

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-ธันวาคม 2559



๔๐ ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



Journal of Innovation
Management

Suan Sunandha Rajabhat University

Vol.1, No.1, January-December, 2016



ISSN 2465-4477

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการหรือผลงานวิจัยที่มีคุณภาพด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. เพื่อเป็นสื่อในการนำเสนอและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 1 ฉบับ (ฉบับมกราคม- ธันวาคม)

ลักษณะของบทความที่เผยแพร่

บทความที่ได้รับการเผยแพร่ในวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นบทความวิชาการและบทความวิจัยทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ซึ่งบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) แล้ว ทักษะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือว่าเป็นทักษะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

เจ้าของวารสาร

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ลิขสิทธิ์

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ห้ามนำข้อความทั้งหมดไปตีพิมพ์ซ้ำ ยกเว้นได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สำนักงานกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ อาคาร 37 ชั้น 1

เลขที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถนนอุทองนอก แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-160-1452 โทรสาร 02-160-1184

E-mail: journalcim@ssru.ac.th, cimjssru@gmail.com

www.journalcim.ssru.ac.th

สถานที่พิมพ์

บริษัท จรัสสินิทวงศ์การพิมพ์ จำกัด

เลขที่ 219 ซอยเพชรเกษม 102/2 แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160 โทร. 02-809-2281-3

ออกแบบปกโดย

นายตรีวินัส ก้อนทองคำ

ที่ปรึกษา

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ฤเดช เกิดวิชัย อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

บรรณาธิการ

อาจารย์ชลภััสสรณ์ สิทธิรงค์ชัย

กองบรรณาธิการ

1. ศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย
2. ศาสตราจารย์ ดร.สุภางค์ จันทร์วานิช
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ยุพาพิน
4. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภมาส อังศุโชติ
5. อาจารย์ ดร.วิทยา เจียรพันธุ์
6. อาจารย์เปรมกมล จันทร์ทวีกุล

คณะกรรมการประเมินบทความภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ศรีพระจันทร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนรินทร์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตिकाญจน์ ศรีวิบูลย์

คณะกรรมการประเมินบทความภายนอก

- | | |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ ตั้งธรรม | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์ | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุภมาส อังศุโชติ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงดี | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนาสฤษฎ์ สตะเวทิน | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร เทพชาติตรี | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ยุพาพิน | มหาวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.รวีวรรณ ชินะตระกูล | มหาวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏษ์ กุฬิสร์ | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญภา จิตราภรณ์ | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรธร บุญยรัตน์พันธุ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ฉบับนี้เป็นฉบับประจำปี ที่ 1 ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2559 (มกราคม-ธันวาคม) บทความประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ทั้งในรูปแบบบทความวิจัยและบทความวิชาการ จากนักวิจัย นักวิชาการหลายสถาบัน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อันประกอบด้วยบทความวิจัยจำนวน ๙ เรื่อง วารสารฉบับนี้มีบทความที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ ได้แก่ การสร้างความภาคภูมิใจในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการร้านขายยา รวมถึงบทความทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ การยอมรับเทคโนโลยี การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การออกแบบและพัฒนาระบบแนะนำรายการดิจิทัลทีวี และบทความเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบล ซึ่งเนื้อหาของบทความได้ผ่านการศึกษาวิเคราะห์ นานาทัศนะ ของผู้ค้นคว้าเพื่อให้ผู้อ่านจะได้รับมุมมอง จากความรู้ในแต่ละศาสตร์และนำไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดการศึกษาต่อไป

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่านผู้อ่าน นักวิชาการและผู้สนใจ ขอขอบคุณสมาชิกวารสาร ที่ได้ให้ความสนใจติดตามวารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยท่านสามารถสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.cim.ssru.ac.th/journal>

อาจารย์ชลภััสสรณ์ สิทธิวงศ์ชัย
บรรณาธิการ วารสารนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สารบัญ

	หน้า
ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของ ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีย่าน Marketing Mix Affecting Relationship Loyalty of Parents for Their Children to Study in Wimol Sriyan Technological College	กนกอร โคตรผาบ, อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน, บัณฑิต ผังนิรันดร์, วิมลศรี แสนสุข, ปราณี ตรีทศกุล, อณัญญา ธนะศรีสีบวงศ์, สิริอร จำปาทอง, ณัฐพงษ์ เตชะรัตนเสถียร 6
ความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E- Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Demand and Key Factors Affecting Decision Making to Use E-Fulfillment Service of E-Commerce Entrepreneurs	คมกริช อุบลธรรม, ธนภฤต พิพัฒน์สกุลกมล, สุนีย์ วรรณโกมล 15
การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ใน ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของ ชุมชน The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Project in Alcoholic Beverage Industry to Meet Demand in the Community	บุศรา บุตอ้ง, ปภาวรินทร์ กล้าสนอง, สุนีย์ วรรณโกมล 23
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อ ทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร The Technology Acceptance and Country of Origin Affecting the Attitude on Pre-order Cosmetic via Online Business of Customer in Bangkok	ปัญญาทรัพย์ ปัญญาไว, รวิพรรณ สุภาวรรณ 32
การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์วิชาคณิตศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 2 The development of Electronic Books for Mathematics for grades 2 students	พจนา ชำนาญกุล, ชัยวัฒน์ วารี 39
กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของประชากรในกรุงเทพมหานคร Public Relations Strategies that related with Suan Sunandha Rajabhat University image perception of people in Bangkok	พิทยาธร บุญวรรณ 46
กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน The Marketing Strategies of Pharmaceutical entrepreneurs in the preparation for entering the ASEAN Economic Community	ภัทรา เกษรจันทร์, มณีนัฐ รื่นชล, ธานินทร์ ศิลป์จารุ 52

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ Participation of People in the Administration According to the Objective Plan of Robmueng Sub-district Administrative Organization, Mueng District, Chaiyaphum Province	สุภาพร กิตติศิริ	62
ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตือ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ Factors to succeed in community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy in Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province	อมรพันธุ์ เปล่งงูเหลือม	74
การออกแบบและพัฒนาระบบแนะนำรายการดิจิทัลทีวีตามพฤติกรรมและ ลักษณะของผู้ใช้งาน Design and Implementation of Digital TV Suggestion System based on Personal Profile and Behaviors	ชัชวาล แก้วมณี, สมชาย นำประเสริฐชัย, ประคนเดช นีละคุปต์	86

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ปกครอง ในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน

กนกอร โคตรผาบ¹, รศ.อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน², บัณฑิต ผังนิรันดร³,
วิมลศรี แสนสุข, ปราณี ตริทศกุล, อณัญญา ธนะศรีสีบวงส์,
สิริอร จำปาทอง, ณัฐพงษ์ เตชะรัตนเสถียร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนบุตร ระดับชั้นเรียนของบุตร มีผลต่อความภักดีของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน 2) เพื่อศึกษา ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความภักดี ของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครอง จำนวน 400 คน ของวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน ที่มีบุตรหลานกำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2558 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test หรือ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่ม โดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวมของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน ได้แก่ ตั้งใจจะให้บุตรหลานเรียนที่วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน และจะแนะนำผู้ปกครองท่านอื่นให้มาเรียนวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน ทั้งสองด้านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด, ความภักดี, ผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน

¹ วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน

² คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

* Corresponding Author: nung_my.love@hotmail.com

Marketing Mix Affecting Relationship Loyalty of Parents for Their Children to Study in Wimol Sriyan Technological College

Kanokon Kothpab^{1*}, Arunroong Wongkungwan²,
Bundit Pungnirund³, Vimolsri Sansuk, Pranee Tridhoskul, Anunya Thanasrisuebwong,
Siri-orn Champatong, Nattapong Tacharattanased

Abstract

The purpose of this research was to study marketing mix affecting relationship loyalty of parents for their children to study in Wimol Sriyan technological college. The sample used in this research parents for their children to study in Wimol Sriyan technological college year 2015. The research instrument was a questionnaire to collect data. Statistics for data analyze included the frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test or One-way ANOVA analysis of variance for hypothesis testing and Least Significant Different (LSD) or testing the difference between of variance group by Levene's test for multiple comparisons at .05 level of statistical significance and Pearson correlation coefficient. The using by computer software Statistical Package for the Social Sciences.

The Hypothesis testing of marketing mix of parents for their children to study in Wimol Sriyan technological college overall of the product, price, place, promotion, marketing, personnel, service process and the physical environment affecting relationship loyalty overall of parents for their children to study in Wimol Sriyan technological college include the intention children to study in Wimol Sriyan technological college. And advice parents others to study in the Wimol Sriyan technological college on both sides relationship in the same direction medium statistically significant at the 0.01 level.

Keywords: Marketing Mix, Loyalty, Parents for Their Children to study in Wimol Sriyan technological college.

¹ Wimol Sriyan Technological College

² Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University

³ Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding Author: nung_my.love@hotmail.com

บทนำ

การจัดการศึกษาอาชีวศึกษาเอกชน เป็นรูปแบบหนึ่งในการจัดการศึกษาของประเทศที่มีบทบาทสำคัญ ในการให้บริการการศึกษาทาง ด้านวิชาชีพ และมีส่วนช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐ ในการจัดการศึกษาและลงทุน ทางการศึกษาทั้งใน ส่วนที่รัฐไม่สามารถจัดได้หรือจัดได้ ไม่เพียงพอ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านทรัพยากร อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งในระบบ ของการศึกษาที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ เพราะเป็นการศึกษาที่จัด เตรียมบุคคลให้มีอาชีพเป็นหลักในอนาคต และช่วยให้อาชีพที่มีอยู่แล้วมีความก้าวหน้าในอาชีพตน ในสภาพความเป็นจริงการดำเนินการของวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนเป็นไปอย่างไม่ราบรื่นเท่าที่ควร เนื่องจากการขยายตัวและการรับนักเรียนมากขึ้น ในการศึกษาของภาครัฐ ทำให้เกิดผลกระทบต่อการจัดการศึกษาของภาคเอกชน (วันฉัตร ทิพย์มาศ, 2557) ประกอบกับรัฐบาลออกกฎหมายให้เรียนฟรี ตามมาตรา 49 ของ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และนโยบายการอาชีวศึกษา อยากรเรียนต้องได้เรียน ทำให้ผู้เรียนเมื่อเรียนจบมัธยมศึกษาตอนต้นแล้วนิยมเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือถ้าจะเรียนต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาก็จะเลือกเรียนในสถานศึกษาของรัฐ ทำให้วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนมีผู้เรียนน้อยลงและหลายแห่งต้องปิดกิจการลงเนื่องจากไม่อาจจะแข่งขันกับสถานศึกษาของรัฐได้ (กฤษมันต์ วัฒนานรงค์, 2554)

นอกจากนั้นแนวทางการศึกษาต่อของนักเรียนเมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ก็มีทางเลือกหลากหลายแนวทางการศึกษา โดยในสภาวะปัจจุบัน สถานศึกษาเอกชนจึงอยู่ในสภาวะที่ต้องดิ้นรน แข่งขันกับสถานศึกษาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานศึกษาเอกชนด้วยกันเอง และสถานศึกษาเอกชนกับสถานศึกษารัฐบาล จากสภาวะดังกล่าวทำให้สถานศึกษาเอกชน ต้องเปลี่ยนแปลงจากนโยบายเดิมมาเป็นการใช้นโยบายเชิงรุก เพื่อทราบความต้องการของผู้ปกครอง ชุมชน และนักเรียน นำมาปรับปรุงให้โรงเรียน มีจุดสนใจมากยิ่งขึ้น หากสถานศึกษาเอกชนใดที่ยังไม่ปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน ก็จะประสบปัญหา ต่าง ๆ จนกระทั่งไม่สามารถ

ดำเนินกิจการต่อไปได้ในที่สุด ส่วนประสมทางการตลาด (7P's Marketing Mix) ของ Philip Kotler จึงเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการ รวมถึงการบริหารจัดการทางการศึกษา การที่จะทำให้การดำเนินงานของโรงเรียนเอกชนประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดนี้ เพื่อให้ สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) เป็นการทัศนคติและสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ปกครองเกิดความพึงพอใจในการจัดการศึกษาของสถานศึกษาเอกชน ก่อให้เกิดความภักดีของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในสถานศึกษาเอกชน

โรงเรียนวิมลพัฒนศึกษา ศรียาน ตั้งอยู่เลขที่ 266/9 ถนนนครไชยศรี แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 เดิมโรงเรียนนี้เป็นโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ชื่อโรงเรียนวิมลวิทยา สอนตั้งแต่ชั้นอนุบาลถึง มศ.3 กิจการโรงเรียนเอกชนสายสามัญมีจำนวนนักเรียนน้อยลง เนื่องจากรัฐเปิดโรงเรียนสายสามัญเพิ่มขึ้น เจ้าของโรงเรียนเดิม ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้จึงประกาศขาย ดร.กมล ชูทรัพย์ เจ้าของและผู้อำนวยการ โรงเรียนตั้งตรงจิตรพัฒนศึกษามีความเห็น ว่า โรงเรียนตั้งตรงจิตรพัฒนศึกษานั้น มีนักเรียนมาก จนไม่อาจรับเพิ่มได้อีก เพราะพื้นที่จำกัด ไม่อาจขยายเนื้อที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับนักเรียนที่สมัครเรียนที่โรงเรียนตั้งตรงจิตรพัฒนศึกษามีภูมิลำเนาที่ตั้งผ่านทางด้านนี้เป็นจำนวนมากพอสมควรและโรงเรียนวิมลวิทยา ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมการคมนาคมสะดวก จึงตกลงใจซื้อกิจการโรงเรียนวิมลวิทยา แล้วขออนุญาตต่อกระทรวงศึกษาธิการขอเปลี่ยนชื่อเป็นโรงเรียนวิมลพัฒนศึกษา ศรียาน สอนวิชาพัฒนศึกษาระดับมัธยมศึกษา 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2521

ในปีการศึกษา 2550 โรงเรียนได้ศึกษาและวิเคราะห์สรุปผลการประเมินภายนอก เพื่อรับรองมาตรฐาน การศึกษาด้านอาชีวศึกษา ที่ได้รับการประเมินภายนอก รอบ 2 (พ.ศ. 2549) โดยสำนักงานรับรองมาตรฐาน และ การประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการประจำปีเพื่อ พัฒนาคุณภาพการศึกษา

และจัดให้มีการประเมินภายในตามเกณฑ์การประเมินตนเอง และ ตัวบ่งชี้มาตรฐาน การอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในปีการศึกษา 2551 โรงเรียนได้นำสิ่งค้นพบจากการประเมินตนเองของปีการศึกษา 2550 โดยวิเคราะห์ผลประเมิน ทั้ง 6 มาตรฐาน 34 ตัวบ่งชี้ ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในปีการศึกษา 2554 เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2554 ได้เปลี่ยนชื่อจากเดิมเป็น "วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีय่าน" (รายงานคุณภาพการศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมลศรีय่าน, 2558)

แต่เนื่องจากตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ภาพการแข่งขัน ของสถานศึกษาต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้นเพื่อเข้ามารองรับความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในเมืองใหญ่มีการ แข่งขันกันมาก มีการลงทุนในด้านสถานที่ อาคาร วัสดุอุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้าน การอำนวยความสะดวกต่างๆ และ หลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัย เพื่อสนองความต้องการของผู้ปกครองที่ต้องการให้บุตรหลานได้รับสิ่งที่ดีที่สุด

จากเหตุผลข้างต้น วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีय่าน ได้ประสบปัญหาจำนวนนักเรียนเข้าศึกษา ในโรงเรียนมีจำนวนลดลง หรือไม่เป็นตามที่คาดการณ์ไว้ในแต่ละปีการศึกษา กล่าวคือ ปี 2556 จำนวนนักเรียน 1,250 คน ปี 2557 จำนวนนักเรียน.1190 คน และปี 2558 จำนวนนักเรียน.1280 คน (รายงานคุณภาพการศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีय่าน, 2558) ซึ่งเกิดจากการมีคู่แข่งในการดำเนินกิจการของโรงเรียนเอกชนสายอาชีวศึกษาหลายแห่ง ในเขตดุสิต เช่น วิทยาลัยเทคนิคดุสิต วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนการสุขโขทัย วิทยาลัยเทคโนโลยีอาชีวศึกษาอาชีวศิลป์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนการสามเสน กองทัพบกอุปถัมภ์ ช่างกล ชส.ทบ., โยนออฟอาร์คบริหารธุรกิจ รวมทั้งนักเรียนที่จบการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานเลือกที่จะไปเรียน ในโรงเรียนรัฐบาลหรือเอกชนที่มีชื่อเสียงที่เปิดรับอยู่ทั้งใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2558)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาทัศนคติ ส่วน ประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดี ของ ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยี

วิมล ศรีय่าน เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็น ประโยชน์ต่อผู้บริหารโรงเรียน ผู้ลงทุนในกิจการโรงเรียน เอกชนอื่น และผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็น แนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงกลยุทธ์ เพื่อสร้างจุดขายใหม่ และตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง การวิจัยครั้งนี้ สามารถเป็นแนวทางให้ผู้บริหารวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรี ย่าน ปรับปรุงแก้ไขการวางแผนทางการตลาดของโรงเรียน ตนเอง เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารงานโรงเรียนเอกชนให้ ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้นซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของ นักเรียนให้เก่ง ดีมีความสุข เป็นการตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ปกครอง ก่อเกิดความภักดี ส่งผลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัย เทคโนโลยีวิมล ศรีย่าน ทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนการเข้า ศึกษาต่อในวิทยาลัยอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน เข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีย่าน มีวัตถุประสงค์ ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน บุตร ระดับชั้นเรียนของบุตร มีผลต่อความภักดีของ ผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยี วิมล ศรีย่าน
2. เพื่อศึกษาทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด ที่มี ความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลาน เข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีย่าน

วิธีดำเนินการวิจัย

การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและ ข้อมูลทุติยภูมิเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจพื้นฐานในการศึกษา ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ ยิ่งขึ้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย 400 คนในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยเก็บตัวอย่างตามความสะดวก เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ดังนี้

2.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ

2.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

2.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ F-test หรือความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่ม โดยใช้สถิติ Levene's test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ทักษะจิตส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน

ผู้ปกครองส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวนบุตร 1-2 คน และมีชั้นเรียนของบุตรอยู่ในระดับ ปวช.3

2. ทักษะจิตส่วนประสมทางการตลาดของผู้ปกครอง วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน

จากผลการวิจัย ทักษะจิตส่วนประสมทางการตลาดของผู้ปกครอง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีระดับทักษะจิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะจิต ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บุคลากรครูมีคุณภาพ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด วิทยาลัยมีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ ความไว้วางใจโดยภาพรวมที่มีต่อวิทยาลัย การเดินทางสะดวก และวิทยาลัยมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยครบครัน โดยมีทักษะจิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$ S.D. = .547)

ด้านราคา ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะจิตส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า วิทยาลัยมีระบบการผ่อนชำระ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด มีโครงการให้นักเรียน กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ความคุ้มค่าทางด้านราคากับคุณภาพ อัตราค่าธรรมเนียมการศึกษาจูงใจให้ส่งบุตรหลานเข้าเรียน และอัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม โดยมีทักษะจิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$ S.D. = .553)

ด้านสถานที่ ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะจิตส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประหยัดเวลาในการเดินทาง มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด สามารถติดต่อครูผู้สอนหัวหน้าแผนกได้โดยตรง มีบริการข้อมูลและสามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ต มีการให้ข้อมูลข่าวสารและการนำเสนอบริการที่ทั่วถึง และที่ตั้งของวิทยาลัยสะดวกในการเดินทาง โดยมีทักษะจิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$ S.D. = .553)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะจิตส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครูและนักเรียนมีความสัมพันธ์ ที่ดีกับผู้ปกครอง มีระดับคะแนน

