มีความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการในห้องพัก ในการลงทะเบียนเข้าพักให้รวดเร็วและปราศจาก
ข้อผิดพลาด ให้มีความสำคัญกับเวลาในการจัดรูปแบบการให้บริการหรือกระบวนการเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่ม
ลูกค้าหนุ่มเจ้าสำอาง และมีการฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการในการใช้และคุ้นเคยกับระบบต่างๆ ที่นำเข้ามาใช้
เพื่อให้เกิดผลผลิตภาพสูงสุด

ด้านผลิตภาพ (Productivity) ด้านกำลังคน มีแนวโน้มในเรื่องของการวางระบบการทำงานโดยเน้นให้
พนักงานทำงานได้หลายอย่าง หลายประเภท ในลักษณะงานที่คล้ายกัน เพื่อลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับแรงงานลงได้
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ยังเน้นในเรื่องของการจัดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อตอบสนอง
กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางเพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไปเนื่องจากเป็น โรงแรมขนาดเล็กควรเน้นการให้บริการ
ห้องพักและอาหารเครื่องดื่มเป็นหลัก

11. อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยส่วนใหญ่สอดคล้องกับผลการวิจัยทางตลาดของบริษัทของบริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) พบว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางส่วนใหญ่เป็นคนโสด อายุเฉลี่ยที่ประมาณ 20 – 30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีรายได้เฉลี่ยที่ 30,000 ถึง 40,000 บาท ต่อเดือน นิยมในการใช้รถยนต์ญี่ปุ่น นอกจากนี้ยังพบผลการวิจัยเพิ่มเติมอีกว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางนิยมพักอาศัยแบบคอนโดมิเนียมและห้องชุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ เอพี พบว่าคนกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับที่อยู่อาศัยใจกลางเมือง ใกล้ระบบขนส่งขนาดใหญ่ เพื่อลดค่าใช้จ่ายและการเดินทาง (ปิยาณี รุ่งรัตน์รัชชัย, 2550) จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับสมมุติฐานที่กล่าวถึงหนุ่มเจ้าสำอางว่าเป็นกลุ่มที่มีอายุ สถานะภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ อยู่ในระดับดีถึงดีมาก

ประเด็นที่ 2 พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมบูติก

ด้านกิจกรรม ผลจากการศึกษาพบว่า กีฬาในร่ม ได้รับความนิยมมากกว่ากีฬากลางแจ้ง ซึ่งส่วนนี้ขัดแย้ง

กับผลการศึกษาของ บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) อาจด้วยสภาวะเศรษฐกิจที่แปรปรวนอาจทำให้ความสนใจในการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนไปเนื่องจากการออกกำลังกายกลางแจ้งมีต้นทุนที่สูง อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญต่อการรักษาผิวพรรณ อย่างไรก็ตามกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางยังคงให้ความสำคัญต่อการออกกำลังกายในระดับ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) จากผลการวิจัยหนุ่มเจ้าสำอางส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและทำงานในบริษัทเอกชน อยู่ในช่วงวัยเริ่มทำงานและสร้างตัวจึงยังไม่มีภาระเกี่ยวกับเรื่องครอบครัวมากนักจึงมีเวลาในการดูแลตัวเองและออกกำลังกายเพื่อให้ดูดี ดึงดูดเพศตรงข้ามอีกทั้งในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นรอยต่อของชีวิตที่เพิ่งก้าวผ่านวัยเรียนในระดับปริญญาตรีทำให้ยังหลงเหลือความเป็นวัยรุ่นตอนปลายอยู่ที่ต้องการให้ตัวเองดูดีและได้รับความสนใจในสายตาของคนรอบตัวทำให้เป็นแรงบันดาลใจให้กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางแบ่งเวลาส่วนหนึ่งให้กับการดูแลตัวเองให้ดูดีอยู่เสมอ ส่วนด้านกิจกรรมนันทนาการนั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางใช้เวลาว่างไปกับการดูภาพยนตร์ เทียวตามผับและบาร์ และการช้อปปิ้ง ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของบริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) บางประการ ที่ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างในการ ดูหนังตามโรงภาพยนตร์และการไปช้อปปิ้ง แต่ให้ความสนใจกับการไปผับ บาร์ น้อย จากประเด็นดังกล่าวทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนอกจากจะให้ความสนใจกับการดูแลสภาพร่างกายภายนอกแล้วยังให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพ (จิต) ภายในด้วย จากพฤติกรรมดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางต้องการนำเสนอตัวเองต่อสังคมในกลุ่มเดียวกันและต่างกลุ่ม กล่าวคือการทำหนุ่มเจ้าสำอางไปปรากฏตัวตามสถานที่ต่างๆเป็นการตรวจและสำรวจผลตอบรับของสังคมต่อความสำคัญในตัวตนของตนเองว่าเป็นที่ยอมรับและได้รับความสนใจจากสังคมหรือไม่ กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางมีความถี่ในการใช้บริการในกิจกรรมด้านนันทนาการต่างๆ มากถึง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ทำให้เห็นได้ว่าคนกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมในการใช้หรือมีแนวโน้มในการใช้บริการหรือกิจกรรมต่างๆ ได้สูง หากกิจกรรมหรือบริการนั้นสร้างความสนใจและเกิดความพึงพอใจได้

ด้านความสนใจ ผลจากการศึกษาทำให้ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมบูติกอยู่ในระดับสูง อาจกล่าวได้ว่า โรงแรมบูติกมีแนวคิดที่สอดคล้องกับความเป็นตัวตนของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางส่วนใหญ่ที่ต้องการสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์ ที่บ่งบอกถึงตัวตนของตนเองต่อสาธารณชน ต้องการความแปลกใหม่ไม่จำเจ ช้าช้า ต้องการในสินค้าและบริการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเอง ทำให้กระแสของโรงแรมบูติกได้รับการยอมรับและตอบรับกับกลุ่มคนในวัยทำงานถึงวัยกลางคนส่วนใหญ่ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของผู้วิจัยที่อยู่ในวัย 20-30 ปี เป็นส่วนใหญ่ ส่วนในประเด็นของผู้ที่ไม่แน่ใจนั้นอาจจะยังไม่ทราบว่า โรงแรมบูติก มีลักษณะเป็นอย่างไร จึงควรมีการศึกษาเพื่อนำเสนอและแนะนำให้คนกลุ่มนี้รู้จักเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิดให้กลับเข้ามาใช้บริการได้ ส่วนลักษณะการเข้าพักนั้นนิยมการเข้าพักแบบคนเดียวมากกว่าการเข้าพักร่วมกับผู้อื่นซึ่งให้เห็นถึงความต้องการความเป็นส่วนตัว การมีโลกส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิจัยยังพบอีกว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางให้ความสนใจกับการปรุงประกอบอาหารตรงกับผลการศึกษาของ มาร์ค ซิมสัน (2545) กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางให้ความสนใจกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุดมีอัตราใกล้เคียงกับการนิยมรับประทานอาหารแบบเร่งด่วน สะท้อนให้เห็นถึง การใช้เวลาอย่างมีคุณค่าและต้องได้ประโยชน์ไปด้วยในเวลาเดียวกัน จากผลวิจัยที่ว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางนิยมดื่มเครื่องดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทเหล้าหรือสุรามากกว่าเบียร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) อาจมีผลสืบเนื่องมาจากสุขภาพเช่นเดียวกับการบริโภคอาหาร เนื่องจากเบียร์เป็นเครื่องดื่มที่มีผลต่อร่างกายเนื่องเรื่องของความอ้วน เนื่องจากเป็นเครื่องดื่มที่จำพวกเมรัยที่ได้จากการหมักบ่มซึ่งต่างจากเหล้าที่ได้จากการกลั่นทำให้ปริมาณของน้ำตาลในเครื่องดื่มต่างกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคอ้วนได้หากดื่มมากเป็นเวลานาน ส่วนเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์นั้น นิยมในการดื่มกาแฟมากที่สุด อาจเพราะเครื่องดื่มประเภทกาแฟไม่ได้มีประโยชน์แค่การเป็นเครื่องดื่มเพื่อให้ร่างกายตื่นตัวตลอดเวลาเท่านั้นหากแต่การดื่มเครื่องดื่มดังกล่าวในปัจจุบันสามารถบ่งบอก ความเป็นตัวตนและรสนิยมของผู้ดื่มได้ สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางที่ต้องการนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองต่อสาธารณชน อีกสิ่งหนึ่งได้แก่ การไม่นิยมในการสูบบุหรี่ อาจเป็นเพราะคนกลุ่มนี้มีอัตราการศึกษาเฉลี่ยสูงและรับรู้ถึงผลกระทบที่จะตามมาของการสูบบุหรี่ทั้งในเรื่องของการทำลายผิวพรรณและบุคลิกที่ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนใหญ่

กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางเป็นผู้ที่ใส่ใจและสนใจในเทคโนโลยีทำให้การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ไม่ได้รับความสนใจและจำเป็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) ที่ว่ากลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางเป็นกลุ่มที่ทันสมัย รักไอที นอกจากนั้นยังเป็นผู้ที่มีรสนิยมในการใช้ชีวิต ทั้งในเรื่องของการฟังเพลงแนว คลาสสิก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปีเตอร์ เจ.เรนโพร และ แซมมวล ดี. โกลดิง (2551) จากการวิจัยเรื่อง “รูปแบบของการฟังดนตรีมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกภาพ” ที่บ่งบอกถึงความเป็นคนที่มีการไตร่ตรอง รอบครอบและความคิดที่ซับซ้อน มีแนวโน้มจะเป็นคนที่เปิดรับต่อประสบการณ์ใหม่ๆ ฉลาด ช่างคิด มีเหตุผล สุขุม ใจเปิดกว้าง ไม่คิดเล็กคิดน้อย และไม่คอยแสดงออกในเชิงกีฬา (Health Today, 2551) นอกจากนี้กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางยังเป็นผู้ที่ชอบในการรับรู้ข่าวสาร และบันเทิง ทั้งการรับชมทางโทรทัศน์ รวมถึงการรับข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ คนกลุ่มนี้จึงมักไวต่อการเปลี่ยนแปลงตามกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา รวมถึงความนิยมอ่านนิตยสารประเภทสุขภาพ อย่าง Men's Health ยิ่งตอกย้ำให้เห็นถึงความเป็นกลุ่ม

คนที่ดูแลรักษาสุขภาพตลอดเวลา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549)

รสนิยมในการใช้ชีวิตและความเป็นอยู่ กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางนิยมลักษณะการตกแต่งห้องพักแบบ โมเดิร์น สะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกลักษณะของกลุ่มเจ้าสำอางส่วนใหญ่ที่มีลักษณะของความเป็นสากลและมีรูปแบบทางความคิดที่แตกต่างตามแบบของแต่ละคน (มาร์วิน และ สวอสท์, 2001) ลักษณะของสิ่งที่นิยมได้แก่กลุ่มสีขาวดำ บ่งบอกถึงความเป็นผู้ที่มีความบริสุทธิ์ มีวินัย อ่อนน้อม และเสริมสร้างความเป็นอิสระ และมีความนิยมสีจากหลอดไฟแบบแสงสีส้ม ซึ่งให้ความรู้สึกที่อบอุ่น น่าค้นหา นอกจากนี้กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางยังมีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางหรือผลิตภัณฑ์ความงามสำหรับผู้ชายด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) โดยเครื่องสำอางที่ใช้ต้องมียี่ห้อที่เชื่อถือได้ มีการนำเสนอ บ่งบอกความเป็นตัวตนที่ชัดเจน ราคาปานกลางไม่ต้องสูงมาก มีลักษณะการขึ้นอาบน้ำมากกว่าการนอนแช่ในอ่างน้ำ เนื่องจากหนุ่มเจ้าสำอางใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงานและการดูแลสุขภาพ ก่อปร้อจกักของพื้นที่ทำให้นิยมที่จะขึ้นอาบน้ำในตู่มากกว่าใช้เวลาในการแช่ตัวอยู่ในอ่างอาบน้ำ รายละเอียดเล็กน้อยเหล่านี้สามารถนำเป็นข้อมูลในการออกแบบตกแต่งห้องพักของโรงแรมบูติกได้

ด้านความคิดเห็นการศึกษาพฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางด้านความความคิดเห็น พบว่า กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางมีความคิดเห็นต่อลักษณะของห้อง มีความสนใจในการเข้าพักแบบห้องชุด ที่มีลักษณะของการแยกกันระหว่างห้องนอนกับห้องนั่งเล่น เนื่องจากสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันที่ต้องการความเป็นอยู่อย่างเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน ขนาดของห้องพักก็ควรจะกว้างขวางไม่อึดอัด มีส่วนของระเบียงที่สามารถเปิดออกไปเพื่อสัมผัสกับบรรยากาศภายนอกได้ ผลการศึกษายังพบอีกว่า กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางมีความต้องการใช้บริการเสริมในด้านสถานออกกำลังกาย ด้าน บาร์ ผับ และ คลับ อีกทั้งยังต้องการใช้บริการเสริมด้านสปา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมธอร์ ประเทศไทย (อรรถสิทธิ์ เหมือนอมาศย์, 2549) และยังต้องการให้มีการบริการอาหารให้ห้องพัก และต้องการให้มีการให้บริการ ชักริต และแม่บ้าน ส่วนสิ่งที่คิดเห็นว่าจะไม่น่ามีมากที่สุดได้แก่ ห้องประชุม อาจเป็นเพราะกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางต้องการ ความเป็นส่วนตัว และโดยลักษณะทางกายภาพของ โรงแรมเป็น โรงแรมเล็ก เน้นการพักผ่อนและความเป็นส่วนตัวเป็นหลัก จึงไม่จำเป็นต้องมีห้องประชุม

ประเด็นที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง

จากการศึกษาส่วนผสมทางการตลาดบริการทั้ง 8 ตัว ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง พบว่า มีแค่ปัจจัยด้าน บุคลากร เพียงสิ่งเดียว ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ โรงแรมบูติก ส่วนปัจจัยที่เหลือไม่มีส่วนในการตัดสินใจใดๆ จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางเป็นผู้มีความทางด้านจิตใจ และต้องการความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง เพราะฉะนั้นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญในการดำเนินงาน โรงแรมบูติก ควรต้องมีการใส่ใจในเรื่องของการผู้ให้บริการเป็นสำคัญ อันได้แก่ กระบวนการคัดสรรเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีคุณภาพ เพียงพร้อม ทั้งบุคลิกภาพภายนอกและภายใน ความสามารถด้านภาษา และการสื่อสาร กระบวนการให้บริการที่เป็นกันเอง รับรู้ถึงความต้องการของแขกและตอบสนอง

ความต้องการของแขกได้อย่างรวดเร็วฉับไว ควรมีประสบการณ์ในการให้บริการกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้บ้าง รวมถึงกระบวนการการพัฒนา กลุ่มผู้ให้บริการ ถึงบุคลิกลักษณะ ความ ชอบ ความสนใจ แนวความคิด ลักษณะการใช้ชีวิตเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันต่อความต้องการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง เพื่อปรับปรุงและส่งผลให้กับ การปรับกระบวนการให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

12. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. การจัดการทางการตลาด สำหรับโรงแรมบูติกสำหรับกลุ่มลูกค้าหนุ่มเจ้าสำอาง ต้องคำนึงถึงบุคลากร ผู้ให้บริการต่อพฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มลูกค้าเป็นสำคัญ
2. ควรพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง โดยการทำความเข้าใจและอบรมพนักงานดังกล่าว ให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้ชีวิตของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอาง เพื่อการให้บริการที่ตรงจุด
3. ควรนำเอากลยุทธ์การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) เพื่อปรับใช้ในการจัดการทางการตลาดและการให้บริการกับกลุ่มลูกค้าหนุ่มเจ้าสำอาง เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเก่าเอาไว้ ให้เกิดพฤติกรรมการใช้ซ้ำ

13. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยต่อเนื่อง เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดบริการของกลุ่มหนุ่มเจ้าสำอางต่อการใช้โรงแรม บูติก
2. ควรมีการวิจัยเพื่อศึกษา คุณลักษณะของผู้ให้บริการใน โรงแรมบูติกสำหรับการให้บริการกลุ่มหนุ่ม เจ้าสำอาง

14. รายการอ้างอิง

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธีรศักดิ์ พันธุจริยา. 2547. เมโทรแมน: บทบัญญัติของผู้ชายทันสมัยแห่งศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ทุ บี เลิฟ. นูวีร์ เลิศบรรณพงษ์. 2549. **Metrosexual Marketing**. กรุงเทพฯ: พิงแอมส์ พรินท์ติ้ง เซนเตอร์.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2547. การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เอ เอ็น.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถสิทธิ์ เหมือนอมตย์. 2549. "Metrosexual Power." **Positioning Magazine**. สืบค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2549 จาก www.positioningmag.com
- Hawkins, D.I., Best, R.J., Coney, K.A. 2001. **Consumer Behavior: Building Marketing Strategy**. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Peter, J.F., Samuel D.G. 2006. "Message in a Ballad: The role of music preferences in interpersonal perception." **Psychological Science**. 17, Number 3: 236-242.
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2004. **Consumer Behavior**. 8th ed. New York: Pearson Education.

ปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในเด็กและเยาวชน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร
CASUAL FACTORS OF RISK BEHAVIORS ON DRUG ABUSE IN
CHILD AND YOUTH IN THE REGION OF MUEANG DISTRICT,
KAMPHAENG PHET PROVINCE

ปาจริย์ ผลประเสริฐและคณะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
E-Mail : pajaree_pol@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในเด็กและเยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่าง คือเด็กและเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 12 ถึง 25 ปี ที่ไม่ได้ศึกษาในระบบการศึกษาและมีพฤติกรรมเสี่ยงหรือมีโอกาสเกิดพฤติกรรมเสี่ยงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72 ผลการวิจัยพบว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกตัวแปร รวมทั้งค่าการทดสอบความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ทุกค่า โดยโมเดลสุดท้ายมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) = 3.50, df = 6, p-value = .74; RMSE = .00; SRMR = 0.01; GFI = 1.00; AGFI = .99; CN = 1926.23 และพบว่ากลุ่มตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านจิตลักษณะมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .66 ในขณะที่กลุ่มตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม พบว่ามีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงสาเหตุ พฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด เด็กและเยาวชน

ABSTRACT

The purpose of this research was to study casual factors of risk behaviors on drug abuse in child and youth in the region of Mueang District, Kamphaeng Phet Province. The samples were 400 child and youth in the region of Mueang District, Kamphaeng Phet Province, aged 12-25 years old, who were not in formal education and were having risk behaviors or were about to have. Questionnaires were used as means of data collection. The LISREL version 8.72 was utilized to analyze the data. The research findings showed that all path coefficients were statistically significant at 0.05 levels. The model's overall fits were accepted; Chi-square statistics = 3.50, df = 6, p-value = .74; RMSE = .00; SRMR = 0.01; GFI = 1.00; AGFI = .99; CN = 1926.23.

The findings shown that psychological characteristic factors had the direct effect on child and youth's risk behaviors in drug abuse (path coefficient = .80) while the social factors had indirect effect on them.

KEYWORDS: Casual factors, Risk behaviors on drug abuse, Child and youth

1. บทนำ

เด็กและเยาวชนถือเป็นทรัพยากรของชาติที่มีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า อย่างไรก็ตามพบว่าสภาพสังคมในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นสมัยใหม่ประกอบกับอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ มีผลทำให้เด็กและเยาวชนเกิดปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงหลายด้าน อาทิ การบริโภคอาหาร การใช้สารเสพติด การมีเพศสัมพันธ์ การทะเลาะวิวาท การฆ่าตัวตายและความเครียด การเกิดอุบัติเหตุ การออกกำลังกาย เป็นต้น (ธนิณี เขียวอยู่, 2546: 9-17) อย่างไรก็ตามพบว่าพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดเป็นพฤติกรรมเสี่ยงที่เด็กและเยาวชนเข้าไปเกี่ยวข้องค่อนข้างมาก จากรายงานภาวะสังคมไทยไตรมาสสาม ปี 2552 พบว่าสถานการณ์ยาเสพติดมีความรุนแรงขึ้นในช่วงระยะ 4 ปีที่ผ่านมา และส่งผลให้จำนวนคดีอาชญากรรมในภาพรวมมีแนวโน้มสูงขึ้น แม้สถิติการจับกุมจะค่อนข้างทรงตัวในปี 2552 แต่ก็มีจำนวนคดีมากถึง 56,851 คดี ในไตรมาสสาม นอกจากนี้ ยังพบเด็กและเยาวชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับยาเสพติดเพิ่มมากขึ้น จากผลการจับกุมยาเสพติดทั่วประเทศของสำนักงาน ปปส. ผู้ต้องหารายใหม่ส่วนใหญ่เป็นเยาวชน อายุระหว่าง 15-24 ปี กระทำความคิดในข้อหาเสพยาบ้ามากที่สุด และนักเรียนกลุ่มอายุ ระหว่าง 12-18 ปี หันมาเป็นผู้ค้า และผู้เสพยาบ้า และที่น่ากังวล คือ ยาเสพติดมีแนวโน้มแพร่ระบาดไปยังกลุ่มเด็กอายุน้อยลง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

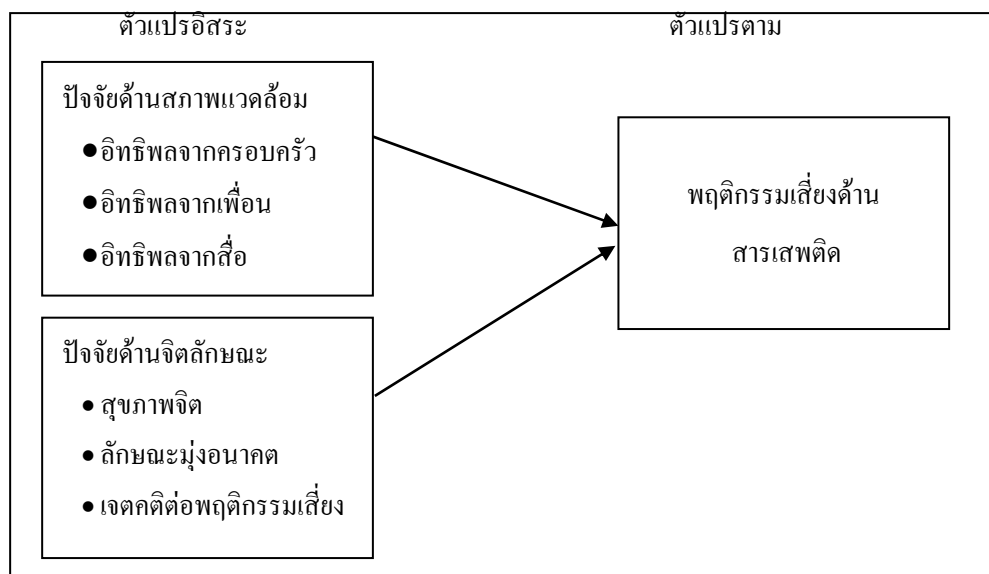
จากการศึกษาของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดร่วมมือกับสำนักวิจัยเอแบค-เคเอสซี มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2544) ได้วิจัยถึงสภาพปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติดในสถานศึกษาทั่วประเทศ ใช้กลุ่มตัวอย่างสถานศึกษาในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการและสถานศึกษาสังกัดกระทรวงมหาดไทย ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ถึง ระดับปริญญาตรี จำนวน 5,365,942 คน จากสถานศึกษา 1,071 แห่ง ในเขต 32 จังหวัด พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สารเสพติดถึง 663,290 คน (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด ; และสำนักวิจัยเอแบค-เคเอสซี มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2544) และในปี 2551 ศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์และวิจัยความสุขชุมชน (Academic Network for Community Happiness Observation and Research, ANCHOR) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มีโครงการเฝ้าระวังรักษาคุณภาพเด็กและเยาวชนไทยและทัศนคติต่อการปกครองแบบประชาธิปไตย ครอบคลุมตัวอย่างเด็กและเยาวชนไทยอายุระหว่าง 10 - 24 ปี ทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 3,137 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ - 24 พฤษภาคม 2551 พบว่าพฤติกรรมเสี่ยง 7 อย่างในช่วง 3 เดือน ที่ผ่านมา อันดับแรก คือการหนีเรียน รองลงมาคือ ดื่มเหล้า ดูแข่งรถซึ่ง มีเพศสัมพันธ์ เล่นพนัน เช่น พนันบอล ไฟ เกมออนไลน์ เป็นต้น สุบบุหรี่ และใช้ยาเสพติดที่ไม่นับรวมเหล้าและบุหรี่ ที่น่าเป็นห่วงคือ การใช้สารเสพติดชนิดต่างๆ เป็นประจำในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ในกลุ่มคนที่ใช้ยาเสพติด พบว่า ส่วนใหญ่ สุบบุหรี่ รองลงมาคือ ใช้ยาบ้า ดื่มเหล้า ใช้ยาไอซ์ ใช้กัญชา ใช้กระท่อม ตามลำดับ ผลสำรวจครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพของเด็กและเยาวชนไทยยังคงเป็นเรื่องที่จำเป็นต้องเฝ้าระวังรักษาอย่างใกล้ชิด เพราะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ใช้ยา

เสพติด จากการวิจัยพบว่าเกิดจากสภาพจิตใจที่ขาดสติสัมปชัญญะ การไม่รู้จักยับยั้งชั่งใจ การรักสนุกอยากลอง การประชดชีวิต เป็นสาเหตุอันดับแรก ดังนั้นเมื่อถูกเพื่อนชักชวนและหาซื้อยาเสพติด ได้ง่ายราคาถูก จึงทำให้เป็นตัวเร่ที่อันตรายในการทำลายคุณภาพของเด็กไทย (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552)