เฉลี่ยสูงสุด วิทยาลัยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาค่าธรรมเนียมการศึกษา แจกคู่มือเรียนฟรี เป็นต้น มีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณา เช่น แผ่นพับ หนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ต และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง โดยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$ S.D. = .579)

ด้านบุคลากร ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรโดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรู้ความสามารถของผู้บริหารมีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด การเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกของบุคลากรวิทยาลัย รองลงมาคือ ครูผู้สอนให้ความสำคัญกับงานและเห็นประโยชน์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ดีของบุคลากรครู และความเหมาะสมของจำนวนครูต่อจำนวนของนักเรียน โดยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$ S.D. = .553)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ครูมีความสามารถในการสอน มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด การประเมินผลการเรียนที่ถูกต้อง เที่ยงตรง ยุติธรรม มีสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย มีการต้อนรับ ดูแลอำนวยความสะดวกให้ทั่วถึง และมีการพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอนให้ดีขึ้นตลอดเวลา โดยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$ S.D. = .627)

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะอาดและการใช้บริการของน้ำดื่มที่เพียงพอ มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ความสวยงามและความเป็นสัดส่วนของพื้นที่ใช้สอยในบริเวณวิทยาลัยทำเลเหมาะสมแก่การตั้งสถานศึกษา ไม่มีสิ่งรบกวน สิ่งแวดล้อมภายในโรงเรียนสะท้อนถึงรสนิยมที่ดี และความสะอาดของห้องน้ำ โดยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$ S.D. = .627)

3. ความภักดีของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน

จากผลการวิจัย พบว่าผู้ปกครองวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีระดับความภักดีเกี่ยวกับปัจจัยด้านความภักดีโดยรวมอยู่ในระดับแนะนำ/ตั้งใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านตั้งใจจะให้บุตรหลานของท่านเรียนที่วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน อยู่ในระดับตั้งใจแน่นอน/แนะนำแน่นอน และท่านจะแนะนำผู้ปกครองท่านอื่นให้มาเรียนวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน อยู่ในระดับแนะนำ/ตั้งใจโดยมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$ S.D. = .702)

อภิปรายผล

ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ปกครองใช้ในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาใน วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ปกครองให้ความสำคัญในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมลศรียานที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยโดยรวมมากที่สุด มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ และ ด้านบุคลากร ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน จะพบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ปกครองมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวมของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การจัดการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ซึ่งเป็นสิ่งพื้นฐานที่นักเรียนและผู้ปกครองต้องได้รับจากโรงเรียน ซึ่งผู้ปกครองมองภาพลักษณ์ของวิทยาลัยเป็นสถานศึกษาที่น่าเชื่อถือ รวมถึงบุคลากรครูที่มีคุณภาพ จึงทำให้เกิดความไว้วางใจในการที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมลศรียาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กรสุตา ตันตสุรฤกษ์ และ ผศ.ดร.ชญาพิมพ์ อูสาโท (2556) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ปกครองใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนภัทรบุตร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทาง

การตลาดที่ผู้ประกอบการของนักเรียนในโรงเรียนภัทรบุตรใช้ในการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านพนักงาน และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ข้อที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจมากที่สุด

2. ด้านราคา ผู้ประกอบการมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวม ของผู้ประกอบการในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก แม้ว่าด้านราคาจะเป็นด้านที่ผู้ประกอบการของนักเรียนให้ความสำคัญในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาแต่ก็มีผู้ประกอบการบางกลุ่มที่ยังให้ความสำคัญกับด้านราคา และมีความคิดเห็นแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มอื่น หากโรงเรียนเอกชนมีการจัดทำ การส่งเสริมการขายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น จ่ายค่าธรรมเนียมการศึกษาในอัตราเหมาจ่าย กรณีที่มีบุตรเข้าศึกษาในโรงเรียนเกิน 1 คน จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการที่มีรายได้น้อย แต่มีภาระในการส่งเสียบุตรให้เข้าเรียนในโรงเรียนได้ โดยที่มีการกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นอย่างสมเหตุสมผล โดยจะต้องคำนึงถึงภาพจน์ของโรงเรียน ความต้องการของผู้ปกครอง ต้นทุน ราคาของคู่แข่ง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ รูปแบบ และคุณภาพ รวมทั้งบทบาทของกฎหมายและรัฐบาลอีกด้วย หรืออาจจะมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา โดยแบ่งเป็นหลาย ๆ ลักษณะ เช่น จัดเก็บเป็นภาคเรียน เป็นรายเดือน เพื่อเพิ่มความสามารถในการจ่ายค่าเล่าเรียน และค่าบริการต่าง ๆ ของผู้ประกอบการและยังเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวิตา ตัณฑประศาสน์ (2549) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชนในจังหวัดมหาสารคามโดยผลการวิจัยพบว่า การไม่สามารถชำระค่าเล่าเรียนได้ในครั้งเดียวเป็นปัญหาและอุปสรรคด้านปัจจัยทางการตลาดของโรงเรียนอนุบาลในด้านราคา ผู้บริหารโรงเรียนควรลดค่าบริการต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระหรือช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้ปกครอง

3. ด้านสถานที่ ผู้ประกอบการมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวม ของผู้ประกอบการในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงเรียนเอกชน หากเป็นการจัดตั้งโรงเรียนแห่งใหม่ควรเลือกสถานที่ที่ไม่มีปัญหามลภาวะ หรือเสียงรบกวน ห่างไกลจากโรงงานอุตสาหกรรม อาจเลือกทำเลแถบชานเมืองอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีอากาศถ่ายเทได้ดี มีบริเวณกว้างขวาง มีการคมนาคมสะดวก แต่ไม่ห่างไกลแหล่งชุมชนมากเกินไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวมของผู้ประกอบการในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงในเรื่องของค่าธรรมเนียมการศึกษา และการให้โปรโมชั่นการศึกษาต่าง ๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจ แต่ก็ควรมีการปรับปรุงแก้ไขให้มีความสอดคล้องและสามารถแข่งขันได้เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อรพิน ปินตา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ” ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยในด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาแต่ปัจจัยทำให้ พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และ ปัจจัยด้านราคาตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ได้ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก

วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน มีการใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ไม่ทั่วถึงจึงทำให้ผู้ประกอบการได้รับข้อมูลที่ผิดพลาดทำให้เกิดการเข้าใจผิดในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ประกอบการ ครู และนักเรียนซึ่งถือเป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดี จึงก่อให้เกิดความภักดีของผู้ประกอบการในการที่จะส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน ต่อไป

5. ด้านบุคลากร ผู้ปกครองมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวมของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อาจเนื่องมาจาก ความรู้ความสามารถของผู้บริหารถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะบริหารและพัฒนาครูให้มีคุณภาพเป็นผู้มีความเอาใจใส่ให้ความสำคัญกับงานและเห็นประโยชน์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ จำนวนครูและนักเรียนก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดูแลเอาใจใส่ และควรจัดให้มีความเหมาะสม รวมทั้งบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ดีของบุคลากรในการที่จะสร้างความภักดีของผู้ปกครองในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน เพราะฉะนั้นวิทยาลัยฯ ควรคัดสรรบุคลากรที่มีคุณภาพเพื่อความไว้วางใจของผู้ปกครอง ก่อให้เกิดความภักดีของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยฯ และเพื่อให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ปกครองมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวม ของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อาจเนื่องมาจาก การให้บริการของทางวิทยาลัยไม่สอดคล้องกับกระบวนการเรียนการสอน เช่น การพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอน การดูแลอำนวยความสะดวกไม่ทั่วถึง สื่อการเรียนการสอนไม่ทันสมัย ทำให้ครูไม่มีความพร้อมในการสอน โดยทั้งหมดนี้จะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง ครู นักเรียนและผู้ปกครอง อีกทั้งในด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้บริหารโรงเรียนควรให้ความสำคัญ อาทิเช่น การต้อนรับ การสร้างการบริการให้เป็นที่ไว้วางใจ โดยในเรื่องของการรู้จักผู้ปกครองของนักเรียนนั้น

จะทำให้มีการร่วมมือกันระหว่างผู้ปกครองและวิทยาลัยในการพัฒนานักเรียนในด้านต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อทั้งวิทยาลัยฯ ผู้ปกครองและนักเรียน นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงการเอาใจใส่ของโรงเรียนที่มีต่อนักเรียน ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจกับผู้ปกครองของนักเรียนที่นำนักเรียนมาเข้าเรียนในโรงเรียนนั้น ๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จันทนา สุวรรณดुक (2552) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่า ถึงแม้ส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการจะมีความสำคัญรองลงมา แต่ผู้ปกครองของนักเรียนโดยส่วนใหญ่ยังใช้ส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวในการประกอบการพิจารณาเพื่อส่งบุตรหลานเข้าศึกษา

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ปกครองมีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีโดยรวมของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรียาน โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อาจเนื่องมาจาก การจัดสภาพแวดล้อมที่ดี มีห้องเรียน ห้องอาหาร ห้องน้ำสะอาดไม่เพียงพอเหมาะสมต่อการเรียนการสอนและการจัดกิจกรรม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของโรงเรียนมีความล้าสมัย จึงเป็น ส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ปกครองนำมาใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนนั้น ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยเกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ควรมีการสัมภาษณ์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงความเป็นจริงมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ที่คาดว่ามีความสัมพันธ์ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีของผู้ปกครองในการส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียน

เอกสารอ้างอิง

- เกษมมันต์ วัฒนานางรงค์. (2554). พลังของศิษย์เก่ากับสถาบันนิยม. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม 2555. จาก <http://www.thairath.co.th/content/edu/207979>.
- โรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในภาวะของการแข่งขัน. (2555). [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2555, จาก <http://www.thairath.co.th/content/edu/187127>.
- กรชуда ต้นตสุรฤกษ์ และ ชญาพิมพ์ อูสาโฮ. (2556). ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการใช้ในการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าศึกษาในโรงเรียนกัทรบุตรอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา. สาขาวิชาบริหารการศึกษา ภาควิชานโยบายการจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชญาพิมพ์ อูสาโฮ. (2556). การพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการสร้างระบบการชี้แนะและการเป็นที่เลี้ยง. เอกสารประกอบการพัฒนาครู (ผู้บริหารโรงเรียน และศึกษานิเทศก์) ในโครงการพัฒนาครูโดยใช้กระบวนการสร้างระบบการชี้แนะและการเป็นที่เลี้ยง *Coaching and Mentoring ด้วยความร่วมมือระหว่าง สพฐ. โดยสพม.1 สพม.2 สพป. ระยอง 2 และสพป.ตราด กับคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. สืบค้นวันที่ 24 กันยายน 2557 จาก www.teachersaslearners.com
- วันฉัตร ทิพย์มาศ.(2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อวิทยาลัยอาชีวศึกษาเอกชนของนักเรียนในเขตภาคใต้ตอนบน. วารสารคุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม.
- วิทยาลัยเทคโนโลยีวิมล ศรีย่าน. (2558). รายงานคุณภาพการศึกษา ประจำปีการศึกษา 2558.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ.อาร์.บี.อินสเฟรริส.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- การบริหารการตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. (2552). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. กำหนดประเภทและระดับของโรงเรียนเอกชนในระบบ. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.opec.go.th>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- สุวิดา ตันตประศาสน์. (2549). กลยุทธ์การตลาดของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. กำหนดประเภทและระดับของโรงเรียนเอกชนในระบบ. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นวันที่ 13 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.opec.go.th>
- อรพิน ปินตา. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงเรียนสอนภาษาต่างประเทศในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E- Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คมกริช อุบลธรรม¹, ธนกฤต พิพัฒน์สกุลกมล², สุนีย์ วรรณโกมล³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นประเภทบุคคลธรรมดา การศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สินค้าหลักคือเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม มีพนักงาน 1-5 คน ระยะเวลาเปิดดำเนินการ 3-6 ปี ลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์เลือกบริการคลังสินค้าออนไลน์ พบว่า ส่งสินค้า 11-20 ครั้งต่อเดือน จัดส่งสินค้า 4-5 ชิ้นต่อครั้ง ส่งในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. เข้ารับบริการ 21-30 นาที ค่าใช้จ่ายในการส่ง 101-500 บาท ต่อครั้ง มีบางส่วนจัดเก็บและบริหารเอง บางส่วนใช้คลังสินค้าออนไลน์ ระยะเวลาใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ 3-6 เดือน ควรปรับปรุงด้านเจ้าหน้าที่การให้บริการ ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณารายด้านและรายชื่ออยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านประเภทธุรกิจ จำนวน 4 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านระดับการศึกษา จำนวน 8 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านสินค้าหลักที่จำหน่าย จำนวน 3 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านจำนวนพนักงาน จำนวน 10 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านระยะเวลาเปิดดำเนินการ จำนวน 11 รายการ เปรียบเทียบความแตกต่าง จำแนกตามด้านประเภทธุรกิจ จำแนกตามด้านระดับการศึกษา จำแนกตามด้านสินค้าหลักที่จำหน่าย และเมื่อจำแนกตามด้านระยะเวลาเปิดทำการ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, คลังสินค้าออนไลน์

¹ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* Corresponding Author: komkitU@gsb.or.th

Demand and Key Factors Affecting Decision Making to Use E-Fulfillment Service of E-Commerce Entrepreneurs

Komkrit Ubonthum^{1*}, Thanakit Phipatsakunkamon², Sunee Wantanakomol³

Abstract

This research aimed to study demand and key factors affecting decision making to use E-fulfillment service of E-commerce entrepreneurs. The samples used in this study were E-commerce entrepreneurs in a total of 400 people. The tools used for data collection were questionnaires. The data was analyzed by using Percentage, Mean, Standard Deviation, One-way ANOVA and Chi-Square Test.

The research results can be found that the majority of the respondents were individuals graduated in Bachelor's degree or equivalent. The main goods were clothes and apparels. They had employees in a total of 1-5 people. The period of business operation was 3-6 years. The characteristics of using and choosing E-fulfillment service can be found that they delivered goods 11-20 times per month with 4-5 pieces per time. The goods were delivered in the period of 06:01- 12:00 hrs. The time of delivery service was 21-30 minutes. The cost of delivery was 101-500 baht per time. Some goods were stored and managed by themselves and some used E-fulfillment service. The period of using E-fulfillment service was 3-6. The recommendation for improvement was improving performance of authorities who provide the service. They knew the service from publicity on the internet. The significance level of the factors affecting decision making to use E-fulfillment service can be found that the overall image was at a high level. While considered in all aspects, they were also at a high level. While considered in each aspect, each one was at a high level as well. The relationship between using of E-fulfillment service depended on types of business in a total of four items. The relationship between using of E-fulfillment service depended on educational level in a total of eight items. The relationship between using of E-fulfillment service depended on main sold products in a total of three items. The relationship between the characteristics of the use of E-fulfillment service depended on the number of employees in a total of ten items. The relationship between using of E-fulfillment service depended on the period of business operation in a total of eleven items. Comparing the difference by types of business, while classified in aspect of educational level, while classified in aspect of main sold products, while classified in aspect of the number of employees, while classified in aspect of period of opening time, it can be found that implementation process had a level of difference with statistical significance at 0.05.

Keywords: E-Commerce, E- Fulfillment Service

¹ Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² Faculty of Business Administration King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ Faculty of Business Administration King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author: komkitU@gsb.or.th

บทนำ

ในสังคมปัจจุบันที่มีวิวัฒนาการและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่าย และระบบข่าวสารข้อมูล โดยระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกันเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารถึงกัน ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลายๆ ด้าน ทั้งการศึกษา พาณิชยกรรม วรรณกรรม และอื่นๆ และยังได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับงานไอที ทำให้เกิดช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็วช่วยในการตัดสินใจ และบริหารงานทั้งระดับบุคคล และองค์กรในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถทำการค้าได้โดยตรง หรือเกิดการค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า (Global Retailing Business) พร้อมทั้งยังช่วยให้การซื้อขายเป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (E-Commerce) การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยมในเครือข่ายสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันยอดนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ Facebook (ร้อยละ 93.7) LINE (ร้อยละ 86.8) และ Google+ (ร้อยละ 34.6) การค้าบนโลกออนไลน์ของไทยขณะนี้เติบโต และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ผู้ประกอบการออนไลน์ ขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย จากการที่มีเครื่องมือในการสร้างเว็บไซต์ของตัวเองเกิดขึ้นมากมาย เช่น

คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลราคาถูกลง, เกิดผู้ให้บริการเว็บไซต์สำเร็จรูป, เว็บไซต์กลางโพสต์ขายสินค้า และการกระจายตัวของความรู้การทำตลาดออนไลน์บน Google เป็นต้น ทำให้มีผู้ประกอบการรายย่อย ที่ขายของออนไลน์เพิ่มต่อเนื่อง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากใช้บริการช้อปปิ้งออนไลน์ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน (Application) ซึ่งสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากที่บ้าน ที่ทำงาน ที่โรงเรียน อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ หรือที่ใดก็ตามที่อินเทอร์เน็ตเข้าถึง และยังรวมถึงระบบพื้นฐานที่สนับสนุนการค้าออนไลน์พัฒนาเพิ่มขึ้น ได้แก่ การขนส่งสินค้า ระบบชำระเงินที่หลากหลาย ทำให้พฤติกรรมคนไทยเริ่มซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น จากการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ประกอบกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ที่มีความเชื่อมั่นมากขึ้น นับเป็นปัจจัยบวกสำคัญที่ผลักดันให้ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ของไทยมีมูลค่าตลาดเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการขนส่งสินค้าช่องทางใหม่ๆ นอกเหนือจากบริการของไปรษณีย์ไทย ตอนนี้บริษัทที่ให้บริการขนส่งต่างๆ ทั้งไทยและต่างประเทศเริ่มหันมามองและลงทุนกับการขนส่งสินค้าให้แก่ธุรกิจประเภทอีคอมเมิร์ซมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อบริการคลังสินค้าออนไลน์ที่มีต่อผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริการคลังสินค้าออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังจะมีการเติบโตในประเทศไทยมากขึ้น เกิดความสะดวกและง่ายต่อการส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ลดขั้นตอนของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อเพิ่มการเข้ามาเป็นผู้ประกอบการด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใหม่ๆ ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจการบริการคลังสินค้าออนไลน์ในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กับสถานภาพทั่วไปของผู้ประกอบการ
4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) จำแนกตามผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตของการวิจัย

- 3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ คือผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้ตารางสำเร็จรูปคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย
- 3.2 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในด้านส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านกระบวนการทำงาน ด้านราคา ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ และด้านการให้บริการ
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ
 - 3.3.1 ตัวแปรอิสระคือ สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - 3.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความต้องการและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วิธีการวิจัย

- 4.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้สร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้
 - 4.1.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
 - 4.1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัยเป็นหลัก
 - 4.1.3 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิจัย
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
 - ตอนที่ 2 ความต้องการในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่า Chi-Square ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)
 - ตอนที่ 3 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบปลายเปิด

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำแบบสอบถามลักษณะออนไลน์และได้ทำการติดต่อนักศึกษา ที่สนใจที่จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน หลากหลายสถาบันประชุมเพื่อทำความเข้าใจกับกลุ่ม นักศึกษาที่เป็นทีมเก็บข้อมูลที่จะเข้าไปทำการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้มีความเข้าใจ ตรงกันในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จากนั้นนำ แบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของ ข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