นอกจากนี้ จากการศึกษาผู้ที่เกี่ยวข้องกับสารเสพติดหรือผู้ที่เป็นกลุ่มเสี่ยงในประเทศไทย ยังพบว่า 1 ใน 3 ของผู้ที่เป็นกลุ่มเสี่ยง คือ กลุ่มของเด็กและเยาวชน โดยเป็นกลุ่มของเด็กและเยาวชนทั้งที่อยู่ในระบบโรงเรียน และนอกโรงเรียน (อภิสมัย ศรีรังสรรค์, 2545) อีกทั้งปัญหาเกี่ยวกับสารเสพติดยังถือว่าเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในระดับบุคคล ชุมชนและสังคมโดยรวม ตลอดจนจนเป็นปัญหาที่จะนำไปสู่การเกิดปัญหาอื่นๆ ทั้งปัญหาการลักทรัพย์ ชิงทรัพย์ การปล้น ฆ่า ข่มขืน เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสถานการณ์เกี่ยวกับการใช้สารเสพติดในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้นถือว่าเป็นสถานการณ์ที่นับวันจะทวีความรุนแรงและต้องการการแก้ไขอย่างเร่งด่วน สำหรับจังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่เป็นทางผ่านจากภาคเหนือลงสู่ภาคกลาง เนื่องจากพื้นที่จังหวัดติดกับจังหวัดตาก ซึ่งมีพื้นที่ติดกับชายแดน ที่มีการลักลอบขายเสพติดเข้ามาในประเทศไทย โดยการลักลอบนำเข้ามากับแรงงานต่างด้าว แล้วมาพักของในพื้นที่ จังหวัดกำแพงเพชร และมีการจำหน่ายให้ผู้ค้ารายย่อย โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ก่อนที่จะนำส่งต่อไปยังพื้นที่ต่างๆ นอกเขตจังหวัดต่อไป สำหรับประเภทของยาเสพติดที่แพร่ระบาดมากที่สุด คือ ยาบ้า สารระเหย และกัญชา ตามลำดับ ในกรณีนี้ ทางจังหวัดกำแพงเพชร ได้มีแผนการดำเนินงานควบคุมในเรื่องดังกล่าวอย่างเข้มงวด โดยได้นำแนวคิดของโครงการ TO BE NUMBER ONE ในทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี องค์ประธานโครงการ มากำหนดมาตรการด้านการป้องกันของจังหวัดกำแพงเพชร ด้วยการยึดเยาวชนเป็นเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน อายุระหว่าง 10-24 ปี (“หยุด..เยาวชนพฤติกรรมเสี่ยงเสพติด ปรับทุกซ์-สร้างสุข-แก้ปัญหาพัฒนา EQ.” แนวหน้า, 29 กรกฎาคม 2552) ถึงแม้การดำเนินงานจะประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจในระดับหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ของสารเสพติดในเด็กและเยาวชนในจังหวัดกำแพงเพชรก็ยังคงน่าเป็นห่วงเนื่องจากเด็กและเยาวชนเป็นวัยที่ต้องให้ความสนใจ ดูแลและเอาใจใส่ไม่ว่าจากครอบครัว สถานศึกษา เพื่อน องค์การ หน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่ไม่ได้อยู่ในระบบการศึกษาโอกาสที่จะได้รับการดูแลจากสถานศึกษา หรือองค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ค่อนข้างจะน้อยกว่าเด็กและเยาวชนที่อยู่ในสถานศึกษาซึ่งสถานศึกษามักจะมีโครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ในการป้องกันและปราบปรามสารเสพติด และนอกจากนี้เด็กและเยาวชนที่ไม่ได้อยู่ในระบบการศึกษายังมีโอกาสเข้าไปเสี่ยงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดมากขึ้น เนื่องจากเด็กและเยาวชนเหล่านี้ส่วนหนึ่งจะเป็นผู้ที่เคยอยู่ในระบบการศึกษา แต่มีพฤติกรรมเกเร ไม่เข้าเรียน เรียนไม่เก่งจึงทำให้ต้องออกจากสถานศึกษา และส่วนหนึ่งจะทำงาน และมักจะเป็นแรงงานในระดับต่ำจึงทำให้โอกาสเข้าไปเสี่ยงมีมากขึ้น หรือบางส่วน ไม่ได้ทำงานทำให้มีเวลาว่างเยอะก็มีโอกาสเข้าไปเสี่ยงเช่นกัน

ด้วยสำคัญของปัญหาจากที่กล่าวมาข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อที่จะนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางในการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชนในจังหวัดกำแพงเพชร

2. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในเด็กและเยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ เด็กและเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 12 ถึง 25 ปี ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงหรือมีโอกาสเกิดพฤติกรรมเสี่ยงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร และไม่ได้ศึกษาในระบบการศึกษา โดย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน

4.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) ตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย อิทธิพลจากครอบครัว อิทธิพลจากเพื่อน และอิทธิพลจากสื่อ 2) ตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยด้านจิตลักษณะ ประกอบด้วย สุขภาพจิต ลักษณะมุ่งอนาคต และเจตคติต่อพฤติกรรมเสี่ยง **ตัวแปรตาม** ได้แก่ พฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด

4.3 สมมติฐานการวิจัย

4.3.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน

4.3.2 ปัจจัยด้านจิตลักษณะมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน

4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สารเสพติดของเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน และตอนที่ 3 ปัจจัยเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน การหาคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และทดลองใช้ได้ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ระหว่าง 0.72 - 0.86

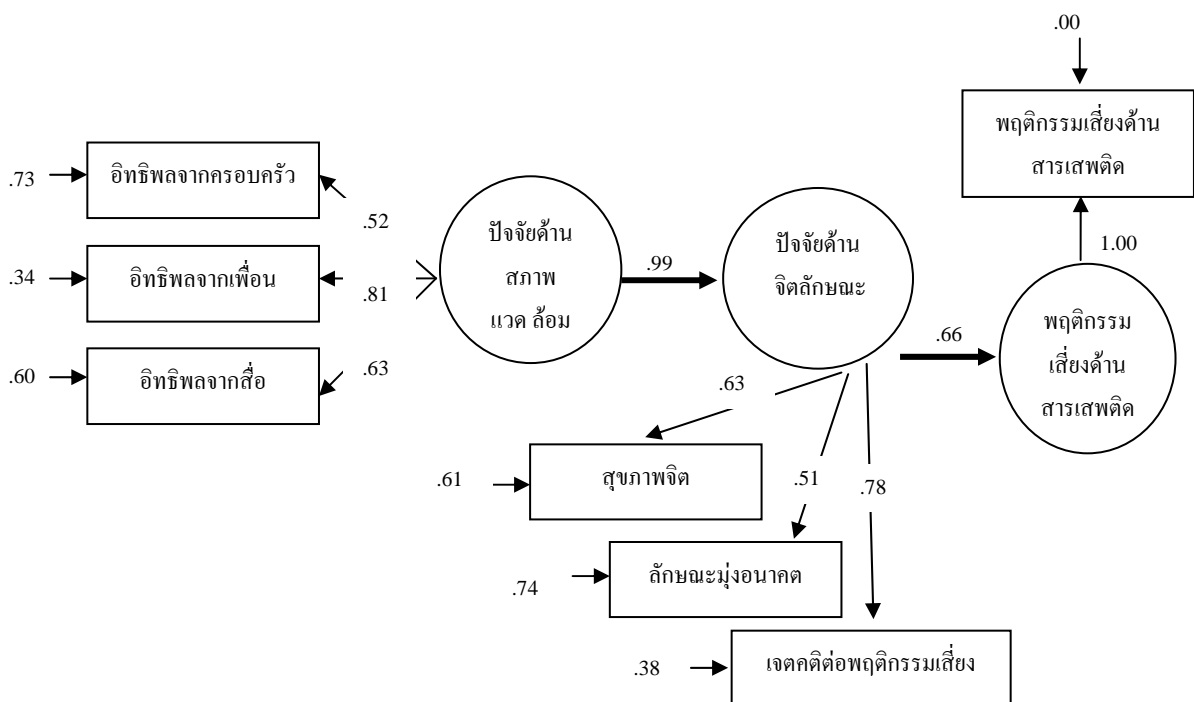
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่า Tolerance ค่า VIF และค่าสถิติในการหาคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4.5.2 การวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝงเพื่อตรวจสอบความตรงของแบบจำลองสมมติฐานเชิงทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72

5. สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในเด็กและเยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชรครั้งนี้ สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้



$\chi^2 = 3.50$, $df = 6$, $p\text{-value} = .74$; $RMSER = .00$; $SRMR = 0.01$; $GFI = 1.00$; $AGFI = .99$; $CN = 1926.23$

ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน หลังจากที่ได้ให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects: IE) อิทธิพลรวม (Total effects: TE) ของตัวแปรสาเหตุที่ส่งผลต่อตัวแปรผลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เชิงพหุคูณกำลังสองของตัวแปร (Squared Multiple Correlation: R²)

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ปัจจัยด้านจิตลักษณะ			พฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	.99	-	.99	-	.66	.66
2. ปัจจัยด้านจิตลักษณะ				.66	-	.66
	R ²	.98			.44	

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 1 พบว่าหลังจากที่ปรับโมเดลแล้วเส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกตัวแปร รวมทั้งค่าการทดสอบความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ทุกค่า เมื่อพิจารณาขนาดและทิศทางอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุต่อตัวแปรผล พบว่า ตัวแปรสาเหตุทุกตัวมีอิทธิพลทางบวกต่อตัวแปรผล โดยแต่ละตัวแปรสาเหตุมีอิทธิพลต่อตัวแปรผล ดังนี้

1. กลุ่มตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านจิตลักษณะมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน (มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง เท่ากับ .66) โดยตัวแปรเจตคติต่อพฤติกรรมเสี่ยงมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือตัวแปรสุขภาพจิตและลักษณะมุ่งอนาคต (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .71, .63, และ .51 ตามลำดับ)

2. กลุ่มตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม พบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน ผ่านกลุ่มตัวแปรที่เป็นปัจจัยด้านจิตลักษณะ (มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง เท่ากับ .99 และมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ .66) โดยตัวแปรอิทธิพลของเพื่อนมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือตัวแปรอิทธิพลของสื่อและอิทธิพลของครอบครัว (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .81, .63, และ .52 ตามลำดับ)

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง พบว่า ปัจจัยด้านจิตลักษณะ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสองเท่ากับ .98 แสดงว่าร้อยละ 98 ของความแปรปรวนของปัจจัยด้านจิตลักษณะสามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ส่วนพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสองเท่ากับ .44 แสดงว่าร้อยละ 44 ของความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด สามารถอธิบายได้ด้วยแบบจำลองนี้

6. อภิปรายผล

ข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้นในการอธิบายพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน คณะผู้วิจัยจะอภิปรายผลการวิจัย โดยจำแนกประเด็นตามสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

6.1 จากสมมติฐานข้อ 1 ที่ว่า “ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน” ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านจิต

ลักษณะและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดผ่านปัจจัยด้านจิตลักษณะ จะเห็นได้ว่าผลการทดสอบไม่สนับสนุนสมมติฐาน อย่างไรก็ตาม ผลที่ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน แต่กลับพบว่ามีอิทธิพลโดยตรงต่อปัจจัยด้านจิตลักษณะของเด็กและเยาวชน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการที่จะมีหรือไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน (สำหรับประเด็นนี้จะได้อภิปรายในหัวข้อถัดไป) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การมีหรือไม่มีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชนขึ้นอยู่กับจิตลักษณะหรือคุณลักษณะของเด็กและเยาวชน และการที่เด็กและเยาวชนจะมีจิตลักษณะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมของเด็กและเยาวชนนั่นเอง โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อจิตลักษณะของเด็กและเยาวชนมากที่สุดคืออิทธิพลจากเพื่อน รองลงมาคืออิทธิพลจากสื่อและอิทธิพลจากครอบครัว ซึ่งจากผลที่ได้ชี้ให้เห็นชัดว่าสิ่งสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงของเด็กและเยาวชนให้ประสบผลสำเร็จนั้นต้องเริ่มต้นจากการพัฒนา จิตลักษณะที่เหมาะสมของเด็กและเยาวชน ดังนั้นในการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงของเด็กและเยาวชนครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะพัฒนาจิตลักษณะที่เหมาะสมของเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ

6.2 จากสมมติฐานข้อ 2 ที่ว่า “ปัจจัยด้านจิตลักษณะมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน” ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยด้านจิตลักษณะมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด จะเห็นได้ว่าผลการทดสอบสนับสนุนสมมติฐาน โดยปัจจัยด้านจิตลักษณะที่มีผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชนมากที่สุดคือ เจตคติต่อพฤติกรรมเสี่ยง ซึ่งผลที่ได้พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของสมบัติ คุณรัตน์ (2552) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนโดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการสูบบุหรี่จากปริมาณการสูบบุหรี่ พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ปัจจัยที่มีผลต่อการสูบบุหรี่มากที่สุดคือ ความคิด (เจตคติ) ที่จะเลิกสูบบุหรี่ นอกจากนี้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาของอมรา ศรีสังข์ (2545) สุรพงษ์ ชูเดช (2546) ลักสินี วรรณประพันธ์ (2549) กิติพงษ์ ทองเหลือ (2550) อนงค์ ดิษฐ์สังข์ (2550) และประภาพร โปธิ์ทอง (2551) ก็พบผลที่สอดคล้องกันว่ายิ่งบุคคลมีเจตคติที่ดีต่อการใช้สารเสพติดมากเท่าใดก็จะมีพฤติกรรมเสี่ยงที่จะใช้สารเสพติดมากขึ้นเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงมีความสมเหตุสมผลที่ว่าเด็กและเยาวชนที่มีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมเสี่ยงจะมีพฤติกรรมเสี่ยงมากกว่าเด็กและเยาวชนที่มีลักษณะตรงกันข้าม

นอกจากเจตคติต่อพฤติกรรมเสี่ยงแล้วจากการศึกษายังพบว่าสุขภาพจิตก็เป็นจิตลักษณะที่สำคัญของบุคคลอีกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน กล่าวคือ เด็กและเยาวชนที่มีสุขภาพจิตดีจะมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดน้อยกว่าเด็กและเยาวชนที่มีสุขภาพจิตที่ไม่ดี หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ยิ่งเด็กและเยาวชนมีสุขภาพจิตดีมากเท่าใดก็จะมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดน้อยลง ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของทองพูล บัวศรี (2550) และจิตติพร ไวโรจน์วิทยาการ (2551) ที่ระบุตรงกันว่าสุขภาพจิตมีความสัมพันธ์กับความชอบเสี่ยงน้อยของบุคคล นอกจากนี้การที่เด็กและเยาวชนมีสุขภาพจิตดีนั้นจะช่วยทำให้เด็กและเยาวชนสามารถที่จะปรับตัวให้มีความสุขอยู่กับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ดี มีสัมพันธภาพอันดีงามกับบุคคลอื่นและดำรงชีพอยู่ได้ด้วยมีความสุขอย่างสุขสบาย รวมทั้งสนองความต้องการของตนเองในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงโดยไม่มีข้อขัดแย้งภายในจิตใจได้ (World Health Organization, 1976 อ้างใน อัมพร โอตระกุล, 2540: 14) ดังนั้นการมีสุขภาพจิตที่ดีจึงน่าจะช่วยให้เด็กและเยาวชนสามารถหาทางออกของปัญหาได้อย่าง

เหมาะสมโดยไม่ต้องหันไปพึ่งพาสารเสพติด ด้วยเหตุนี้จึงมีความสมเหตุสมผลที่ว่าเด็กและเยาวชนที่มีสุขภาพจิตดีจะมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดน้อยกว่าเด็กและเยาวชนที่มีสุขภาพจิตที่ไม่ดี

สำหรับลักษณะมุ่งอนาคตก็พบว่าเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน โดยเด็กและเยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตสูงจะมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดน้อยกว่าเด็กและเยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่เด็กและเยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตสูงนั้นจะสามารถคาดการณ์ไกล เห็นความสำคัญของอนาคตและสามารถตัดสินใจเลือกกระทำ หากทางแก้ปัญหาและวางแผนดำเนินการเพื่อผลในอนาคต รู้จักการปฏิบัติให้เกิดการอดได้รอได้อย่างเหมาะสม และสามารถไถ่รางวัลตนเองเมื่อทำดีและลงโทษตนเองเมื่อทำไม่เหมาะสม (วิลลาสถิตย์ ชวัลลี; งามตา วนิทานนท์; และวิรัช ธรรมนารถสกุล, 2547: 41) สอดคล้องกับงานวิจัยของเกษม จันทศร (2541: 102-129) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการต้านทานการเสพยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งพบว่านักเรียนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองสูงเป็นนักเรียนที่มีพฤติกรรมกรหลีกเลียงเพื่อนที่เกี่ยวข้องกับยาบ้ามากกว่านักเรียนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองต่ำ นอกจากนี้จากการศึกษาของกิติพงษ์ ทองเหลือ (2550) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนชายระดับอาชีวศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 232 คน ก็ยังลงข้อสรุปเช่นเดียวกันว่าการมุ่งอนาคตและการควบคุมตนเองเป็นปัจจัยทางจิตลักษณะที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าเด็กและเยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตสูงน่าจะช่วยให้เด็กและเยาวชนสามารถคาดการณ์ได้ว่าอะไรจะเกิดขึ้นกับตนเองเมื่อเข้าไปเกี่ยวข้องกับสารเสพติด และปฏิบัติตนได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ โดยไม่ต้องหันไปพึ่งพาสารเสพติดเป็นทางออก ด้วยเหตุนี้จึงมีความสมเหตุสมผลที่ว่าเด็กและเยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตสูงจะมีพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดน้อยกว่าเด็กและเยาวชนที่มีลักษณะมุ่งอนาคตต่ำ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

7.1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยด้านจิตลักษณะมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชน ดังนั้นถ้าต้องการป้องกันไม่เด็กและเยาวชนเข้าไปข้องเกี่ยวกับสารเสพติดจึงต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมคุณลักษณะทางจิตของเด็กและเยาวชน ได้แก่ เจตคติต่อพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติด สุขภาพจิตและลักษณะมุ่งอนาคต

7.1.2 จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลโดยตรงต่อปัจจัยด้านจิตลักษณะของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะอิทธิพลของเพื่อน สื่อ และครอบครัว ดังนั้นถ้าต้องการให้เด็กและเยาวชนมีคุณลักษณะทางจิตที่เข้มแข็ง สามารถป้องกันตนเองไม่ให้เข้าไปข้องเกี่ยวกับสารเสพติดจึงต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างทุกฝ่าย

7.1.3 ควรนำตัวแปรจากผลงานวิจัยไปจัดทำหลักสูตรหลักสูตรฝึกอบรมในการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในเด็กและเยาวชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 จากงานวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่นำมาศึกษาสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดของเด็กและเยาวชนได้ร้อยละ 44 ดังนั้นควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม

7.2.2 การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะพฤติกรรมเสี่ยงด้านสารเสพติดในเด็กและเยาวชน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาพฤติกรรมเสี่ยงด้านอื่นๆ ที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนเพิ่มเติม เช่น ด้านเพศสัมพันธ์ ด้านการทะเลาะวิวาท ด้านการจับขี้ขอดักขี่ย ด้านการบริโภคนิยม เป็นต้น

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดกำแพงเพชรที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย

9. รายการอ้างอิง

- กิติพงษ์ ทองเหลือ. 2550. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนชายระดับอาชีวศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม.” ปรินญาวิทยาสาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาสุศึกษา), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เกษม จันทร์. 2541. “ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับการต้านทานการเสพยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น.” ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตติพร ไวโรจน์วิทยาการ. 2551. “ปัจจัยเชิงเหตุและผลของพฤติกรรมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในโรงเรียนที่ประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.” ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทองพูล บัวศรี. 2550. “ปัจจัยเชิงเหตุแบบบูรณาการระหว่างการฝึกอบรม ครอบครั้ว และจิตลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมที่จะปรับตัวเป็นคนดีของเยาวชนกระทำผิดในบ้านกาญจนาภิเษก.” ปรินญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธนิณี เขียวอยู่. 2546. “พฤติกรรมเสี่ยงของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเพชรบุรี.” วิทยานิพนธ์สาธนาสุสาสตรมหาบัณฑิต. (สาขาวิชาชีวสถิติ), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- แนวหน้า. 2552. “หยุด...เยาวชนพฤติกรรมเสี่ยงเสพยา ปรับทุกข์-สร้างสุข-แก้ปัญหาพัฒนา EQ (สก็๊ปแนวหน้า). ทบวงมหาวิทยาลัย.” [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 29 กรกฎาคม 2552 จาก <http://www.naewna.com/news.aspMID=172156>
- ประภาพร โปธิ์ทอง. 2551. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษาโรงเรียนเซนต์จอห์น โปลิเทคนิค กรุงเทพมหานคร.” ปรินญาวิทยาสาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาสุศึกษา), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลักลินี วรรณประพันธ์. 2549. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษา ในเขตเทศบาลนคร นครราชสีมา.” ปรินญาสังคมสาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาพฤติกรรมสาสตรและการส่งเสริมสุขภาพ), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- วิลาศลักษณ์ ชั่ววัลลี, งามตา วนินทานนท์, และวิริณห์ ธรรมนารถสกุล. 2547. รายงานการวิจัย เรื่อง **กรณีศึกษานักคิดตัวอย่างและเครื่องมือชี้วัดเพื่อนำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมข้าราชการยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมบัติ ดุจรัตน์. 2552. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน.” ปรินญา เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรพงษ์ ชูเดช. 2546. “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.” การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 41, 3-7 กุมภาพันธ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 2552. “พบพฤติกรรมเสี่ยง เยาวชนมั่วยา-กามส่อเพิ่ม.” [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 11 กรกฎาคม 2552 จาก <http://www.thaihealth.or.th/node/4332>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2552. “สถานการณ์ความรุนแรงยาเสพติดในเด็กและเยาวชน.” [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 14 สิงหาคม 2552 จาก <http://www.wrote107.blogspot.com/2009/12/blog-post.html>
- สำนักวิจัยเอแบค-เคเอสซี มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. 2544. “โครงการเฝ้าระวังคุณภาพเด็กและเยาวชนไทย ศึกษาเฉพาะตัวอย่างนักเรียน นักศึกษา ภาคปกติในสถาบันสถานศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทยและทบวงมหาวิทยาลัย.” [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 12 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.abca-ksc.poll.th.org/>
- อนงค์ ดิษฐ์สังข์. 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนมัธยมประชานิเวศน์ เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร.” ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขาวิชาสุขศึกษา), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อภิสมัย ศรีรังสรรค์. 2545. วัยรุ่นกับยาเสพติด. **สุขภาพจิต.** กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- อมรา ศรีสังข์. 2545. รายงานการวิจัย เรื่อง **ความรู้ ความเข้าใจและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้สารเสพติดของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.** สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อัมพร โอตระภูถ. 2540. **สุขภาพจิต.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนี SET50

FACTORS AFFECTING THE SET50 INDEX

ชนิษฐา ถนัดคำ

อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : chanitda.th@spu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อดัชนี SET50 อันได้แก่ ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ (M2) อัตราเงินเฟ้อ (INFLA) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) ราคาน้ำมันดิบ (OIL) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน (FIX3M) ปริมาณการซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่างประเทศ (NETBUY) ดัชนีราคาหลักทรัพย์ Dow Jones (DOW), Nikkei (NIK) Hang Seng (HS) ราคาทองคำ (GOLD) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลไทยกับดอลลาร์สหรัฐ (BAHTUSD) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเชื่อว่ามีผลกระทบต่อดัชนี SET50 ซึ่งได้นำปัจจัยเหล่านี้มาหาความสัมพันธ์โดยวิธี Vector Auto Regression (VAR) และใช้วิธีการเลือกตัวแปรแบบ Forward Stepwise Selection สมการที่ได้คือ $SET50 = 0.807264411927*SET50(-1) + 0.00523953769999*NETBUY - 0.000928515287695*NETBUY(-1) + 4.62528002267*BAHTUSD - 0.00745137960778*NIK(-1) + 0.0100009474242*NIK - 30.858657284*INFLA + 26.6842024874*INFLA(-1) - 579.065110792 + 0.487883842213*GOLD(-1) + 0.000126095868102*M2 - 28.107425755*FIX3M + 0.13708017263*SET50(-2) + 22.8509562612*FIX3M(-1) + 0.00303111068184*HS + 0.366545024253*GOLD - 2.13544118349*OIL(-1) - 0.00010187073907*M2(-1)$ ซึ่งสมการนี้มีค่า $R^2 = 0.987$ และสามารถนำไปใช้ทำนายค่าดัชนี SET50 ในอนาคตได้ เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการลงทุนสำหรับนักลงทุน

คำสำคัญ : ดัชนี SET50 ปัจจัยที่มีผลกระทบ สมการทำนาย

ABSTRACT

This research studies the factors affecting the SET50 index including the money supply (M2), inflation rate (INFLA), private investment index (PII), Crude oil price (OIL), 3 month fixed deposit interest rate (FIX3M), Foreign investor net buy (NETBUY), Dow Jones (DOW), Nikkei (NIK) and Hang Seng (HS) indices, gold price (GOLD) and Thai baht over US dollar exchange rate (BAHTUSD). These factors are believed to affect the SET50 index. The Vector Auto Regression (VAR) method was used and using the forward stepwise selection method. The study found that the prediction equation is $SET50 = 0.807264411927*SET50(-1) + 0.00523953769999*NETBUY - 0.000928515287695*NETBUY(-1) + 4.62528002267*BAHTUSD - 0.00745137960778*NIK(-1) + 0.0100009474242*NIK - 30.858657284*INFLA$

+ 26.6842024874*INFLA(-1) - 579.065110792 + 0.487883842213*GOLD(-1) + 0.000126095868102*M2 - 28.107425755*FIX3M + 0.13708017263*SET50(-2) + 22.8509562612*FIX3M(-1) + 0.00303111068184*HS + 0.366545024253*GOLD - 2.13544118349*OIL(-1) - 0.00010187073907*M2(-1) having $R^2 = 0.987$. This equation could be used for prediction the SET50 index and used as guidance for investment decisions.

KEYWORDS : SET50 Index, Factor Affecting, Prediction Equation

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย หรือ SET Index เป็นตัวบ่งชี้ถึงมูลค่าการซื้อขายตามราคาของหลักทรัพย์ทั้งตลาด และเพื่อเป็นการส่งเสริมการลงทุนและจัดการความเสี่ยง ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงได้ก่อตั้งตลาดอนุพันธ์ (Thailand Futures Exchange หรือ TFEX) ซึ่งมีสินค้าคือ สัญญาฟิวเจอร์ส (Futures) และ สัญญาออปชั่น (Options) สินค้าทั้ง 2 ตัวนี้มีสินทรัพย์อ้างอิง (Underlying Asset) คือดัชนี SET50 ต่อมาได้มีการจัดตั้งกองทุน ETF* รายแรก คือกองทุน ThaiDEX ซึ่งเป็นกองทุนที่มีการปรับราคาซื้อขายเลียนแบบดัชนี SET50 ตามกลไกของอุปสงค์และอุปทานของตลาดและผู้ทำตลาด (Market Maker) เพื่อให้มีมูลค่าที่แท้จริงของหลักทรัพย์ใกล้เคียงกับการเปลี่ยนแปลงของดัชนี SET50 แบบ Real Time อย่างไรก็ตามการลงทุนในตลาดอนุพันธ์มีความเสี่ยงเช่นเดียวกับในตลาดหลักทรัพย์

จากการที่ตราสารทางการเงินที่มีหลากหลายในยุคปัจจุบัน อันได้แก่ สัญญาฟิวเจอร์ส (Futures) และ สัญญาออปชั่น (Options) และกองทุน ETF ล้วนแล้วแต่ใช้ดัชนี SET50 เป็นตัวแปรอ้างอิงทั้งสิ้น เนื่องจาก SET50 เป็นดัชนีราคาหลักทรัพย์รวมที่มีมูลค่าการซื้อขายมากที่สุด 50 หลักทรัพย์ ดังนั้นจึงเป็นหลักทรัพย์ที่ผู้ลงทุนทำราคาได้ยาก ซึ่งหากมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อดัชนี SET50 ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการลงทุนในตรา

สารทางการเงินทั้งสามแบบ รวมไปถึงการลงทุนในหลักทรัพย์ และการลงทุนในกองทุนดัชนีอื่นๆ ด้วย

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนี SET50 และเพื่อสร้างแบบจำลองที่จะนำผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ไปใช้ในการทำนาย

* ETF (Exchange Traded Fund) คือกองทุนรวมประเภทกองทุนเปิด ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เสมือนหุ้น ผู้ลงทุนสามารถส่งคำสั่งซื้อ คำสั่งขายผ่าน โบรกเกอร์ได้เหมือนการซื้อขายหุ้นทั่วไป และเป็นกองทุนที่มีนโยบายการลงทุนที่เน้นการสร้างผลตอบแทนให้เท่ากับดัชนีอ้างอิง

3. ทบทวนวรรณกรรม

สมศักดิ์ เลาหวิภาพ (2540) ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ (SET) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2531 ถึง 2540 ซึ่งปัจจัยที่พิจารณามี 4 ปัจจัย โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณแบบ Multiple Regression และใช้ข้อมูลรายเดือน จากการศึกษาได้สมการความสัมพันธ์เป็น 3 สมการซึ่งต่างกันที่อัตราดอกเบี้ย ทั้ง 3 กรณีใช้เป็น (1) อัตราดอกเบี้ยฝากประจำ 1 ปี (2) อัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาล และ (3) อัตราดอกเบี้ยระหว่างธนาคาร

พงศกร แสงวิจิตร (2547) ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาคที่มีต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ (SET) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2534 ถึง 2546 โดยวิธีวิเคราะห์ Cointegration ซึ่งปัจจัยที่พิจารณามี 6 ตัว และใช้ข้อมูลรายเดือน ผลการศึกษาพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัว (*DUM*) ไม่มีผลต่อดัชนี SET ส่วนอัตราดอกเบี้ยระหว่างธนาคาร (*INT*) และ อัตราแลกเปลี่ยน (*EXR*) มีผลทางตรงข้ามต่อดัชนี SET ในระยะยาว ส่วนปริมาณเงิน (*M2*) มีผลในทางเดียวกับดัชนี SET ส่วนยอดขายรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 คน (*CAR*) และดัชนีผู้บริโภค (*CPI*) ไม่มีผลกระทบต่อดัชนี SET อย่างมีนัยสำคัญ และได้ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาหลักทรัพย์ (SET) และตัวแปร *CPI* คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค *M2* คือ ปริมาณเงินความหมายกว้าง *INT* คือ อัตราดอกเบี้ยระหว่างธนาคาร *EXR* คือ อัตราแลกเปลี่ยน *DUM* คือ ตัวแปร Dummy มีค่า = 0 ก่อนปล่อยค่าเงินบาทลอยตัว (พ.ศ. 2534-2539) มีค่า = 1 หลังปล่อยค่าเงินบาทลอยตัว (พ.ศ. 2540-2546)

ศิริวรรณ พิชิตวงศ์เลิศ (2535) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ ดัชนีรวม (SET) ดัชนีราคาหุ้นกลุ่มธนาคารพาณิชย์ (SETBANK) และดัชนีราคาหุ้นกลุ่มบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ (SETFINANCE) โดยใช้แบบจำลองดัชนีราคาหุ้นจากทฤษฎี Valuation Model ภายใต้ข้อสมมุติฐานที่ว่า ความสัมพันธ์อยู่ในรูปของสมการเส้นตรงแบบ log form โดยใช้ข้อมูลรายเดือนจาก เดือนสิงหาคม 2529 ถึงเดือนมีนาคม 2534 ได้สมการถดถอยสำหรับ $\log(\text{SET})$ $\log(\text{SETBANK})$ และ $\log(\text{SETFINANCE})$ ซึ่งมาค่า $R^2=0.985$ 1.000 และ 1.000 ตามลำดับ

อรพินธุ์ ชัยรัชวิทย์ (2535) ศึกษาความสัมพันธ์ของดัชนีราคาหลักทรัพย์ SET กับดัชนีหลักทรัพย์ต่างประเทศจำนวน 3 ประเทศคือ Dows Jones, Nikkei และ Hang Seng โดยใช้วิธี Auto และ Partial Correlation โดยใช้ข้อมูลของราคาปิดรายวันตั้งแต่ กลางปี 2533 จนถึง ปลายปี 2534 จากการศึกษาพบว่า ดัชนี Dow Jones ของ 1 วันก่อนหน้า และดัชนี Nikkei ของ 2 วันก่อนหน้า มีผลต่อดัชนี SET อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนดัชนี Hang Seng มีผลต่อดัชนี SET อย่างไม่มีนัยสำคัญ

สมพงษ์ นุชไย (2545) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงอันดับที่ 1 ของดัชนี SET โดยใช้ข้อมูลรายวันในช่วงเวลา 2 มกราคม 2540 ถึง 30 กันยายน 2545 พบว่ากับดัชนี All Ordinaries (ออสเตรเลีย) JSX Composite (อินโดนีเซีย) KLSSE (มาเลเซีย) และ Hang Seng (ฮ่องกง) มีผลในระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 5

รสวรรณ สรรพกิจ (2545) ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลการทบต่อดัชนี SET และได้ศึกษาผลกระทบต่อดัชนีหลักทรัพย์กลุ่มอุตสาหกรรม 5 ประเภทคือ กลุ่มธนาคารพาณิชย์ เงินทุนหลักทรัพย์ สื่อสาร พลังงาน และ อสังหาริมทรัพย์ ของปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์มหภาคและจุลภาคอันได้แก่ (1) ราคาปิดต่อกำไร (PE Ratio) (2) อัตราผลตอบแทนจากปันผลต่อหุ้น (Dividend Yield) (3) ราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี (Price per Book Value Ratio) และ (4) อัตราหมุนเวียนของหลักทรัพย์ (Turnover) ซึ่งใช้ข้อมูลรายเดือนตั้งแต่ เดือน กันยายน 2540

จนถึง เดือน สิงหาคม 2545 ได้สมการถดถอยของดัชนี SET และดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 5 ที่มี R^2 อยู่ในช่วง 0.888 ถึง 0.946

ศุภกิต เกลียวศิริกุล (2548) ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรความผันผวนของราคาน้ำมันกับดัชนีหลักทรัพย์ โดยใช้ Vector Auto Regression (VAR) Model โดยใช้ข้อมูลรายวันระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2546 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2547 ได้สมการถดถอยซึ่งมีค่า $R^2=0.9957$

กล่าวโดยสรุปจากการศึกษาค้นคว้าที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าจะมีผู้ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ (SET) แต่ไม่พบงานวิจัยใดเลยที่ศึกษาผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และดัชนีของตลาดต่างประเทศ โดยใช้ดัชนี SET50 เป็นตัวแปรตาม ซึ่งการทำนายดัชนี SET50 นี้จะเป็นข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจในการลงทุนตราสารอนุพันธ์ทั้งสัญญาฟิวเจอร์สและสัญญาออปชั่น ตลอดจนการลงทุนในกองทุน ETF (เช่น ThaiDEX) ซึ่งมีตัวแปรอ้างอิงเป็น SET50 โดยตรง

ในการศึกษานี้ได้เลือกที่จะพิจารณาตัวแปรต่างๆ เกือบทั้งหมดที่เคยใช้ศึกษาในงานวิจัยอื่นๆ ที่ผ่านมา นอกจากนี้ในงานวิจัยนี้ยังได้รวมเอาตัวแปร SET50 ของ 1 และ 2 เดือนก่อนหน้า และตัวแปรต้นทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นของ 1 เดือนก่อนหน้ามารวมพิจารณาด้วย เนื่องจากเชื่อว่าหากตัวแปรใดที่นำมารวมพิจารณาแล้วทำให้การทำนายดัชนี SET50 ได้ดีขึ้น ตัวแปรนั้นจะถูกเลือกเข้ามา แต่ถ้าตัวแปรใดทำให้การทำนายได้แย่ลง ตัวแปรนั้นก็จะถูกคัดออกไปเองตามขั้นตอนของ Stepwise Selection

4. ขอบเขตของงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือ ปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่อดัชนี SET50 อันได้แก่ ปริมาณเงินในระบบ เศรษฐกิจ (M2) อัตราเงินเฟ้อ (INFLA) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) ราคาน้ำมันดิบในตลาด Brent (OIL) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน (FIX3M) มูลค่าซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่างประเทศ (NETBUY) ดัชนีราคาหลักทรัพย์ต่างประเทศ (DOW, NIK, HS) ราคาทองคำ (GOLD) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (BAHTUSD) ส่วนตัวแปรตาม คือดัชนี SET50 ช่วงเวลาของข้อมูลที่ใช้ศึกษาคือ ตั้งแต่เดือน มค. 2539 จนถึงเดือน ธค. 2551

การรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากทั้งตัวแปรต้น และตัวแปรตามเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ดังนั้นจึงสามารถหาได้จากแหล่งข้อมูลทางด้านหลักทรัพย์ และทางด้านเศรษฐศาสตร์ ทั้งในและนอกประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ชนิดและที่มาของข้อมูลที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้

ชื่อตัวแปร	ความอธิบายของตัวแปร	แหล่งที่มา	ความถี่/ช่วงเวลา
SET50	ดัชนี SET50	www.set.or.th	รายปีครายเดือน 2538-2551
M1,M2	ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ ในความหมายแคบและกว้าง	www.bot.or.th	รายเดือน 2513-2549 (ไม่รวมสหกรณ์ออมทรัพย์ และ MMMF) 2540-2551 (รวมสหกรณ์ออมทรัพย์ และ MMMF)
INFLA	อัตราเงินเฟ้อ	www.bot.or.th	รายเดือน 2539-2551
PII	ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน	www.bot.or.th	รายเดือน 2533-2542 ปีฐาน PPI(2538)=100 2543-2551 ปีฐาน PPI(2543)=100
OIL	ราคา Spot ของน้ำมันดิบในตลาด Brent	tonto.eia.doe.gov	รายเดือน 2530-2551
FIX3M	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 3 เดือน (ธ.กรุงเทพ)	www.bot.or.th	รายเดือน 2536-2551
NETBUY	มูลค่าซื้อขายสุทธิของนักลงทุนต่างประเทศ	www.set.or.th	รายเดือน 2538-2551
NIK	ดัชนีราคาหลักทรัพย์ Nikkei	Finance.yahoo.com	รายเดือน 2527-2551
HS	ดัชนีราคาหลักทรัพย์ Hang Seng	Finance.yahoo.com	รายเดือน 2527-2551
GOLD	ราคาทองคำ London Gold Fixing	www.swivel.com	รายภาคเช้า-บ่ายของทุกวันทำการ
BAHTUS	อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ	www.oanda.com	รายวัน 2536-2551

สำหรับข้อมูลปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ ในความหมายแคบ หรือ M1 ที่ได้มาจากธนาคารแห่งประเทศไทยนั้น มีวิธีคำนวณแตกต่างกันของข้อมูลในช่วง 2513-2549 และ 2540-2551 ซึ่งสิ่งที่แตกต่างกันคือ ปริมาณเงินของช่วง 2513-2549 ไม่รวมปริมาณเงินฝากในสหกรณ์ออมทรัพย์ และ Money Market Mutual Funds (MMMF) แต่เนื่องจากภายหลังธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณปริมาณเงินตามข้อกำหนดของ IMF จึงได้รวมปริมาณเงินฝากในสหกรณ์ออมทรัพย์ และ MMMF เข้าไว้ในข้อมูลของช่วง 2540-2551 เพื่อให้การข้อมูลจากทั้งสองช่วง

มีความต่อเนื่อง จึงได้หักลบปริมาณเงินฝากในสหกรณ์ออมทรัพย์ และ Money Market Mutual Funds ออกจากปริมาณ M1 จากข้อมูลในช่วง 2540-2551 ออกก่อนนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์

ข้อมูลดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (PII) ที่ได้มาจากธนาคารแห่งประเทศไทยนั้น ของในช่วง 2533-2542 และ 2543-2551 มีการคำนวณโดยใช้ปีฐานที่แตกต่างกัน โดยของช่วง 2533-2542 ได้กำหนดให้ดัชนีของปีฐาน 2538 มีค่าเท่ากับ 100 แต่ของช่วง 2543-2551 ได้กำหนดให้ดัชนีของปีฐาน 2543 มีค่าเท่ากับ 100 แต่ในการวิเคราะห์ต้องการนำข้อมูลจากทั้งสองช่วง และเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของข้อมูล ดังนั้นจึงต้องปรับให้ดัชนีมีฐานเดียวกัน แต่เนื่องจากข้อมูลของทั้งสองช่วงไม่มีข้อมูลของเดือนใดที่ถูกคำนวณไว้ทั้ง สองฐานปี ดังนั้นการปรับจึงต้องอาศัยการประมาณ โดยสมมุติให้อัตราการเปลี่ยนแปลงของ PII ระหว่างเดือน ธค. 2542 และ มค. 2543 มีค่าเท่ากับค่าเฉลี่ยของอัตราการเปลี่ยนแปลงระหว่างเดือน พย. 2542 และ ธค. 2542 กับ ระหว่างเดือน มค. 2542 และ กพ. 2542 จากนั้นจึงคำนวณ PII ของเดือน มค. 2543 จากอัตราการเปลี่ยนแปลงที่ได้จากค่าเฉลี่ย และคำนวณ PII ของเดือนถัดๆ ไปจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของ PII ของปีฐาน 2543

ข้อมูลราคาทองคำ London Gold Fixing เป็นข้อมูลของภาคเช้าและภาคบ่ายของทุกวันทำการ แต่เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์รายเดือนดังนั้นข้อมูลที่ได้มาที่ไม่ใช่ข้อมูลรายเดือนจะต้องปรับให้เป็นข้อมูลรายเดือน โดยการหาค่าเฉลี่ยของข้อมูลภาคเช้าและภาคบ่ายทั้งหมดในแต่ละเดือน ส่วนข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐ (BAHTUSD) ใช้ค่าเฉลี่ยของทั้งเดือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สร้างสมการถดถอยโดยวิธี Vector Auto Regression (VAR) โดยแบ่งช่วงเวลาของข้อมูลออกเป็นสองช่วง คือ ปี พศ. 2539 – 2545 และ 2546-2551 และศึกษาสมการถดถอยของช่วงเวลาทั้งหมดคือ 2539 – 2551 โดยใช้วิธีเลือกตัวแปรแบบ Forward Stepwise Selection ใช้ค่า t-statistic เท่ากับ 0.5 สำหรับการเลือกตัวแปรต้นในครั้งนี้ได้รวมเอาตัวแปรต้นทั้ง 11 ตัว ของเดือนปัจจุบันและ 1 เดือนก่อนหน้า และได้รวมตัวแปรของ SET50 ของทั้ง 1 และ 2 เดือนก่อนหน้าไว้ด้วย (Auto Regression) จะได้จำนวนตัวแปรต้นรวมทั้งหมด 24 ตัว

5. ผลการศึกษา

ช่วงเวลาทั้งหมด (ปี พศ. 2539 – 2551)

จากการสร้างสมการทำนายสำหรับช่วงเวลา พศ. 2539 – 2551 จะได้เป็นสมการ 1 ซึ่งมีค่า $R^2=0.987476$

$$\begin{aligned} \text{SET50} = & 0.807264411927 * \text{SET50}(-1) + 0.00523953769999 * \text{NETBUY} \\ & - 0.000928515287695 * \text{NETBUY}(-1) + 4.62528002267 * \text{BAHTUSD} \\ & - 0.00745137960778 * \text{NIK}(-1) + 0.0100009474242 * \text{NIK} - 30.858657284 * \text{INFLA} \\ & + 26.6842024874 * \text{INFLA}(-1) - 579.065110792 + 0.487883842213 * \text{GOLD}(-1) \\ & + 0.000126095868102 * \text{M2} - 28.107425755 * \text{FIX3M} + 0.13708017263 * \text{SET50}(-2) \\ & + 22.8509562612 * \text{FIX3M}(-1) + 0.00303111068184 * \text{HS} + 0.366545024253 * \text{GOLD} \\ & - 2.13544118349 * \text{OIL}(-1) - 0.00010187073907 * \text{M2}(-1) \end{aligned}$$

(1)

แบ่งออกเป็น 2 ช่วงเวลาย่อย (ปี พศ. 2539–2545 และ ปี พศ. 2546-2551)

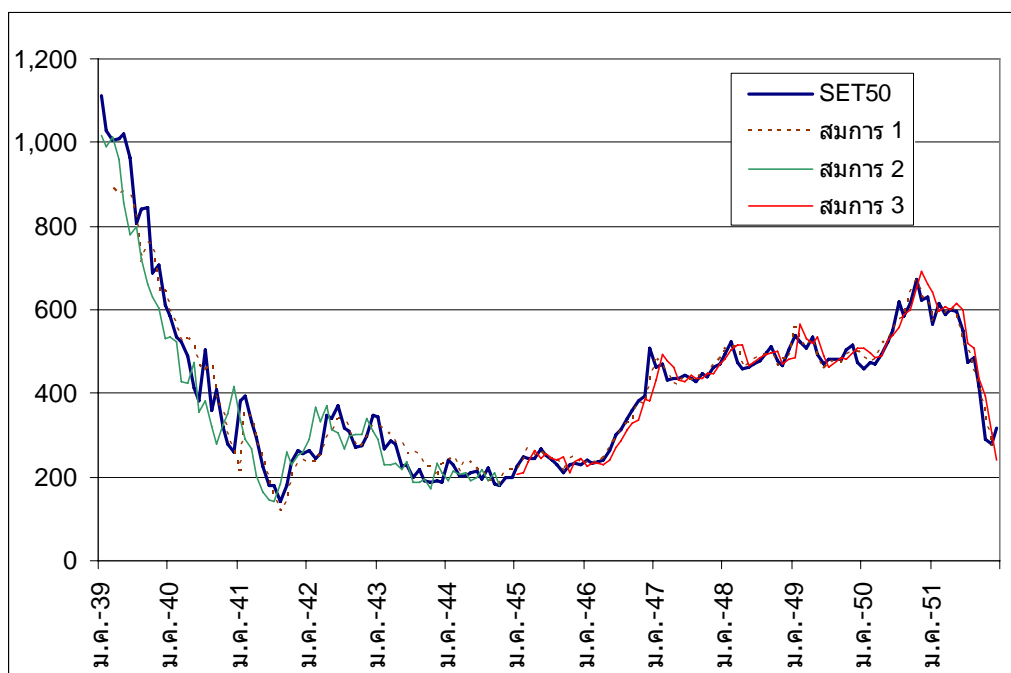
จากการสร้างสมการทำนายสำหรับช่วงเวลา พศ. 2539–2545 และ พศ. 2546-2551 จะได้เป็นสมการ 2 และ 3 ซึ่งมีค่า $R^2 = 0.983381$ และ 0.977831 ตามลำดับ เมื่อนำสมการ 1 2 และ 3 มาเขียนกราฟเปรียบเทียบกับค่าดัชนี SET50 ซึ่งเป็นข้อมูลจริงจะได้ดังในภาพที่ 1

$$\begin{aligned} \text{SET50} = & 0.807264411927 * \text{SET50}(-1) + 0.00523953769999 * \text{NETBUY} \\ & - 0.000928515287695 * \text{NETBUY}(-1) + 4.62528002267 * \text{BAHTUSD} \\ & - 0.00745137960778 * \text{NIK}(-1) + 0.0100009474242 * \text{NIK} - 30.858657284 * \text{INFLA} \\ & + 26.6842024874 * \text{INFLA}(-1) - 579.065110792 + 0.487883842213 * \text{GOLD}(-1) \\ & + 0.000126095868102 * \text{M2} - 28.107425755 * \text{FIX3M} + 0.13708017263 * \text{SET50}(-2) \\ & + 22.8509562612 * \text{FIX3M}(-1) + 0.00303111068184 * \text{HS} + 0.366545024253 * \text{GOLD} \\ & - 2.13544118349 * \text{OIL}(-1) - 0.00010187073907 * \text{M2}(-1) \end{aligned}$$

(2)

$$\begin{aligned} \text{SET50} = & 0.782939020931 * \text{SET50}(-1) + 0.000747062054947 * \text{NETBUY} \\ & - 0.000179473610977 * \text{NETBUY}(-1) + 0.00589985554502 * \text{HS} \\ & - 0.00262374949805 * \text{HS}(-1) + 0.0255791690938 * \text{DOW} - 0.0224011185523 * \text{DOW}(-1) \\ & - 4.0985839801 * \text{FIX3M}(-1) + 2.10341383533 * \text{PII} - 1.22442797298 * \text{OIL}(-1) \\ & + 0.909712004234 * \text{OIL} - 2.25084626534 * \text{BAHTUSD} - 1.02878386298 * \text{PII}(-1) \\ & - 0.0701075408173 * \text{SET50}(-2) \end{aligned}$$

(3)



ภาพที่ 1 กราฟเปรียบเทียบดัชนี SET50 จริง กับค่า SET50 ที่ทำด้วยสมการ 1 2 และ 3

6. อภิปรายผล

จากภาพประกอบ 1 เห็นได้ว่าการแบ่งช่วงเวลออกเป็นสองช่วงคือ สมการ 2 (ช่วงเวลา มค 2539 ถึง ธค 2544) และสมการ 3 (ช่วงเวลา มค 2539 ถึง ธค 2544) นั้น ทำนายได้ไม่ดีเท่ากับสมการ 1 ซึ่งครอบคลุมช่วงเวลาที่ศึกษาทั้งหมด (ช่วงเวลา มค 2539 ถึง ธค 2551) ซึ่งสอดคล้องกับที่ว่าค่า R^2 ของ สมการ 1 ($R^2_{\text{สมการที่ 1}}=0.987476$) มีค่าสูงกว่าค่า R^2 ของทั้งสมการ 2 ($R^2_{\text{สมการที่ 2}}=0.983381$) และ 3 ($R^2_{\text{สมการที่ 3}}=0.977831$)

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2551

8. รายการอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2552. **สรุปสถิติสำคัญของตลาดหลักทรัพย์** [Online]. Available:

http://www.set.or.th/th/market/market_statistics.html

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2552. **เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญ** [Online]. Available:

<http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Indicators/Pages/index.aspx>

บริษัทตลาดอนุพันธ์ (ประเทศไทย) จำกัด(มหาชน). 2550. **SET50 Index Options เคล็ด(ไม่)ลับฉบับเขียน.**

พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

พงศกร แสงวิจิตร. 2547. “ปัจจัยมหภาคที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ในระยะยาวด้วยวิธี Cointegration.”

ภาคนิพนธ์พัฒนาการเศรษฐกิจมหภาค คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

รสรพรรณ สรรพกิจ. 2545. “ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์แยกตามกลุ่มอุตสาหกรรม.”

ภาคนิพนธ์พัฒนาการเศรษฐกิจมหภาค คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริวรรณ พิธิตวงส์เลิศ. 2535. “แบบจำลองเศรษฐกิจ: ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อดัชนีราคาหุ้นตลาด

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดัชนีราคาหุ้นกลุ่มธนาคารพาณิชย์และดัชนีราคาหุ้นกลุ่มบริษัทเงินทุนและหลักทรัพย์.” ภาคนิพนธ์พัฒนาการเศรษฐกิจมหภาค คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน. 2547. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับตราสารอนุพันธ์.** กรุงเทพฯ:ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

สมพงษ์ นุชโย. 2545. “ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาหลักทรัพย์ของไทยกับดัชนีราคาหลักทรัพย์ต่างประเทศ.”

ภาคนิพนธ์พัฒนาการเศรษฐกิจมหภาค คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมศักดิ์ เลหาวิโรภาพ. 2540. “ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์.” ภาคนิพนธ์

พัฒนาการเศรษฐกิจมหภาค คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อรพินธุ์ ชัยรัชชวิทย์. 2535. “ความสัมพันธ์ของดัชนีหลักทรัพย์ไทยกับดัชนีหลักทรัพย์ต่างประเทศ.” ภาคนิพนธ์

พัฒนาการเศรษฐกิจมหภาค คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Oanda. 2007. **Historical Exchange Rates** [Online]. Available: <http://www.oanda.com/currency/historical-rates>

Swivel. 2007. **London Gold Fixings** [Online]. Available: <http://www.swivel.com/workbooks/26624-London-Gold-Fixings>

U.S. Energy Information Administration. 2007. **World Crude Oil Prices** [Online]. Available: http://www.eia.doe.gov/dnav/pet/pet_pri_wco_k_w.htm

Yahoo. 2007. **Yahoo! Finance** [Online]. Available: <http://finance.yahoo.com/>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาแคลคูลัส 1 ของนักศึกษาหลักสูตร
วิศวกรรมศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร
FACTORS INFLUENCING THE ACHIEVEMENT IN CALCULUS I OF
ENGINEERING PROGRAM STUDENTS IN PRIVATE
UNIVERSITIES IN BANGKOK

ธัญกร คำแวง

อาจารย์ประจำหมวดวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์
สำนักวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail: thunyakorn.kh @ spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาแคลคูลัส 1 นักศึกษาหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน พฤติกรรมการเรียน การปรับตัวของนักศึกษา ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน และการบริการของสถานศึกษา ตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เรียนวิชาแคลคูลัส 1 ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2551 จำนวน 360 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามวัดปัจจัยที่ศึกษาแบบมาตรส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว(X_1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์(X_2) พฤติกรรมการเรียน(X_4) การปรับตัวของนักศึกษา(X_5) ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน(X_6) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ เจตคติต่อการเรียน(X_3) และการบริการของสถานศึกษา(X_7)
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ เจตคติต่อการเรียน(X_3) และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์(X_2) เจตคติต่อการเรียน(X_3) ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน(X_6) และการบริการของสถานศึกษา(X_7)
3. สมการที่ใช้ในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ คือ

$$Y' = 2.764 + 0.722X_2 - 0.642 X_3 + 0.633 X_6 - 0.641 X_7$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z' = 0.202Z_2 - 0.127Z_3 + 0.155Z_6 - 0.212Z_7$$

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ความสัมพันธ์ในครอบครัว แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน พฤติกรรมการเรียน การปรับตัวของนักศึกษา ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน การบริการของสถานศึกษา

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the factors toward influencing the achievement in Calculus 1 of engineering program students. Family relations, achievement motivation, learning attitude, learning behavior, self-adjustment, friends relations, and universities' services. Samplings were 360 engineering program students, studying calculus 1 in the first academic year of 2551. The tool of this was scale questionnaires. Data analyzing statistics was frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation, multiple regressions.