5.1 เพื่อศึกษาลักษณะการใช้บริการคลังสินค้า ออนไลน์ (E- Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ส่วนใหญ่ ส่งสินค้า 11-20 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 54.25 จัดส่งสินค้า 4-5 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.00 ส่งในช่วงเวลา 06.01-12.00 น. คิด เป็นร้อยละ 47.00 เข้ารับบริการ 21-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 45.00 ค่าใช้จ่ายในการส่ง 101-500 บาท ต่อครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 43.25 มีบางส่วนจัดเก็บและบริหารเอง บางส่วนใช้ คลังสินค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 45.25 ระยะเวลาใช้ บริการคลังสินค้าออนไลน์ 3-6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 51.25 เพราะมั่นใจในบริหารคลังสินค้า คิดเป็นร้อยละ 39.75 ใช้ บริการเพราะความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า คิดเป็นร้อยละ 55.75 มีการคิดราคาไว้อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ชำระด้วยผ่านบัตรเครดิตหรือวีซ่า คิดเป็นร้อยละ 39.50 ควร ปรับปรุงด้านเจ้าหน้าที่การให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 41.75 ส่วนลดที่ได้รับ 5% ไม่เกิน 10% คิดเป็น ร้อยละ 64.00 มี ของแถม คิดเป็นร้อยละ 44.00 และทราบจากการ ประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 72.25

5.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คลังสินค้าออนไลน์ (E- Fulfillment Service) ของ

ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คลังสินค้าออนไลน์	\bar{x}	S.D.
ภาพรวม	4.12	0.26
ด้านกระบวนการดำเนินงาน	4.14	0.33
ด้านราคา	4.11	0.35
ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์	4.12	0.32
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.47
ด้านบุคลากร	4.13	0.31
ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์	4.14	0.34
ด้านการให้บริการ	4.14	0.33

5.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้ บริการคลังสินค้าออนไลน์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ดังนี้

5.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้ บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านประเภทรธุรกิจ อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ จำนวนสินค้าเฉลี่ยต่อ ครั้งในการจัดส่ง ช่วงเวลาบริการส่งสินค้า ส่วนลดที่ได้รับใน การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ รูปแบบการส่งเสริมการขาย ต้องการ

5.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้ บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ จำนวนสินค้า เฉลี่ยต่อครั้ง ช่วงเวลาบริการส่งสินค้า ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ เข้ารับบริการ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการจัดส่งสินค้า ระยะเวลาในการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ วัตถุประสงค์ที่ ใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ลักษณะการตั้งราคาการใช้ บริการคลังสินค้า รูปแบบการส่งเสริมการขายต้องการ

5.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้ บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านสินค้าหลักที่กำหนด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ จำนวนสินค้า

เฉลี่ยต่อครั้งในการจัดส่ง ระยะเวลาในการใช้บริการ คลังสินค้าออนไลน์ รูปแบบสื่อโฆษณา

5.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านจำนวนพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การส่งสินค้าโดยเฉลี่ยครั้งต่อเดือน จำนวนสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งในการจัดส่ง ช่วงเวลาบริการส่งสินค้า ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เข้ารับบริการ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อครั้งในการจัดส่งสินค้า เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ วิธีการชำระเงิน ความต้องการปรับปรุงการให้บริการคลังสินค้า ส่วนลดที่ได้รับ รูปแบบสื่อโฆษณา

5.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ขึ้นอยู่กับด้านระยะเวลาเปิดดำเนินการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การส่งสินค้าโดยเฉลี่ยครั้งต่อเดือน จำนวนสินค้าเฉลี่ยต่อครั้งในการจัดส่ง ช่วงเวลาบริการส่งสินค้า ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่เข้ารับบริการ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการจัดส่งสินค้า ระยะเวลาในการใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ลักษณะการตั้งราคาการใช้บริการคลังสินค้า วิธีการชำระเงิน ส่วนลดที่ได้รับ รูปแบบสื่อโฆษณา

5.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ดังนี้

5.4.1 ด้านประเภทธุรกิจ พบว่า โดยภาพรวม ด้านกระบวนการดำเนินงาน ด้านราคา ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ และสถานที่ ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัยเชื่อถือได้ เอกสารในการติดต่อสื่อสารชัดเจนและเข้าใจง่าย ระยะเวลาที่รอรับบริการด้านคลังสินค้าออนไลน์ มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้โรงงานและครอบคลุมขอบเขตการให้บริการกับลูกค้า คุณภาพของสินค้าก่อนส่งมอบ บรรจุหีบห่อมีความแข็งแรงและเรียบร้อย สามารถกำหนดราคาให้บริการชัดเจน ค่าบริการต่อหน่วยค้ำ ราคาเหมาะสมกับปริมาณที่จัดส่ง

ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ ความเพียงพอของภาชนะบรรจุสินค้า ความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ สามารถทำการนับสินค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง การตรวจเช็คสินค้าก่อนรับเข้าคลัง ความทันสมัยและสวยงามบริเวณอาคารและคลังสินค้า ความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า ผู้ให้บริการมีการจัดการดูแลสินค้าที่ดีไม่สูญหายหรือเสียหาย การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการเก็บสินค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4.2 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ภาพรวม ด้านกระบวนการดำเนินงาน ด้านราคา ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ และสถานที่ ด้านการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า การจัดลำดับก่อนหลังในการให้บริการ การตรงต่อเวลาในการให้บริการ การแจ้งข่าวสารการให้บริการที่รวดเร็ว ระยะเวลาที่รอรับบริการด้านคลังสินค้าออนไลน์ มีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้โรงงานและครอบคลุมขอบเขตการให้บริการกับลูกค้า จัดเก็บสินค้าแยกออกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ช่วยลดข้อผิดพลาดในการส่งมอบสินค้า การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ช่วยกำจัดต้นทุนแฝง และทำให้ธุรกิจมีความยืดหยุ่น ราคาเหมาะสมกับปริมาณที่จัดส่ง อุปกรณ์สำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆ มีความพร้อมและสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการมีการแบ่งหน้าที่ในองค์กรและสามารถให้บริการได้ตามความต้องการ ทำให้ที่ตั้งของอาคารคลังสินค้า การตรวจเช็คสินค้าก่อนรับเข้าคลัง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4.3 ด้านสินค้าหลักที่จำหน่าย พบว่า ด้านการให้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า การตรงต่อเวลาในการให้บริการ ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัยเชื่อถือได้มีระบบการรายงานข้อมูล ระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้บริการ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร ผู้ให้บริการมีการเอาใจใส่ต่อความต้องการและปัญหาของผู้ใช้บริการ การตรวจเช็คสินค้าก่อนรับเข้าคลัง เปิดเผยข้อมูลไว้อย่างละเอียดครบถ้วน บริการแจ้งยอดคงเหลือในคลังอย่าง

สม่ำเสมอ บริการเสริม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4.4 ด้านจำนวนพนักงาน พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีการต่อรองราคาได้ มีระบบรักษาความปลอดภัยของสินค้า การโฆษณาตามสื่อต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.4.5 ด้านระยะเวลาเปิดทำการ พบว่า ด้านกระบวนการดำเนินงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า ความง่ายในการเข้าใช้ระบบคลังสินค้าออนไลน์ ความรวดเร็วในการให้บริการ การแจ้งข่าวสารการให้บริการที่รวดเร็ว การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ช่วยลดข้อผิดพลาดในการส่งมอบสินค้า การใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ช่วยลดต้นทุนด้านการจัดส่ง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

6.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามสินค้าหลักที่จำหน่าย พบว่า ประเภทของสินค้าต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สินค้าที่ต่างกัน จะมีการเลือกหรือต้องการคลังสินค้าที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ ภัทรกร ทองแถม (2552) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและยานยนต์ที่มีลักษณะการดำเนินการทางอุตสาหกรรมที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งในด้านการตลาด ด้านคุณภาพของการให้บริการ ด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ด้านบุคลากร และด้านการเงินที่ต่างกัน

6.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามจำนวนพนักงาน พบว่า จำนวน

พนักงานต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ หลักการของสมยศ นาวิการ (2554) ที่กล่าวไว้ว่า กิจการขนาดเล็กมักจะถูกบริหารโดยเจ้าของและลูกหลานสืบต่อกัน แต่กิจการขนาดใหญ่การบริหารจะเป็นผู้บริหารมืออาชีพ โดยที่ผู้บริหารระดับสูงเหล่านี้จะถูกว่าจ้างเพื่อการตัดสินใจภายในบริษัท จะต้องรับผิดชอบในการกำหนดภารกิจการวางกลยุทธ์ การดำเนินกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อรองรับกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นให้มีประสิทธิภาพสูงสุดดังนั้นกิจการขนาดเล็กการบริหารจัดการอาจถูกจำกัดโดยความสามารถของเจ้าของและลูกหลานซึ่งอาจทำให้อดประสิทธิภาพกว่ากิจการขนาดใหญ่

6.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ (E-Fulfillment Service) ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ พบว่า ระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับหลักการของฮิเดอิจิโร นากามูระ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า ธุรกิจปัจจุบันมีอัตราเปลี่ยนแปลงในสังคมค่อนข้างสูง โดยทั่วไปธุรกิจใหม่มักจะไม่ค่อยมีเสถียรภาพ และธุรกิจเก่าถูกมองว่ามีเสถียรภาพ แต่ในช่วงการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอย่างเช่นในปัจจุบันเราไม่สามารถกล่าวเช่นนั้นได้

6.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ด้านกระบวนการดำเนินงาน จากการวิจัยทำให้ทราบว่าในกระบวนการทำงานต่าง ๆ ถ้าผู้ให้บริการสามารถให้บริการอย่างสะดวกและทันเวลาย่อมเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการพึงพอใจ ไม่ว่าจะเป็นการจัดส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา หรือเวลาที่เปิดสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ วิชิต พึงสังวาลย์ (2555) ซึ่งได้ศึกษาคุณลักษณะการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของ 3PLs พบว่า องค์กรที่สามารถตอบสนองพลวัตของสภาพแวดล้อมได้ จะต้องมีความคล่องตัวในการดำเนินงานซึ่งสามารถทำให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงาน

6.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่จากการวิจัยทำให้ทราบว่าคนที่ผู้ให้บริการมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยและพร้อมที่จะให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกนั้น ย่อมเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการพึงพอใจในการเลือกใช้บริการคลังสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ แก้วตา เจริญเจริญ (2556) ซึ่งได้ศึกษาการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 ของผู้ประกอบการ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 ตัว คือ ปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุน (Support Factor), ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวผู้ให้บริการ (Vendors Profile) และปัจจัยทางด้านราคา (Price) โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลือกใช้ได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านสิ่งสนับสนุนหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการมีให้ มีผลต่อการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกบริษัท 3PLs มากที่สุด

6.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ด้านบุคลากร จากการวิจัยทำให้ทราบว่าคนที่ผู้ให้บริการมีการเอาใจใส่ต่อความต้องการและปัญหาของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ รวมถึงการที่ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับอัญชลาวไล บุศยธรรม (2556) ซึ่งได้ศึกษา การศึกษาความเข้าใจของผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ลำดับที่ 3 และความคาดหวังของลูกค้าต่อการใช้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ในรูปแบบการค้าสามฝ่ายกรณีศึกษา : กลุ่มอุตสาหกรรมซื้อ-ขายชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์เกษตร ผลการวิจัยพบว่า ทั้งกลุ่มผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ลำดับที่ 3 และผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าถ้าบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 มีความเข้าใจและสามารถรับรู้ถึงความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจนในการจัดจ้างหน่วยงานภายนอกให้เป็นผู้ดำเนินงานและกิจกรรมโลจิสติกส์แบบครบวงจรแทน ทั้งในวัตถุประสงค์ในการใช้บริการและสิ่งทีคาดหวังว่าจะได้รับหลังจากการใช้บริการนั้นจะส่งผลกระทบต่อการทำงานร่วมกันอย่างมีราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

6.7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลังสินค้าออนไลน์ ด้านการให้บริการ จากการวิจัยทำให้ทราบว่าคนที่ผู้ให้บริการที่ดีทำให้ผู้รับบริการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลังสินค้า โดยในการบริการด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้าน

ของเอกสารที่ครบถ้วน การมีมาตรฐานในการรองรับการทำงานความรวดเร็วในการทำงาน การดูแลสินค้าที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจและเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับ วิจิต พึ่งสังวาลย์ (2555) ซึ่งได้ศึกษา คุณลักษณะการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของ 3PLs พบว่า บริษัท 3PLs ที่มีบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งหมายถึง บริษัทที่มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการจะมีความพึงพอใจซึ่งส่งผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการของบริษัท รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการของ 3PLs ซึ่งหมายถึง ความพร้อมและความรวดเร็วในการให้บริการตามความต้องการ และความถูกต้อง ครบถ้วนเรียบร้อยของเอกสารต่าง ๆ เป็นคุณลักษณะที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของ 3PLs ถ้าเรามีความพร้อมในการให้บริการและสามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว และละเอียดรอบคอบ ซึ่งจะสามารถช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินการต่าง ๆ จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

7.1 การลงทุนในสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันนั้นมีความเสี่ยงสูง การลงทุนใดๆก็ตามต้องทำการศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ว่า มีความเหมาะสมและสมควรที่จะลงทุนหรือไม่ ผลของการลงทุนนำระบบออนไลน์มาใช้ในการจัดการสินค้าคงคลังนั้น เป็นตัวอย่างให้การลงทุนในด้านอื่นๆ ด้วยอีกแนวทางหนึ่ง

7.2 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้คลังสินค้าของแต่ละสินค้าที่จำหน่าย เพื่อประโยชน์ของผู้ประกอบการ

7.3 ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ให้บริการคลังสินค้าออนไลน์ โดยแยกตามประเภทสินค้าที่จำหน่าย, ระยะเวลาเปิดดำเนินการ, จำนวนพนักงาน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2554). พลังของศิษย์เก่ากับสถาบัน
นิยม. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 30
กรกฎาคม 2555. จาก

แก้วตา เจริญเจริญ. (2556). การพยากรณ์พฤติกรรม
การเลือกให้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3
ของผู้ประกอบการ. งานปริญญาานิพนธ์
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการ
ขนส่งและโลจิสติกส์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัย
บูรพา.

ภัทรกร ทองแย้ม. (2552). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ
เลือกให้ผู้ให้บริการขนส่งของกลุ่มอุตสาหกรรม
ขึ้นส่วนและยานยนต์ เขตอุตสาหกรรมภาค
ตะวันออก. วิทยานิพนธ์อุตสาหกรรมศาสตรมหา
บัณฑิต ภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะ
เทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูล
ด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์
แอนด์ดี.

วิจิต พึ่งสังวาล. (2555). การศึกษาอุปสงค์และปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กรณีศึกษา
ของบริษัทต่างๆ ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง.
วิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการขนส่งและโลจิสติกส์ บัณฑิต
วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมยศ นาวิการ. (2554). การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อัญชลาวไล บุคยธรรม. (2556). การศึกษาความเข้าใจของผู้
ให้บริการโลจิสติกส์ลำดับที่ 3 และความคาดหวังของ
ลูกค้าต่อการให้บริการกิจกรรมโลจิสติกส์ในรูปแบบ
การค้าสามฝ่าย. งานปริญญาานิพนธ์ วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการขนส่งและโลจ
ิสติกส์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อิเดอิจิโร นากามูระ. (2553). ธุรกิจขนาดย่อมที่ท้าทายโลก
อุตสาหกรรม. แปลโดย ไฉ จามรมาน กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

บุศรา บุตอง^{1*}, ปภาวรินทร์ กล่ำสนอง², สุนีย์ วรรณโกมล³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวนทางเดียว และไคสแควร์ ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 18 – 25 ปี สถานภาพโสด การศึกษา ปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการจากสื่อโทรทัศน์ และรับรู้ข้อมูลสื่อบุคคลจากเพื่อน ลักษณะกิจกรรมเป็นการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัย การดำเนินโครงการทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น โดยการมีส่วนร่วมจากพนักงานองค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยโครงการที่ได้รับความนิยม คือ ฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส ปีละ 2-3 ครั้ง ระดับการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านอายุ จำนวน 3 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านสถานภาพ จำนวน 2 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านการศึกษา จำนวน 4 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านอาชีพ จำนวน 6 รายการ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านรายได้ จำนวน 3 รายการ เปรียบเทียบระดับการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามด้านเพศ ด้านสถานภาพ ด้านการศึกษา และรายได้ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เปรียบเทียบระดับการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามด้านอายุ พบว่า ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เปรียบเทียบระดับการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามด้านอาชีพ พบว่า ภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: การรับรู้การดำเนินงาน, ความรับผิดชอบต่อสังคม

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* Corresponding Author: noklex_156@hotmail.com

The Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Project in Alcoholic Beverage Industry to Meet Demand in the Community

Busara Butang^{1*}, Prapavarin Klamsanong², Sunee Wantanakomol³

Abstract

This research aims to study the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) project in alcoholic beverage industry to meet demand in the community. The samples used in this study were people aged 18 years and over in a total of 400 people. The tools used for data collection were questionnaires. The data was analyzed by using Percentage, Mean, Standard Deviation, One-Way ANOVA and Chi-Square Test. The study results can be found that the majority of the respondents were females aged 18-25 years, single, graduated in Bachelor's degree, were employees in private organization, and gained average monthly income in the range of 15,000-30,000 baht. The recognition about CSR can be found that the recognition on project information was from television and the recognition on mass media information was from friends. The characteristic of activities was distributing stuffs to disaster victims. The project implementation helped improve organization image by the involvement of employees of the organizations. The projects that had been popular were training and promoting career opportunities for underprivileged people 2-3 times a year. The recognition of the CSR project in alcoholic beverage industry to meet demand in the community in the overall image was at a high level. The relationship between recognition about the CSR project based on gender had three items. The relationship between recognition about the CSR project based on age had three items. The relationship between recognition about the CSR project based on marital status had two items. The relationship between recognition about the CSR project based on occupation had six items. And the relationship between recognition about the CSR project based on income had three items. While comparing the recognition level of the CSR project classified by gender, marital status, educational level and income in the overall image, it indicated that the aspect of income had no difference with statistical significance level at 0.05. While comparing the recognition level of the CSR project classified by age in the overall image, it indicated that the aspect of income had no difference with statistical significance level at 0.05. While considered in each aspect, it can be found that the aspect of good corporate governance and consumer responsibility had a difference with statistical significance level at 0.05. While comparing the recognition level of the CSR project classified by occupation in the overall image, it indicated that the aspect of income had no

¹ Faculty of Business Administration King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² Faculty of Business Administration King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ Faculty of Business Administration King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author: noklex_156@hotmail.com

difference with statistical significance level at 0.05. While considering in each aspect, it can be found that the aspect of good corporate governance had a difference with statistical significance level at 0.05.

Keywords: Recognition of Implementation, Social Responsibility

บทนำ

ประเทศไทยมีพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อลดจำนวนผู้ตี้มแอลกอฮอล์รายใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน สารสำคัญประการหนึ่งของพระราชบัญญัตินี้คือ การควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ด้วยการห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์หรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อันเป็นการอวดอ้างสรรพคุณหรือชักจูงให้ผู้อื่นตี้มทั้งทางตรงหรือทางอ้อม การโฆษณาประชาสัมพันธ์ใดๆ โดยผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ทุกประเภทให้กระทำได้เฉพาะการให้ข้อมูลข่าวสาร และเชิงความรู้สร้างสรรค์สังคม โดยไม่มีการปรากฏภาพของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้น เว้นแต่เป็นการปรากฏของภาพสัญลักษณ์ของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ หรือสัญลักษณ์ของบริษัทผู้ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้นเท่านั้น “ความรับผิดชอบต่อสังคม” (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรกำลังให้ความสนใจ ด้วยเล็งเห็นว่า การดำเนินกิจการขององค์กรธุรกิจส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงกลายเป็น “เรื่องจำเป็น” ที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญ ไม่ใช่เพียงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพื่อหวังผลทางการตลาดหรือเพื่อใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจให้ได้การยอมรับจากสังคม (สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน, 2556)

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หมายถึง การเอื้อประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม โดยไม่เบียดเบียนฝ่ายใด องค์กรมี CSR ย่อมไม่ชู้ตริตลูกจ้างแรงงาน ไม่ฉ้อโกง ไม่เอาเปรียบคู่ค้า ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทำร้ายชุมชนโดยรอบที่ตั้งขององค์กรด้วยการก่อมลพิษ เป็นต้น องค์กรที่ขาด CSR ย่อมสะท้อนถึงการขาดความโปร่งใส อันที่จริงแล้วการมี CSR คือการทำธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายและจรรยาบรรณนั่นเอง เช่น ไม่หลบเลี่ยงกฎหมายแรงงาน กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายอาญา ในกรณีต่างๆ ทำให้พนักงานในองค์กรมีความสุขได้รับค่าจ้าง

ที่เหมาะสม มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ไม่เบียดเบียนทำร้ายสังคมสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, 2554)

นอกจากนี้การสร้างคุณลักษณะทางจิตของบุคลากรที่ดีให้แก่องค์กร เป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงาน (ธรรมพร โพธิ์มัน, 2553) พบว่า เจตคติที่ดีต่อการทำงาน การรับรู้ความสามารถของตน เหตุผลเชิงจริยธรรม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงาน ดังนั้นบริษัทที่ต้องการพนักงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจึงควรมุ่งส่งเสริมและพัฒนาจิตลักษณะดังกล่าวแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องดังนั้นธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงเป็นองค์กรหนึ่งที่ควรให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตลอดมาตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท รวมทั้งปลูกฝังความพร้อมการนำแนวความคิดดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการทำงานและการดำเนินชีวิตของตนเองอยู่เสมอ ตลอดจนมุ่งมั่นพัฒนาการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ดียิ่งขึ้นไปอย่างต่อเนื่องเพื่อการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์หลายอย่าง ตลอดจนสนับสนุนกิจกรรมโครงการต่างๆ เพื่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้การดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

2.3 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจ

อุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน กับสถานภาพทั่วไป

2.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้รูปแบบการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป

ขอบเขตของการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 เขตพื้นที่ จำนวน 763,703 คน ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมคำนวณหากลุ่มขนาดตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูป Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน ± 5 ดังนั้นได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

3.2 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงการรับรู้รูปแบบการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

3.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประชาชนที่มีอายุ ตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ใน 8 เขต ของ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางเขน เขตทวีวัฒนา เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตห้วยขวาง เขตบางซื่อ และเขตดุสิต ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling)

3.4 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม – ธันวาคม 2558

3.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.5.1 ตัวแปรด้านสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5.2 ตัวแปรด้านการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน

วิธีการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้สร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า จากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัยเป็นหลัก

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่มีได้เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 ชุด

4. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

ตอนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่า Chi-Square ด้วยวิธีของเพียร์สัน

ตอนที่ 3 การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องตีแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำแบบสอบถามลักษณะออนไลน์และได้ทำการติดต่อนักศึกษา ที่สนใจที่จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน หลากหลายสถาบันฯ ประชุมเพื่อทำความเข้าใจกับกลุ่ม นักศึกษาที่เป็นทีมเก็บข้อมูลที่จะเข้าไปทำการสัมภาษณ์ เพื่อให้มีความเข้าใจตรงกันในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ตามลำดับดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ส่วนใหญ่ รับรู้ข่าวสารโครงการจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 63.8 รับรู้ข้อมูลสื่อบุคคลจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ลักษณะกิจกรรมเป็นแบบการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัย คิดเป็นร้อยละ 29.0 การดำเนินโครงการทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 42.5 การมีส่วนร่วมจากพนักงานองค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้อง คิดเป็นร้อยละ 28.0 รู้สึกว่าโครงการที่จัดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริหารรู้จักองค์กร และมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 39.8 ให้ความสำคัญด้านการฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส คิดเป็นร้อยละ 25.5 ทำโครงการปีละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.0

2. เพื่อศึกษาการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยภาพรวม พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.
ภาพรวม	3.87	0.51
ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี	3.87	0.56
ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม	3.84	0.67
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	3.87	0.76
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค	3.90	0.57
ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและช่วยเหลือสังคม	3.86	0.59
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.84	0.60
ด้านนวัตกรรม	3.89	0.80

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ดังนี้

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลกิจกรรมโครงการ โดยเพศชายจะรับรู้จากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อน และเพศหญิงจะรับรู้ผ่านสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนเช่นกัน ความรู้สึกที่มีต่อโครงการ โดยเพศชายจะรู้สึกว่าการโครงการกิจกรรมที่จัดขึ้น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริหารรู้จักองค์กรและมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ส่วนเพศหญิงจะรู้สึกชื่นชมความสำคัญต่อประเภทกิจกรรมโครงการ โดยเพศชายจะให้ความสำคัญกับด้านการบริจาคเงิน/สิ่งของแก่ผู้ประสบภัยและผู้ยากไร้ ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญในด้านฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ รับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลกิจกรรมโครงการ โดยช่วงอายุ 18 – 25 ปี จะรับรู้จากสื่อบุคคลกิจกรรมโครงการจากอาจารย์ รูปแบบลักษณะกิจกรรมโครงการ โดยช่วงอายุ 18 – 25 ปี จะรับรู้กิจกรรมโครงการการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัยเท่ากับช่วงอายุ 26 – 35 ปี การส่งผลต่อความรู้สึกชุมชนในการทำโครงการ โดยช่วงอายุ 18 – 25 ปี จะรับรู้ถึงความรู้สึกของภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น ซึ่งพนักงานองค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้องมากที่สุด รู้สึกชื่นชมต่อโครงการประเภทกิจกรรมด้านฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส และควรมีความถี่ปีละหนึ่งครั้งในการทำโครงการ

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านสถานภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการ โดยที่สถานภาพโสดจะรับรู้ข่าวสารโครงการจากสื่อโทรทัศน์ รับรู้ข้อมูลจากอาจารย์รูปแบบลักษณะกิจกรรมโครงการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัย ซึ่งทำให้ความรู้สึกของชุมชนมีต่อภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น พนักงานขององค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้องมากที่สุด รู้สึกชื่นชมต่อโครงการประเภทกิจกรรมด้านฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส และควรมีความถี่ปีละ 2 – 3 ครั้ง

3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการ โดยที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการจากสื่อโทรทัศน์รับรู้จากเพื่อน รูปแบบลักษณะกิจกรรมโครงการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัย ซึ่งทำให้ความรู้สึกของชุมชนมีต่อภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น พนักงานขององค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้องมากที่สุด รู้สึกชื่นชมต่อโครงการประเภทกิจกรรมด้านฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส และควรมีความถี่ปีละ 2 – 3 ครั้ง

3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการ โดยที่อาชีพพนักงานเอกชน จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการจากสื่อโทรทัศน์ รับรู้จากเพื่อน รูปแบบลักษณะกิจกรรมโครงการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัย ซึ่งทำให้ความรู้สึกของชุมชนมีต่อภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น พนักงานขององค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้องมากที่สุด รู้สึกว่าโครงการกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักองค์กรและมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ความสำคัญของโครงการประเภทกิจกรรมด้านฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส และควรมีความถี่ปีละ 2 – 3 ครั้ง

3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขึ้นอยู่กับด้านรายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้

ข้อมูลข่าวสารโครงการ โดยที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการจากสื่อโทรทัศน์รับรู้จากเพื่อน รูปแบบลักษณะกิจกรรมโครงการแจกสิ่งของให้ผู้ประสบภัย ซึ่งทำให้ความรู้สึกของชุมชนมีต่อภาพลักษณ์องค์กรดีขึ้น พนักงานขององค์กรควรเข้ามาเกี่ยวข้องมากที่สุด รู้สึกชื่นชมต่อโครงการประเภทกิจกรรมด้านฝึกอบรมและจัดการส่งเสริมอาชีพสำหรับผู้ด้อยโอกาส และควรมีความถี่ปีละ 2 – 3 ครั้ง

4. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้รูปแบบการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ดังนี้

4.1 ด้านเพศ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ดังนี้ โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญในด้านการรับรู้อาชีพมากกว่า เพศชาย ดังนี้ ธุรกิจปฏิบัติและประพฤติตนโดยคำนึงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ ธุรกิจเป็นองค์กรที่ตั้งมั่นในความเป็นธรรม และธุรกิจมีการแบ่งบอกส่วนผสมของสินค้าอย่างชัดเจน

4.2 ด้านอายุ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ดังนี้

- กลุ่มอายุ 18-25 ปี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้อาชีพมากกว่ากลุ่มอายุ 26-35 ปี และ กลุ่มอายุ 36-45 ปี ดังนี้ ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ธุรกิจจัดศูนย์กลางเรียนรู้ การให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับชุมชน และสังคม

- กลุ่มอายุ 18-25 ปี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้อาชีพมากกว่ากลุ่มอายุ 26-35 ปี คือ ธุรกิจมีการแบ่งบอกส่วนผสมของสินค้าอย่างชัดเจน

- กลุ่มอายุ 18-25 ปี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้อาชีพมากกว่า กลุ่มอายุ 36-45 ปี ดังนี้ ธุรกิจมีความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพที่เพียงพอ ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ธุรกิจคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญอย่างยิ่ง ธุรกิจเป็นองค์กรที่ตั้งมั่นในความ

เป็นธรรม เมื่อพูดถึงองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคจะนึกถึงธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับแรก ธุรกิจมีการจัดตั้งมูลนิธิในการช่วยเหลือสังคมและชุมชน ธุรกิจเกิดความตระหนักในการกำจัดของเสีย ธุรกิจมีการปลูกจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการนำสิ่งของที่ใช้แล้วมาดัดแปลงเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ ธุรกิจมีการนำของเสียจากการผลิตนำกลับไปใช้ในการผลิตใหม่ได้

4.3 ด้านสถานภาพ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

- สถานภาพโสด จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย คือ ธุรกิจเป็นองค์กรที่ตั้งมั่นในความเป็นธรรมร่วมสร้างสรรค์สื่อโทรทัศน์ให้ผู้บริโภคชมรายการที่เกิดประโยชน์ในการสร้างและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ธุรกิจมีการพัฒนาพื้นที่ธรรมชาติให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

- สถานภาพสมรส จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าสถานภาพโสด คือ ธุรกิจส่งเสริมกระบวนการธุรกิจเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ธุรกิจมีการสนับสนุนกิจกรรมวันสำคัญต่างๆให้กับสังคม

- สถานภาพสมรส จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าสถานภาพหย่าร้าง / หม้าย คือ ธุรกิจมีการจัดการเรียนรู้ส่งเสริมด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนและสังคม ธุรกิจมีการพัฒนาพื้นที่ธรรมชาติให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

4.4 ด้านการศึกษา เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

- ระดับการศึกษาปริญญาตรี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คือ ธุรกิจเป็นองค์กรที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ด้วยราคาที่เป็นธรรม ธุรกิจมีการดำเนินการด้วยการแข่งขันอย่างเสรี ธุรกิจมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าต่อผู้บริโภคมากที่สุด

- ระดับการศึกษาปริญญาตรี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คือ ธุรกิจมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอย่างครบถ้วนถูกต้องและไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ผู้บริโภค

คือ ธุรกิจมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าอย่างครบถ้วนถูกต้องและไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงแก่ผู้บริโภค

- ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าระดับการศึกษาปริญญาตรี คือ ธุรกิจมีการจัดตั้งมูลนิธิในการช่วยเหลือสังคมและชุมชน ธุรกิจจัดศูนย์กลางเรียนรู้การให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์กับชุมชนและสังคม ธุรกิจมีการปลูกจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยการนำสิ่งของที่ใช้แล้วมาดัดแปลงเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่

- ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คือ ธุรกิจมีการจัดตั้งมูลนิธิในการช่วยเหลือสังคมและชุมชน

4.5 ด้านอาชีพ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

- อาชีพนักเรียน / นักศึกษา จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ คือ ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ธุรกิจมีการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ ธุรกิจให้ความสำคัญและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ธุรกิจคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญอย่างยิ่ง ธุรกิจเป็นองค์กรที่ตั้งมั่นในความเป็นธรรมร่วมสร้างสรรค์สื่อโทรทัศน์ให้ผู้บริโภคชมรายการที่เกิดประโยชน์ในการสร้างและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น เมื่อพูดถึงองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคท่านจะนึกถึงธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับแรก

- อาชีพพนักงานเอกชน จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าอาชีพพนักงานเอกชน คือ ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ธุรกิจจัดศูนย์กลางเรียนรู้การให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์กับชุมชนและสังคม

- อาชีพพนักงานเอกชน จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คือ ธุรกิจมีการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้

- อาชีพพนักงานเอกชน จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าอาชีพนักเรียน / นักศึกษา คือ ธุรกิจเป็นองค์กรที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ด้วยราคาที่เป็นธรรม

- อาชีพพนักงานเอกชน จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าอาชีพราชการ / รัฐวิสาหกิจ คือ ธุรกิจคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญอย่างยิ่ง เมื่อพูดถึงองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคท่านจะนึกถึงธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นอันดับแรก

- อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่าอาชีพราชการ / รัฐวิสาหกิจ คือ ธุรกิจมีระบบการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน ธุรกิจมีการสนับสนุนโครงการรณรงค์ต่างๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม

4.6 ด้านรายได้ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

- รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่ารายได้ 15,000 – 30,000 บาท คือ ธุรกิจให้ความร่วมมือและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล ธุรกิจจัดศูนย์กลางการเรียนรู้การให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์กับชุมชนและสังคม

- รายได้ 30,001 – 50,000 บาท จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่ารายได้น้อยกว่า 15,000 บาท คือ ธุรกิจมีความมุ่งมั่นในการสร้างความพึงใจกับผู้บริโภคที่เลือกใช้สินค้า

- รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จะให้ความสำคัญด้านการรับรู้มากกว่ารายได้ 30,001 – 50,000 บาท คือ ธุรกิจจัดศูนย์กลางการเรียนรู้การให้ข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์กับชุมชนและสังคม

อภิปรายผล

1. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี พบว่า ธุรกิจมีการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชองรัตน์า รัตน์ะ (2551) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย: กรณีศึกษา โครงการกรุงไทย

ยูวาวณิช พบว่า โครงการกรุงไทยยูวาวณิช เป็นการช่วยเหลือสังคมในมิติแห่งการศึกษาและการเรียนรู้ที่ให้เยาวชนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีแนวคิดในเชิงธุรกิจ ลองทำธุรกิจจริงเพื่อสำรวจความชอบ ของตัวเอง ทำให้เยาวชนวางแผนชีวิตเพื่อเลือกเรียนศึกษาต่อได้ มีความคิดสร้างสรรค์เข้าใจการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการสร้างมูลค่าและผลตอบแทนแก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รู้จักการวางแผนงาน รู้จักการแก้ปัญหาตัดสินใจ การทำงานเป็นทีม สร้างจริยธรรม คุณธรรมและความสุขในองค์กร

2. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านการประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม พบว่า ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนเมื่อไม่ได้รับการคุ้มครองผู้บริโภคในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักการของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม “เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม” (2551) พบว่า การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้องอันจะส่งผลดีต่อธุรกิจในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางโดยไม่เห็นประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

3. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร พบว่า ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพัทตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษารื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมกับภาพลักษณ์ขององค์กรขององค์กรเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์เกิดจากความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงที่สุดกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

4. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค พบว่า ธุรกิจเป็นองค์กรที่ตั้งมั่นในความเป็นธรรมร่วมสร้างสรรค์สื่อโทรทัศน์ให้ผู้บริโภคชมรายการที่เกิด

ประโยชน์ในการสร้างและพัฒนา คุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของดาราวรรณ ณ ลำพูน และคณะ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่องผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ สื่อใหม่ พบว่า เทคนิคการใช้กลยุทธ์ ผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ นั้น สิ่งที่ไม่ควรทำคือ การบอกแบบตรงไปตรงมาว่าเป็น ตราสินค้าใด และห้ามใช้ให้เห็นแบบตรง ๆ ไม่ได้ เพราะหากทำไม่สมจริง ผู้บริโภคจะรู้ว่าการหลอกลวงโฆษณาจะทำให้เกิดภาพลบต่อตราสินค้านั้น ๆ ทันที และอาจจะไม่ยอมรับต่อผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์คนๆ นั้นไปด้วย

5. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านการร่วมพัฒนาชุมชน และช่วยเหลือสังคม พบว่า ธุรกิจมีการสนับสนุนโครงการรณรงค์ต่างๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชาญชัย เจริญลาภติล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสังคม โครงการถนนสีขาว” หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า การดำเนินกิจกรรมโครงการ “ถนนสีขาว” ของ TOYOTA มีเป้าประสงค์เพื่อคืนกำไรตอบแทนสังคม แต่ในขณะเดียวกันเป็นโครงการที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรผู้จัดทำได้เป็นอย่างดี และในด้านประสิทธิภาพของกระบวนการรณรงค์ พบว่า โครงการนี้มีการวางแผนงานการรณรงค์ การผลิตสื่ออย่างมีระบบ มีการใช้บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล รวมทั้งมีการเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

6. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม พบว่า ธุรกิจมีส่วนร่วมในกิจกรรมการดูแลสิ่งแวดล้อมกับชุมชน และสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของแรมใจพันธ์เพ็ญ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบกลยุทธ์ และแนวทางในการใช้พื้นที่สื่อหนังสือพิมพ์กรุงเทพฯ ธุรกิจ เพื่อนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมของ องค์กรธุรกิจในประเทศไทย พบว่า รูปแบบ CSR ที่พบมาก คือ การตลาดเพื่อสังคม โดยการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ได้แก่ กิจกรรมที่ส่งเสริมสถาบันพระมหากษัตริย์ และส่งเสริม

แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค นำเสนอ CSR ต่อสังคมมากที่สุด

7. การรับรู้โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ด้านนวัตกรรม พบว่า ธุรกิจมีความมุ่งเน้นวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของมูลนิธิสถาบันไทยพัฒน์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องนวัตกรรมระยะฟ้า พบว่า การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดังที่บริษัท กูเกิล ริเริ่ม ถือเป็นตัวอย่างที่ดีในการออกแบบและพัฒนาโครงการ CSR ซึ่งผู้ประกอบการโทรคมนาคมในไทยควรจะต้องฉีกกรอบคิดการทำโครงการ CSR ในแบบที่เป็นอยู่ หรือยึดติดกับโจทย์ที่กำหนดโดยหน่วยงานกำกับดูแล หันมาคิดค้นให้เกิดเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจ ที่สามารถสร้างประโยชน์ ชีตความสามารถทางการแข่งขัน และมูลค่าเพิ่ม ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อมให้ ประชาชนรับทราบอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในสื่ออินตียาสาร โปสเตอร์ และวารสารหน่วยงาน เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงประชาชนได้ทั่วถึงมากขึ้น รวมทั้ง ควรเพิ่มรูปแบบการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้ง่ายมากยิ่งขึ้นและเข้าถึงประชาชนในชุมชนได้อย่างกว้างขวาง

2. ควรมีช่องทางในการติดต่อ สอบถามข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนสามารถ สอบถามรายละเอียดต่างๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่แจ้งกับชุมชน ควรเป็นข้อเท็จจริงเพื่อให้ ชุมชนได้รับทราบข้อมูลที่แท้จริง ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจยิ่งขึ้น

3. ควรมีมาตรการที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเรื่องสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

กุลนัดดา สุวรรณศรี. (2551). *ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าตราสินค้า “ฮอนด้า” และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เบญจมาพร เจริญศรี. (2550). *การตอบสนองของเจเนเรชั่นวายต่องานการตลาดเพื่อสังคม*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

รัตนา รัตนะ. (2551). *ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย: กรณีศึกษาโครงการกรุงไทยยูวาามิซ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

แรมใจ พันธุ์เพ็ง. (2552). *รูปแบบกลยุทธ์และแนวทางในการใช้พื้นที่สื่อหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจเพื่อนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธรรมพร โปธิ์มัน. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค และทัศนคติที่มีต่อรับผิดชอบต่อสังคมที่มีภาพลักษณ์องค์กรภาพรวม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน. (2556). *ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืนขององค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2551). *เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ.