The result of this study indicates:

1. The positive influence factors to achievement; family relations (x_1), achievement motivation (x_2), learning behavior(x_4), self- adjustment(x_5), friend relations(x_6).

The negative influence factors to achievement; learning attitude (x_3), universities' services(x_7).

2. Factors influencing were the achievement; achievement motivation(x_2), learning attitude (x_3), friend relationship (x_6), universities' service(x_7).

3. The prediction equation were

$$Y' = 2.764 + 0.722X_2 - 0.642 X_3 + 0.633 X_6 - 0.641 X_7$$

$$Z' = 0.202Z_2 - 0.127Z_3 + 0.155Z_6 - 0.212Z_7$$

KEYWORDS : Factors influencing, Achievement, Family relations, Achievement motivation, Learning attitude, Learning behavior, Self-adjustment, Friends relations, Universities' services

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การศึกษาเป็นกระบวนการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ สร้างเสริมบุคคลให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ในด้านปริมาณ โดยผลิตบุคลากรในแขนงต่างๆ และในด้านคุณภาพ มีการผลิตบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ มีเจตคติที่ดี มีความรับผิดชอบ และปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในยุคที่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประการ คือ องค์ประกอบที่มาจากผู้เรียน และสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับผู้เรียน ส่วนอีกองค์ประกอบหนึ่งมาจากการบริหารการเรียน ซึ่งในการประเมินคุณภาพทางการศึกษา จะประเมินได้จากความสำเร็จ หรือจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน มีนักจิตวิทยาและนักการศึกษาได้ให้ความสนใจ พยายามศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเฉพาะคณิตศาสตร์เป็นวิชาหนึ่งที่จะต้องเรียน เนื่องจากเป็นวิชาที่พัฒนาระบบความคิดของบุคคลอย่างมีเหตุผล ต้องอาศัยข้อเท็จจริง หลักการ วิธีการ

ทฤษฎีและเหตุผลเป็นปัจจัยสำคัญ และยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาความก้าวหน้าของแขนงวิชาต่างๆ ด้วย
คณิตศาสตร์จึงเป็นวิชาที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง จนได้รับการยกย่องว่าเป็นราชินีแห่งศาสตร์ทั้งปวง ซึ่ง ยูพิน พิพิธ
กุล (2539:1) กล่าวว่า “คณิตศาสตร์เป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับความคิด กระบวนการและเหตุผล คณิตศาสตร์ฝึกให้คน
คิดอย่างมีระเบียบ และเป็นรากฐานของวิทยาการหลายๆ สาขา ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์
วิศวกรรมศาสตร์ เป็นต้น ”

คณิตศาสตร์ประยุกต์ มีความสำคัญมากต่อการศึกษาของนักศึกษาในระดับ อุดมศึกษา หลักสูตร
วิศวกรรมศาสตร์ ซึ่งได้กำหนดให้รายวิชาแคลคูลัส 1 เป็นรายวิชากลุ่มพื้นฐานอาชีพ เพื่อมุ่งเน้นให้นักศึกษาคิด
และแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เกิดการพัฒนาศักยภาพ สามารถนำทักษะไปใช้ในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ สามารถ
เชื่อมโยงความรู้เดิม เพื่อพัฒนาให้เกิดองค์ประกอบความรู้ใหม่ สืบเนื่องจากลักษณะของเนื้อหาวิชาแคลคูลัส 1
เป็นนามธรรม มีทฤษฎีและนิยาม ทำให้นักศึกษาจำนวนมากไม่ประสบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ต้องพ้นจากสภาพ
นักศึกษา หรือไม่สำเร็จการศึกษาภายในระยะเวลาที่กำหนด ทำให้เกิดการสูญเปล่าทางการศึกษาในแต่ละปีเป็น
จำนวนมาก

ด้วยสาเหตุข้างต้นผู้วิจัยได้วางกรอบ ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้าประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการ
เรียนวิชาแคลคูลัส 1 ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน พฤติกรรมการ
เรียน การปรับตัวของนักศึกษา ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน และการบริการของสถานศึกษา เนื่องจากผลสัมฤทธิ์
ทางการเรียนในชั้นปีที่ 1 จะเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ ที่จะเชื่อมต่อกับชั้นปีการศึกษาที่สูงขึ้น เพื่อลดปัญหาการสูญ
เปล่าทางการศึกษา และเป็นการพัฒนาคนให้มีโอกาสแสดงความสามารถ นำความรู้ไปประกอบอาชีพได้อย่าง
ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลดีต่อสังคมและประเทศชาติ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว แรงจูงใจใฝ่
สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน พฤติกรรมการเรียน การปรับตัวของนักศึกษา ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน และการ
บริการของสถานศึกษา

2.2 เพื่อศึกษาหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

2.3 เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยทางความสัมพันธ์ในครอบครัว แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน พฤติกรรมการเรียน
การปรับตัวของนักศึกษา ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน และการบริการของสถานศึกษา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาแคลคูลัส 1

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 ทำให้ทราบปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพื่อจะนำมาประกอบการพิจารณา
ส่งเสริม เพื่อให้การเรียนการสอนดียิ่งขึ้น

4.2 เป็นแนวทางให้อาจารย์ผู้สอน เข้าใจปัญหาการเรียนการสอน ซึ่งจะเป็แนวทางในการหาวิธีช่วยเหลือ นักศึกษาอย่างเหมาะสม

4.3 เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย ผู้ปกครอง และนักศึกษาที่ได้ทราบปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งจะเป็แนวทางให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้ช่วยกันปรับปรุง แก้ไข และหรือส่งเสริมเพื่อให้เกิดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4.4 เป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในวิชาอื่นๆ ต่อไป

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ประชากร การศึกษาในครั้งนี้ กำหนดกลุ่มประชากรเป็นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนวิชาแคลคูลัส 1 ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2552 ประกอบด้วย หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ 3 ปี และหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ 4 ปี สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยสยาม และมหาวิทยาลัยศรีปทุม

5.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย เป็นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น 2 มิติ (Two stage stratified random sampling) โดยใช้หลักสูตรและสถาบันเป็นชั้น (Strata) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณตามสูตรของยามานะ (Yamane) จำนวนทั้งสิ้น 360 คน

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม มี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา คะแนนเฉลี่ยสะสม แผนกหรือสาขาที่กำลังศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน พฤติกรรมการเรียน การปรับตัวของนักศึกษา ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน และการบริการของสถานศึกษา เป็แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

7.1 สำนักวิจัยมหาวิทยาลัยศรีปทุม ทำหนังสือถึงสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย เพื่อขอความอนุเคราะห์ออกหนังสือขอความร่วมมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ถึงอธิการบดีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

7.2 ดำเนินการส่งแบบสอบถาม ไปยังสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ผู้วิจัยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ และขอให้แต่ละสถาบันส่งกลับคืน หรือรับคืนด้วยตนเอง

7.3 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามและแปลข้อมูลที่ได้เป็ผลการวิจัย

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จะนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติที่ใช้ศึกษา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การถดถอยพหุคูณ

9. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 พบว่า

1) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว (X_1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X_2) พฤติกรรมการเรียน (X_4) การปรับตัวของนักศึกษา (X_5) และความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน (X_6)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ เจตคติต่อการเรียน (X_3) และการบริการของสถานศึกษา (X_7)

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อคัดเลือกปัจจัยที่ดีที่สุด พบว่ามี 4 ปัจจัย ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X_2) เจตคติต่อการเรียน (X_3) ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน (X_6) และการบริการของสถานศึกษา (X_7) สามารถพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 9.1

3) สมการที่ใช้ในการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 ในรูปคะแนนดิบ

$$Y' = 2.764 + 0.722X_2 - 0.642X_3 + 0.633X_6 - 0.641X_7$$

สมการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาแคลคูลัส 1 ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z' = 0.202Z_2 - 0.127Z_3 + 0.155Z_6 - 0.212Z_7$$

10. การอภิปรายผลการวิจัย

10.1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ ความสัมพันธ์ในครอบครัว (X_1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X_2) พฤติกรรมการเรียน (X_4) การปรับตัวของนักศึกษา (X_5) และความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน (X_6)

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ได้แก่ เจตคติต่อการเรียน (X_3) และการบริการของสถานศึกษา (X_7)

10.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่ามีเพียง 4 ปัจจัย คือ

10.2.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (X_2) มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมากที่สุด เนื่องจากแรงจูงใจมีส่วนสัมพันธ์ในการกระตุ้นให้บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงย่อมมีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จมาก ซึ่งสอดคล้องกับ สุราง โคว์ตระกูล (อ้างใน ผดุงวิทย์ ดิษฐเจริญ, 2549:20)

ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะชอบเสี่ยงและชอบทำงานที่มีลักษณะท้าทายความสามารถ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน มีความรับผิดชอบในตนเอง

10.2.2 เจตคติต่อการเรียน(X_3) เป็นความรู้สึกรักของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอน วิชาแคลคูลัส 1 ในทางที่ไม่ชอบ ไม่เห็นด้วยหรือคัดค้าน ซึ่งสอดคล้องกับ พนิตา จันทรา (2543:15) กล่าวว่า เจตคติเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคล หรือสถานการณ์ต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ แล้วส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้น ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง อาจจะเป็นไปในทางสนับสนุน หรือคัดค้าน พอใจหรือไม่พอใจ

10.2.3 ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน(X_6) นักศึกษาเป็นวัยที่จะเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ใหญ่ ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ในสถานศึกษา จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับกลุ่มเพื่อน โดยกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการทางความรู้ ทักษะคิด บุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ในการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันทางด้านการเรียน ยิ่งทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น สอดคล้องกับ ประยูร ศรีสังข์ชนกุล (อ้างในเสาวภาคย์ วัฒนวิเชียร และธิดารัตน์ โชคสุชาติ, 2546:90) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นอกเหนือจากสภาพทางสังคม และปัจจัยด้านการจัดกิจกรรม เช่น เลือกเรียนตามเพื่อนฝูง ติดเพื่อน

10.2.4 การบริการของสถานศึกษา(X_7) เป็นสิ่งเอื้ออำนวยประโยชน์ทางการศึกษา ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน สถานศึกษาควรมีการบริการในทุกๆ ด้านตามความเหมาะสม สอดคล้องกับ ประยูร ศรีสังข์ชนกุล (อ้างใน เสาวภาคย์ วัฒนวิเชียร และ ธิดารัตน์ โชคสุชาติ, 2546:90) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมในสถาบัน เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน นอกเหนือจากสภาพทางสังคม และปัจจัยด้านการจัดกิจกรรม

10.3 ตัวพยากรณ์ที่ดีที่สุด ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์(X_2) เจตคติต่อการเรียน(X_3) ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน(X_6) และการบริการของสถานศึกษา(X_7)

สมการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรูปคะแนนดิบ

$$Y' = 2.764 + 0.722X_2 - 0.642X_3 + 0.633X_6 - 0.641X_7$$

สมการพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z' = 0.202Z_2 - 0.127Z_3 + 0.155Z_6 - 0.212Z_7$$

11. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สำคัญ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่อการเรียน ความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน และการบริการของสถานศึกษา ดังนั้น ควรดำเนินการดังต่อไปนี้

1) ควรช่วยเหลือและส่งเสริม ให้นักศึกษาประสบผลสำเร็จทางการเรียน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย คือ ตัวนักศึกษา ผู้ปกครองและทางสถาบันการศึกษาควรร่วมมือกัน ควรจัดแนะแนวการศึกษา วิธีศึกษา การแบ่งเวลาในการเรียนให้เหมาะสม การปรับตัวให้เข้ากับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา

2) อาจารย์ผู้สอน ควรมีการเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษามีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี เรียนอย่างประสบผลสำเร็จ ลดความวิตกกังวล

3) อาจารย์ผู้สอน ควรหาวิธีโน้มน้าว แนะนำ ให้นักศึกษาเปลี่ยนเจตคติที่ไม่ดีให้น้อยลง เห็นความสำคัญ และประโยชน์ของคุณค่าทางเนื้อหา ที่จะนำไปประยุกต์ใช้และสัมพันธ์กับวิชาอื่นๆ พร้อมทั้งอาจารย์ผู้สอนควรปรับปรุง และพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับแบบการเรียน ความถนัด และพื้นฐานประสบการณ์เดิมของนักศึกษา

4) มหาวิทยาลัยและคณะ ควรจัดชมรมชม โครงการ/กิจกรรม พร้อมสถานที่ให้นักศึกษามีโอกาสพบปะ แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์ เพื่อเพิ่มความสัมพันธ์ที่ดีอันจะส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนซึ่งกัน และกัน

5) มหาวิทยาลัยและคณะ ส่งเสริมและสนับสนุน การจัดการเรียนการสอนให้เกิดประโยชน์สูงสุด บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมภายในหรือนอกห้องเรียน อุปกรณ์และสื่อการเรียนการสอน ห้องสมุดควรมีหนังสือ มากพอ ที่จะให้นักศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

12. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ดร.รัชนีพร พุคยาภรณ์ พุกกะมาน อธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้อนุมัติ ทุนอุดหนุนการวิจัยสำหรับบุคลากรภายใน รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจนา ดินทรตันศิริกุล ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ คำปรึกษา แนะนำ และประสานและคณะกรรมการพัฒนางานวิจัย ที่ได้ช่วยเหลือ และประสานงานในด้านต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

13. รายการอ้างอิง

- คำริ บุญชู. 2543. “เรียนร่วมกัน รู้ร่วมกันการเรียนรู้ร่วมกับบุคคลอื่นๆ.” *วิชาการ*. 5, 11: 68-72.
- ทรายทอง พวงสันเทียะ. 2542. “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชา แคลคูลัส 1 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.” *วิทยานิพนธ์ ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- ผดุงวิทย์ คิชฐเจริญ. 2549. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา สาขาวิชาไฟฟ้ากำลังระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ อาชีวศึกษา จังหวัดเพชรบูรณ์ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.” *วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี*.
- พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. 2540. *จิตวิทยาครอบครัว*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มาลี จุฑา. 2542. *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- ยุพิน พิพิธกุล. 2539. *การเรียนการสอนคณิตศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ระวีวรรณ กาโศดา. 2549. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*.
- สุวิทย์ มูลคำ และ อรทัย มูลคำ. 2544. *เรียนรู้สู่ครูมืออาชีพ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.

เสาวภาคย์ วัฒนวิเชียร และธิดารัตน์ โชคสุชาติ. 2546. “การวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคปกติ ปีการศึกษา 2544 สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

Pratt, David. 1994. **Curriculum Planning: A Handbook for Professionals**. Florida: Harcourt Brace College.

Roger Danley, Raymond. 1983. “A Study of Relationship between Environments and Student Achievement. Dissertation Abstracts international.” 43: 3795 – A.

**ปัญหาทางกฎหมายในการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ
ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550**

**PROBLEMS ON THE EXERTION OF THE AUTHORITIES POWER ARISEN
FROM THE ENFORCEMENT OF THE COMPUTER CRIME ACT B.E.2550**

นฤพร มหาแดง

อาจารย์ประจำ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : naruporn.ma@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัญหาทางกฎหมายในการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงปัญหาในทางกฎหมาย รวมถึงปัญหาในทางปฏิบัติในการใช้กฎหมายของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 โดยศึกษาถึงลักษณะการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พนักงานเจ้าหน้าที่ โดยศึกษาเปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความชัดเจนและความเข้าใจมากขึ้น ในเรื่องของฐานความผิด บทบาทอำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ และในเรื่องของพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

อำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 นี้ มีลักษณะที่แตกต่างจากพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายอื่น โดยกฎหมายมุ่งคุ้มครองประโยชน์สูงสุดในเรื่องของสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการแสดงความคิดเห็น รวมถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ในบางกรณีจึงถูกควบคุม ตรวจสอบการใช้อำนาจจากหน่วยงานอื่น เช่น เรื่องขออำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ไม่ต้องขออนุญาตศาลตามพระราชบัญญัติฯ มาตรา 18(1) (2) และ (3) เจ้าพนักงานสามารถใช้อำนาจในการสอบถาม เรียกบุคคล ขอข้อมูลที่ผู้ให้บริการเก็บไว้ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากศาล ตามความในมาตรา18(3) อ้างถึง มาตรา 26 กำหนดให้ผู้บริการต้องเก็บข้อมูลย้อนหลัง 90 วัน และเจ้าพนักงานก็เรียกตรวจสอบได้ทันทีโดยไม่ต้องขออนุญาตจากศาล ซึ่งเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ให้บริการ ซึ่งอาจจะต้องปรับกฎหมายหรือกระจายภาระในการจัดเก็บข้อมูลไปให้แก่หน่วยงานย่อยๆ เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบของหน่วยงานต่างๆ ที่มีความใกล้ชิดกับผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ไม่เหมาะสม

ในทางปฏิบัติ พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 นั้นประสบปัญหาต่อการใช้อำนาจในกรณีที่ต้องขออนุญาตจากศาล อีกทั้งความรับผิดชอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งต้องรับผิดชอบแม้กระทั่งทำให้กรณีที่ทำให้ข้อมูลถูกเปิดเผยโดยประมาท และปัญหาในเรื่องการประสานงานระหว่างของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฯกับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ปัญหาเหล่านี้ จากการศึกษาวิจัยข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปรับปรุง ดังนี้

1. แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 ในกรณีของการทำสำเนาข้อมูลของคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 18(4) อาจกระทำได้สำหรับกรณีที่จำเป็นเร่งด่วนหรือ เกรงว่าผู้ต้องหาหรือพยานบุคคลอาจไปยุ่งเหยิงกับพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำ สำเนาได้โดยไม่ต้องขออนุญาตศาล

2. แก้ไขเพิ่มเติมมาตรา 23 ในเรื่องความรับผิดชอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่อาจต้องรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติฯ แม้กระทำได้โดยประมาณในกรณีที่เปิดเผยข้อมูลที่ได้รับตามมาตรา 18

3. สร้างความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องการประสานงานระหว่างพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 กับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบ ในเรื่องของคดีการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

คำสำคัญ : การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ อำนาจ พนักงานเจ้าหน้าที่

ABSTRACT

This research, entitled Legal on Use of Authoritative Officers under Computer Crime Act B.E. 2550, aims to identify legal problems of officers undertaking under the Act, and conducts on comparative study between Thai and foreign laws in order to clarify and make the information more understandable in terms of guilt, role and power of authority of relevant competent officials, and witness and evidence regarding the computer crime.

The use of powers of authoritative officers under the Act is differentiated from others laws. This Act aims to protect right and freedom of expression including right to receive information. Authoritative agencies are sometime examined by other authorities, For example, Section 18(1), (2) and (3), empower relevant officers to investigate and call upon a person, including receiving information from service providers without court's order. According to Section 18(3), refer to Section 26, provides that service providers have to keep 90-day information and that the officer can call upon to examine without court's order, this increases burdens to service providers, and consequently affect other authoritative departments to adjust their rules and procedures or to be users.

Practically, relevant competent officers under the Act are facing problems of authority in case they have to file a petition to a court, such as, in case they would exercise their power of authority according to Section 18(4)-(8). As well, officials will need to be responsible even for any case that information may be carelessly revealed and for problems of coordination between interrogative officers under responsible to collect data to the Criminal Procedure Code and themselves. Therefore, the suggestions are as follow:

1. To revise Section 19 of the Act: backing up computer information, according to Section 18(4) may be conducted if necessary, urgent, or possible that suspects or witnesses would interrupt related evidence. An official is entitled to copy such information without court's order.

2. To revise Section 23, regarding responsibility of officers under the Act negligently reveal information received in accordance with Section 18.

3. Provide information and understanding in regard to cooperation between relevant officers under the Act and other interrogative officers responsible to computer crime case.

KEYWORDS : Computer Crime, Authority, Officers

1. บทนำ

ในปัจจุบัน โลกเครือข่ายในยุคไร้พรมแดนนั้น มีบทบาทสำคัญและมีส่วนเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรม การติดต่อสื่อสาร ค้นหาหาข้อมูล รวมถึงใช้เป็นฐานเก็บข้อมูลสำคัญต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อยุคโลกาภิวัตน์ เมื่อการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งเป็น เครือข่ายนานาชาติ ที่เกิดจากเครือข่ายเล็กๆ มากมาย รวมเป็นเครือข่ายเดียวกันทั้งโลก หรือทั้งจักรวาลมีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน สภาวะโลกที่ไร้พรมแดนอันมีผลกระทบต่อประเด็นเขตอำนาจการบังคับกฎหมายอย่างสำคัญ เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น (Free Speech หรือ Free Opinion) เป็นสิ่งจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย และเป็นสิ่งที่หลายคนยอมเสียเลือดเนื้อเพื่อแลกมาซึ่งสิทธิดังกล่าว ยิ่งเข้าสู่ยุคแห่งอินเทอร์เน็ต ยุคที่ไร้พรมแดนกั้นระหว่างชนชาติต่างๆ Free Speech ก็ยังมีบทบาทเพิ่มมากยิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ ด้วยความที่อินเทอร์เน็ต เป็นพื้นที่แห่งเสรีภาพซึ่งตรวจสอบได้ยาก และเป็นโลกเสมือนจริง ผู้คน และตัวตนในสังคมอินเทอร์เน็ตจึงมีลักษณะเป็นบุคคลเสมือนจริงตามไปด้วย ตามปกติแล้ว คนใช้อินเทอร์เน็ตกว่าร้อยละ 90 มักนิยมใช้นามแฝง หรือนามปากกา (Pseudonym) หรือ ไม่ก็ เป็นบุคคลไร้ชื่อ หรือ เป็นนายนิรนาม (Anonym) เพื่อการแสดงความคิดเห็นต่อกัน ทั้งนี้เพื่อไม่แสดงให้ใครต่อใครรู้ว่าเขาเป็นใครในโลกจริง ๆ เมื่อเป็นพื้นที่แห่งเสรีที่ตรวจสอบได้ยาก ดังนั้น ในการแสดงความคิดเห็นของบุคคลในโลกที่ไร้พรมแดนนี้ มักจะ ตรงไปตรงมา และมีประเด็นที่ร้อนแรงกว่า การแสดงความคิดเห็นทางกายภาพ ขณะเดียวกัน ก็เป็นช่องทางให้บุคคลซึ่งไม่สุจริตใช้อินเทอร์เน็ตในการประกอบอาชญากรรมหรือใช้ในการกระทำความผิดได้ง่ายเช่นเดียวกัน ดังนั้น ไม่ว่า สิทธิและเสรีภาพในการนำเสนอข้อมูลหรือรูปภาพ การแสดงความคิดเห็นหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูล การติดต่อสื่อสาร ย่อมต้องมีขอบเขตจำกัดดังเช่น โลกทางกายภาพ เมื่อใด สิทธิในการแสดงความคิดเห็นดังกล่าว เป็นเรื่องที่มีมากเกินไป และสมควรจะถูกควบคุม “รัฐ” ซึ่งหมายความถึง “พนักงานเจ้าหน้าที่” ผู้มีอำนาจกระทำการตามกฎหมาย จึงเข้ามาจัดการ ควบคุม การแสดงออกดังกล่าว

เมื่อรัฐมี “อำนาจ” ตามบทบัญญัติของกฎหมายในการควบคุมการใช้ การกระทำ การแสดงออก ของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นผู้กระทำหรือใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ให้บริการ หรือผู้ประกอบการธุรกิจในวงการดังกล่าวจึงจำเป็นต้องศึกษากฎหมายการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ รวมถึงอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้มีความสัมพันธ์และมีอำนาจกระทำการตามกฎหมาย ในขณะที่เดียวกันการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องต้องกระทำการภายในขอบเขตที่กฎหมายได้บัญญัติไว้เช่นเดียวกัน

สำหรับประเทศไทย ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนั้นพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ความนิยมของผู้คนในสังคมในการเข้าสู่การเป็นประชากร ในโลกที่ไร้พรมแดน (Cyber Space) นี้มีมากขึ้น และขยายวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ

นั่นหมายถึงปัญหาต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นมา ดังเช่น โลกทางกายภาพ ก็ย่อมติดตามมาด้วยเช่นกัน เมื่อกฎหมายอาญาที่ใช้เฉพาะบังคับและลงโทษการกระทำความผิดโดยกายภาพ ไม่อาจมีหลักครอบคลุมไปถึงการกระทำความผิดในโลกที่ไร้พรมแดน (Cyber Space) ได้ เนื่องจากในปัจจุบันระบบคอมพิวเตอร์ได้เป็นส่วนสำคัญของการประกอบกิจการและการดำรงชีวิตของมนุษย์ หากมีผู้กระทำด้วยประการใด ๆ ให้ระบบคอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำงานตามคำสั่งที่กำหนดไว้หรือทำให้การทำงานผิดพลาดไปจากคำสั่งที่กำหนดไว้ หรือใช้วิธีการใด ๆ เข้าล่วงรู้ข้อมูลแก้ไข หรือทำลายข้อมูลของบุคคลอื่นในระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ หรือใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จหรือมีลักษณะอันลามกอนาจาร ย่อมก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน สมควรกำหนดมาตรการเพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดดังกล่าว จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ขึ้นมาในปี พ.ศ.2550 ซึ่งในหลักกฎหมายการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ มีรายละเอียดอยู่ 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นส่วนของการกระทำความผิด และส่วนที่สองคือเรื่องพนักงานเจ้าหน้าที่

พระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 รวมถึงประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในเรื่องหลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าว กฎหมายได้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ รวมถึงเงื่อนไขการใช้อำนาจต่างๆ แม้ส่วนใหญ่ การใช้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่จะต้องขออนุญาตศาลก่อนก็ตาม แต่ยังมีกฎหมายบางมาตรา เปิดโอกาสให้พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถใช้อำนาจได้โดยไม่ต้องขออนุญาตศาลก่อน เช่น กรณีในการเรียกข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์จากผู้ให้บริการเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หรือจากบุคคลผู้เกี่ยวข้องตามหลัก มาตรา 19(2) ซึ่งในกรณีดังกล่าวถือเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวหรือสิทธิส่วนบุคคล เพราะเป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ปัญหาดุลพินิจหรืออำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ ความเป็นกลางในการทำหน้าที่ แม้การใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่จะถูกจำกัดไว้อย่างเข้มงวด และอาจต้องรับผิดชอบในกรณีที่ประมาท รวมถึงกระบวนการตรวจสอบการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ เพื่อป้องกันการใช้อำนาจโดยมิชอบก็ตาม แต่บทบัญญัติในบางมาตราที่ยังคลุมเครือและไม่ชัดเจนนั้น อาจก่อให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติได้ ดังเช่นกรณีการเข้าถึงข้อมูลของพนักงานเจ้าหน้าที่โดยไม่ต้องขออนุญาตศาลตามมาตรา 18 “....ในกรณีที่มิเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดอย่างหนึ่งอย่างใด.....” กรณี “เหตุอันควรเชื่อ” นั้น เราจะใช้มาตรฐานหรือหลักเกณฑ์เป็นสิ่งที่

ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ ปัญหาขอบเขตการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฯ โดยพนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจขอข้อมูลจากผู้ให้บริการได้ ตามมาตรา 18 (1)-(3) โดยไม่ต้องขออนุญาตศาล ส่วนการทำสำเนาข้อมูล สั่งให้ส่งมอบอุปกรณ์ เข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่น ถอดรหัสข้อมูล การยึดอายัด ตามมาตรา 18 (4)-(8) ต้องขออนุญาตศาล และมาตรา 21 ห้ามมิให้เจ้าพนักงานเปิดเผยข้อมูลที่ได้ตามมาตรา 18 ยกเว้นเพื่อประโยชน์ในการดำเนินคดีตามพระราชบัญญัตินี้ โดยมีกำหนดโทษต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ทั้งการกระทำความผิดโดยเจตนาและการกระทำความผิดโดยประมาท

ดังนั้นในคดีที่เกี่ยวข้องกับคดีอาญาทั่วไป เช่น จำหน่ายยาเสพติด การพนัน จ้างวานฆ่า เป็นต้น แม้ว่าตรวจสอบพบก็ไม่สามารถเปิดเผยเพื่อขยายผลได้ หากจำเป็น ต้องร้องขอต่อศาลให้อนุญาตก่อนเท่านั้น

การใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ประกอบกับกฎหมายอื่นๆ เช่น ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มาตรา 29 วางหลักไว้ว่า “ในการปฏิบัติหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่เป็นพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มีอำนาจในการสืบสวนสอบสวน เฉพาะความผิดตามพระราชบัญญัตินี้” ดังนั้น พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ จะมีอำนาจเช่นเดียวกับ พนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา กล่าวคือ มีอำนาจในการรับคำร้องทุกข์ ตลอดจนมีอำนาจในการสืบสวนสอบสวนเฉพาะความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550

ส่วนการจับ ควบคุม คั่น การทำสำนวน พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มาตรา 29 วรรคสอง “ในการจับ ควบคุม คั่น การทำสำนวนสอบสวนและดำเนินคดีผู้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ บรรดาที่เป็นอำนาจของพนักงานฝ่ายปกครองหรือตำรวจชั้นผู้ใหญ่ หรือพนักงานสอบสวน ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ประสานงานกับพนักงานสอบสวน ผู้รับผิดชอบเพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป” ดังนั้น คดีที่เกี่ยวข้องกับคดีอาญาทั่วไป พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติจะไม่สามารถดำเนินคดีได้

ด้วยความสำคัญและที่มำดังกล่าวข้างต้น จึงจำเป็นและสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ถึงตัวบทกฎหมายในเรื่องขอบเขตการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่(มีปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาข้อกฎหมาย ความรู้ความเข้าใจข้อกฎหมายรวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานสืบสวน สอบสวน การประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การประสานงานระหว่างพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัตินี้ กับพนักงานสืบสวน สอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ซึ่งการใช้อำนาจอาจกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ว่ามีสภาพปัญหา รวมถึงช่องว่างของกฎหมายในการใช้อำนาจดังกล่าว และการกระทำที่กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชน ซึ่งเป็นสิทธิขั้นพื้นฐาน(Basic Rights or Fundamental Rights) ของประชาชนที่จะต้องได้รับการรับรอง จากรัฐ ดังเช่น สิทธิในการพูด การเขียนและการแสดงความคิดเห็น นั้นขัดต่อบทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 หรือไม่ และจะมีมาตรการอย่างไรในการกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการจะควบคุม และตรวจสอบการใช้สิทธิเสรีภาพของประชาชนที่เกินขอบเขตและกระทบต่อชื่อเสียง เกียรติยศของบุคคลอื่น ยังกระทบถึงข้อมูลส่วนบุคคล ที่ถูกเก็บไว้ในระบบคอมพิวเตอร์อีกด้วย ดังนั้น เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอแนะแนวทางแก้ไข ปรับปรุง พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าว ให้ถูกต้อง เหมาะสม สร้างคุณภาพและความเป็นธรรมให้แก่ผู้เสียหาย หรือผู้ใช้บริการ อีกทั้งสังคมโดยรวมสืบไป

2. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 หลักพื้นฐานเกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพ

- 1) แนวคิดหลักนิติรัฐ
- 2) ความหมายสิทธิและเสรีภาพ
- 3) แนวคิดและความหมายของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

4) ความหมายของสิทธิมนุษยชน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอาชญากรรม

- 1) ความสัมพันธ์ระหว่างกฎหมายกับสังคม
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดความผิดทางอาญาที่เหมาะสม
- 4) ทฤษฎีการลงโทษและการทบทวนความเหมาะสมของมาตรการลงโทษ

2.4 หลักสิทธิส่วนบุคคล

- 1) สิทธิส่วนบุคคลตามกฎหมายไทย
- 2) สิทธิส่วนบุคคลตามกฎหมายสหรัฐอเมริกา
- 3) สิทธิส่วนบุคคลตามกฎหมายอังกฤษ

2.5 หลักเกณฑ์ที่สำคัญเกี่ยวกับอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์

- 1) ความหมายของอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์
- 2) ลักษณะของอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์
- 3) ความเสียหายของอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจของรัฐโดยผ่านพนักงานเจ้าหน้าที่ ในการปราบปรามผู้กระทำความผิดในการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

2. เพื่อศึกษาลักษณะการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หรืออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ และการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการค้นหาผู้กระทำความผิด พยานหลักฐาน ต่างจากการกระทำความผิดตามกฎหมายอาญาทั่วไป

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบหลักเกณฑ์ของกฎหมายต่างๆ ในประเทศไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวกับกลไกการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ ได้แก่ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาและ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 เป็นต้น

4. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงปัญหาข้อกฎหมาย อุปสรรคตลอดจนถึงผลกระทบจากการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550

5. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไขปัญหากฎหมาย และอุปสรรคในการดำเนินการที่เหมาะสม

4. วิธีการดำเนินวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม ใช้เวลานับว่าหาข้อมูลเพิ่มเติมและทบทวน 3 เดือน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร โดยตีความเอกสารและนำข้อมูลมาเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ และเขียนรายงานวิจัย บทที่ 1 -4 โดยใช้เวลา 1 ปี โดยขอคำแนะนำที่ปรึกษางานวิจัยอย่างสม่ำเสมอ สุดท้ายสรุปผลพร้อมจัดทำตัวเล่มฉบับสมบูรณ์ เขียนบทที่ 5 บทสรุป ส่งให้ที่ปรึกษางานวิจัยพิจารณา ก่อนจัดทำตัวเล่มฉบับสมบูรณ์

5. สรุปการดำเนินงานวิจัย

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลและบทวิเคราะห์ทั้งหมดที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ว่าปัญหาข้อกฎหมายในการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฯ มีดังต่อไปนี้

1. ปัญหาในเรื่องขอบอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ไม่ต้องขออนุญาตศาล

ตามพระราชบัญญัติการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มาตรา 18(1) (2) และ

(3) เจ้าพนักงานสามารถใช้อำนาจในการสอบถาม เรียกบุคคล ขอข้อมูลที่ผู้ให้บริการเก็บไว้ได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากศาล ตามความในมาตรา18(3) อ้างถึง มาตรา 26 กำหนดให้ผู้บริการต้องเก็บข้อมูลย้อนหลัง 90 วัน และเจ้าพนักงานก็เรียกตรวจสอบได้ทันทีโดยไม่ต้องขออนุญาตจากศาล ซึ่งเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ให้บริการเป็นอันมาก เช่น มหาวิทยาลัย ต้องจัดเก็บข้อมูลของทุกองค์กรย่อยๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแล เพื่อเป็นหลักฐาน เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของรัฐอาจเรียกเอาข้อมูลเมื่อใดก็ได้ อาจจะต้องปรับกฎหมายหรือกระจายภาระในการจัดเก็บข้อมูลไปให้แก่หน่วยงานย่อยๆ เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบของหน่วยงานต่างๆ ที่มีความใกล้ชิดกับผู้ที่ใช้คอมพิวเตอร์ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ยังเห็นว่ากระตามกฎหมายข้อนี้นี้มีมาก อาจต้องให้ศาลเข้ามาเป็นผู้พิจารณาว่าเจ้าหน้าที่จะขอข้อมูลได้มากน้อยเพียงใดด้วย

สำหรับอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ไม่ต้องขออนุญาตศาลนั้น ในการรวบรวมพยานหลักฐานสำหรับการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งอำนาจเหล่านี้มีค่อนข้างจำกัด และต้องใช้ระยะเวลาในการรวบรวมพยานหลักฐาน อีกทั้งพยานหลักฐานของการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์นั้น มีลักษณะที่แตกต่างจากการกระทำความผิดอาญาทั่วไป ซึ่งผู้กระทำความผิดที่มีความชำนาญ มักจะปกปิดคุณลักษณะ (Identity) ของตนเอง และตำรวจก็มีข้อจำกัดตามกฎหมายในการเข้าไปตรวจสอบเครือข่ายคอมพิวเตอร์คือได้แค่เรียกให้ผู้ให้บริการนั้นส่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้กระทำความผิด จึงเป็นลักษณะขอความร่วมมือจากผู้ให้บริการ อีกทั้งการรวบรวมพยานหลักฐานในบางขั้นตอน เช่น การทำสำเนาข้อมูลทางคอมพิวเตอร์นั้น พนักงานเจ้าหน้าที่จะต้องขออนุญาตจากศาลก่อน ซึ่งขั้นตอนและกระบวนการขอยกขออนุญาตจากศาลนั้น ย่อมต้องใช้เวลา อาจทำให้การทำงานในเรื่องการรวบรวมพยานหลักฐานนั้นขาดความต่อเนื่อง

2. ปัญหาในเรื่องขอบเขตอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ต้องขออนุญาตศาล

จากการศึกษาได้พบว่า ในทางปฏิบัติ พนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฯ ด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 นั้นประสบปัญหาต่อการใช้อำนาจในกรณีที่ต้องขออนุญาตจากศาล ซึ่งได้แก่ในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่จะใช้อำนาจ ตามมาตรา 18(4) – (8) ได้แก่ การทำสำเนาข้อมูล ส่งให้ส่งมอบอุปกรณ์เข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ของผู้อื่น ถอดรหัสข้อมูล การยึดอายัด เนื่องจากขั้นตอนการทำงานบางครั้งอาจมีความล่าช้า ทั้งนี้ การยื่นคำร้องนั้น พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องระบุ “เหตุอันควรเชื่อ” ได้ว่าบุคคลใดกระทำหรือกำลังจะกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใดอันเป็นความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ เหตุที่ต้องใช้อำนาจ ลักษณะของการกระทำความผิด รายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการกระทำความผิดและผู้กระทำความผิด เท่าที่สามารถจะระบุได้ ประกอบคำร้องด้วยในการพิจารณาคำร้องให้ศาลพิจารณาคำร้องดังกล่าวโดยเร็ว อีกทั้งศาลยังต้องใช้ระยะเวลาในการพิจารณาเพื่ออนุญาตหรือไม่อนุญาต ตามคำขอ อีกทั้งคดีที่เกี่ยวกับการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์นั้น ผู้พิพากษาที่มิได้มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านนี้มาก่อน อาจต้องอาศัยระยะเวลาในการทำความเข้าใจ ซึ่งอาจ

ไม่สอดคล้องกับหลักการที่คดีลักษณะเหล่านี้ต้องกระทำด้วยความรวดเร็ว โดยเฉพาะอำนาจศาลในการมีคำสั่งให้ระงับการทำให้แพร่หลายซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือการบล็อกเว็บไซต์ ตามมาตรา 20 ซึ่งเป็นการกระทำความผิดที่ตามพระราชบัญญัติฯ ที่กระทบต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร หรือที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรม พะระบาดและกระทบความรู้สึกร่วมของคนในสังคมเป็นอย่างมาก และในการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่หรือศาลในกรณีดังกล่าวนั้น อาจทำให้มองได้ว่า มาตรการของรัฐในกรณีดังกล่าวทำให้สิทธิและเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนลดน้อยลง ซึ่งจากปัญหาอุปสรรคเหล่านี้เอง ที่ทำให้การดำเนินการในกรณีดังกล่าว เป็นไปด้วยความล่าช้า ซึ่งในกฎหมายอื่นๆ ไม่มีมาตรการควบคุมการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ในลักษณะเดียวกับกฎหมายนี้ ดังนั้นกฎหมายต้องการสร้างกลไกให้เจ้าหน้าที่ของรัฐมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ หรืออาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ที่มีความรุนแรงมีผลกระทบต่อความมั่นคง เศรษฐกิจซึ่งต้องคำนึงประโยชน์ของสาธารณะชนด้วย

3. ปัญหาเรื่องความรับผิดชอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

พนักงานเจ้าหน้าที่อาจต้องรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติฯ แม้กระทำโดยประมาทในกรณีที่เปิดเผยมูลที่ ได้รับตามมาตรา 18 ซึ่งจะเป็นปัญหาในทางปฏิบัติสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติฯ เนื่องจากพนักงานเจ้าหน้าที่ไม่กล้าสืบพยานหลักฐานได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งคดีการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์นั้น ส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงกับความผิดตามกฎหมายอื่นด้วย

4. ปัญหาในเรื่องการประสานงานของพนักงานเจ้าหน้าที่

ปัญหาที่พบในทางปฏิบัติ คือ การที่พนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบนั้น ขาดความรู้ และความเข้าใจในกฎหมายเกี่ยวกับการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งบางครั้งมีความเกี่ยวเนื่องกับการกระทำความผิดตามกฎหมายอาญาทั่วไป อีกทั้ง พนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบซึ่งเป็นเจ้าพนักงานตำรวจในสถานีตำรวจนั้น ยังไม่ทราบวิธีการปฏิบัติ หรือการประสานงาน ไปยังพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติ

6. ข้อเสนอแนะ

1. มาตรการในเรื่องขออำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ไม่ต้องขออนุญาตศาล

พระราชบัญญัติฯ ด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550 มาตรา 18 เพื่อประโยชน์ในการสืบสวนและสอบสวนในกรณีที่มีเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ “เหตุอันควรเชื่อ” ตามหลักมาตรา 18 นั้น คำว่า “เหตุอันควรเชื่อ” ควรมีการวางหลักกฎหมายเพิ่มเติมในส่วนนี้ด้วย เช่น กรณีใดบ้างที่ถือว่าเป็น “เหตุอันควรเชื่อ” ซึ่งทำให้พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถใช้อำนาจดังกล่าวได้

เพื่อให้การทำงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการรวบรวมพยานหลักฐานเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว ควรปรับแก้กฎหมายในบางส่วนสำหรับในเรื่องของการใช้อำนาจ เช่น ในกรณีของการทำสำเนาข้อมูลของคอมพิวเตอร์ อาจกระทำได้สำหรับกรณีที่เป็น เร่งด่วน หรือเกรงว่าผู้ต้องหาหรือพยานบุคคลอาจไปยุ่งเหยิงกับพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทำสำเนาได้โดยไม่ต้องขออนุญาตจากศาล ซึ่งกรณีที่จะทำได้โดยไม่ต้องขออนุญาตศาลนั้น ต้องเป็นข้อยกเว้น โดยยังคงหลักการเดิมไว้ กล่าวคือ การทำสำเนา

ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์นั้น พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องขอศาลก่อนตามหลักมาตรา 19 ซึ่งกรณีการทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์นั้น โดยที่ไม่ต้องขออนุญาตศาลนั้น อาจเพิ่มมาตรการตรวจสอบโดยให้พนักงานเจ้าหน้าที่ยื่นรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้อำนาจดังกล่าวอย่างรวดเร็วที่สุด และอาจเพิ่มโทษในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่ทำสำเนาข้อมูลดังกล่าว และข้อมูลดังกล่าวถูกเปิดเผยหรือรั่วไหล

2. มาตรการในเรื่องขอบเขตอำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่ต้องขออนุญาตศาล

ในกรณีที่ต้องขออนุญาตซึ่งเป็นการควบคุมหรือตรวจสอบการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่นั้น เพื่อประโยชน์ในทางปฏิบัติ อาจมีข้อยกเว้นในบางกรณีที่จำเป็น เร่งด่วน อาจใช้อำนาจไปก่อนได้ เช่นการทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ ตามหลักมาตรา 18(4) โดยพนักงานเจ้าหน้าที่เมื่อได้ทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ในกรณีจำเป็น เร่งด่วน โดยที่ไม่ได้ขออนุญาตศาล ให้รายงานการใช้อำนาจดังกล่าวต่อศาลโดยเร็วพลัน อาจกำหนดระยะเวลาเข้ามากำกับด้วยเพื่อความชัดเจนในทางปฏิบัติ เช่น ภายใน 24 ชั่วโมง ภายใน 3 วัน เป็นต้น พร้อมทั้งแสดงถึงเหตุจำเป็นเร่งด่วน รายละเอียดต่างๆ ให้ศาลเป็นผู้พิจารณาอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งถ้าพนักงานเจ้าหน้าที่ใช้อำนาจดังกล่าวโดยมิชอบ ศาลอาจสั่งระงับการดำเนินการนั้นก็ได้ และย่อมรับฟังพยานหลักฐานที่ได้มาจากการใช้อำนาจดังกล่าวไม่ได้ และให้กำหนดบทลงโทษ กรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่กระทำการดังกล่าว โดยไม่มีเหตุจำเป็นหรือเร่งด่วน เพื่อให้กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้น้อยที่สุด

3. มาตรการในเรื่องความรับผิดชอบของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมาย

การพิจารณาลงโทษพนักงานเจ้าหน้าที่นั้น ควรกำหนดอัตราโทษให้เหมาะสมกับกรณีความผิดเป็นกรณีๆ ไป สำหรับในกรณีของ "ประมาท" กฎหมายควรวางละเอียดของกรกระทำหรือการงดเว้นการกระทำใด ที่ถือเป็น "ประมาท" อันเป็นผลทำให้พนักงานเจ้าหน้าที่ต้องรับผิดชอบที่กระทำโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นล่วงรู้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ หรือข้อมูลของผู้ใช้บริการที่พนักงานเจ้าหน้าที่ได้ตามมาตรา 18 เพื่อให้พนักงานเจ้าหน้าที่ได้ทราบแนวทางที่ชัดเจนในทางปฏิบัติมากขึ้น

4. มาตรการในเรื่องการประสานงานของพนักงานเจ้าหน้าที่กับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

สร้างความรู้ ความเข้าใจ กับพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบ เนื่องจากพนักงานสอบสวนผู้รับผิดชอบ เป็นผู้เริ่มเปิดคดีเป็นส่วนใหญ่ เพราะเมื่อมีการกระทำความผิดเกิดขึ้น ประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่ต้องไปแจ้งความที่สถานีตำรวจก่อนเป็นอันดับแรก

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

8. รายการอ้างอิง

- กลุ่มงานนิติการ.2549. รวมสาระน่ารู้เกี่ยวกับกฎหมายไอที. กรุงเทพมหานคร: สำนักบริหารกลาง. สำนักงาน ปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- กิตติพงษ์ พงษ์พิทักษ์คุณ.2549. “สงครามข่าวสารกับหลักความมั่นคงในด้านข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ.” วารสารนิติศาสตร์. 35,1:111-129.
- เกียรติจักร วัจนะสวัสดิ์. 2544. คำอธิบายกฎหมายอาญาภาค 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัยน์รัตน์ งามแสง. 2547. “อาชญากรรมคอมพิวเตอร์ ศึกษาเฉพาะกรณีปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดปัญหา อาชญากรรมบนอินเทอร์เน็ต.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เนคเทคพีเดีย. “คำถามที่พบบ่อยเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์.” เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม 2551 จาก <http://wiki.nectec.or.th/nectecpedia/index.php> “ร่างพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.” เข้าถึงเมื่อ 20 มีนาคม 2551 จาก <http://wiki.nectec.or.th/nectecpedia/index.php>.
- บรรเจิด สิงคะเนติ. 2547. หลักการพื้นฐานของสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- Raentsch, Schmidt. 1995. อ้างถึงใน บรรเจิด สิงคะเนติ. 2547. **Deutsches Richtergesetz**. Muenchen: Kommentar.
- “ประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเรื่องหลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงาน เจ้าหน้าที่ ตาม พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550.” 23 สิงหาคม 2550 ใน ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 124 ตอนพิเศษ 102 ง:9-11.

ผลอันเกิดจากการแก้ไขกฎหมายแรงงาน; ศึกษาเปรียบเทียบพระราชบัญญัติ
คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 กับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2)
และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551

CONSEQUENCE ON THE LABOUR LAW AMENDMENT; COMPARATIVE
ON LABOUR PROTECTION ACT B.E. 2541 TO LABOUR PROTECTION
ACT (EDITION 2) AND (EDITION 3) B.E. 2551

เจียมจิต สุวรรณน้อย

อาจารย์ประจำ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : cheamchit.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การแก้ไขกฎหมายคุ้มครองแรงงานเพียงเล็กน้อยนั้นอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงานในวงกว้างเนื่องจากมีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบัญญัติต่างๆ ที่มีการแก้ไขโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงาน โดยศึกษาปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งใช้บังคับมาได้ช่วงเวลาหนึ่ง เปรียบเทียบวิเคราะห์กับพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 ประกอบแนวทางการให้ความคุ้มครองแรงงานตามมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า การแก้ไขส่วนใหญ่เป็นการปรับปรุงไปตามแนวทางมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศ เช่น การคุ้มครองการล่วงเกินทางเพศต่อลูกจ้าง เป็นต้น และมีข้อควรแก้ไขบางประการพร้อมเสนอแนะแนวทางปรับปรุงต่อไป

คำสำคัญ: การแก้ไขกฎหมายคุ้มครองแรงงาน การใช้แรงงาน สิทธิของลูกจ้าง

ABSTRACT

Partially or minor amendments of Labour Law may raise some significant affects on most of employers and employees. The objective of this research was to examine the amended provisions on The Labour Protection Act (2nd ed.) and (3rd ed.) B.E. 2551 that may affect employers and employees with no intended. This study will examine the difficulties and problems of enforcement by comparison between the Labour Protection Act B.E. 2541 and the Labour Protection Act (2nd ed.) and (3rd ed.) B.E. 2551, together with the international standards labour protection guideline. This research was found that almost all amendments have made just only to comply with the international labour standards, such as the employee protection regarding sexual harassment

for instance. The author also suggested some alterations for the amendment procedures on the future development.

KEYWORDS: Amendment on Labour Law, Employment, Employee Rights.