Aaker, David A. (2011). *Managing Brand Equity*. London : The Free press.

Michael E. Porter ; & Mark R. Kramer (2013). *Strategy and Society The link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. *Harvard Business Review*.

Philip Kotler and Nancy Lee. 2014. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey : John Wiley&Sons,366.

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญญาจรรย์ ปัญญาไว^{1*}, รวิพรรณ สุภาวรรณ²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 15,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า, ทัศนคติ, Pre-order เครื่องสำอาง

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

* Corresponding Author: panjasap.pa@gmail.com

The Technology Acceptance and Country of Origin Affecting the Attitude on Pre-order Cosmetic via Online Business of Customer in Bangkok

Panjasap Panyawai^{1*}, Lokweetpun Supawan²

Abstract

The purpose of this research was to study the technology acceptance and country of origin affecting the attitude on pre-order cosmetic via online business of customer in Bangkok. The samples used for the research were the population in Bangkok. Data were collected from 400 customers through a closed-ended questionnaire survey. The statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation, standard deviation, Pearson's correlation coefficient and multiple regression analysis.

This research found that most of respondents are female, aged 21-30 years; most of all are with bachelor's degree, and most of them working in the private company with a monthly income between 15,001-30,000 baht. As for the hypothesis testing, the results found that the technology acceptance and country of origin affecting the attitude on pre-order cosmetic via online business of customer in Bangkok at significant level of .05.

Keywords: technology acceptance, country of origin, attitude, pre-order cosmetic

¹ Graduate School, Bangkok University

² School of Business Administration, Bangkok University

* Corresponding Author: panjasap.pa@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยมีมูลค่าประมาณ 2 แสนล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในประเทศ 1.2 แสนล้านบาท และส่งออก 8 หมื่นล้านบาท ซึ่งคาดว่าปี 2558 จะขยายตัว 10% ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยอยู่ในอันดับ 16 ของโลก และไทยอยู่ในอันดับ 3 ของเอเชีย ต่อจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ซึ่งในประเทศไทย มีจำนวนโรงงานรวม 762 ราย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ประมาณ 520 ราย (Thai cosmetic cluster, 2558) สำหรับตลาดเครื่องสำอางต่างประเทศหลังจากที่ตลาดเครื่องสำอางเกาหลีที่มีการแข่งขันที่รุนแรงในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา จากกระแสความนิยมซีรีย์เกาหลีในกลุ่มวัยรุ่น ด้วยจุดขายราคาที่เข้าถึงง่าย ทำให้เครื่องสำอางจากประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีคุณภาพ และราคาที่สูงกว่าได้รับผลกระทบในแง่ของกระแสและความนิยม แต่ปัจจุบันกระแสความนิยมเครื่องสำอางของประเทศเกาหลีเริ่มลดลง ซึ่งผลส่วนหนึ่งมาจากผู้บริโภคเริ่มคำนึงถึงคุณภาพการดูแลผิวพรรณในระยะยาวมากขึ้น จากปัจจัยเหล่านี้ ทำให้กลุ่มเครื่องสำอางจากประเทศญี่ปุ่น และเคาน์เตอร์แบรนด์จากประเทศแถบยุโรป มีความได้เปรียบมากกว่า ขณะที่แนวโน้มการแข่งขันในตลาดกลุ่มเครื่องสำอางนั้น แบรนด์ชั้นนำของประเทศเกาหลียังคงเติบโตได้ดีในกลุ่มสกินแคร์ และมีการคาดการณ์ว่าผู้ประกอบการอีกหลายรายในต่างประเทศทั้งเอเชียและยุโรปที่จะหันมาบุกตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยมากขึ้น จากไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไป กำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคหันมานิยมสินค้าที่เน้นจุดขายด้านคุณภาพ โดยจุดแข็งของแบรนด์ในเรื่องคุณภาพสินค้า และความเป็นพรีเมียมซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคปัจจุบัน และจากข้อมูลของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่ได้ทำการจัดอันดับ 10 ธุรกิจที่โดดเด่น โดยประเมินจาก ปี 2554-2557 พบว่าในปี 2558 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความงาม อาทิ อาหารเสริม เครื่องสำอาง เป็นธุรกิจที่น่าลงทุนอันดับ 1 ติดต่อกัน เนื่องจากกระแสการให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพและการดูแลความงามเพิ่มมากขึ้น (ผู้จัดการ, 2558)

นอกจากนี้การเติบโตอินเทอร์เน็ต จึงมีการนำเอาประโยชน์ในส่วนนี้มารวมกับความสนใจเรื่องความสวยงามของผู้บริโภค โดยใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการขายสินค้าประเภทเครื่องสำอางแก่ผู้บริโภคในลักษณะของสินค้า Pre-Order ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องมีระยะเวลาในการสั่งซื้อ หรือสินค้าที่ต้องมีระยะเวลาในการผลิต เป็นสินค้าที่ไม่มีของในสต็อก โดยปกติการสั่ง Pre-Order จะมีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาในการรอสินค้า แต่ทั้งนี้เรื่องระยะเวลาที่ขึ้นอยู่กับว่าสินค้ามาจากประเทศไหน (รัชฎาพร อินทรา, 2556) โดยการตัดสินใจซื้อสินค้า Pre-Order จากต่างประเทศของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะพิจารณาจากองค์ประกอบภายนอกของสินค้า เช่น การออกแบบ สี และองค์ประกอบภายนอกของสินค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า เช่น ราคา ชื่อตราสินค้า การรับประกัน และองค์ประกอบภายนอกที่สำคัญอีกตัวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า Pre-Order จากต่างประเทศ คือ ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า (Country of Origin) (ธัญธิดา โครบล, 2554) เพราะข้อมูลเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าเป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดของสินค้านั้นๆ ซึ่งการรับรู้และทัศนคติดังกล่าวอาจเป็นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ เช่นผลิตภัณฑ์น้ำหอมต้องผลิตจากประเทศฝรั่งเศส และนาฬิกาต้องผลิตจากประเทศสวิตเซอร์แลนด์เท่านั้น (Keegan & Green, 2013) หรือการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากประเทศจีนถูกประเมินว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณภาพ และไม่น่าเชื่อถือ (กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์ และ ก่อพงษ์ พลโยธา, 2557) ดังนั้นจึงอาจจะกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสินค้าในเชิงบวกด้วย

ดังที่ทราบว่าเป็นปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค การนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นสิ่งหลายๆ ธุรกิจให้ความสนใจ ซึ่งในธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องสำอางการนำเทคโนโลยีมาช่วยนอกจากการติดต่อสื่อสาร และประชาสัมพันธ์สินค้าแล้ว การดำเนินธุรกิจในรูปแบบของสินค้า Pre-order เป็นสิ่ง

หนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความนิยม แต่ผู้บริโภคก็ยังคงมีความกังวลและขาดความเชื่อมั่นในการใช้งาน ดังนั้นการทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับเทคโนโลยีจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ไม่ควรมองข้าม โดยที่แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับและมีชื่อเสียงในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี นำเสนอโดย Davis and Newstrom (1985) โดยจะทำการวัดจากปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Used) และ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) ซึ่งตัวแปรในการวัดเหล่านี้ จะมีผลให้เกิดการยอมรับและเกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง (Behavioral Intentions to Use) (จุฑาพร เลื่อนล่อง สุภาภรณ์ เกียรติสิน และอดิศร ลีลาสันติธรรม, 2556)

จากการศึกษาดังกล่าวจะเห็นว่า ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค นับเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญทางการตลาดระหว่างประเทศ เนื่องจากมีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งสะท้อนทัศนคติโดยทั่วไปของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าที่ผลิตในประเทศนั้นๆ ด้วย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์

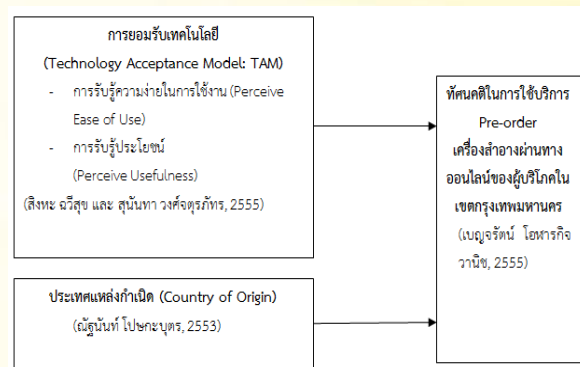
1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี อันได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการตอบสนองต่อทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าเครื่องสำอางสำหรับกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. ทำให้ทราบข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องสินค้าประเภทเครื่องสำอางเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดการซื้อซ้ำ เพื่อให้ตลาดเครื่องสำอาง Pre-order เติบโตยิ่งขึ้นและยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถอธิบายถึงการศึกษาในครั้งนี้ได้ว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า อาจจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการนำแนวคิดทฤษฎี จากการศึกษารื่อง ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ของ สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของ

ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดของตราสินค้าเครื่องสำอางกับการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ทศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ของ เบญจรัตน์ โอฬารกิจวานิช (2555) และการศึกษาเรื่อง การรับรู้ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าต่อทศนคติ และความตั้งใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมไทย ของ ณัฐนันท์ โปษะบุตร (2553) มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างสมมติฐานในการศึกษาค้นคว้าได้ว่า

สมมติฐานที่ 1a: ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อทศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1b: ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อทศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลต่อทศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วยข้อมูลข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ช่องทาง Pre-order การยอมรับเทคโนโลยี ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า และทศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยซื้อหรือปัจจุบันซื้อเครื่องสำอางผ่านทางช่องทาง Pre-order ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาด

ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนและทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้หรือที่ใช้ใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลผลค่าครอนบาร์คแอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.856 หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษาระหว่างเดือน สิงหาคม 2558 – มกราคม 2559 ได้ค่าเท่ากับ 0.832 ดังตารางที่ 1

ข้อ	ปัจจัย	Cronbach's Alpha (40)	Cronbach's Alpha (400)
1	การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.932	0.889
2	การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์	0.862	0.842
3	ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า	0.847	0.812
4	ทศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์	0.824	0.808
รวม		0.856	0.832

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า และทศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ ด้วยวิธีสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) โดยเมื่อทดสอบที่ค่านัยสำคัญ 0.01 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า มีความสัมพันธ์กับทศนคติในการใช้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($r=0.372$) ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ($r=0.227$) และการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ($r=0.196$)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์

ปัจจัย	ทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์				
	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	2.471	0.233	-	10.597	0.000
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.265	0.061	0.225	5.483	0.000*
การรับรู้ประโยชน์	0.152	0.047	0.166	3.237	0.001*
ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า	0.243	0.056	0.209	4.310	0.000*

หมายเหตุ: Adjusted $R^2 = 0.375$, $F = 51.752$, $*p < 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\text{Sig}=0.000$) การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\text{Sig}=0.001$) และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ($\text{Sig}=0.000$)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ พบว่า ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\beta = 0.225$) ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ($\beta = 0.209$) และการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\beta = 0.166$) ตามลำดับ

สัมประสิทธิ์การกำหนด (Adjusted $R^2 = 0.375$) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ที่เหลืออีกร้อยละ 62.5 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาและผลจากตารางที่ 3 สามารถอธิบาย

สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีรายละเอียดแยกตามปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1a: ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยพิจารณาจากค่า Sig (Significance) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 ที่กำหนด แสดงว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1b: ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยพิจารณาจากค่า Sig (Significance) มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่กำหนด แสดงว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยพิจารณาจากค่า Sig (Significance) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่กำหนด แสดงว่า ปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์

การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอาง

ผ่านทางออนไลน์ การเข้าถึงข้อมูลสินค้าในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ไม่ยากรวมทั้งการสามารถสมัครใช้บริการเพื่อซื้อสินค้าใช้การบริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ และกระบวนการสั่งซื้อในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน ท่านสามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี TAM ของ Davis (1989) ที่ได้กล่าวว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายจะใช้ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งาน และไม่ต้องใช้ความพยายามมาก การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ บุชรา ประกอบธรรม (2556) ทำการศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ ช่วยให้

ประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายของท่านจากการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางอื่น การใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ทำให้มีข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ รวมทั้งการที่สามารถติดต่อกับร้านค้าหรือผู้ให้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถติดตามดูสินค้าหรือบริการออนไลน์ใหม่ๆ ผ่านผู้ให้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ ได้เสมอ ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้านี้สอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี TAM ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์คือการที่บุคคลรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ชิดชุตตา จาดก้อง (2556) ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบทบาทเชิงโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในสื่ออินเทอร์เน็ต สำหรับด้านการรับรู้และทัศนคติพบว่า การรับรู้ว่าบทความนั้นเป็นบทความเชิงโฆษณาที่แตกต่างกัน และการรับรู้ว่าบทความนั้นมีประโยชน์ที่แตกต่างกันนั้นมีทัศนคติต่อบทบาทเชิงโฆษณาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

ปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการที่ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความสามารถในการสรรหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสามารถในการผลิตสินค้าคุณภาพสูง มาตรฐานการผลิตสูงน่าเชื่อถือ มีความเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งประเทศที่ผลิตเครื่องสำอางมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ ซึ่งเกิด

จากความสามารถในการเรียนรู้ในเทคโนโลยีระดับสูง จึงทำให้เครื่องสำอางที่ผลิตจากประเทศเหล่านั้นมีคุณภาพน่าเชื่อถือ ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าจึงส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภค ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Keegan & Green (2013) กล่าวว่า ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดเป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งการรับรู้และทัศนคติดังกล่าว อาจเป็นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ และมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐนันท์ โปษกะบุตร (2553) ทำการศึกษาเรื่อง การรับรู้ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าต่อทัศนคติ และความตั้งใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมไทยพบว่า ตราสินค้าที่ผู้บริโภคที่รู้ว่าเป็นของไทยจะมีทัศนคติที่สูงกว่าผู้ที่ไม่รู้ว่าเป็นของไทย และการศึกษาของ เบญจรัตน์ โอฬารกิจวานิช (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดของตราสินค้าเครื่องสำอางกับการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดของตราสินค้าเครื่องสำอางมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อสินค้าที่มาจากประเทศแหล่งกำเนิดตราสินค้าเครื่องสำอาง

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ใช้ประโยชน์ในการพัฒนาร้านค้าของตนให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่มีความซับซ้อน ให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์จากการใช้งาน รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค ทั้งการเก็บรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้บริโภค มีการควบคุมการทำรายการออนไลน์ ผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคได้ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่า ข้อมูลของตนจะถูกเก็บเป็นความลับ ร้านค้าสามารถป้องกันการเข้าถึงข้อมูลจากผู้ไม่พึงประสงค์ ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้งาน อันจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติที่ดีในการใช้งานและการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในที่สุด

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการศึกษาเกี่ยวกับประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ไปใช้เป็นข้อมูลในการ

กำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดในการตอบสนองต่อทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าเครื่องสำอางสำหรับกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพและปริมณฑล รวมทั้งการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องสินค้าประเภทเครื่องสำอางเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเกิดการซื้อซ้ำ เพื่อให้ตลาดเครื่องสำอาง Pre-order เติบโตยิ่งขึ้นและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์ และ ก่อพงษ์ พลโยธา. (2557). อิทธิพลภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดที่มีต่อการประเมินผลิตภัณฑ์และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค: การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารนักบริหาร*. 34(2). 66-79.
- จุฑาพร เลื่อนล่อง สุภาภรณ์ เกียรติสิน และอดิศร ลีลาสันติธรรม. (2556). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานการตลาดเครือข่ายสังคมเพื่อการโฆษณาของธุรกิจบริการ ในประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://www.air.or.th/AIR/doc/Present_16.pdf.
- ธัญธิดา โครูบล. (2554). *ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่มีต่อทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าไทย*. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ผู้จัดการ. (2558). ตลาดเครื่องสำอางโตเงียบแต่มูลค่ามหาศาล. สืบค้นจาก <http://www.gotomanager.com/>.
- รัชฎาพร อินทรา. (2556). *พรีออเดอร์คืออะไร*. สืบค้นจาก <http://what-is-preorder.blogspot.com/2013/05/what-is-pre-order.html>.
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2013). *Global marketing (7th ed.)*. Courier/Kendallville, United States of America: Pearson Education.
- Davis, K. and J. Newstrom. (1985). *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. New York : McGraw-Hill.

Thai cosmetic cluster. (2558). กสอ. ปั้นเครื่องสำอาง 2
แสนล้านบาท. สืบค้นจาก
<http://www.thaicosmeticcluster.com/>.

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

การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์วิชาคณิตศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2

พจนา ชำนาญกุล¹, ชัยวัฒน์ วารี²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วิชาคณิตศาสตร์จำนวนนับไม่เกิน 1,000 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ตามเกณฑ์ 80/80 และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดกิจกรรมด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวัดป่าไผ่ จำนวน 25 คน ใช้แบบประเมินคุณภาพหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ แบบทดสอบระหว่างเรียนและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แบบสอบถามความพึงพอใจ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการคิดวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องจำนวนนับไม่เกิน 1,000 กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โดยมีประสิทธิภาพ E_1 / E_2 เท่ากับ 92.04/ 93.33 แสดงว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80
2. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 โดยค่าเฉลี่ยที่อยู่ระหว่าง 4.16-4.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.45-0.73

คำสำคัญ : หนังสืออิเล็กทรอนิกส์, คณิตศาสตร์, นักเรียน

¹ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

* Corresponding Author: potjana_ch@gmail.com

The development of Electronic Books for Mathematics for grades 2 students

Potjana Chamnankul^{1*}, Chaiwat Waree²

Abstract

The objective of this research is to develop and find the performance of the Electronic Book (E-book) for Mathematics. This E-book is about the Mathematics of Natural Number (less than 1,000) using for the class of Second Grade student. The threshold criteria for evaluating is 80/80. Moreover, the research also studies the student satisfaction in using this E-book by using questionnaire survey, examination and quiz test, collected from 25 students at wat pa pai School. The performance of the E-book is evaluated based on statistical analysis including average value, percentage value and standard deviation.

The findings of this research are as follows.

1. The performance of Mathematics E-book about the Mathematics of Natural Number (less than 1000) for the Second Grade student is equal to 92.04/ 93.33. This indicates that the e-book has the performance higher than the criteria threshold (i.e. 80/80.)

2. The average value of the student satisfaction in using E-book is equal to 4.32 and the standard deviation is equal to 0.60. This indicates that the student satisfaction in using E-book is higher than the average range threshold (i.e. 4.16-4.72) with the standard deviation 0.45-0.73

Keywords: Electronic Books, Mathematics, Students

¹ Faculty of Education, Suan Sunandha Rajabhat University

² Faculty of Education, Suan Sunandha Rajabhat University

* Corresponding Author: potjana_ch@gmail.com

บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสาน ทางวัฒนธรรมการสร้างสรรค้จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคมการเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานมุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคนซึ่งเป็นกำลังของชาติให้เป็นมนุษย์ที่มีความสมดุลทั้งด้านร่างกายความรู้คุณธรรม มีจิตสำนึกในความเป็นพลเมืองไทยและเป็นพลโลก ยึดมั่นในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขมีความรู้และทักษะพื้นฐานรวมทั้งเจตคติที่จำเป็นต่อการศึกษาคือการประกอบอาชีพและการศึกษาตลอดชีวิตโดยมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญบนพื้นฐานความเชื่อว่าทุกคนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้เต็มตามศักยภาพ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

ณัฐกร สงคราม (2553) กล่าวว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีมัลติมีเดียได้รับความนิยมในการใช้งานที่หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะด้านการศึกษาที่มีการประยุกต์เทคโนโลยีมัลติมีเดียมาสร้างเป็นสื่อประกอบการเรียนการสอนมากมายหลายสถาบันการศึกษา ให้ความสนใจและสนับสนุนการพัฒนาบทเรียนมัลติมีเดียอย่างเต็มที่ มีการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการผลิตสื่อมัลติมีเดียโดยเฉพาะเพื่อสนับสนุน การเรียนการสอนของสถาบัน เนื่องจากมีการพิสูจน์แล้วว่าเทคโนโลยีมัลติมีเดียช่วยให้การออกแบบบทเรียนตอบสนองต่อความคิด และทฤษฎีการเรียนรู้ รวมทั้งส่งผลโดยตรงต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ จากงานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียที่สามารถช่วยเสริมการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้นได้ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-Book) เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้เรียนจากเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ในวงการการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการมนุษย์ที่จะนำสื่อเข้าไปบรรจุ ในรูปแบบ วิดีทัศน์ และเป็นสื่อที่สามารถแสดงข้อความเสียง รวมถึงภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ถือเป็นสื่อคอมพิวเตอร์มัลติมีเดียที่ตอบสนองการเรียนแบบ e-learning ซึ่งสนับสนุนการศึกษาด้วยตนเอง ตลอดจนการศึกษาตลอดชีวิต ทั้งยังเป็น

แหล่งข้อมูลสารสนเทศเพื่อการค้นคว้าสามารถใช้เป็นสื่อเสริม ทั้งนี้เพื่อลดข้อจำกัดจากการอ่านหนังสือปกติทั่วไป บทบาทของครูผู้สอนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเน้นหนักทางด้าน การใฝ่หาคำรู้ ความเข้าใจ และความสามารถ วิธีการสอนที่หลากหลายตามเศรษฐกิจ และสังคมได้อย่างกว้างขวาง (เย็น ภู่วรรณ, 2546, หน้า 47-48)

กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความคิดและการเรียนรู้ ของมนุษย์ ซึ่งคณิตศาสตร์เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนากระบวนการคิด ส่งผลให้มนุษย์มีความคิดสร้างสรรค์ คิดอย่างมีเหตุผลเป็นระบบมีแบบแผนสามารถวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ได้อย่างถี่ถ้วนรอบคอบช่วยให้คาดการณ์วางแผนตัดสินใจแก้ปัญหาและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

นอกจากนี้คณิตศาสตร์ยังเป็นเครื่องมือในการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและศาสตร์อื่น ๆ คณิตศาสตร์จึงมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นจากนโยบายการศึกษาภาครัฐโดยเฉพาะด้านการศึกษาของรัฐบาลเกี่ยวกับนโยบายด้านการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้ทัดเทียมกับนานาชาติ ในการยกระดับคุณภาพการศึกษาและกระจายโอกาสทางการศึกษา ให้มีระบบการเรียนแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติเป็นกลไกในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของการเรียนรู้ โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและเอื้อให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีพ พัฒนาเครือข่ายและพัฒนาระบบไซเบอร์โฮม (Cyber Home) ที่สามารถส่งความรู้มายังผู้เรียนด้วยระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยการจัดให้มีการแจกแท็บเล็ตเพื่อการศึกษา (Tablet for Education) ที่เป็นเครื่องมือด้านสื่อเทคโนโลยีที่สำคัญและมีอิทธิพลค่อนข้างมากต่อการปรับใช้ในการสร้างมิติแห่งการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจัดการศึกษาของไทย ปัจจุบันและประเมินความรู้ด้วยแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนปลายภาค ปีการศึกษา 2555 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนตกต่ำสอดคล้องกับผลการประเมินคุณภาพ สมศ. สำนักรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาปี 2555 ผลการประเมินวิชาคณิตศาสตร์ของโรงเรียนวัดป่าซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะพัฒนาของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วิชาคณิตศาสตร์จำนวนนับไม่เกิน 1000 สำหรับนักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 2 เพื่อใช้ในการสอนเสริมการเรียนวิชา คณิตศาสตร์จำนวนนับไม่เกิน 1,000 โดยหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นนี้ได้กำหนดเนื้อหา รายละเอียดของ เนื้อหา จุดประสงค์ ให้สอดคล้องกับหลักสูตรของรายวิชา คณิตศาสตร์ระดับประถมศึกษาปีที่ 2 ของกระทรวง ศึกษาธิการ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และฝึกการคำนวณตาม ความสามารถของตนเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของหนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ วิชาคณิตศาสตร์เรื่องจำนวนนับไม่เกิน 1,000 ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ตามเกณฑ์ 80/ 80
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัด กิจกรรมด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตการวิจัย

1. เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เนื้อหาสาระวิชา คณิตศาสตร์เรื่องจำนวนนับไม่เกิน 1,000 ซึ่งเป็นสาระที่ 1 ของกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เวลาเรียน 10 ชั่วโมงจำนวน 1 หน่วย
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้น ประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวัดป่าไผ่ จำนวน 2 ห้องเรียน จำนวนนักเรียน 50 คน
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
 - ตัวแปรอิสระได้แก่
 - หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ วิชาคณิตศาสตร์เรื่อง จำนวนนับไม่เกิน 1,000 ตัวแปรตามได้แก่
 - ประสิทธิภาพหนังสืออิเล็กทรอนิกส์
 - ความพึงพอใจของนักเรียน
 - 4. ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ภาคเรียนที่ 1 ปี การศึกษา 2558

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

หนังสือหรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้อ่านสามารถอ่าน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์พกพาอื่นๆ

ได้ สำหรับหนังสือ หรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์นี้ จะมี ความหมายรวมถึงเนื้อหาที่ถูกดัดแปลง อยู่ในรูปแบบที่ สามารถแสดงผลออกมาได้ โดยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์แต่ก็ ให้มีลักษณะการนำเสนอที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกับการ อ่านหนังสือทั่วไปในชีวิตประจำวัน แต่จะมีลักษณะพิเศษ คือ สะดวกและรวดเร็ว ในการค้นหา และผู้อ่านสามารถอ่าน พร้อมๆกันได้โดยไม่ต้องรอให้อีกฝ่ายส่งคืนห้องสมุด เช่นเดียวกับหนังสือในห้องสมุดทั่วไป กลุ่มพัฒนาสื่อ เทคโนโลยี (ศูนย์พัฒนาหนังสือ กรมวิชาการ , มปป.) หนังสือ ที่สามารถเปิดอ่านได้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ ทั้งแบบปาล์ม ท็อปหรือพ็อกเก็ตคอมพิวเตอร์ หรือเทคโนโลยีที่เน้นเรื่องการ พกพาติดตามตัวได้สะดวกเหมือนโทรศัพท์มือถือที่เรียกว่า Mobile ทำให้ระบบสื่อสารติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตได้ สามารถไหลผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ โดยไม่ต้อง ส่งหนังสือจริง (สำนักบริการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง รูปแบบของการจัดเก็บและนำเสนอข้อมูล หลากหลายรูปแบบ ทั้งที่เป็นข้อความ ตัวเลข ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงต่าง ๆ ข้อมูลเหล่านี้มีวิธีเก็บ ใน ลักษณะพิเศษ นั่นคือ จากแฟ้มข้อมูลหนึ่งผู้อ่านสามารถ เรียกดูข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ทันที โดยที่ข้อมูลนั้นอาจจะ อยู่ในแฟ้มเดียวกัน หรืออาจจะอยู่ในแฟ้มอื่น ๆ ที่อยู่ห่างไกล ก็ได้ หากข้อมูลที่กล่าวมานี้เป็นข้อความที่เป็นตัวอักษรหรือ ตัวเลข เรียกว่า ข้อความหลายมิติ (hypertext) และหาก ข้อมูลนั้นรวมถึงเสียงและภาพเคลื่อนไหวด้วยก็เรียกว่าสื่อ ประสมหรือสื่อหลายมิติ(hypermedia) (ครรชิต มาลัยวงศ์, 2540, หน้า 1)

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หนังสือ อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง หนังสือที่สร้างขึ้นด้วยโปรแกรม คอมพิวเตอร์มีลักษณะเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์โดยปกติ มักจะเป็นแฟ้มข้อมูลที่สามารถอ่านเอกสารผ่านทางหน้า จอคอมพิวเตอร์ทั้งในระบบออฟไลน์และออนไลน์คุณลักษณะ ของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์สามารถเชื่อมโยงจุดไปยังส่วนต่าง ๆ ของหนังสือเว็บไซต์ต่าง ๆ ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบ กับผู้เรียนได้สามารถแทรกภาพเสียงภาพเคลื่อนไหว แบบทดสอบและสามารถสั่งพิมพ์เอกสารที่ต้องการออกจาก เครื่องพิมพ์ได้อีก ประการหนึ่งที่สำคัญก็คือหนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะไม่มีในหนังสือธรรมดาทั่วไป ทฤษฎีการเรียนรู้เป็นความเชื่อหรือแนวทางการเรียนรู้ของมนุษย์ที่ได้ผ่านการทดลองจนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง

ดังนั้นผู้ออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยที่จะยึดหลักการของทฤษฎีการเรียนรู้ เช่น ถ้าทฤษฎีการเรียนรู้มีความเชื่อหรือมุมมองต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ของมนุษย์เกิดจากการมีสิ่งเร้า ทำให้มนุษย์สนใจจะศึกษา จากแนวทางนี้ถ้าผู้ออกแบบได้ยึดเอาทฤษฎีนี้เป็นหลักในการออกแบบบทเรียน บทเรียนที่ออกก็จะต้องมีสิ่งเร้าให้ผู้เรียนได้เกิดความสนใจที่จะเรียนรู้โดยอาจจะมีการสร้างคำถามให้ผู้เรียนได้ตอบหรือได้คิดระหว่างเรียนเนื้อหาอย่างเหมาะสม หรือถ้ายึดเอาทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีแนวทางว่า มนุษย์ทุกคนมีความแตกต่างกัน มีความสนใจต่างกัน ดังนั้นการออกแบบบทเรียนที่ยึดแนวทางนี้บทเรียนที่ออกแบบจะต้องตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล เปิดโอกาสให้ผู้เรียนตามเนื้อหาที่สนใจเป็นต้น ทฤษฎีการเรียนรู้ที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์

ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง ซึ่งต้องจัดเตรียมประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมภายนอกเพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการ โดยประสบการณ์ดังกล่าวหากมีการกระทำซ้ำแล้วซ้ำอีกก็จะกลายเป็นพฤติกรรมอัตโนมัติที่แสดงออกให้เห็นได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม นักทฤษฎีกลุ่มพฤติกรรมนิยมเชื่อว่าองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. แรงขับ (Drive) หมายถึง ความต้องการของผู้เรียนในบางสิ่งบางอย่างที่จูงใจ (Motivated) ให้ผู้เรียนหาหนทางตอบสนองตามความต้องการนั้น

2. สิ่งเร้า (Stimulus) หมายถึง สิ่งที่เข้ามากระตุ้นให้ผู้เรียนมีปฏิกิริยาตอบสนองเกิดเป็นพฤติกรรมขึ้นซึ่งได้แก่การให้สาระความรู้ (Message) ในรูปแบบต่างๆรวมทั้งการชี้แนะ (Cue)

3. การตอบสนอง (response) หมายถึง การที่ผู้เรียนแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอธิบายได้ด้วยพฤติกรรมที่ผู้เรียนแสดงออก

4. การเสริมแรง (Reinforcement) หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวแปรสำคัญในการเปลี่ยน

พฤติกรรมของผู้เรียน ประกอบด้วยการเสริมแรงทางบวกและการเสริมแรงทางลบ โดยนิยมใช้รูปแบบการเสริมแรงจากภายนอก เช่น การให้รางวัล หรือการลงโทษ (ณัฐกร สงคราม, 2553, น. 36)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้พัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ผลการศึกษาปรากฏดังนี้ ประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเท่ากับ 84.33/81.67 ดัชนีประสิทธิผลของการเรียนด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเท่ากับ 0.6796 แสดงว่านักเรียนมีความก้าวหน้าทางการเรียนเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 67.96 นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงขึ้นจากก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียน โดยใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ สำหรับ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ระเบียน บังคมเนตร, 2554, น.93) โดเมน (Doman, 2002) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ e-Book จะมีอุปกรณ์ที่ใช้อ่านข้อความอิเล็กทรอนิกส์หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นขั้นตอนหนึ่งในการพัฒนาเครื่องมือทางเทคโนโลยีที่ผลิตขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำลายเพื่อการใช้หนังสือ ร่วมกันโดยผ่านการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต โดยเป็นอุปกรณ์พื้นฐานของไมโครโปรเซสเซอร์ โดยในงานวิจัยได้กล่าวถึงประวัติของข้อความอิเล็กทรอนิกส์แบบสั้นๆ และคำแนะนำเกี่ยวกับตลาดของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งความสะดวก และชัดเจนในการใช้เป็นปัญหาที่พบในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ประกอบด้วย นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนวัดป่าไผ่ อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ประจำปีการศึกษา 2558 จำนวน 2 ห้องเรียน 50 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ เป็นนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 เป็นงานวิจัยเชิงทดลองโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบคลัสเตอร์ (Cluster sampling) วิธีดำเนินการศึกษาผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเตรียมสถานที่และเครื่องมือในการทดสอบโดยใช้คอมพิวเตอร์ 1 คนต่อ 1 เครื่อง เป็นเวลา 10 ชั่วโมง สถานที่ที่ใช้ในการทดลองคือห้องคอมพิวเตอร์โรงเรียนวัดป่าไผ่

2. วิธีดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ผู้เรียนทราบ

2.2 ให้ผู้เรียนได้ทำแบบทดสอบก่อนเรียน

2.3 ให้ผู้เรียนได้รับการเรียนผ่านบทเรียนหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

2.4 หลังจากนั้นให้ผู้เรียนได้ทำแบบทดสอบหลังเรียน

2.5 นำคะแนนของนักเรียนทั้งหมดที่ได้มาคำนวณวิเคราะห์และสรุปผล

ระดับคะแนน	ช่วงคะแนน
มากที่สุด	4.51-5.00
มาก	3.51-4.50
ปานกลาง	2.51-3.50
น้อย	1.51-2.50
น้อยที่สุด	1.00-1.50

ผลการวิจัย

1) ประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จำนวนไม่เกิน 1,000 สำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ในภาพรวมให้เกณฑ์ประสิทธิภาพ 80/80 พบว่า ประสิทธิภาพของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องจำนวนนับไม่เกิน 1,000 กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 92.04/93.33 แสดงว่าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ 80/80

2) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จำนวนไม่เกิน 1,000 สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 พบว่า นักเรียนที่เรียนด้วยหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องจำนวนนับ ไม่เกิน 1,000 สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 มีความพึงพอใจต่อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดย รวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 โดยค่าเฉลี่ยที่

อยู่ระหว่าง 4.16-4.72 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.45-0.73

อภิปรายผลการวิจัย

คุณภาพหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องจำนวนนับไม่เกิน 1,000 กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นโดยรวมระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ได้ศึกษาหลักการ ทฤษฎี เทคนิค และวิธีการสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จากเอกสารตำราหนังสือคู่มือการเอกสารประกอบการเรียนการสอนของ (บุญแก้ว ควรวาเวช 2540, น. 38-39) เป็นแนวทางในการสร้างหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้ทำการประเมินคุณภาพหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ โดยประเมินโครงสร้างของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ประเมินผลลัพธ์ และองค์ประกอบของบทเรียน(มนต์ชัย เทียนทอง, 2546) ทำให้ได้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรฝึกทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์ที่ดีแก่นักเรียน เพื่อให้ให้นักเรียนมีทักษะ และความพร้อมในการเรียนรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสม

2. ครูผู้สอนต้องคอยดูแลแนะนำ ช่วยเหลือนักเรียนอย่างใกล้ชิดเนื่องจากนักเรียนยังไม่คุ้นเคยกับการเรียนรู้ด้วยตัวเอง เพื่อที่จะทำให้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นไปอย่างสมบูรณ์ที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. พัฒนาหนังสือเรียนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับนักเรียนในระดับชั้นที่สูงขึ้น

2. ส่งเสริมให้มีการศึกษาวิจัยพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์กลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551* กรุงเทพฯ ฯ
- กิดานันท์ มลิทอง. (2548). *เทคโนโลยีและสื่อสารเพื่อการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ
- ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศรีฟ้า. (2551). *E-Book หนังสือพูดได้*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ ฯ
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2552). *การพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสามเหตุของพฤติกรรมกร.*
- ชัยงค์ พรหมวงศ์. (2550). *วารสารศึกษาศาสตร์*. ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 เดือนตุลาคม.
- ครรชิต มาลัยวงศ์. (2540). *ทัศน์ไอที*. กรุงเทพฯ ฯ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.
- ทีศนา แคมมณี. (2553). *ศาสตร์การสอน*.
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2548). *การประเมินบทเรียนคอมพิวเตอร์*.
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2548). *การออกแบบระบบการสอน*.
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2548). *การหาคุณภาพแบบทดสอบ*.
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2546). *พัฒนาเทคนิคศึกษา*. ปีที่ 16 ฉบับที่ 48 ต.ค. – ธ.ค.
- ณัฐกร สงคราม. (2553). *การออกแบบและพัฒนาโมเดลมีเดียเพื่อการเรียนรู้*.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ ฯ สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ ฯ สุวีริยาสาส์น.
- ยีน ภู่วรรณ. (2546). *ไอซีทีเพื่อการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร ซี เอ็ดดูเคชั่นจำกัด (มหาชน)
- ระเปียบ บังคมเนตร. (2554). *การพัฒนาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต คอมพิวเตอร์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Hage, Ellen V. [n.p.]. *E-book technology: The relationship between self-efficacy and usage levels*.
- Doman, Todd Oliver. [n.p.]. *E-book: The first two generation*. Dissertation Abstracts International.

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของประชากรในกรุงเทพมหานคร

พิทยาธร บุญวรรณ^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลด้านประชากรที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 2) การรับรู้การประชาสัมพันธ์ของประชากรที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยฯ และ 3) ความสัมพันธ์ของการรับรู้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยฯ ในทุกมิติ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขต กทม. จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 26 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์ด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ 2) เพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และความสัมพันธ์ด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ 3) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยฯ ในภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$) โดยผ่านการรับรู้การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ จากสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ Facebook ($\bar{x} = 3.27$) และการประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้สื่อ จากสื่อประเภทสื่อบุคคล ($\bar{x} = 3.10$) 4) ความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ และการประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้สื่อ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยฯ ทั้ง 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์, การรับรู้, ภาพลักษณ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

¹ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

* Corresponding Author: pittayatorn.bo@gmail.com

Public Relations Strategies that related with Suan Sunandha Rajabhat University image perception of people in Bangkok

Pittayatorn Boonwan^{1*}

Abstract

The purposes of the research were 1) to study the demographic are relationship to image of Suan Sunandha Rajabhat University (SSRU) 2) to study the perceptions of public relations is related to corporate image of SSRU 3) to study the relationship of perceived public relations strategies with the SSRU's image in all dimensions. This quantitative research collected 400 samples of people in Bangkok, chosen through multi-level sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed using percentage, mean, standard deviation and MANCOVA

The results showed that: 1) Most respondents were female, aging between 15 and 26 years old, holding senior high school, being student, having average monthly income unless 5,000 Baht and not relationship with SSRU staff 2) Gender differences do not result in the recognition of different image to a statistically significant degree ($p < .05$) while age, education, salary and relationship with SSRU staff result in the recognition of different image. 3) The samples are perceived image of the SSRU in total is moderate ($\bar{x} = 3.30$). Media above the line in category social media has the most image recognition while media below the line in category personal media has the most image recognition. 4) The relations of media above the line and media below the line were a positive correlation to a statistically significant degree ($p < .05$).