1. บทนำ

การจ้างแรงงานในยุคเริ่มแรกมีลักษณะเรียบง่ายบนพื้นฐานเสรีภาพในการแสดงเจตนาตามประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น ต่อมาเมื่อมีการปฏิวัติอุตสาหกรรม การจ้างแรงงานได้เปลี่ยนรูปแบบจากเดิมเป็นการจ้างแรงงานในสังคมเกษตรและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ อำนาจในการตกลงจ้างแรงงานเปลี่ยนแปลงไป โดยทำให้นายจ้างอยู่ในฐานะได้เปรียบและมีอำนาจต่อรองการจ้างมากกว่าลูกจ้าง ส่วนแนวคิดเสรีภาพในการแสดงเจตนาทำสัญญาบนพื้นฐานที่เท่าเทียมกันตามหลักกฎหมายแพ่งทั่วไปก็มีช่องว่างให้คู่สัญญาสามารถตกลงกันแตกต่างไปจากกฎหมายได้เท่าที่ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน กลับทำให้นักจ้างตกอยู่ในภาวะจำยอมต้องรับเอาข้อตกลงจ้างตามที่นายจ้างกำหนดโดยไม่เป็นธรรมเพื่อให้ได้งานทำและมีรายได้ไปเลี้ยงตนเองและครอบครัว ก่อให้เกิดปัญหาขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างลุกลามขึ้น รัฐจึงเข้าแทรกแซงโดยอาศัยวิธีตรากฎหมายเพื่อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำการจ้างแรงงาน ซึ่งในอดีตของไทย ไม่ว่าจะเป็นช่วงที่ประเทศมีการปกครองระบอบประชาธิปไตยหรือมีการปกครองโดยคณะรัฐประหาร รัฐจะเป็นผู้ใช้อำนาจในการตรากฎหมายคุ้มครองแรงงานเพียงฝ่ายเดียวซึ่งเป็นการยากที่จะทำให้อำนาจเจรจาต่อรองระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ใช้แรงงานเกิดความสมดุล หากกฎหมายให้ผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองมากผู้ใช้แรงงานก็เดือดร้อน หรือหากกฎหมายให้ความคุ้มครองแก่ผู้ใช้แรงงานมากเกินไปผู้ประกอบการก็ยากที่จะดำรงธุรกิจอยู่ได้ ต่อมาเมื่อประเทศมีการพัฒนาการปกครองในระบอบประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น รัฐเริ่มยอมรับแนวคิดสากลขององค์การแรงงานระหว่างประเทศโดยนำหลักการสมดุลอำนาจต่อรองในระบบไตรภาคี ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนผู้ประกอบการ กิจการ ตัวแทนผู้ใช้แรงงาน และตัวแทนภาครัฐ เป็นแนวทางรับฟังความคิดเห็นในการตรากฎหมายคุ้มครองแรงงานที่ใช้บังคับกันอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ทำให้อำนาจในเจรจาต่อรองระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ใช้แรงงานเกิดความสมดุลมากขึ้น

ต่อมาในปี 2549 เมื่อประเทศไทยเกิดการรัฐประหาร สถาบันบัญญัติแห่งชาติที่แต่งตั้งขึ้นโดยคณะรัฐประหารได้ตราพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 แก้ไขหลักการสำคัญในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 หลายประการอันมีผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์ของผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงาน ซึ่งการแก้ไขดังกล่าวกระทำโดยภาครัฐแต่เพียงฝ่ายเดียว ผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงานไม่มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย อาจมีผลทำให้สมดุลอำนาจเจรจาต่อรองของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงาน การศึกษาบทบัญญัติต่าง ๆ ที่มีการแก้ไขดังกล่าวโดยนำหลักการและปัญหาในอดีตที่เกิดขึ้นหรืออาจเกิดขึ้นในอนาคตมาศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับจะช่วยให้เกิดความชัดเจนว่าการแก้ไขนั้นส่งผลอย่างไรต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงานบ้าง เพื่อใช้เป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองแรงงานต่อไป

2. แนวคิดและทฤษฎี

กฎหมายคุ้มครองแรงงานเป็นเครื่องมือสร้างสมดุลอำนาจต่อรองระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง และกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำการใช้แรงงานให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมถึงหลักสิทธิมนุษยชนตามมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศ โดยกำหนดหลักสิทธิพื้นฐานขั้นต่ำไว้และปล่อยให้มีการตกลงกันได้โดยไม่ต่ำกว่ามาตรฐาน เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการต่อรองกันตามหลักความยืดหยุ่น (Flexibility) เพราะเศรษฐกิจมีขึ้นมีลง และเมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนไปแนวคิดของคนก็เปลี่ยนไป ทำให้กฎหมายแรงงานต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยมีวัตถุประสงค์โดยมุ่งเพื่อศึกษาผลของการแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 รวมถึงประวัติความเป็นมา ข้อดีและข้อเสียของการแก้ไข เพื่อจัดอุปสรรคในการพัฒนาและแสวงหาแนวทางในการพัฒนากฎหมายคุ้มครองแรงงานให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองตามแนวทางสากลต่อไป

4. วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยจำแนกประเภทตามเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา บทความ รายงานผลการวิจัย คำพิพากษาฎีกา มาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและมาตรฐานแรงงานไทย เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลมาศึกษาวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ (Historical Analysis) และเชิงวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Analytical Comparative Research) โดยนำเสนอแบบพรรณนา (Descriptive Analysis)

5. สรุปผลการวิจัย

ในส่วนของลูกจ้างรับเหมาค่าแรง พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้ยกเลิกนิยามนายจ้าง ในส่วนของผู้ประกอบการที่มีการรับเหมาค่าแรงตามมาตรา 5 (3) ไปบัญญัติไว้ในมาตรา 11/1 โดยยังคงให้ถือว่าผู้ประกอบการเป็นนายจ้างของคนที่มาทำงานรับเหมาค่าแรง และกำหนดให้ผู้ประกอบการดำเนินการให้ลูกจ้างรับเหมาค่าแรงได้รับสิทธิประโยชน์และสวัสดิการที่เป็นธรรมโดยไม่เลือกปฏิบัติ พร้อมกับวางบทกำหนดโทษผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนมาตรา 11/1 ไว้ในมาตรา 144/1

กรณีสัญญาจ้างที่ไม่เป็นธรรม พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้เพิ่มหลักการคุ้มครองแรงงานขึ้นใหม่ในมาตรา 14/1 ให้ศาลเข้าไปมีอำนาจสั่งให้สัญญาจ้าง ข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ระเบียบ หรือคำสั่งที่นายจ้างได้เปรียบลูกจ้างเกินสมควร ให้มีผลใช้บังคับเพียงเท่าที่เป็นธรรมและพอสมควรแก่กรณี

ส่วนอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือ พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 3 ได้เพิ่มนิยาม “อัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือ” เข้ามาแทนค่าจ้างขั้นต่ำพื้นฐาน โดยยกเลิกนิยามอัตราค่าจ้างขั้นต่ำพื้นฐานในมาตรา 5 และแก้ไขหลักเกณฑ์ในการพิจารณากำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำในมาตรา 87 ให้พิจารณาจากอัตราค่าจ้างโดยคำนึงถึงดัชนี

ค่าครองชีพ อัตราเงินเฟ้อ มาตรฐานการครองชีพ ฯลฯ ส่วนการกำหนดอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือให้พิจารณาจากอัตราค่าจ้างที่ลูกจ้างได้รับในแต่ละอาชีพตามมาตรฐานฝีมือที่กำหนด แต่ไม่ต่ำกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ

สำหรับการล่วงเกินทางเพศต่อลูกจ้าง พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้ขยายการคุ้มครองแรงงานในมาตรา 16 ห้ามมิให้นายจ้าง หัวหน้างาน ผู้ควบคุมงาน หรือผู้ตรวจงานกระทำการล่วงเกิน คุกคาม หรือก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศต่อลูกจ้าง โดยขยายความคุ้มครองจากเดิมซึ่งคุ้มครองเฉพาะลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงและเด็ก เป็นคุ้มครองลูกจ้างทั้งหมด ซึ่งครอบคลุมไปถึงลูกจ้างทุกประเภท โดยเท่าเทียมกัน

ในส่วนของการเรียกหรือรับหลักประกัน พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขมาตรา 10 และมาตรา 51 จากห้ามนายจ้างเรียกหรือรับเงินประกันการทำงานเป็นห้ามนายจ้างเรียกหรือรับหลักประกันการทำงาน ซึ่งหลักประกันนั้นให้ความหมายกว้างขวางกว่าเงินประกันการทำงาน

กรณีกำหนดเวลาทำงาน พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขมาตรา 23 เรื่องเวลาทำงาน โดยมีสาระสำคัญอยู่ที่กรณีเวลาทำงานวันใดน้อยกว่า 8 ชั่วโมง ก็ให้นายจ้างกับลูกจ้างสามารถตกลงกันให้นำเวลาส่วนที่ขาดไม่ครบ 8 ชั่วโมง ไปรวมกับเวลาทำงานในวันอื่นก็ได้ แต่ไม่เกินวันละ 9 ชั่วโมง

การใช้แรงงานหญิง พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขมาตรา 38 โดยห้ามมิให้นายจ้างให้ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงทำงานตาม (3) ในงานผลิตหรือขนส่งวัตถุระเบิดหรือวัตถุไวไฟ เว้นแต่สภาพของการทำงานไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือร่างกายของลูกจ้าง เพื่อเป็นการขยายโอกาสในการทำงานให้ลูกจ้างหญิงมีโอกาสได้ทำงานมากยิ่งขึ้น

สำหรับค่าชดเชย พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขสาระสำคัญในมาตรา 119 ให้นายจ้างไม่ต้องจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างซึ่งเลิกจ้างตาม (6) กรณีลูกจ้างได้รับโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก ซึ่งกรณีเป็นความผิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ และเป็นกรณีที่เหตุให้นายจ้างได้รับความเสียหาย

6. อภิปรายผล

6.1 ลูกจ้างรับเหมาค่าแรง

การย้ายหลักการลูกจ้างรับเหมาค่าแรงออกไปจากบทนิยามคำว่า “นายจ้าง” ตามมาตรา 5 (3) ไปบัญญัติไว้ในบททั่วไป มาตรา 11/1 แม้จะมีถ้อยคำในบทบัญญัติที่แก้ไขคล้ายมาตรา 5 (3) เดิม แต่มีผลต่อสถานะนายจ้างของผู้ประกอบการที่มีการจ้างงานแบบจ้างเหมาค่าแรง ซึ่งเดิมกฎหมายกำหนดให้เป็นนิติสัมพันธ์เชิงบังคับกับผู้ประกอบกิจการเป็นนายจ้างของลูกจ้างรับเหมาค่าแรง โดยวิธีบัญญัติไว้ในบทนิยามของคำว่า “นายจ้าง” เมื่อย้ายมาตรา 5 (3) ไปอยู่ในบททั่วไปไม่อยู่ในนิยามของนายจ้างแล้ว สถานะนายจ้างของผู้ประกอบกิจการย่อมสิ้นสุดลงเพียงแต่กฎหมายยังคงให้ถือว่าเป็นนายจ้างเพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานเท่านั้น แม้ผลที่เกิดขึ้นจากการแก้ไขไม่เกิดขึ้นชัดเจน แต่ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบกิจการกับลูกจ้างประเภทดังกล่าวก็ห่างกันออกไปมากกว่าเดิม ทั้งการแก้ไขก็ไม่ได้ทำให้สถานภาพของลูกจ้างดีขึ้นเพราะเพียงกำหนดให้ถือว่าผู้ประกอบกิจการเป็นนายจ้างไว้เท่านั้นจึงคุ้มครองได้เพียงสิทธิพื้นฐานของลูกจ้าง แต่ลูกจ้างประเภทดังกล่าวยังคงมีสภาพการจ้างที่แตกต่างไปจากลูกจ้างประจำ เนื่องจากไม่ครอบคลุมถึงสิทธิประโยชน์อื่น เช่น สิทธิในการได้รับการปรับค่าจ้างประจำปี เงินโบนัส หรือสวัสดิการอื่น ๆ เช่น ค่าเช่าบ้าน ฉะนั้นการยกระดับความแตกต่างของลูกจ้างประเภทดังกล่าวให้ดีขึ้นเทียบเท่ากับลูกจ้างประจำทุกประการน่าจะเป็น

แนวทางที่ควรได้รับการแก้ไข แต่กลับไม่ได้รับการแก้ไข ตามหลักการที่ว่าคนทำงานในที่เดียวกัน รูปแบบลักษณะงานอย่างเดียวกัน ควรได้รับการดูแลจากผู้ประกอบกิจการอย่างเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนของผู้ประกอบกิจการสูงขึ้นเทียบเท่ากับการจ้างงานเองโดยตรง เมื่อต้นทุนไม่แตกต่างผู้ประกอบกิจการย่อมเลือกที่จะจ้างงานเองโดยตรงมากกว่าจ้างเหมาค่าแรง ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบโดยการจ้างเหมาค่าแรงก็จะหมดไป ดังนั้น การแก้ไขดังกล่าวที่ทำให้ความสัมพันธ์ห่างออกไปจึงเท่ากับส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการเลือกจ้างงานด้วยวิธีจ้างเหมาค่าแรงต่อไป ซึ่งไม่เป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขความแตกต่างของสิทธิประโยชน์ของลูกจ้างรับเหมาค่าแรง

6.2 สัญญาจ้างที่ไม่เป็นธรรม

บทบัญญัติดังกล่าวในมาตรา 14/1 เป็นการเพิ่มความคุ้มครองที่เป็นประโยชน์แก่ลูกจ้างและไม่ซ้ำซ้อนกับพระราชบัญญัติว่าด้วยข้อสัญญาที่ไม่เป็นธรรม พ.ศ. 2540 เนื่องจากพ.ร.บ.ดังกล่าวให้ศาลพิจารณาเฉพาะสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้น ส่วนมาตรา 14/1 ศาลสามารถยกข้อตกลงในสัญญาจ้างซึ่งตกลงด้วยวาจาหรือมีหลักฐานเป็นหนังสือฝ่ายเดียวขึ้นพิจารณาได้ และยังสามารถยกข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ระเบียบ หรือคำสั่งที่เอารัดเอาเปรียบเกินสมควรมาพิจารณาได้ นอกจากนี้ยังเป็นการแก้ไขปัญหาทางปฏิบัติที่เกิดขึ้นจากคำพิพากษาฎีกาซึ่งเดิมศาลไม่อาจใช้ดุลพินิจแก้ไขข้อสัญญาซึ่งไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนให้เป็นอย่างอื่นได้ นอกจากต้องบังคับไปตามสัญญาจ้างตามหลักเสรีภาพในการแสดงเจตนา ทำให้ศาลมีช่องทางการใช้ดุลพินิจในการแก้ไขสัญญาจ้างที่ไม่เป็นธรรมต่าง ๆ ได้ บทบัญญัติที่เพิ่มเติมดังกล่าวจึงเป็นผลดีแก่ลูกจ้างทำให้ได้รับความเป็นธรรมในการทำสัญญาจ้างมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันนายจ้างย่อมเป็นฝ่ายที่ได้รับความกระทบจากการเพิ่มเติมบทบัญญัติดังกล่าวโดยตรงเนื่องจากข้อตกลงต่าง ๆ ที่ทำไว้กับลูกจ้างบางประการซึ่งเอารัดเอาเปรียบลูกจ้างไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนในการประกอบการอาจถูกศาลเพิกถอนได้ ซึ่งการใช้ดุลพินิจในการบังคับข้อตกลงในสัญญาจ้างเป็นธรรมของศาลเป็นข้อที่ต้องใช้ระมัดระวังอย่างสูงมิให้ตีความกว้างขวางเกินไป เพราะอาจส่งผลต่อต้นทุนการประกอบการของนายจ้างให้สูงขึ้นมาก ซึ่งนายจ้างส่วนใหญ่อาจหาวิธีลดต้นทุนลงโดยเลี่ยงไปใช้วิธีการอื่นแทน เช่น การใช้วิธีจ้างเหมาค่าแรงแทนการจ้างงานเองโดยตรงหรือการลดคนงานโดยการเลิกจ้าง เป็นต้น ซึ่งจะย้อนกลับมาเป็นผลเสียแก่ลูกจ้าง

6.3 อัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือ

การกำหนดอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือเข้ามาแทนที่อัตราค่าจ้างขั้นต่ำพื้นฐาน มีข้อดีคือการกำหนดอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือนั้นจะช่วยส่งเสริมให้ลูกจ้างสนใจพัฒนาฝีมือตนเองแทนที่จะเสียเวลาไปกับการเรียกร้องค่าจ้างขั้นต่ำ และเป็นการสอดคล้องกับพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 ที่ให้มีการกำหนดอัตราค่าจ้างให้สอดคล้องกับทักษะฝีมือ ความรู้ และความสามารถของลูกจ้าง ปรับยกมาตรฐานอาชีพและวิชาชีพของแรงงานไทยให้เป็นสากล ส่งผลให้แรงงานมีฝีมือมากขึ้น เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าในเวทีโลกของผู้ประกอบกิจการและแรงงานไทย รวมถึงช่วยลดปัญหาข้อเรียกร้องให้ปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ อย่างไรก็ดี การกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานของไทยในปัจจุบันยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ในขณะที่การเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศต่าง ๆ มีการเชื่อมโยงปัญหาเข้าสู่มาตรฐานแรงงานเพื่อใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ โดยนำเงื่อนไขมาตรฐานแรงงานมาเป็นข้ออ้าง เช่น การให้

แรงงานเด็ก ไปจนถึงเรื่องสิทธิมนุษยชนของแรงงานต่างด้าวเป็นข้ออ้างในการคว่ำบาตรสินค้าไทย อันส่งผลกระทบต่อการจ้างงานในระบบ ทำให้ผู้ประกอบการหันไปใช้การจ้างงานในรูปแบบอื่น เช่น การจ้างงานแบบเหมาช่วงค่าแรงหรือจ้างเหมาเป็นรายชิ้นเพื่อผลิตชิ้นงาน ทำให้มีการจ้างแรงงานนอกระบบมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การกำหนดอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือแทนอัตราค่าจ้างขั้นต่ำพื้นฐานยังไม่ครอบคลุมไปถึงอัตราค่าจ้างของลูกจ้างบางเวลา (part time) ที่ลูกจ้างมักถูกเอาเปรียบโดยไม่มีบทบัญญัติควบคุมอัตราค่าจ้างสิทธิประโยชน์ สวัสดิการและความปลอดภัยในการทำงาน โดยเฉพาะสิทธิประโยชน์ด้านประกันสังคมที่นายจ้างไม่ต้องจ่ายสมทบให้เหมือนอย่างลูกจ้างเต็มเวลา และเมื่ออัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่กำหนดวิธีการคิดไว้เป็นรายวันยังไม่ครอบคลุมถึงอัตราค่าจ้างของลูกจ้างบางเวลา ย่อมเป็นช่องทางให้นายจ้างเอาเปรียบได้โดยการจ่ายค่าจ้างตามความพึงพอใจกำหนดค่าจ้างให้น้อยกว่าอัตราที่ลูกจ้างควรจะได้รับ และไม่มีหลักเกณฑ์ในการคำนวณที่แน่นอนซึ่งฝ่ายลูกจ้างก็จ่ายยอมรับเอาอัตราค่าจ้างนั้นไว้เพื่อให้ได้งานทำ ในประเทศภาคพื้นยุโรปและอเมริกาส่วนใหญ่จึงได้มีการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำเป็นรายชั่วโมงเพื่อให้สะดวกแก่การคำนวณค่าจ้างตามจำนวนชั่วโมงทำงานที่แท้จริงและยืดหยุ่นแก่ชั่วโมงทำงาน รวมทั้งสามารถครอบคลุมไปถึงอัตราค่าจ้างของลูกจ้างบางเวลาด้วย นอกจากนี้ในอนุสัญญาฉบับที่ 175 ว่าด้วยงานบางเวลาได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกกำหนดมาตรการให้กฎหมายของชาติเหมาะสมและเป็นประกันได้ว่า ลูกจ้างบางเวลาจะได้รับการปฏิบัติในเรื่องการได้รับค่าจ้างขั้นต่ำพื้นฐานซึ่งมีการคำนวณค่าจ้างอย่างเหมาะสมเป็นรายชั่วโมง เชื่อมโยงกับการทำงานหรือโดยเปรียบเทียบกับอัตรางานรายชิ้น โดยไม่ให้ต่ำกว่าอัตราค่าจ้างขั้นต่ำพื้นฐานของงานเทียบเคียงกับงานเต็มเวลา โดยใช้วิธีคำนวณตามวิธีการอย่างเดียวกัน เพื่อให้กฎหมายคุ้มครองแรงงานของไทยสอดคล้องกับแนวทางสากลดังกล่าวและเป็นธรรมแก่ลูกจ้างไม่ว่ากฎหมายจะกำหนดเป็นอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานฝีมือหรืออัตราค่าจ้างขั้นต่ำก็ควรกำหนดอัตราค่าจ้างเป็นรายชั่วโมงเพื่ออุดช่องว่างให้ครอบคลุมไปถึงลูกจ้างบางเวลาด้วย ดังนั้น ผลของการแก้ไขบทบัญญัติดังกล่าวแม้จะมีผลดีต่อนายจ้างและลูกจ้าง แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมถึงลูกจ้างบางเวลา

6.4 การล่วงเกินทางเพศ

พ.ร.บ. คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขมาตรา 16 มีผลเป็นการขยายความคุ้มครอง 2 ประการ ประการแรก คือ การขยายความคุ้มครองในส่วนบุคคลที่เป็นลูกจ้าง และประการที่สองเป็นการขยายประเภทการล่วงเกินทางเพศ ซึ่งเดิมกฎหมายให้การคุ้มครองการล่วงเกินทางเพศเฉพาะลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงและเด็ก ซึ่งขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 30 ที่บัญญัติให้บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมายและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกัน ชายและหญิงมีสิทธิเท่าเทียมกัน ซึ่งการแก้ไขคำว่า “ลูกจ้างซึ่งเป็นหญิงหรือเด็ก” เป็น “ลูกจ้าง” ทำให้การคุ้มครองครอบคลุมไปถึงลูกจ้างทุกประเภททั้งชาย หญิง และเด็ก ซึ่งรวมถึงเพศที่สาม อันเป็นการสอดคล้องกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญ

ส่วนการคุกคามหรือก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศ เป็นหลักการที่เพิ่มเข้ามาใหม่เพื่อขยายความคุ้มครองแก่ลูกจ้าง เป็นการป้องกันการกระทำของนายจ้างไม่ให้รบกวนหรือก่อความระคายเคืองทางเพศแก่ลูกจ้างให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งการคุกคามทางเพศนั้นเป็นการล่วงเกินทางเพศในขั้นรุนแรง ส่วนการก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศเป็นการกระทำที่เป็นการรบกวนหรือก่อความระคายเคืองทางเพศซึ่งมีความรุนแรงน้อยลงมา เช่น การเกี้ยวพาราสี ยั่วยุหว่านล้อม การพูดจาที่สื่อไปในทางก่อความระคายเคืองทางเพศแก่ลูกจ้าง หรือ

การให้ดูสิ่งลามกอนาจาร โดยลูกจ้างไม่เต็มใจ อาจถือได้ว่าเป็นความผิดฐานก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศแก่ลูกจ้างได้ ซึ่งเดิมเมื่อลูกจ้างถูกนายจ้างก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศ ลูกจ้างส่วนใหญ่มักไม่กล้าตอบโต้ นายจ้างเนื่องจากไม่มีกฎหมายคุ้มครองลูกจ้างไว้เป็นการเฉพาะและเป็นความคิดเพียงลหุโทษ มิโทษเพียงเล็กน้อยเท่านั้น การตอบโต้อาจทำให้ลูกจ้างได้ไม่คุ้มเสียถูกกลั่นแกล้งเลิกจ้างได้ ดังนั้น การแก้ไขบทบัญญัติดังกล่าวน่าจะช่วยยับยั้งนายจ้างที่มีนิสัยชอบเอาเปรียบลูกจ้างด้วยการก่อความเดือดร้อนรำคาญทางเพศแก่ลูกจ้างไม่ให้กระทำอีกต่อไป เพราะถ้าหากฝ่าฝืนกฎหมายก็จะมีบทบัญญัติลงโทษที่ชัดเจน และหากนายจ้างกลั่นแกล้งเลิกจ้างเพราะเหตุดังกล่าวอาจเป็นการเลิกจ้างไม่เป็นธรรมที่ลูกจ้างสามารถเรียกค่าเสียหายได้

6.5 การเรียกรับหลักประกัน

พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขมาตรา 10 และ 51 จากคำว่า “เงินประกัน” เป็น “หลักประกัน” เป็นการขยายหลักการเพื่ออุดช่องว่างป้องกันมิให้นายจ้างเรียกหรือรับหลักประกันทุกชนิดในการทำงานไม่ว่าจะเป็นเงิน ทรัพย์สินอื่น หรือการค้ำประกันด้วยบุคคล ทำให้ลูกจ้างทั้งเด็กและผู้ใหญ่มีโอกาสในการได้รับการจ้างงานมากขึ้นเนื่องจากการเรียกหรือรับหลักประกันเป็นการสร้างภาระแก่ลูกจ้างที่ส่วนใหญ่ยากจน ไม่มีเงินหรือทรัพย์สินหรือบุคคลพอที่จะนำมาเป็นหลักประกันได้ แต่ในทางกลับกันเมื่อนายจ้างไม่สามารถเรียกรับหลักประกันจากลูกจ้างเด็กได้ นายจ้างส่วนใหญ่ก็ไม่อยากรับลูกจ้างเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี เข้าทำงาน การแก้ไขกฎหมายจึงอาจส่งผลร้ายต่อลูกจ้างที่เป็นเด็กเพราะนายจ้างมีสิทธิที่จะเลิกจ้างลูกจ้างได้ การแก้ไขข้อห้ามโดยเด็ดขาดกลับเป็นการตัดโอกาสไม่ให้นายจ้างจ้างงานลูกจ้างที่เป็นเด็ก ในขณะที่รัฐยังไม่สามารถสร้างความเป็นอยู่ที่ดีพอเพียงแก่ราษฎรได้ถ้วนหน้าและประเทศยังคงมีปัญหาความยากจนดำรงอยู่ แรงงานเด็กก็ยังคงมีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของครอบครัวที่ยากจน อย่างไรก็ดี ในอีกมุมมองหนึ่งอนุสัญญาฉบับที่ 138 ว่าด้วยอายุขั้นต่ำที่อนุญาตให้จ้างงานได้ และมาตรฐานแรงงานหลักตามคำประกาศขององค์การแรงงานระหว่างประเทศว่าด้วยกฎและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานนั้น ไม่ต้องการให้มีการใช้แรงงานเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี การสร้างอุปสรรคดังกล่าวจึงสอดคล้องกับอนุสัญญาและคำประกาศซึ่งเป็นแนวทางสากลที่มีแนวโน้มจะไม่อนุญาตให้มีการใช้แรงงานเด็กอายุ 15 ปี ถึง 18 ปี ซึ่งเป็นวัยกำลังศึกษา และเห็นว่าเด็กยังสามารถช่วยเหลือพ่อแม่ทำงานได้โดยไม่ต้องเป็นลูกจ้าง

6.6 กำหนดเวลาทำงาน

พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขมาตรา 23 อันเป็นการช่วยนายจ้างให้สามารถปรับเปลี่ยนชั่วโมงทำงานได้ยืดหยุ่นมากขึ้น แต่เนื่องจากนายจ้างได้มีการปรับชั่วโมงทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาเป็นเวลาถึง 10 ปีเศษ จนเข้าที่แล้ว ซึ่งเดิมกรณีนายจ้างมีงานจำเป็นเร่งด่วนก็สามารถตกลงให้ลูกจ้างทำงานล่วงเวลาโดยจ่ายค่าล่วงเวลาได้และการลดชั่วโมงทำงานในแต่ละปีได้ตามกฎหมายเดิมนั้นเป็นการถนอมแรงงานทำให้สภาพการทำงานของลูกจ้างดีขึ้นอันสอดคล้องกับอนุสัญญาฉบับที่ 1 ว่าด้วยการจำกัดชั่วโมงทำงานในงานอุตสาหกรรม และฉบับที่ 30 ว่าด้วยการกำหนดชั่วโมงทำงานในงานพาณิชยกรรมและสำนักงาน ที่ให้สัตยาบันไว้ การแก้ไขมาตรา 23 กลับเป็นการเพิ่มช่องทางให้นายจ้างสามารถขยายชั่วโมงการทำงานของลูกจ้างโดยนายจ้างมีสิทธิให้ลูกจ้างทำงานเพิ่มขึ้นในวันที่นำเวลาทำงานที่เหลือไปรวมได้โดย

ไม่ต้องจ่ายค่าล่วงเวลา ทำให้สิทธิประโยชน์ของลูกจ้างต่ำลง ส่วนลูกจ้างรายวัน รายชั่วโมง หรือลูกจ้างซึ่งได้รับค่าจ้างตามผลงาน การแก้ไขไม่ส่งผลกระทบต่อสิทธิประโยชน์

6.7 การใช้แรงงานหญิง

พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขตามมาตรา 38 ที่ยังคงห้ามนายจ้างให้ลูกจ้างหญิงทำงานตาม (3) โดยเปิดทางให้กว้างขึ้นสำหรับแรงงานหญิงโดยอาศัยข้อยกเว้นเท่านั้น แต่บทบัญญัติดังกล่าวเป็นแนวคิดที่ล้าสมัยเพราะเป็นการเลือกปฏิบัติในการจ้างงาน มีความไม่เสมอภาคเท่าเทียมกันในโอกาสการจ้างงานด้วยสาเหตุที่ผู้ใช้แรงงานแตกต่างกันในเรื่องเพศหญิงชาย อันขัดต่ออนุสัญญาฉบับที่ 111 ว่าด้วยการคุ้มครองการเลือกปฏิบัติในการจ้างงานหรือการประกอบอาชีพ และขัดต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย 2550 มาตรา 30 ซึ่งในประเทศภาคพื้นยุโรปและสหรัฐอเมริกาการเลือกปฏิบัติทางเพศในการจ้างงานเช่นนี้เป็นเรื่องต้องห้ามที่นายจ้างต้องระมัดระวัง การปฏิเสธไม่จ้างงานลูกจ้างคนใดคนหนึ่งเพราะแตกต่างกันทางเพศนั้นนายจ้างจะต้องแสดงเหตุผลที่เหมาะสมได้ด้วยว่าเหตุใดจึงไม่จ้าง และไม่เป็นการเลือกปฏิบัติ