Keywords: Public relations, Perception, Image, Suan Sunandha Rajabhat University

¹ Faculty of Mass Communication Technology Rajamangala, University of Technology Phra Nakhon

* Corresponding Author: pittayatorn.bo@gmail.com

บทนำ

จากสภาพทางสังคมทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมทางด้านคุณภาพของมหาวิทยาลัย ซึ่งเกิดจากปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อาทิ สถานภาพทางการเงินในแต่ละมหาวิทยาลัยไม่เท่าเทียมกันจึงทำให้การพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่เท่ากัน จำนวนบุคลากรทางการศึกษาที่มีไม่เพียงพอต่อผู้เรียน มหาวิทยาลัยต่างๆ จึงเกิดการแข่งขันโดยใช้เกณฑ์การตัดสินจากหน่วยงานภายนอกหรือหน่วยงานระดับโลกเป็น ตัวชี้วัดคุณภาพการศึกษาและจัดอันดับมหาวิทยาลัยของแต่ละประเทศ เว็บไซต์ www.webometrics.info เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานของประเทศสเปน ที่มีการยอมรับจากทั่วโลกในการจัดอันดับมหาวิทยาลัย และเป็นหนึ่งใน 4 ที่สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (สกอ.) ให้การยอมรับว่าเป็นองค์กรอ้างอิงชี้วัดคุณภาพมหาวิทยาลัย โดยในเดือนกรกฎาคม 2557 ได้รายงานการจัดอันดับมหาวิทยาลัยจากทั่วโลก จากผลการรายงานการจัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลกอันดับที่ 1 ได้แก่ Harvard University และสำหรับในประเทศไทยอันดับที่ 1 ของประเทศได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล ส่วนกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏอันดับสูงสุดได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (Ranking Web of Universities, 2014) และล่าสุดเมื่อต้นเดือนสิงหาคม 2558 ผลการรายงานการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลกอันดับที่ 1 และมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งของประเทศไทยรวมถึงอันดับที่หนึ่งของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏก็ยังคงเดิม แต่ที่อันดับที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งสามารถครองอันดับที่หนึ่งของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมายาวนานสู่ปีที่ 3 และขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 17 ของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศไทย อันดับที่ 43 ของกลุ่มอาเซียน อันดับที่ 602 ของเอเชีย และอันดับที่ 1,886 ของโลก (อรรธรณ สุขมา, 2558)

ในโอกาสที่รองศาสตราจารย์ ดร.ฤเดช เกดิวิชัย ได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้เป็นอธิการบดีมหาวิทยาลัย ได้กล่าวต่อประชาคมและสื่อมวลชน โดยมีแนวคิดที่จะพัฒนาให้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ขึ้นเป็นผู้นำอันดับ 1 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ อันดับที่ 15 ของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ และ อันดับที่ 150 ของมหาวิทยาลัยทั่วเอเชีย (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2556) ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทายังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและแพร่กระจายไปยังวงกว้าง หากนึกภาพลักษณะที่โดดเด่นที่สุดขององค์กร มีเพียงบุคลากรภายในเท่านั้นที่สามารถให้ตอบคำตอบได้ แต่บุคลากรภายนอกองค์กรบางส่วนยังไม่เกิดการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด มีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ ภาคองค์กรการศึกษาควรจะใช้กระบวนการของการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด เพื่อใช้เป็นกระบวนการในการส่งข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนที่กำลังเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี โดยสิ่งแรกที่องค์กรต้องมีคือ ด้านเอกลักษณ์ หรือความโดดเด่นไม่ซ้ำกับมหาวิทยาลัยคู่แข่ง ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ ด้านสิ่งแวดล้อมบรรยากาศ และด้านการคมนาคมเป็นสิ่งหนึ่งในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษา จากผู้สมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2557 ที่ผ่านมามีจำนวนผู้สมัครเข้าสอบในระบบรับตรง ระบบโควตา รวมทั้งสิ้น 39,117 คน ซึ่งถือว่าสูงที่สุดเท่าที่เคยเปิดรับสมัคร (รวโรจน์ สิงห์ลำพอง, 2558) และในรอบระบบกลาง (Admissions) มีจำนวนผู้สมัครสูงถึง 10,633 คน แต่อย่างไรก็ตามตัวเลขข้างต้นยังไม่สามารถเทียบได้กับมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ

ในรอบระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีจำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันเพื่อเข้าศึกษาต่อนั้นมีสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาด้านใดที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ และเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี รวมถึงเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้วิจัยมีความสนใจในประเด็นข้อสงสัยข้างต้นในการใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้

จึงมุ่งหวังที่จะศึกษาความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาด้วยหลักการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นกระบวนการในการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อนำผลลัพธ์จากงานวิจัยมาเป็นแนวทางในการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ในระยะยาว และสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเข้าสู่อันดับ 1 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ อันดับ 15 ของมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ และอันดับที่ 150 ของมหาวิทยาลัยทั่วเอเชียอย่างเต็มความภาคภูมิใจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. เพื่อศึกษาการรับรู้การประชาสัมพันธ์ของประชากรที่มีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในทุกมิติ

สมมติฐาน

1. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาแตกต่างกัน
2. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในทุกมิติ

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,692,284 คน (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557) จากนั้นได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสุตรการหาตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และเก็บเพิ่มเติมอีก 20 ชุด เพื่อป้องกันการสูญเสีย แต่เลือกที่สมบูรณ์ที่สุดจำนวน 400

ชุด หลังจากนั้นได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยศึกษาหาข้อมูลการแบ่งกลุ่มเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครฯ ทั้ง 6 กลุ่มเขต (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557) ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้ผลลัพธ์ จำนวน 6 เขต ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มประชากร แบ่งตามเขตที่อาศัย จำนวน 6 เขต เขตละ 70 ชุด และขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยมีระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม 2558 – เดือนมกราคม 2559

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) อาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างเครื่องมือ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องวัดแบบสอบถามภายใต้กรอบแนวคิด ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ และประเภทเรียงลำดับ ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยใช้วิธีของลิเกิร์ต (Likert) และการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ส่วนที่ 3 การรับรู้ของประชากรที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้การประชาสัมพันธ์ของประชากรมีการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยใช้วิธีของลิเกิร์ต (Likert) และการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนความคิดเห็นเพิ่มเติมจากข้อคำถามข้างต้น

การประมวลผลและการวิเคราะห์ผล

หลักจากผู้วิจัยได้ทำการ ตรวจสอบข้อมูล ลงรหัส และ นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งการวิเคราะห์ และสรุปผลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้การคำนวณสถิติต่างๆ ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และสถิติเชิงอนุมานโดยเลือกการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมพหุคูณ (Multi variate analysis of covariance) หรือ MANCOVA ในการทดสอบสมมติฐาน และส่วนของการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการ วิเคราะห์ 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ขั้นตอนที่ 2 การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of concordance : IOC) และขั้นตอนที่ 3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) โดยค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ได้เท่ากับ 0.899

ผลการวิจัย

1. ผู้แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.0 มีอายุระหว่าง 15 – 26 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.8 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.3 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 51.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.5 และส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์ด้านบุคลากรที่เป็นเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จักที่เป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คิดเป็นร้อยละ 69.5

2. การรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ในภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.30 หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาพลักษณ์เรียงลำดับดังนี้ ภาพลักษณ์องค์กร ($\bar{x} = 3.50$) ด้านเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ ($\bar{x} = 3.32$) ด้านวิชาการ ($\bar{x} = 3.30$) ด้านการดำเนินงานศิลปวัฒนธรรม ($\bar{x} = 3.26$) และด้านการวิจัย ($\bar{x} = 3.16$)

3. การรับรู้การประชาสัมพันธ์ของประชากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ (Above the line) จากสื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ Facebook ($\bar{x} = 3.27$) และการประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้สื่อ (Below the line) จากสื่อประเภทสื่อบุคคล ($\bar{x} = 3.10$)

4. ความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ (Above the line) และการประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้สื่อ (Below the line) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ทั้ง 5 ด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกันไม่ส่งผลให้เกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งการรับรู้ของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับความสนใจ และสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นอยู่รอบกายจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทารวมถึงการลักษณะทางสังคมที่คล้ายคลึงกันย่อมที่จะส่งผลทำให้การรับรู้โน้มเอียงไปในทางทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตสวาท ปาละสิงห์ (2555) ในขณะที่ยังอยู่ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และความสัมพันธ์ด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มอายุระหว่าง 15 – 26 ปี ที่พบมากในผลการวิจัย มีการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ได้ดีกว่ากลุ่มอายุอื่น เหตุผลเพราะในกลุ่มอายุนี้นักเรียนส่วนใหญ่เป็นนักเรียนที่ต้องการหาข้อมูลเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ในส่วนของระดับการศึกษาเมื่อประชากรได้รับการศึกษาที่สูงขึ้นจะส่งผลต่อวิสัยทัศน์ที่กว้างกว่ากลุ่มตัวอย่างสำเร็จการศึกษาในระดับข้างต้น สำหรับผู้มีรายเฉลี่ยปานกลางหรือมีรายได้เฉลี่ยสูงได้สูงมีการเข้าถึงเทคโนโลยีได้สะดวกกว่าส่งผลให้การรับรู้ข่าวสารจากสื่อแตกต่างกัน ซึ่งในประเด็นข้างต้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภฤกษ์ โพธิ์โพธิ์ (2555) และความสัมพันธ์ด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ พบว่าถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะมีความสัมพันธ์หรือไม่มีความสัมพันธ์ ก็จะมีรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเหมือนกัน ขึ้นอยู่กับว่าระดับการรับรู้ของ

กลุ่มตัวอย่างจะมีมากหรือน้อย อยู่ที่ความสนใจภายในตนเอง ในทางกลับกันหากมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับด้านบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ แต่ปิดกั้นหรือไม่เปิดการรับรู้ ก็จะไม่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2552)

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จากการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ (Above the line) และการประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้สื่อ (Below the line) ในระดับปานกลาง โดยมีแนวคิดภาพลักษณ์ของเสรี วงษ์มณฑา (2542) ที่กล่าวสนับสนุนการเกิดขึ้นของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เกิดจากการรับรู้โดยเป็นภาพที่ฝังอยู่ในจิตใจของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันไป ซึ่งภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่ข้อเท็จจริง (Reality) เพียงอย่างเดียวแต่เป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) ที่บุคคลเอาความรู้สึกร่วมตัวไปผสมกับข้อเท็จจริง ซึ่งการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ส่งผลให้เกิดความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในใจของผู้รับข่าวสารจากประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อม สอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช ลภีรัตนกุล (2553) และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติ รักชาติ (2555)

3. ความสัมพันธ์ของการรับรู้การสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ (Above the line) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ ทั้ง 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วการเข้าถึงสื่อได้ง่าย สื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ (Above the line) จึงยังคงเป็นสื่อหลักที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เลือกใช้มากที่สุดเพื่อให้เกิดการรับรู้อย่างหลากหลายเข้าถึงผู้คนได้ทุกเพศทุกวัย สอดคล้องกับแนวคิดของ อภิรัช พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจุ (2556) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตสวาท ปาละสิงห์ (2555) ขณะที่สื่อประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้สื่อ (Below the line) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ ทั้ง 5 ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 สะท้อนให้เห็นถึงเครื่องมือในการทำการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ ที่เป็นส่วนเสริมนอกเหนือจากสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อ (Above the line) เพื่อทำให้เกิดให้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2547) ซึ่งสื่อบุคคลเป็นการบอกเล่าแบบปากต่อปาก (Worth of mouth) จากบุคคลที่เคยได้รับประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อม จากนั้นจะวิเคราะห์สารดังกล่าวด้วยขั้นตอนกระบวนการรับรู้เพื่อแปลออกออกเป็นภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์ (2555)

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบจึงควรปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยทำการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ Facebook มากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ควรใช้ช่องทางนี้ในการสื่อสารเป็นลำดับแรกร่วมกับการใช้สื่อประเภทอื่นๆ ควบคู่กันไปเพื่อให้เกิดการรับรู้ในระดับกว้าง

3. จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อมั่น ความศรัทธา และเกิดความประทับใจต่อมหาวิทยาลัย ดังนั้นผู้รับผิดชอบควรมีการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ในประเด็นดังกล่าวให้มากขึ้น

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นข้อมูลข้างต้น ดังนั้นในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ควบคู่กับงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อที่จะได้ทราบถึงประเด็นที่มาของข้อคำถาม และคำตอบในด้านต่างๆ นอกเหนือจากงานวิจัยครั้งนี้

5. การวิจัยในอนาคต ควรจะใช้ประชากรในแต่ละภาคของประเทศ เพื่อมาทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบข้อมูลเชิงลึกในการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ ของแต่ละภาคมีเป็นไปในลักษณะใด

เอกสารอ้างอิง

ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (2556). เปิดวิสัยทัศน์ “

รศ.ดร.ฤเดช เกิดวิชัย” อธ.คนใหม่

“สวนสุนันทา”. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์].

สืบค้นจาก

<http://www.manager.co.th/campus/viewnews.aspx?NewsID=956000001211>, 2

กันยายน 2557.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย*.

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

กรุงเทพมหานคร.

จิตสวาท ปาละสิงห์. (2555). การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของ

ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,

ปีที่ 20 (ฉบับที่ 33) (มกราคม – มิถุนายน),

75 - 93.

จิตติ รัชชาติ. (2555). รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อ

ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร : กรณีศึกษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. *วารสารวิจัยราช-*

ภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,

ปีที่ 7 (ฉบับที่ 1) (มกราคม – มิถุนายน), 24 -

34.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2552). “การบริหารภาพลักษณ์

องค์กร.” ใน *เอกสารประกอบการสอนชุด*

วิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัย

สุโขทัยธรรมธิราช, นนทบุรี.

พิศิษฐ์ หิรัญกิจ. (2554). “*ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย*

รามคำแหงในทัศนะของ นักศึกษา ประชาชน

และสมาชิกองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น.”

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา)

รวีโรจน์ สิงห์ลำพอง. (2558). “*อภิศราฯ ชี้ จากราชภัฏ*

อันดับ 1 มุ่งวางมาตรการยกระดับสู่คิวเอส หลัง

ยอดสอบตรงพุ่งกว่าสี่หมื่น พร้อมเปิดศูนย์ฯ

ศาลายาครบวงจร” มหาวิทยาลัยราชภัฏ

สวนสุนันทา. กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา)

รณชัย คงกะพันธ์. (2554). *ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์*

ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีภูเก็ต

ในแง่มุมมองของประชาชนจังหวัดภูเก็ต. [ข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นจาก

http://www.rc.ac.th/Library_web/doc/RC_R

[R/2554_Puket_Ronnachai.pdf](http://www.rc.ac.th/Library_web/doc/RC_R), 15 กันยายน

2557.

ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพโรตนา. (2555). “*สถานภาพและการรับรู้*

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมใน

ทัศนะของกลุ่มผู้มีส่วยได้ส่วนเสียในเขต

กรุงเทพมหานคร.” สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, กรุงเทพฯ.

(อัดสำเนา)

วิรัช ลภีรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์*.

(พิมพ์ครั้งที่ 12). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2557). กลุ่มงานวิจัยและ

ประเมินผล. *สถิติกรุงเทพมหานคร ปี 2557*.

กลุ่มงานวิจัยและประเมินผลสำนักยุทธศาสตร์และ

ประเมินผล, ม.ป.ท.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสาร*

การตลาด. วิธีคิดพัฒนา, กรุงเทพฯ.

เสรี วงษ์มณฑา. (2547). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสาร*

การตลาด. Diamond In Business World,

กรุงเทพฯ.

อรรวรรณ สุขมา. (2558) “สวนสุนันทา แชมป์ราชภัฏ 3 สมัย

ติดต่อกัน วางเป้าสร้างชื่อติด 1 ใน 15 ของประเทศ”

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพฯ.

(อัดสำเนา)

อภิชาต พุกสวัสดิ์. (2555). การสำรวจภาพลักษณ์ของ

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ: ศึกษา

เฉพาะกรณี 25 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายใน

จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารการประชาสัมพันธ์
และการโฆษณา, ปีที่ 5 (ฉบับที่ 2), 1 – 14.

อภิชาต พูลสวัสดิ์ และกฤติพย์ ศาสตรระจิว. (2556).

การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสังคมออนไลน์.

วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, ปีที่

6 (ฉบับที่ 2), 24 – 38 Ranking Web Of

Universities. 2014. Thailand. [Electronic

version] Retrieved from:

<http://www.webometrics.info/en/Asia/Thailand>

and, September 3, 2014.

กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภัทรา เกษรจันทร์^{1*}, มณีนัฐ รื่นชล², ธานินทร์ ศิลป์จารุ³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อม เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่มี ส่วนประสมทางการตลาด 7 ด้าน กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ในช่วงเดือน พ.ย.- ธ.ค. พ.ศ.2558 สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า S.D. ค่าความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ไคสแควร์ ด้วยวิธีของเพียร์สัน

จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดขึ้นอยู่กับสภาพทั่วไปของธุรกิจ คือ ที่ตั้ง จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ โดยผู้ประกอบการที่มีสถานภาพทางธุรกิจต่างกัน จะให้ความสำคัญของกลยุทธ์แตกต่างกัน ซึ่งระดับความสำคัญของกลยุทธ์โดยภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า องค์กรประกอบที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์เป็นยาแผนปัจจุบันที่ออกฤทธิ์ได้ไว เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป บรรจุภัณฑ์จะต้องมีฉลากและเอกสารกำกับยาชัดเจนยาส่วนใหญ่ผลิตในประเทศไทย ตั้งราคาตามต้นทุนจริงบวกกำไร ภายในร้านจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อรักษาอุณหภูมิ เกสเซอร์ควรมีความรู้เพียงพอ แก่การให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ปฏิบัติงานตลอดเวลาที่ร้านเปิดทำการ เวลาเปิดร้านที่เหมาะสม คือ 07.00 น. และ การทำบัตรสมาชิก ทั้งนี้ควรมีการปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมตามสถานการณ์ต่างๆ เพื่อความสำเร็จที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาด, ผู้ประกอบการร้านขายยา, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* Corresponding Author: Patra.k@outlook.co.th

The Marketing Strategies of Pharmaceutical entrepreneurs in the preparation for entering the ASEAN Economic Community

Patra Kesornjun^{1*}, Maneenut Ruenchon², Thanin Silpcharu³

Abstract

This research aims to study the marketing strategy, a pharmacy enterprises. To prepare for the AEC into the marketing mix has 7 sides. The pharmacy operators, is in Bangkok. Collect data by using a query during the months of Nov-Dec 2558 (2015). The statistics used are the average value S.D, percent. The variance one way and test relationships by using Pearson Chi-Square.

From the research found that the marketing strategy, depending on the status of general business is located. The number of sales people. The average income per month, and the time period established by the operator status is different, the business value of strategic importance. Different. Where the priority of the overall product strategy at the process, personnel services. The physical environment is in many levels. The price and the campaign are in the intermediate, and found that. The element that gives entrepreneurs the most important product is the current acting medicine fast. Known as the common people. Packaging and label the documentation would need to have explicit drug. The majority of drug production in Thailand. Set the price based on the actual cost plus profit. Arrange the items in-store organized. Install the air conditioning to maintain the temperature of the pharmacist should have sufficient knowledge. Each provider has a good relationship. Operating hours opening shop. Shop opening hours 7.00 am is appropriate. This membership card and should be adjusted to the appropriate marketing strategy, based on various scenarios for sustainable success.

Keywords : Marketing Strategies, Pharmaceutical entrepreneurs, ASEAN Economic Community

¹ Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author: Patra.k@outlook.co.th

บทนำ

“ยารักษาโรค” เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากการเจ็บป่วยเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ร้านขายยาจัดเป็นหน่วยบริการทางสาธารณสุขหน่วยหนึ่งที่ช่วยให้คำปรึกษาเรื่องยาแก่ประชาชน และเป็นช่องทางที่สะดวกที่สุด คนจึงนิยมไปซื้อยารักษาโรคที่ไม่อันตรายมากนักจากร้านขายยา เพราะไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปรับการรักษาที่โรงพยาบาล สถานพยาบาล หรือสถานเอนามัย

โดยสำนักส่งเสริมการแข่งขันการค้าได้กล่าวถึงพัฒนาการร้านขายยา จากที่มีลักษณะเป็นเพียงร้านค้าปลีกทั่วไปหรือร้านแบบดั้งเดิม (Traditional Store) เริ่มจัดตั้งเป็นรูปแบบบริษัท เริ่มมีการขยายสาขาของร้าน จนถึงปี 2539 บริษัทต่างชาติที่ดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่รูปแบบสาขา (Chain Store) ได้เข้ามาดำเนินธุรกิจและจัดตั้งร้านขายยาในรูปแบบสาขาขึ้นในประเทศไทย พัฒนาการร้านขายยาในรูปแบบสาขา จึงเริ่มมีบทบาทชัดเจนและพัฒนาการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อีกทั้งรูปแบบการจำหน่ายยังได้เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรม การบริโภคของผู้บริโภค โดยปัจจุบันผู้บริโภคมีความรู้เรื่องยามากขึ้น มีการพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับยาอย่างละเอียด ทั้งการเก็บรักษา วันหยุดอายุ หรือแม้แต่ภาพลักษณ์ของร้านขายยา เช่น การจัดตกแต่งร้าน ความสะอาด การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ในร้านมีแสงสว่างเพียงพอต่อการมองเห็นสินค้าหรือไม่

จากข้อมูลตารางเปรียบเทียบจำนวนร้านขายยา ในปี พ.ศ. 2554 จนถึง ปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นข้อมูลสถิติล่าสุดในฐานข้อมูลของสำนักยา กระทรวงสาธารณสุข พบว่า จำนวนร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทุกปี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2554-2556

ปี พ.ศ.	ประเภทของร้านขายยา				รวมทุกประเภท
	แผนปัจจุบัน	แผนปัจจุบัน (บรรจุเสร็จ)	แผนปัจจุบัน บรรจุเสร็จ สำหรับสัตว์	แผนโบราณ	
2554	3,923	396	73	407	4,799
2555	4,360	382	85	440	5,267
2556	4,443	382	87	443	5,355

ปัจจุบันที่ผ่านมา ธุรกิจร้านขายยาค้าปลีกข้ามชาติ มักจะแฝงตัวมา หรือเป็นส่วนหนึ่งของร้านค้าปลีกข้ามชาติขนาดใหญ่สืบเนื่องมาจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ มีการดำเนินการต่อเนื่องในรูปแบบที่เน้นการลงทุนร่วมกับกลุ่มนักธุรกิจในประเทศไทย โดยทั้งนี้รัฐบาลในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาต้องการส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศให้มากขึ้น จึงมีมาตรการสนับสนุนหลายรูปแบบ ทั้งการเปิดโอกาสให้สามารถถือครองสัดส่วนของธุรกิจได้มากขึ้น ตามขนาดเงินลงทุนที่ใช้ รวมถึงมาตรการในการช่วยเหลือการลงทุน ด้วยการลดภาษีนำเข้า เครื่องมือเครื่องใช้และด้วยรูปแบบวิธีการจัดการความพร้อม ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่พอใจ จึงทำให้ธุรกิจข้ามชาติต่างๆ เป็นที่นิยมและสามารถขยายสาขาได้อย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่ปี 1990 เป็นต้นมา ธุรกิจรูปแบบค้าปลีกที่เรียกว่า Modern Trade ก็มีการพัฒนาขยายธุรกิจอย่างเห็นได้ชัด

โดยพบว่าสถานะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกของร้านขายยาแบบดั้งเดิมนั้น กิจการมีเจ้าของเพียงคนเดียวและบริหารงานด้วยตนเอง การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนยอดขายที่ลดลง ส่งผลให้ผลกำไรของธุรกิจร้านขายยาแบบดั้งเดิมมีทิศทางลดลง แต่ในด้านสินทรัพย์ของธุรกิจด้านขายยามีทิศทาง สูงขึ้น ซึ่งภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประกอบด้วย 1) กฎหมายและกฎเกณฑ์ของรัฐบาล 2) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี 3) สภาพสังคมและค่านิยม 4) คู่แข่งค้าปลีกสมัยใหม่ 5) การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิมระดับสูง ได้แก่ เรื่องต้นทุนสินค้าที่สูง ความหลากหลายของสินค้า เงินทุน ความทันสมัยและเทคโนโลยี การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

จากแนวโน้มการแข่งขันธุรกิจร้านขายยาในรูปแบบใหม่ ได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าจะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ระดับการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาจะยิ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่ผู้ประกอบการร้านขายยาส่วนใหญ่ยังไม่ทราบและไม่ตื่นตัว ต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เพราะหากผู้ประกอบการรูปแบบใหม่ใช้อำนาจเหนือตลาดของเครือข่ายค้าปลีก ก็อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านขายยา รายย่อยของไทยเสียเปรียบจากอำนาจต่อรองที่น้อยกว่า และล้มเลิกกิจการไปในที่สุด เช่นเดียวกับกรณี ร้านชำ ร้านค้าปลีกรายย่อยที่ค่อยๆ ปิดกิจการลง เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติได้

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาจึงต้องนำส่วนประสมทางการตลาดต่างมาประยุกต์ใช้ในการสร้างความแตกต่างด้านการแข่งขัน สามารถทำได้ทั้งด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านภาพลักษณ์สินค้าการจัดส่งที่รวดเร็ว การให้ความช่วยเหลือที่พิเศษกว่าแก่ลูกค้า เป็นต้น ซึ่งการสร้างลักษณะต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวกำหนดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สำหรับลูกค้า สำหรับธุรกิจบริการนั้น ส่วนประสมทางการตลาด จะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไปคือจะเน้นถึงพนักงาน กระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนประสมเป็นปัจจัยหลัก ในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนั้น เพื่อให้ร้านขายยา สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ป่วย ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ร่วมมือกับสภาเภสัชกรรม ในการพัฒนาร้านขายยาให้มีคุณภาพ มีการจัดทำมาตรฐานร้านขายยาขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานร้านขายยาให้เทียบเท่าระดับสากล เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจร้านขายยา จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจอยู่เสมอ และมีการเตรียมพร้อมตั้งรับกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา “กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน” ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยา สามารถใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวางแผนการตลาด ปรับกลยุทธ์ เตรียมตัวรับกับสถานการณ์ดังกล่าว อันจะนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตาม สถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ
3. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตาม สถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ

วิธีการศึกษาหรือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งทีมเก็บข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ เพื่อที่จะกระจายตัวไปในร้านขายยาทั้ง 8 เขต ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 30 วัน
2. นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) โดยนำข้อมูลที่นำมาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัสตัวเลข แล้วบันทึกที่ลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ และเขียนโปรแกรมสั่งงานโดยใช้สถิติตามลำดับดังนี้

2.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามกลยุทธ์การตลาดทั้ง 7 ด้าน (7 P's) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทางเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยากับ สถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ วิเคราะห์โดยใช้ค่า Chi-Square (χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

2.5 เปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้ง โดยใช้ Scheffe Analysis

2.6 แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นแนวทางการพัฒนา กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านขายยาแบบดั้งเดิม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วเรียบเรียงออกมาเป็นความเรียง (Descriptive)

ผลการดำเนินงาน

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ตารางที่ 2 แสดงผลการเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา

กลยุทธ์การตลาด	กลยุทธ์การตลาดที่ได้รับการเลือกมากที่สุด	ร้อยละ
1. ด้านบรรจุภัณฑ์	มีฉลากและเอกสารกำกับยาชัดเจน	64.88
2. ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์	เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	39.80
3. ด้านประเทศผู้ผลิต	ประเทศไทย	36.49
4. ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	ยาสามารถออกฤทธิ์ได้ไว	57.05
5. ด้านการตั้งราคา	ตามต้นทุนจริงบวกกำไร	56.57
6. ด้านลักษณะของร้านขายยา	จัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ มองเห็นง่าย	70.81
7. ด้านทำเลที่ตั้ง	อยู่ใกล้/อยู่ในตลาด	35.45
8. ด้านการพัฒนาส่งเสริมการขาย	มีบริเวณที่ให้คำปรึกษาแนะนำโดยเภสัชกร	50.17
9. ด้านบุคลากร	เภสัชกรมีความรู้เพียงพอแก่การบริการ	45.48
10. เวลาที่เหมาะสมในการเปิดร้าน	เวลา 07.00 น.	30.56
11. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อรักษาอุณหภูมิและความชื้นภายใน	77.40
12. ด้านการสร้างบรรยากาศ	เภสัชกรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	81.08
13. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	การทำบัตรสมาชิก	32.86
14. ด้านสินค้าที่มีความหลากหลาย	ยาแผนปัจจุบัน	74.92
มากที่สุด		
15. ด้านภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน	มีเภสัชกรปฏิบัติงานตลอดเวลาที่ร้านเปิดทำการ	57.67
รวม	15 ข้อ	

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยภาพรวมของกลยุทธ์การตลาดใน 7 ด้าน

ข้อ	ภาพรวมกลยุทธ์การตลาดทั้ง 7 ด้าน	\bar{x}	SD	แปลความหมาย
1.	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	0.52	มาก
2.	กลยุทธ์ด้านราคา	3.02	0.68	ปานกลาง
3.	กลยุทธ์ด้านสถานที่	4.18	0.59	มาก
4.	กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	3.06	0.69	ปานกลาง
5.	กลยุทธ์ด้านบุคลากร	4.40	0.57	มาก
6.	กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ	3.85	0.75	มาก
7.	กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.32	0.55	มาก
รวม	7 ด้าน			

2. ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างทางเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ

2.1 ที่ตั้งร้านขายยา จากการศึกษาพบว่าที่ตั้งร้านขายยา มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ด้านประเทศผู้ผลิตยา ด้านการตั้งราคา ด้านลักษณะของร้านขายยา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพัฒนาการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านความหลากหลายของสินค้าและด้านภาพลักษณ์ที่ดี

2.2 จำนวนคนขาย จากการศึกษาพบว่าจำนวนคนขาย มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ด้านประเทศผู้ผลิตยา ด้านลักษณะของร้านขายยา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพัฒนาการส่งเสริมการขาย ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและด้านความหลากหลายของสินค้า

2.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการศึกษาพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ด้านประเทศผู้ผลิตยา ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะของร้านขายยา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพัฒนาการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านความหลากหลายของสินค้า และด้านภาพลักษณ์ที่ดีของร้าน

2.4 ระยะเวลาที่เปิดกิจการ จากการศึกษาพบว่าระยะเวลาที่เปิดกิจการ มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ด้านประเทศผู้ผลิตยา ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะร้านขายยา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพัฒนาการส่งเสริมการขาย ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านเวลาที่เหมาะสมในการเปิดร้าน ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความหลากหลายของสินค้าและด้านภาพลักษณ์ที่ดี

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของ

ธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ

3.1 ด้านที่ตั้ง พบว่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านที่ตั้ง กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายยาได้ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

3.2 ด้านจำนวนคนขาย พบว่าเมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านจำนวนคนขาย กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายยาได้ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

3.3 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายยา ได้ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 ด้านระยะเวลาที่เปิดกิจการ พบว่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาที่เปิดกิจการ กลุ่มผู้ประกอบการร้านขายยาได้ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิจารณ์

ผลการศึกษางานวิจัยสอดคล้องกับ การศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทยที่มองแนวโน้มของธุรกิจร้านขายยา ภายหลังการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2559 ว่า จะมีแนวโน้มขยายตัวจากความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้บริโภคคนไทยหันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาก็น่าจะมีทิศทางที่รุนแรงขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะผู้บริโภคในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่อาศัยอยู่ตามแนวชายแดน ซึ่งมีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของยาไทย สัญญานี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมยาโดยตรง หรือแม้แต่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการไทย และนักลงทุนชาวต่างชาติที่ร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการไทยต่างหันมาขยายการลงทุนทำธุรกิจค้าปลีกร้านขายยากันมากขึ้น (Chain Store) แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องการขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ (เภสัชกร) ทำให้เป็นข้อจำกัด

ในการขยายสาขาร้านขายยาของผู้ประกอบการรายใหญ่ ไม่ให้สามารถทำได้อย่างรวดเร็วมากนัก

แม้จะมีข้อจำกัดเช่นนั้น แต่ความเคลื่อนไหวนี้ก็สร้างความกดดันให้แก่ผู้ประกอบการร้านขายยาเอสเอ็มอี ที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ยากลำบากมากขึ้นพอสมควร ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีการตื่นตัวและเตรียมพร้อมรับมือกับการแข่งขัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของหทัยชนก เตสยานนท์ (2556) ที่กล่าวว่า “กลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้ามีส่วนสำคัญต่อธุรกิจการค้า เพื่อนำกลยุทธ์ไปปรับใช้ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ร้านขายของ หรือร้านค้าสะดวกซื้อที่ให้ส่วนลดทางการค้าการเพิ่มกิจการใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไป เป็นต้น” โดยหัวใจสำคัญนอกจากทำเลที่ตั้งแล้ว การให้บริการซึ่งหมายถึง เกสซ์ชกรประจำร้านนับว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างมาก ซึ่งลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการต่างคาดหวังที่จะได้รับคำแนะนำที่ดี ถูกต้อง และเข้าใจง่าย เกสซ์ชกรคอยให้บริการตลอดเวลา ซึ่งเกสซ์ชกรมีความรู้ความเข้าใจเรื่องยาอย่างครบถ้วน มีการให้บริการที่เป็นมิตร มีการพูดคุยให้คำปรึกษาที่ดีแก่ลูกค้า ก็น่าจะเป็นจุดขายที่สำคัญในช่วงที่ธุรกิจร้านขายยากำลังเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในปัจจุบัน

สรุป

1. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ที่ตั้งร้านขายยา จำนวนคนขาย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่เปิดกิจการ

1.1 ที่ตั้งร้านขายยา จากผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการร้านขายยาที่อยู่ในแต่ละที่ตั้ง มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การตลาด ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านความหลากหลายของสินค้า และด้านภาพลักษณ์ที่ดี ด้านลักษณะของร้านขายยา เป็นกลยุทธ์อย่างแรกที่เชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ สร้างความประทับใจ และมีความเพลิดเพลินในระหว่างการรับบริการ กลุ่มกลยุทธ์ด้าน

ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์ ด้านประเทศผู้ผลิตยา เนื่องจากมีผลโดยตรงกับสุขภาพหรือเป็นเรื่องของความน่าเชื่อถือด้านประสิทธิภาพในการรักษาโรคและด้าน ความปลอดภัยซึ่งลูกค้าที่เข้ารับบริการบริการมักจะให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รวมถึงด้านบุคลากรซึ่งเป็น ส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและการบริการแก่ลูกค้า เพราะว่าลูกค้าที่เข้ารับบริการย่อมต้องการ ร้านขายยาที่มีเกสซ์ชกรที่มีความรู้ สามารถวิเคราะห์อาการป่วยเบื้องต้นและให้คำแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับยาที่เหมาะสมให้กับลูกค้าได้ รวมถึงการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ย่อมทำให้ลูกค้ามีความกล้าที่จะขอคำปรึกษาและเมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ก็เกิดการกลับมาซื้อซ้ำๆ ในครั้งต่อไป

1.2 จำนวนคนขาย จากผลการวิจัยพบว่า ร้านขายยาที่มีจำนวนคนขายแตกต่างกันมีผลกับการเลือกกลยุทธ์การตลาดในด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์และด้านประเทศผู้ผลิตยา เนื่องจากความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าสนใจ ผู้ขายสามารถนำเข้าสู่ความต้องการของลูกค้าและให้คำแนะนำปรึกษาได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะยาที่เป็นที่รู้จักและแพทย์หรือเกสซ์ชกรมักแนะนำให้ใช้ ในด้านของประเทศผู้ผลิตจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของยาที่มีมาตรฐานที่ดีในการผลิต รวมถึงยามีคุณภาพเชื่อถือได้ ด้านลักษณะของร้านขายยา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพัฒนาการส่งเสริมการขาย ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและด้านความหลากหลายของสินค้า เป็นอีกกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการร้านขายยาใช้เป็นตัวเสริมในการดึงดูดและสร้างความพึงใจให้กับลูกค้าในระหว่างการซื้อสินค้า

1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากผลการวิจัยพบว่าสถานภาพด้านรายได้ต่อเดือนมีผลต่อกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ด้านประเทศผู้ผลิตยา ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์นี้เป็นอีกกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเพิ่มเข้ามา ด้านลักษณะของร้านขายยา ด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งร้านขายยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท ไม่เกิน 2 แสนบาทจะเน้นทำเลที่ตั้งในชุมชนใกล้หมู่บ้านและตลาด ส่วนกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 2 แสนบาทขึ้นไป จะเลือกทำเลที่ตั้งถนนใหญ่ สามารถจอดรถได้สะดวก

1.4 ระยะเวลาที่เปิดกิจการ จากผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาที่เปิดกิจการมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์ด้านประเทศผู้ผลิตยา ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะร้านยา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านพัฒนาการส่งเสริมการขาย ด้านการสร้างบรรยากาศ ด้านเวลาที่เหมาะสมในการเปิดร้าน ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านความหลากหลายของสินค้า และด้านภาพลักษณ์ที่ดี ร้านขายยาที่เปิดกิจการมาเป็นเวลานาน มีประสบการณ์ในการขายยามาก มักจะมีสินค้าหลากหลายให้ลูกค้าเลือกซื้อ ตรงตามความของลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการย่อมให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดหลายด้าน จึงทำให้อุรกิจร้านขายยาประสบความสำเร็จ

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามที่ตั้งร้านขาย

พบว่า สถานที่ตั้งของร้านขายยาแตกต่างกัน มีผลกับการให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขายและด้านบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านขายยาที่มีสถานที่ตั้งในย่านธุรกิจจะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นมากกว่าย่านชานเมือง มีเพียงกลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีทั้งย่านธุรกิจ ย่านใจกลางเมือง และย่านชุมชนที่มากกว่า ย่านชานเมือง และย่านธุรกิจมากกว่าย่านชุมชน

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามจำนวนคนขาย

พบว่า จำนวนคนขายของร้านขายยาแตกต่างกันมีผลกับการให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย โดยร้านขายยาที่มีจำนวนคนขาย 3-4 คนและจำนวนคนขายมากกว่า 6 คน ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าจำนวนคนขาย 1-2 คน นอกจากนี้ ร้านขายยาจำนวนคนขาย 3-4 คน ยังให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านราคาและด้านสถานที่มากกว่าร้านขายยาที่มีจำนวนคนขาย 1-2 คน

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ร้านขายยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลกับการให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการขาย โดยร้านขายยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 400,000 บาท ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าร้านขายยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท นอกจากนี้ร้านขายยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 400,000 บาท จะให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านโปรโมชั่น มากกว่าร้านขายยาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 50,000 บาท

5. การเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยา เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดกิจการ

พบว่า ร้านขายยาที่มีระยะเวลาการเปิดกิจการแตกต่างกัน มีผลกับการให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์แตกต่างกันในด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย โดยผู้ประกอบการร้านขายยาที่มีระยะเวลาการเปิดกิจการไม่เกิน 10 ปี จะให้ความสำคัญด้านสถานที่มากกว่าผู้ประกอบการร้านยาที่มีระยะเวลาการเปิดกิจการมากกว่า 15 ปี ผู้ประกอบการร้านยาที่เปิดกิจการน้อยกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านสถานที่ มากกว่า ผู้ประกอบการร้านยาที่เปิดกิจการ 15 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านขายยาที่เปิดกิจการน้อยกว่า 5 ปี ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านโปรโมชั่น มากกว่าผู้ประกอบการร้านขายยาที่เปิดกิจการ 15 ปีขึ้นไป

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการร้านขายยาแบบดั้งเดิมควรเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัทที่น่าเชื่อถือ มีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ได