6.8 ค่าชดเชย

พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน ฉบับที่ 2 ได้แก้ไขข้อยกเว้นใน (6) เดิมไปกำหนดไว้ในวรรคสอง ให้นายจ้างไม่ต้องจ่ายค่าชดเชยในกรณีลูกจ้างได้รับโทษจำคุกตามคำพิพากษาถึงที่สุด ก็เพื่อบรรเทาภาระนายจ้างในการจ่ายค่าชดเชยเนื่องจากลูกจ้างถูกจำคุกไม่สามารถทำงานให้นายจ้างได้ โดยเพิ่มเงื่อนไขวรรคสอง ในกรณีลูกจ้างถูกจำคุกในความคิดที่ได้กระทำโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ นายจ้างจะไม่จ่ายต่อเมื่อเป็นเหตุให้นายจ้างเสียหาย ซึ่งการแก้ไขนั้นต่อลูกจ้างโดยทำให้สิทธิประโยชน์ต่ำลง ถ้าพิจารณาอย่างเป็นธรรมในกรณีทั่วไปเมื่อลูกจ้างถูกจำคุกยอมทำให้ลูกจ้างไม่สามารถไปทำงานให้นายจ้างได้ การแก้ไขส่วนนี้เป็นธรรมแก่นายจ้าง เพราะเมื่อลูกจ้างมีหนี้ต้องปฏิบัติโดยทำงานตามที่จ้างแล้วกลับไม่สามารถทำงานให้นายจ้างได้ นายจ้างก็ไม่ควรมีหนี้ที่จะต้องชำระ โดยการจ่ายค่าจ้างหรือค่าชดเชยตอบแทนให้ แต่ในบางกรณี เช่น ลูกจ้างที่ทำงานกับนายจ้างมานานนับสิบปี มีสิทธิได้รับเงินชดเชยจำนวนมาก ไปกระทำผิดชดเชยต่อกันและถูกจำคุกในความคิดซึ่งไม่ใช่ความผิดโดยประมาทหรือความผิดลหุโทษ หรือไม่ได้ทำให้นายจ้างเสียหายเพราะถูกจำคุกระยะสั้น นายจ้างกลับเลิกจ้างได้โดยไม่ต้องจ่ายค่าชดเชยทุกกรณีนั้นย่อมไม่เป็นธรรมแก่ลูกจ้าง

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 การแก้ไขกฎหมายคุ้มครองแรงงานให้สภาพการจ้างงานของลูกจ้างรับเหมาค่าแรงได้รับสิทธิเท่าเทียมกันกับลูกจ้างประจำโดยตรงของผู้ประกอบกิจการ โดยกำหนดวิธีคำนวณค่าจ้างอย่างเป็นธรรม และรัฐควรเพิ่มประสิทธิภาพผู้ตรวจแรงงานให้สอดคล้องดูแลบ่อยครั้งที่จำเป็น เพื่อประกันว่าข้อกำหนดทางกฎหมายมีการนำไปใช้ปฏิบัติอย่างจริงจังให้สอดคล้องกับอนุสัญญาฉบับที่ 81 มาตรา 10

7.2 การกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและการกำหนดวิธีการคำนวณอัตราค่าจ้างลูกจ้างบางเวลา (Part time) ให้มีการจ่ายค่าจ้างขั้นต่ำเป็น “รายชั่วโมง” ควบคู่ไปกับค่าจ้างเป็น “รายวัน” เพื่อเปิดทางเลือกให้ลูกจ้างได้รับสิทธิประโยชน์เช่นเดียวกับแรงงานในระบบประกันสังคม

7.3 การยกเลิกข้อกำหนดประเภทงานตามมาตรา 38 (3) ขจัดการเลือกปฏิบัติทางเพศ เพื่อเปิดโอกาสให้แรงงานหญิงสามารถทำงานได้เท่าเทียมกับชายอย่างแท้จริง

7.4 แก้ไขมาตรา 119 (6) ให้กฎหมายคุ้มครองกรณีต้องโทษจำคุกระยะสั้นไม่เกิน 1 เดือน เพื่อให้โอกาสลูกจ้างกลับเข้าทำงานภายหลังพ้นโทษโดยนับระยะเวลาทำงานของลูกจ้างต่อไปจากที่เขยทำงานสะสมไว้ก่อนถูกจำคุก

8. รายการอ้างอิง

- กุลพล พลวัน. 2543. **สิทธิมนุษยชนในสังคมไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: เคซีกรุ๊ป.
- เกษมสันต์ วัฒวรรณ. 2541. “รูปแบบใหม่ของการบัญญัติกฎหมายในพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541”. **ตุลาการ**. 45: 2. (กรกฎาคม - ธันวาคม 2541).
- . 2552. **คำอธิบายกฎหมายแรงงาน**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- ชลิต จันประดับ. 2550. **พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541**. เล่ม 2 พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงพิมพ์สินธนา-ก๊อปปี้เซ็นเตอร์: กรุงเทพมหานคร.
- นิคม จันทรวินิจ. 2530. **กฎหมายแรงงาน แนวคิดและปัญหา**. พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- . 2531. **ประเทศไทยกับประมวลกฎหมายแรงงานระหว่างประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- “บทบาทขององค์การแรงงานระหว่างประเทศต่อการพนักงานสัมพันธ์ในประเทศไทย.” 2543. **การพนักงานสัมพันธ์**, พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพมหานคร: อรุณอัมรินทร์การพิมพ์.
- ประคนธ์ พันธวิชาติกุล. 2526. “สัญญาจ้างแรงงาน”. **วารสารศาลแรงงาน**. 7: 3.
- วินัย ลู่วิโรจน์. 2551. **การศึกษาเปรียบเทียบประวัติแนวความคิดเรื่องสัญญาจ้างแรงงาน**. กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน.
- วิไลลักษณ์ ธีรบุทธิ. 2552. “แรงงานกับ FTAs เกี่ยวข้องกันอย่างไร.” เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2552 จาก <http://www.itd.or.th>
- พรเพชร วิจิตรชลชัย. 2523. **คำอธิบายกฎหมายแรงงาน กฎหมายคุ้มครองแรงงาน กฎหมายแรงงานสัมพันธ์ กฎหมายจัดตั้งศาลแรงงานและวิธีพิจารณาคดีแรงงาน** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สุทธิ-แสงการพิมพ์.
- “มาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศ”. 2544. **กองแรงงานระหว่างประเทศ กรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงาน**. เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2552 จาก <http://www.mol.go.th>
- ศักดิ์นา สนธิศักดิ์โยธิน, ปัฐมา ตริสุวรรณวิเชียร, วัชรภรณ์ สนธิศักดิ์โยธิน, จิรายุส สมานมิตร. 2550. **การศึกษาผลกระทบจากการทำ FTA ต่อแรงงานไทย**. กรุงเทพมหานคร: กองแผนงานและสารสนเทศ กรมการจัดหางาน.
- สุดาศิริ วศวงศ์. 2538. **คำบรรยายกฎหมายคุ้มครองแรงงาน**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติบรรณการ.
- โสภณ เจริญ. 2549. **ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายแรงงานของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

อรพรรณ พันธุ์พัฒนา. 2552. **บุริมสิทธิในหน้าที่เกิดจากการจ้างแรงงาน**. กรุงเทพมหานคร: คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. 2550. รายงานการประชุมคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติคุ้มครอง
แรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ครั้งที่ 3/2550. วันที่ 7 สิงหาคม 2550. ครั้งที่ 4/2550. วันที่ 14 สิงหาคม
พ.ศ. 2550. ครั้งที่ 6/2550 วันที่ 28 สิงหาคม 2550. ครั้งที่ 7/2550 วันที่ 4 กันยายน 2550. ครั้งที่ 8 วันที่ 11
กันยายน 2550. ครั้งที่ 10 วันที่ 25 กันยายน 2550.

..... 2550. รายงานการประชุมคณะกรรมการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติคุ้มครอง
แรงงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2552 . วันที่ 7 ธันวาคม 2550.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550. 24 สิงหาคม 2550. ใน **ราชกิจจานุเบกษา** เล่ม 124 ตอน 47 ก:
หน้า 1 - 127.

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541. 20 กุมภาพันธ์ 2541. ใน **ราชกิจจานุเบกษา** เล่ม 115 ตอน 8 ก:
หน้า 1 - 44.

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551. 27 กุมภาพันธ์ 2551. ใน **ราชกิจจานุเบกษา** เล่ม 125
ตอน 39 ก: หน้า 4 - 17.

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551. 27 กุมภาพันธ์ 2551. **ราชกิจจานุเบกษา** เล่ม 125
ตอน 39 ก: หน้า 18 - 23.

Fred S. Steingold. 2007. **The Employer's Legal Handbook**, 8th ed. [rev.]. U.S.A: Delta Printing Solutions, Inc.

Henry H. Peritt, JR. 2008. **Civil Rights in the Workplace**. 3rd ed. New York: Aspen Publishers.

Hepple, B.A. Hepple & O' Higgins. 1971. **Employment Law**. 4th ed. London: Sweet & Maxwell.

International Labour Organization. 1996. **International Labour Conventions and Recommendations
1977-1995**. Geneva Switzerland.

----- . 1996. "Effect abolition of child labour: Declaration on fundamental principles and rights at
work." **Child Labour Targeting the Intolerable**. Geneva Switzerland.

Michael Evan Gold. 1989. **An Introduction to labor Law**. Revised. New York: Cornell University Press.

Richard N. Blck, Kalen Roberts and R. Oliver Clarke. 2009. **Labor Standards in the United States and
Canada**. U.S.A: Alcorn Publication.

Reynold, L.G. 1970. **Labour Economics and Labour Relation**. 5th ed.: New Jersey :Prentice Hall, Inc.

Selwyn, Norman M. 1982. **Law of Employment**. 4th ed. London: Butterworths.

Simon Deakin & Gillian S Morris. 2009. **Labour Law**. 5th ed. Oregon : Hart Publishing.

Susan M. Heathfield. 2009. "Definition of Minimum Wage." **Minimum Wage**. Available :
<http://www.humanresources.about.com>

**ศึกษาการนำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในการสร้างคุณค่าตราสินค้า
ของสถาบันอุดมศึกษาในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

**A STUDY OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
FOR CREATING BRAND EQUITY OF THE UNIVERSITY IN
THE VIEW POINT OF STUDENTS FOR HIGHER
EDUCATION INSTITUTE IN BANGKOK
AND METROPOLITAN AREAS**

วิจิต อุ๋อัน

ผู้อำนวยการบัณฑิตวิทยาลัย ภาคปกติ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : vichit.ou@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ศึกษาการนำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในการสร้างคุณค่าตราสินค้าของสถาบันอุดมศึกษาในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการต่อคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 2,306 ชุด ประมวลผลการศึกษาด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า Pearson ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5

องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้านั้นประกอบไปด้วย องค์ประกอบทางการตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) การระลึกได้ (Recall) 2) การรู้จักตราสินค้า (Brand recognition) 3) การรู้จักตัวสินค้า (Product Awareness) 4) การรับรู้ตราสินค้าจากสื่อต่าง ๆ องค์ประกอบทางด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า องค์ประกอบทางการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า และองค์ประกอบทางด้านความภักดีต่อตราสินค้า ผลการศึกษาพบว่า หากเอ่ยถึงมหาวิทยาลัยเอกชนแล้ว มักจะนึกถึงด้านคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ สื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ การรู้จักจากเพื่อนญาติหรือคนรู้จัก

แนะนำ และคุณภาพของมหาวิทยาลัยที่ตนเองกำลังศึกษาอยู่ อยู่ในระดับมาก และการสื่อสารการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ การสื่อสารโดยใช้กิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม

คำสำคัญ : มหาวิทยาลัยเอกชน การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ABSTRACT

This research on “A Study of Integrated Marketing Communication for Creating Brand Equity of The University in The View Point of Students for Higher Education Institute in Bangkok and Metropolitan Areas” has the objective of examining the brand value and the impact of the use of integrated marketing communication (IMC) from the viewpoint of students at private universities in Bangkok and the suburb. The methodology is to use a questionnaire survey as an important tool in collecting data from the sampled group of 2306 students at private universities in Bangkok and the suburb, which will be processed by the computer program SPSS. The statistics used in this study include frequency, percentage, average, and standard deviation, whereby the assumption will be tested with reference to the Pearson value indicating the level of confidence at 95%, deviating not more than 5%.

The factors for brand value consist of a brand awareness factor, which is divided into 1) recall 2) brand recognition 3) product awareness 4) brand awareness from various medium, a brand association factor, brand quality awareness factor, brand loyalty factor. When we mention private universities, we are mainly reminded of the quality of education. The medium that enables the questionnaire respondent to be aware of the excellent quality of their own institutions and the overall marketing medium that influences the creation of brand value for private universities include communication through the main and supplementary activities.

KEYWORDS : Private universities, Integrated Marketing Communication (IMC)

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุคโลกาภิวัตน์เป็นยุคของการแข่งขันเสรี ธุรกิจทุกประเภทจำเป็นต้องพัฒนาตนเองอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ทัดเทียมกับยุคสมัยและสภาพแวดล้อมที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา รวมถึงธุรกิจการบริการประเภทการศึกษา ปัจจุบัน รูปแบบของระบบการศึกษาของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เมื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการศึกษา ทำให้ภาครัฐได้กำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อพัฒนารูปแบบการศึกษาของไทยให้ทัดเทียมกับต่างชาติและมีมาตรฐานการศึกษามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ซึ่งทางเลือกให้การศึกษาในระดับนี้มีหลากหลายทางเลือก ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน โดยเฉพาะภาคเอกชน ซึ่งนักศึกษาเปรียบเสมือนลูกค้าคนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ

ค่านิยมของคนในสังคมในเรื่องทัศนคติที่มีการสถาบันอุดมศึกษานั้นมองว่า สถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ดี น่าเชื่อถือ ดังนั้น ในทุกๆ ปีจึงต้องมีการสอบแข่งขันเพื่อที่จะได้มีโอกาสเลือกเข้าศึกษา

ณ สถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ตนเองมุ่งหวัง แต่ก็มีข้อจำกัดสำหรับจำนวนของผู้ที่จะศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ที่ต้องการจะศึกษาต่อและเมื่อสถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้มีการปรับตัว และสร้างชื่อเสียงให้ตนเองจนเป็นที่ยอมรับของคนนั้น ทำให้ค่านิยมเปลี่ยนไป การเข้าศึกษาระดับอุดมศึกษาที่สถาบันการศึกษาเอกชนเป็นทางเลือกอีกทางเลือกหนึ่ง โดยสังเกตได้จากจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี

หากธุรกิจสามารถผสมผสานการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาด (Marketing Communication Tools) หลายๆ ชนิดเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน โดยที่ทุก ๆ เครื่องมือนั้นได้กล่าวมาข้างต้นต่างมุ่งสู่เป้าหมายที่ชัดเจนเป็นหนึ่งเดียวแล้ว ก็สามารถผลักดันให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่เข้มแข็ง และทรงพลังมากพอที่จะช่วยสนับสนุนการตลาดของธุรกิจได้อย่างดี ดังที่ Kotler (2003) ได้ยืนยันไว้ว่า ภาพลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้เกิดผลดีต่อธุรกิจ ใน 3 ส่วนคือ (1) ช่วยสร้างบุคลิกและคุณค่าแก่สินค้า (Product Value and Proposition) (2) ช่วยนำเสนอความแตกต่างที่ชัดเจน ไม่สับสนกับคู่แข่ง และ (3) ภาพลักษณ์ในจิตใจ (Mental Image) ช่วยก่อให้เกิดพลังของอารมณ์ความรู้สึก โดยการถ่ายทอดภาพลักษณ์เหล่านี้ผ่านช่องทางการสื่อสารทุกชนิดและการสื่อสารตราสินค้า (Brand Contact) เช่น หากกำหนดว่า “ไอบีเอ็มคือบริการ” (IBM Means Service) ข่าวสารนี้จะต้องสื่อสารผ่านทางสัญลักษณ์ (Symbols) สัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ บรรยากาศของบริษัท กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ตลอดจนพฤติกรรมและการแสดงออกของพนักงาน

จากการพัฒนาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบต่าง ๆ นั้น มีส่วนทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อบริการของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทำให้สถาบันอุดมศึกษาของภาคเอกชนให้ความสนใจในการนำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าเป้าหมาย โดยเป็นที่มาของการศึกษาถึง “ศึกษานำการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในการสร้างคุณค่าตราสินค้าของสถาบันอุดมศึกษาในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเป็นประโยชน์กับการนำปัจจัยดังกล่าวไปใช้วางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงคุณค่าตราสินค้าของสถาบันอุดมศึกษาในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อคุณค่าตราสินค้าของสถาบันอุดมศึกษาในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาปรับใช้กับการกำหนดกรอบแนวคิด และการสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยได้แบ่งเป็น ทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า และ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกเปิดรับสาร

นอกจากนี้แล้ว ยังได้ทำการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศและต่างประเทศซึ่งประกอบด้วย ชนคติ ลือเปี่ยม ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อพฤติกรรมการซื้อปัจจัยทางการเกษตร” พนิดา โค้วเจริญ ได้ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในธุรกิจบริการ” ชวลิตันต์ บรรณเกียรติกุล ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจบริการ” นภัสกร ศักดานวงษ์ ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดคุณค่าตราสินค้าในตลาดที่มุ่งสู่องค์กรธุรกิจ” นันทนา บริพันธ์-ชานนธ์ ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับปัจจัยที่เกิดจากการสื่อสารการตลาด” สุดฤทัย โชติกะสุภา ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้การสื่อสารการตลาดครบวงจรของรถยนต์นั่งญี่ปุ่น(ส่วนบุคคล)ในการสร้างภาพลักษณ์ต่อผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร” Sreedhar, Vishag and Robert ได้ศึกษาเรื่อง “Integrated Marketing Communication (IMC) and Brand Identity as Critical Components of Brand Equity Strategy” Reid ได้ศึกษาเรื่อง “Performance Auditing of Integrated marketing Communication (IMC) Actions and Outcomes” และ Angel ได้ศึกษาเรื่อง “The Impact of Marketing Communication and price Promotion on Brand Equity”

4.ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เข้ามาศึกษาในปี 2550 และจำนวนประชากรที่ใช้จะใช้ฐานข้อมูลในปี 2549 โดยศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ทั้งที่เป็นมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเอกชน รวมจำนวนทั้งสิ้น 258,282 คน

กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) คือ กลุ่มนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีการกำหนดวิธีการสุ่มแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อใช้ในการกำหนดสถานที่ที่จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมจำนวนทั้งสิ้น 2,306 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาปีที่ 1 ตามสถาบันต่าง ๆ รวมแบบสอบถามทั้งหมด 2,306 ชุด
2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจะได้ขอความอนุเคราะห์ให้ช่วยตอบแบบสอบถามให้ โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ที่แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างเอง พร้อมทั้งอธิบายวิธีการกรอกแบบสอบถาม และคอยให้คำแนะนำในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจมีข้อสงสัยต่าง ๆ เกิดขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

- สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานประเภทกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักรู้และด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า

- การวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานประเภทกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้าและความภักดีต่อตราสินค้า

5. ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาพบว่าจากกลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยปทุมธานีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.9 โดยศึกษาในหลักสูตร 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 82.0 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.4 โดยเฉลี่ยอายุ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท โดยรายได้ที่ได้รับส่วนใหญ่ใช้จ่ายเรื่องค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายส่วนตัวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 30.1 และร้อยละ 30.5 ตามลำดับ โดยมีบิดาประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 31.1 มารดาประกอบอาชีพแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 28.2 รายได้ครอบครัวเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.6 โดยสถานะของครอบครัวอยู่ด้วยกันไม่ได้แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 77.2

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน

จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับระดับมาก ได้แก่ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเพื่อค้นหาข้อมูล และเคยอ่านป้ายโฆษณาของมหาวิทยาลัยต่างๆ การเปิดรับการสื่อสารในระดับปานกลาง ได้แก่ การดูโฆษณาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อตัดสินใจศึกษาต่อ ตอนนี้เป็นนักเรียนเคยเห็นการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (เช่น สมุด หนังสือ ปากกา หมวก แก้วน้ำที่มีตราสินค้าของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ติดอยู่) เคยติดต่อหน่วยงานของมหาวิทยาลัยเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวเกี่ยวกับนักศึกษาได้รับรางวัล ข่าวการให้บริการสังคม เป็นต้น ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เคยเห็นการออกนุชแนะนำมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้รับจดหมายหรือเอกสารการติดต่อจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เห็นสื่อเคลื่อนที่เช่น สื่อตามรถเมล์ รถตู้ ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เคยเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และได้รับการจัดหรือไปรษณียบัตรติดต่อจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่วนการเปิดรับการสื่อสาร

การตลาดแบบบูรณาการมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับระดับน้อย ได้แก่ การที่เคยได้รับการบริการหรือการใช้บริการของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) และการได้รับ SMS ส่งมาทางโทรศัพท์มือถือจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการวัดคุณค่าตราสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้านั้นประกอบไปด้วย องค์ประกอบทางการตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) การระลึกได้ (Recall) 2) การรู้จักตราสินค้า (Brand recognition) 3) การรู้จักตัวสินค้า (Product Awareness) 4) การรับรู้ตราสินค้าจากสื่อต่าง ๆ องค์ประกอบทางด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า องค์ประกอบทางการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า และองค์ประกอบทางด้านความภักดีต่อตราสินค้า

เมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนอันดับ 1 ผลปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึงมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนอันดับ 2 ผลปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึงมหาวิทยาลัยศรีปทุม

เมื่อพูดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนอันดับ 3 ผลปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นึกถึงมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

นอกจากนี้ยังพบว่า หากเอ่ยถึงมหาวิทยาลัยเอกชนแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักจะนึกถึงด้านคุณภาพการศึกษา เป็นสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ตนเองศึกษาที่ตรงกับความรูสึกนึกคิดในระดับเห็นด้วย ได้แก่ คุณสมบัติเรื่องของคณาจารย์เจ้าหน้าที่ที่มีความรอบรู้อย่างดีและพร้อมในคำแนะนำปรึกษา มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาด มีภาพลักษณ์ที่ดี มีกระบวนการเรียนการสอนที่ดีมาก มีบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่น่าสนใจ และทำเลที่ตั้งมีความสะดวกในการเดินทาง ส่วนเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ตรงกับความรูสึกนึกคิดในระดับไม่เห็นใจได้แก่ คุณสมบัติเรื่อง ค่าธรรมเนียมในการศึกษามีความเหมาะสม

จากการสอบถามถึงประเภทของสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมหาวิทยาลัยเอกชน สามารถเรียงลำดับตามการรับรู้จากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ประเภทของสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมหาวิทยาลัยเอกชนที่ศึกษาอยู่ในระดับมากได้แก่ การรู้จักจากเพื่อนญาติหรือคนรู้จักแนะนำ สื่อที่ทำให้รู้มหาวิทยาลัยแห่งนี้ในระดับปานกลางได้แก่ จากงานแนะแนว จากสื่อโฆษณาในอินเทอร์เน็ต จากโปสเตอร์ จากสื่อโฆษณาบนสื่อต่าง ๆ จากสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ จากป้ายบิลบอร์ด จากสื่อโฆษณาทางนิตยสาร จากป้ายโฆษณาที่ปักประจำทาง จากสื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้มหาวิทยาลัยเอกชนที่เรียนอยู่ในระดับน้อยได้แก่ รู้จักจากสื่อโฆษณาทางวิทยุ จากสื่อโฆษณาในโรงภาพยนตร์

การสอบถามถึงความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่ตนเอง เรียงลำดับตามระดับความรู้สึกมากไปหาน้อย โดยความรู้สึกที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อมหาวิทยาลัยที่ตนเองเรียนในระดับเห็นด้วยได้แก่ ด้านคุณภาพทางการศึกษา ด้านความแตกต่างที่มีต่อมหาวิทยาลัยอื่น ด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมีผลต่อการสมัครงาน ด้านความพร้อมที่จะแนะนำให้นักที่รู้จักมาเรียนในมหาวิทยาลัยของแห่งนี้ และด้านความ

พอใจต่อระบบการบริหารงานของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ส่วนระดับความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยที่ตนเองศึกษาอยู่ในระดับ ไม่น่าพอใจ ได้แก่ ด้านอยากเรียนต่อในระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ และ ขณะนี้มีความคิดว่าจะอยากเปลี่ยนมหาวิทยาลัย

การสอบถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาอยู่ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 44.5

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยใช้กิจกรรมหลักส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า โดยแยกพิจารณา 3 ประเด็น ได้แก่ ด้านการตระหนักรู้ ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า สรุปผลได้ ดังนี้

1. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมหลักส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักรู้ ได้แก่ กิจกรรมด้านการโฆษณา (sig = 0.004) ด้านการขายโดยพนักงานขาย (sig = 0.000) และด้านการส่งเสริมการขาย (sig = 0.000)

2. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมหลักส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ได้แก่ กิจกรรมด้านการโฆษณา (sig = 0.031) ด้านการขายโดยพนักงานขาย (sig = 0.000) ด้านการส่งเสริมการขาย (sig = 0.007) และด้านการประชาสัมพันธ์ (sig = 0.048)

3. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมหลักส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า ในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กิจกรรมด้านการโฆษณา (sig = 0.000) ด้านการขายโดยพนักงานขาย (sig = 0.000) ด้านการส่งเสริมการขาย (sig = 0.000) และด้านการประชาสัมพันธ์ (sig = 0.000)

4. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมหลักส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า ในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กิจกรรมด้านการโฆษณา (sig = 0.000) ด้านการขายโดยพนักงานขาย (sig = 0.000) ด้านการส่งเสริมการขาย (sig = 0.000) และด้านการประชาสัมพันธ์ (sig = 0.000)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการโดยใช้กิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า โดยแยกพิจารณา 3 ประเด็น ได้แก่ ด้านการตระหนักรู้ ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า สรุปผลได้ ดังนี้

1. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักรู้ ได้แก่ กิจกรรมด้านการให้บริการ (sig = 0.023) การใช้ป้ายต่าง ๆ (sig = 0.008) และ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (sig = 0.004)

2. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า ได้แก่ กิจกรรมด้านการตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ/การจัดแสดงสินค้า (sig = 0.036) การใช้ป้ายต่าง ๆ (sig = 0.001) และด้านการใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (sig = 0.003)

3. การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้า ในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ได้แก่ กิจกรรมด้านการตลาดแบบตรง (sig=0.000) การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ/การจัดแสดงสินค้า (sig=0.000) การให้บริการ (sig=0.000) สื่อเคลื่อนที่ (sig=0.000) การใช้ป้ายต่างๆ (sig=0.000) การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (sig=0.000) และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (sig=0.000)

4. การตลาดแบบบูรณาการประเภทกิจกรรมเสริมส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าด้านความภักดีต่อตราสินค้า ในมุมมองของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ กิจกรรมด้านการตลาดแบบตรง (sig=0.000) การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ/การจัดแสดงสินค้า (sig=0.000) การให้บริการ (sig=0.000) สื่อเคลื่อนที่ (sig=0.000) การใช้ป้ายต่างๆ (sig=0.000) การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (sig=0.000) และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ (sig=0.000)

6. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าตราสินค้าต่อมหาวิทยาลัยเอกชนของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น แบ่งออกเป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก ซึ่งได้แก่ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยเอกชนได้ใช้ในการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งทำให้เกิดการสร้างคุณค่าในตราสินค้าของลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันในการการสื่อสารการตลาดนั้น จำเป็นต้องมีกิจกรรมเพิ่มเติมหรือเรียกว่า “กิจกรรมสนับสนุน” หรือ “กิจกรรมเสริม” เข้ามาช่วยในการสื่อสารการตลาด ทั้งนี้ เนื่องจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแต่ละเครื่องมือจำเป็นต้องอาศัยหลักการผสมผสานเพื่อให้เครื่องมือแต่ละเครื่องมือทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยกิจกรรมเสริมประกอบไปด้วย การตลาดแบบตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ/การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่างๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ

ในการดำเนินงานการตลาดสมัยใหม่เพื่อให้ประสบผลสำเร็จนั้น นอกจากการผลิตสินค้าเหมาะสมตรงกับความต้องการของตลาด การกำหนดราคาที่น่าพอใจ รวมทั้งการจัดระบบการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าเป้าหมายที่ดีแล้วก็ตาม นับว่ายังไม่เพียงพอ นักการตลาดจึงจำเป็นต้องอาศัยความสำเร็จในการติดต่อสื่อสารไปยังผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ อีกด้วย การติดต่อสื่อสารจึงเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถโน้มน้าวพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารให้เกิดการยอมรับ และปฏิบัติตามได้

ในการวิจัยครั้งนี้ การสร้างคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยเอกชนต่าง ๆ มีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่สำคัญอย่างหลากหลาย และผสมผสานกันไปในทิศทางเดียวกันในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมหลักของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมเสริม ได้แก่ การตลาดแบบตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ/การจัดแสดงสินค้า การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การใช้เครือข่ายการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ ซึ่งในการที่จะใช้เครื่องมือแต่ละประเภทนั้น มหาวิทยาลัยต่างๆ จะพิจารณาตามการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจ

ในส่วนของกรณีโฆษณาพบว่า มหาวิทยาลัยเอกชนชั้นนำ ต่างให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าด้านตราสินค้าผ่านการนำเสนอด้านการให้บริการบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เพื่อค้นหาข้อมูล ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าเนื่องจาก เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถให้ข้อมูลและรายละเอียดอย่างครบถ้วนเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อบริการ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้น การเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจึงสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยกระบวนการเลือกเปิดรับสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของแต่ละบุคคล โดยอาศัยประสาทสัมผัสในการเปิดรับ ได้แก่ การได้เห็น การได้ยิน การได้สัมผัส ดังนั้น การรับรู้จึงเป็นกระบวนการแรกที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักตราสินค้าต่างๆ ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารทั้งด้านกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมจากมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นต้น
2. การเข้าใจ เป็นกระบวนการในการตีความต่อสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากการได้เห็น ได้ยิน และได้สัมผัสกับข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ส่งผ่านข้อมูลนั้นจากกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม โดยกระบวนการตีความเพื่อให้เกิดการเข้าใจนั้น ผู้บริโภคจะเข้าใจมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ ความคิด อารมณ์ ทักษะ ค่านิยม ซึ่งการเลือกตีความหมายเฉพาะส่วนที่สอดคล้องกับข่าวสารเดิมของคนที่ทำให้ข่าวสารเดียวกัน ได้รับการตีความหมายต่างกัน
3. การยอมรับหรือการจดจำ เมื่อได้ตีความหมายแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารไว้ในระบบความจำแตกต่างกัน และสามารถเรียกกลับมาใช้ในอนาคตโดยข่าวสารที่มนุษย์เลือกจดจำนั้นมักเป็นข่าวสารที่ช่วยเสริมย้ำและสนับสนุนความรู้สึก ความคิด ทักษะ ค่านิยมของแต่ละคนให้เข้มแข็งขึ้น และสามารถนำออกมาใช้เมื่อเกิดความขัดแย้งระหว่างข่าวสารเก่ากับข่าวสารใหม่ที่ได้รับ เพื่อลดความคับข้องใจเมื่อเกิดความขัดแย้งกันของข่าวสารเก่าและใหม่

อย่างไรก็ตามทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไรนั้นก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม สภาพแวดล้อมภายนอกนอกระบบการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อการรับรู้ การเข้าใจและการจดจำของผู้ได้รับสารแต่ละคน นอกจากนี้ยังพบว่า หลังจากที่ถูกลูกค้าเป้าหมายได้มีการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ จากมหาวิทยาลัยเอกชนแล้วยังสามารถจำแนกช่องทางการรับรู้สื่อต่างๆ ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าของมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่นเดียวกัน ซึ่งได้แก่ สื่อบุคคล นั่นคือ การรู้จักมหาวิทยาลัยเอกชนจากเพื่อนญาติ หรือคนรู้จักแนะนำ ได้รับข้อมูลงานสารจากงานแนะแนว ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านบุคคล เหล่านี้เปรียบเสมือนเป็นพนักงานขายของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยผ่านบุคคลประเภทต่างๆ โดยเสริมยศ ธรรมรักษ์ ได้กล่าวไว้ว่าการขายโดยพนักงานขายเป็นการขายโดยใช้บุคคลเป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเกิดจากการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้บริโภค ในการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้า

เครื่องมือด้านการส่งเสริมการขาย จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายที่ได้รับจากมหาวิทยาลัยเอกชนต่าง ๆ โดยจากผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือการส่งเสริมการขายของมหาวิทยาลัยเอกชนส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้าทั้ง 3 ด้าน เนื่องจาก การส่งเสริมการขายเป็นกระบวนการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ได้ง่ายและส่งผลรวดเร็ว โดยเฉพาะกรณีที่สินค้าหรือบริการนั้นมี

ความคล้ายคลึงกันมาก จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า เครื่องมือการส่งเสริมการขายเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่แต่ละมหาวิทยาลัยได้นำมาใช้เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละมหาวิทยาลัย

การประชาสัมพันธ์ จากผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มหาวิทยาลัยเอกชนใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าทั้งทางด้านความเชื่อมโยงและคุณภาพตราสินค้า อันเนื่องมาจาก การประชาสัมพันธ์สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้สูงสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงเฉพาะกลุ่มได้ และยังสอดคล้องกับการสร้างคุณค่าตราสินค้า ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ส่วนด้านกิจกรรมเสริมที่มหาวิทยาลัยเอกชนจัดขึ้นนั้น ประกอบไปด้วย กิจกรรมต่างๆ เพื่อให้กิจกรรมหลักมีประสิทธิภาพและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น ได้แก่ การตลาดแบบตรง การตลาดโดยการจัดกิจกรรมพิเศษ การให้บริการ สื่อเคลื่อนที่ การใช้ป้ายต่าง ๆ การติดต่อสื่อสารผ่านอิเล็กทรอนิกส์ และการติดต่อสื่อสารโดยใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ นั้น สามารถสร้างคุณค่าในตราสินค้าด้านการรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ด้วยเช่นกัน

ผลจากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเอกชน ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าในตราสินค้าของแต่ละมหาวิทยาลัย อันเนื่องจากรูปแบบการสื่อสาร เป็นการสื่อสารแบบผสมผสาน โดยนำเอาจุดแข็งของแต่ละสื่อมาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้การติดต่อสื่อสารด้านการตลาดตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสร้างพฤติกรรมให้เกิดขึ้นได้ในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ การสื่อสารการตลาดในปัจจุบันซึ่งอยู่ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงนั้นการใช้เครื่องมือทางการสื่อสารเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งคงจะไม่ได้ผลอีกต่อไป เนื่องจากมีผู้ขายสินค้าหรือผู้ส่งข่าวสารจำนวนมากพยายามที่จะเข้าถึงผู้รับข่าวสารหรือผู้บริโภคกลุ่มเดียวกันในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น นักการตลาดและนักโฆษณาจึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารทุกรูปแบบในการที่จะเข้าถึงผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้ามากที่สุดเท่าที่จะทำได้

การศึกษาในครั้งนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อการคุณค่าตราสินค้า โดยที่การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีส่วนช่วยในการสร้างคุณค่าตราสินค้า และส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าตามแนวคิดที่กล่าวไว้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการสร้างคุณค่าตราสินค้า โดยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งในการติดต่อสื่อสารข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภค โดยกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารไปยังเป้าหมายเพื่อให้เกิดการรับรู้ การเรียนรู้ และเกิดพฤติกรรมในที่สุดของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของแต่ละมหาวิทยาลัย

7. รายการอ้างอิง

- ชนคดี ลือเปี่ยม. 2544. “ประสิทธิผลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานต่อพฤติกรรมการซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิรัตน์ บรรณเกียรติกุล. 2544. “การวัดคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจบริการ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นภัสกร ศักดานุวงศ์. 2545. “การวัดคุณค่าตราสินค้าในตลาดที่มุ่งสู่องค์กรธุรกิจ.” วิทยานิพนธ์ปริญญา
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทนา บริพันธ์านนท์. 2542. “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับปัจจัยที่เกิดจากการสื่อสารการตลาด.”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- พนิดา ไคว้เจริญ. 2546. “ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
ในธุรกิจบริการ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุดฤทัย โชติกะสุภา. 2544. “การใช้การสื่อสารทางการตลาดครบวงจรของรถยนต์นั่งญี่ปุ่น(ส่วนบุคคล)
ในการสร้างภาพลักษณ์ต่อผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
- Angel, F. Villarejo-Ramos. 2005. “The impact of marketing communication and price promotion on brand
equity.” **Journal of Brand Management**. 23, 2: 105-115.
- Boone, L E., & Kurtz, D L. 1995. **Contemporary marketing**. 8th ed. Fort Worth: The Dryden Press.
- Don E. S, Stanley, I. T. & Robert, F. L. 1993. **Integrated marketing communication**. Illinois: NTC Business
Books.
- Kotler, P. 2003. **Marketing management**. 11th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Sreedhar, M., Vishag., B., & Robert, E. M.D. 2005. “Integrated marketing communication (IMC) and brand
identity as critical components of brand equity strategy.” **Journal of advertising**. 44,32 : 235-246.

**อิทธิพลของสื่อโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการรับรู้และพฤติกรรมของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**

**INFLUENCES OF THE E-COMMERCE ADVERTISING ON THAI
TOURIST'S PERCEPTION AND BEHAVIOR IN BANGKOK AREA**

บริندا ศัลยวุฒิ

**รองผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม**

E-mail : brinda.su@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สำหรับข้อมูลที่รวบรวมได้จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงการแจกแจงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบแบบไคสแควร์ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลจากการวิจัยพบว่าการใช้สื่อโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบการโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูทูปแอด การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา ไม่มีผลต่อความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ย ในขณะที่รูปแบบของสื่อโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ การโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา แต่การโฆษณาผ่านทางยูทูปแอด และการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ไม่มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และรูปแบบของสื่อโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อครั้ง คือการโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูทูปแอด การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา

คำสำคัญ : สื่อโฆษณา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ พฤติกรรม นักท่องเที่ยวชาวไทย

ABSTRACT

Research issues " Influences of the E-Commerce Advertising on Thai Tourist's Perception and Behavior in Bangkok Area " the research objective is to study the relationship between demographic characteristics with perception and behavior of tourists in Thailand and the relationship between e-commerce advertising patterns with perception and behavior of Thai tourists.

This research is using Survey Research method which is a survey tool to collect data. There collect data from the sample group of Thai tourists in Bangkok since age 20 years to over amount 440 cases by using multi-stage sampling method. The gathered information will be analyzed by using descriptive statistics to show up frequency percentage mean and the standard deviation. The Statistic that use for hypothesis testing research is Reliability Analysis a one-way ANOVA Chi - Square Test and Multiple Regression Analysis.

The research result found that e-commerce advertising pattern as using Banner Advertising E-mail Advertising URL Advertising or Search Engine Game Online Advertising and Chat Rooms Advertising does not affect to the frequency of domestic travel as the average. While the e-commerce advertising pattern which impact on is the period of domestic travel per time is banners advertising e-mail advertising and chat room advertising except URL and games online advertising. And the E-commerce advertising patterns are affecting to the travel expenditure per time is advertising e- mail URL game online and chat room advertising

KEYWORDS : E-Commerce Advertising Thai Tourist's Perception Thai Tourist's Behavior Domestic Travel

1. บทนำ

จากภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน ที่อยู่ในช่วงชะลอตัว ภาพรวมของรายได้ประเทศมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะรายได้จากการส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศ แต่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยังคงสร้างรายได้หลักให้กับประเทศอย่างสม่ำเสมอ โดยอุตสาหกรรมนี้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับประเทศ และยังส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภาคประชาชนในทุกระดับ แต่จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา อาทิเช่น คลื่นยักษ์สึนามิ ถล่มหลายจังหวัดในภาคใต้ เหตุการณ์ความสงบทางการเมือง จนเกิดการประท้วงปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมือง ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่ซบเซาไปทั่วโลก ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดน้อยลง รวมถึงปัญหาการระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ที่ทำให้ภาครัฐของประเทศต่างๆ ออกมาเตือนนักท่องเที่ยวของประเทศตนเอง ให้หลีกเลี่ยงการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศที่มีความเสี่ยงต่อการติดโรคระบาดนี้ จากเหตุการณ์ดังกล่าว ส่งผลโดยตรงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา

ดังนั้นทางภาครัฐจึงหันมากระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาสนใจการท่องเที่ยวภายในประเทศ และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงบวกนั้น จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเข้ามาช่วยส่งเสริมการขายสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย นั่นก็คือ การโฆษณา (Advertising) เพราะสินค้าและบริการใดๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะสินค้านั้นมีคุณภาพดีหรือมีราคาถูกเพียงใดก็ตาม หรือมีบริการที่เป็นเลิศและโดดเด่นแค่ไหนก็ตาม แต่ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบหรือไม่มีข้อมูล ก็ย่อมจะทำให้สินค้าและบริการนั้นๆ ไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นๆ

แม้ว่าช่องทางการโฆษณาอาจทำได้หลายวิธี แต่ด้วยในยุคปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร และโลกที่ไร้พรมแดน ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ไหลเข้าสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนข่าวสาร จำนวนผู้รับข่าวสาร เวลาที่รับข่าวสาร หรือสถานที่ที่รับข่าวสาร ดังนั้นจึงทำให้กระแสพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้เข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ มากขึ้น การโฆษณาจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และรูปแบบต่างๆ ให้สอดคล้องกับภาวะการณ์ในยุคปัจจุบัน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ทั่วถึง และเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยเปลี่ยนรูปแบบใหม่เป็นการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce Advertising : E-Advertising) ซึ่งจะกลายเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดอีกทางหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้สามารถขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น

ดังนั้นการศึกษาการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูทูป แอล การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา จะเป็นการศึกษาเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเพื่อต้องการทราบถึงการส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการศึกษาในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับกรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พ.ศ. 2550 – 2554 ที่ต้องการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยและเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศต่อไปและยังสอดคล้องกับแผนการตลาดของ ททท. ประจำปี 2553 จะเน้นการใช้สื่อในรูปแบบ E-Marketing เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่นิยมการหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 ศึกษาความสัมพันธ์ด้านการโฆษณาโดยใช้ป้าย กับการรับรู้และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ด้านการโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ กับการรับรู้และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2.3 ศึกษาความสัมพันธ์ด้านการโฆษณาผ่านทางยูทูป แอล หรือ Search Engine กับการรับรู้และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- 2.4 ศึกษาความสัมพันธ์ด้านการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ กับการรับรู้และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.5 ศึกษาความสัมพันธ์ด้านการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา กับการรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

2.6 ศึกษาความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์กับการรับรู้และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

3.เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพราะเป็นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงอย่างเดียว โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจากวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 440 ฉบับ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

4.สรุปผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษานี้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 440 คนเป็นชาย 231 คน และหญิง 209 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี ร้อยละ 28.2 รองลงมาคืออายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 27 และอายุ 40 - 49 ปี ร้อยละ 26.4 ตามลำดับ ในส่วนของสถานภาพ มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 50 รองลงมา คือสถานภาพโสด ร้อยละ 45.9 และสถานภาพหย่า / หม้าย ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ สำหรับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 48.6 รองลงมาได้แก่ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 17.5 ในสัดส่วนที่เท่ากัน ในส่วนของระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.1 รองลงมาได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.9 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 15 ตามลำดับ และในเรื่องของรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 22 รองลงมา มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 16.4 และ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ

ส่วนใหญ่มิ่วัดดูประสงค์หลักในการท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อน มากที่สุด ร้อยละ 99.8 รองลงมา คือเพื่อเยี่ยมญาติมิตร ร้อยละ 93.9 และเพื่อประชุม สัมมนา หรืออบรม ร้อยละ 78.9 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 90.2 รองลงมาจะได้รับข้อมูลจากวิทยุและโทรทัศน์ ร้อยละ 88 และได้รับข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร้อยละ 66.1 ตามลำดับ โดยมักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ ร้อยละ 61.1 รองลงมามักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน - เมษายน ร้อยละ 29.3 และเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนพฤษภาคม - ตุลาคม ร้อยละ 7

ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด ร้อยละ 94.5 รองลงมามักจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา ร้อยละ 5.2 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมักจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว ร้อยละ 64.3 รองลงมาจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยเครื่องบิน ร้อยละ 17.3 และเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถโดยสาร ร้อยละ 16.4 ตามลำดับ และจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 71.4 รองลงมาจะเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 21.6 และเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับกรุ๊ปทัวร์ ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ สำหรับเรื่องเกี่ยวกับความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะท่องเที่ยวเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 50.9 รองลงมา คือ เดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 5 - 6 ครั้งต่อปี ร้อยละ 22.3 และเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 1 - 2 ครั้งต่อปี ร้อยละ 17.5 ตามลำดับ โดยในการเดินทางในแต่ละครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนวันเฉลี่ย 1 – 2 วันในการเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา คือ จำนวนวันเฉลี่ย 3 – 4 วันในการเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 33.6 และจำนวนวันเฉลี่ย 5 - 6 วันในการเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 7.3 ตามลำดับ และในเรื่องเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อท่าน 1,000 – 2,000 บาท ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในแต่ละครั้ง ร้อยละ 27 รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อท่าน 2,001 – 3,000 บาท และ 3,001 – 4,000 บาท ร้อยละ 20 ในสัดส่วนที่เท่ากัน

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน Banner ในเว็บไซต์ต่างๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยพบเห็นโฆษณาผ่าน Banner ร้อยละ 96.8 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกชอบต่อการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน Banner ในเว็บไซต์ต่าง ๆ ร้อยละ 85 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน Banner มีแนวโน้มให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 86.6 ในส่วนของรูปแบบการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน E-mail กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยได้รับ E-mail ข้อความโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้อยละ 86.1 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกชอบต่อการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน E-mail ร้อยละ 74.5 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน E-mail มีแนวโน้มให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 72.7 โดยที่รูปแบบการโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล หรือ Search Engine กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้ Search Engine ในการค้นหาข้อความโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้อยละ 81.1 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกชอบต่อการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine ร้อยละ 72.7 และกลุ่มตัวอย่างคิดว่า การโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่าน Search Engine มีแนวโน้มให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 78.6 สำหรับรูปแบบการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ กลุ่มส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระหว่างการเล่นเกมส์ทางออนไลน์ ร้อยละ 93 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกเฉยๆ ต่อการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านการโฆษณาทางเกมส์ออนไลน์ ร้อยละ 91.8 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นกับการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางเกมส์ออนไลน์ว่ามีแนวโน้มให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 83.6 และรูปแบบการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เคยได้รับข้อความโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระหว่างการเล่นสนทนา ร้อยละ 87 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกเฉยๆ ต่อการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางห้องสนทนา ร้อยละ 86.6 และ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็นกับการโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวผ่านทางห้องสนทนาว่ามีแนวโน้มให้ออกเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 60 ดังนั้นเครื่องมือการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล หรือ Search

Engine มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาได้แก่ การโฆษณาโดยใช้ป้าย และการโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 3.59 ตามลำดับ ส่วนการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา และการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ มีอิทธิพลในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.3 และ 1.79 ตามลำดับ

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

4.4.1 ด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ย

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าสื่อโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีผลกระทบต่อความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ย

และจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละเครื่องมือ พบว่า การโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล หรือ Search Engine การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา ไม่มีผลกระทบต่อความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ย

4.4.2 ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าสื่อโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

และจากการทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละเครื่องมือ พบว่าการโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง โดยที่การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล และการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ ไม่มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

4.4.3 ด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อครั้ง

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) พบว่าสื่อโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อครั้ง

และจากการทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์แยกในแต่ละเครื่องมือ พบว่าการโฆษณาโดยใช้ป้าย ไม่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อครั้ง โดยที่การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อครั้ง

5. อภิปรายผล

ในภาวะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันที่ยังอยู่ในช่วงตกต่ำ ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ ทั้งในส่วนของภาครัฐ และเอกชน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงพยายามประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยการลดงบประมาณทางการโฆษณาและการตลาด แต่ก็เห็นได้ว่าดังนั้นท่ามกลางงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด ในส่วนของการตลาดและการสื่อสารก็ยังคงต้องมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยต้องเลือกสื่อโฆษณาให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงควรให้ความสนใจกับสื่อ "Online" หรือสื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เพราะเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงกลุ่ม ด้วยต้นทุนต่ำ และที่สำคัญยังส่งผลถึงภาพลักษณ์ (Image) ของหน่วยงานทางการท่องเที่ยวด้วย เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องเน้นการขายสินค้าทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ดังนั้น การใช้สื่อโฆษณาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบการโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล หรือ Search Engine การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา จึงส่งผลในแง่ของภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย และยังสามารถสร้างการรับรู้และพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถสนับสนุนข้อความดังกล่าว ได้ว่าการโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล หรือ Search Engine การโฆษณาโดยใช้ป้าย และการโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ มีอิทธิพลมากต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการทดสอบสมมติฐาน ผลปรากฏว่า การใช้สื่อโฆษณาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบการโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล หรือ Search Engine การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา ไม่มีผลต่อความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ย ซึ่งจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัจจัยด้านเวลาจากการทำงานในหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ มีผลกับความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่า การที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม ในส่วนของรูปแบบของสื่อโฆษณาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ การโฆษณาโดยใช้ป้าย การโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา จะเห็นได้ว่าในโลกยุคดิจิทัล อย่างในปัจจุบัน Social Marketing ได้เข้ามามีบทบาทในการทำการตลาด โดยเป็นการสร้างเครือข่ายทางสังคม ในกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวร่วมกัน และสามารถแพร่กระจายข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล และการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ไม่มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเฉลี่ยต่อครั้ง อาจจะเป็นด้วยข้อจำกัดด้านเวลาของกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นการโดนจำกัดด้วยขอบเขตด้านเวลา ทำให้บทบาทของการโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล และการโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ มีบทบาทน้อยลง เนื่องจากโดนปัจจัยด้านอื่น ๆ มีอิทธิพลเหนือกว่า และรูปแบบของสื่อโฆษณาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่อครั้ง คือการโฆษณาผ่านทางอีเมลล์ การโฆษณาผ่านทางยูอาร์แอล การโฆษณาผ่านทางเกมส์ออนไลน์ และการโฆษณาผ่านทางห้องสนทนา จะเห็นได้ว่ายังมีการทำการโฆษณาโดยใช้สื่อโฆษณาพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ หลาย ๆ สื่อ จะมีผลกระทบให้นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีการใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้นกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยตรงกับหลักการของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) แต่ในขณะที่การโฆษณาโดยใช้ป้าย ถือเป็นสื่อเดียวที่ไม่ส่งผลต่อการกระตุ้นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย

6. รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552. **แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552**. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กิตติ ภักดีวัฒนกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. 2547. **สัมฤทธิ์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. 2542. **การวางแผนและพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. 2551. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. 2539. “รายงานการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” **จุลสารการท่องเที่ยว**. กรกฎาคม-กันยายน, ตุลาคม-ธันวาคม.
- ประสิทธิ์ วรรณตราวิช. 2543. **Marketing dotcom**. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. อินฟอร์เมชัน แอนด์ พับลิเคชัน.
- พันจันทร์ ชนวัฒนเสถียร. ม.ป.ป. **การตลาดบนอินเทอร์เน็ต**. กรุงเทพฯ : ซัคเซส มีเดีย.
- วัชรพงศ์ ชะไวทย. 2542. **E-Commerce และกลยุทธ์การทำเงินบนอินเทอร์เน็ต**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วิจิต อุ่ออัน. 2550. **การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : พรินท์แอมมี่ (ประเทศไทย).
- อานัติ ลิ้มคเดช. 2546. **เรียนรู้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภาคทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์ บิซิเนสเพรส.
- Philip Kotler. n.d. **Marketing Management : Analysis , Planning and Control**. 5th ed. New Delhi : Prentice – Hall of India Private Limited.
- Philip Kotler, John Bowen, and James Makens. 1999. **Marketing for Hospitality and Tourism**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Victor T.C. Middleton and Jackie Clarke. 1995. **Marketing in Travel and Tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann.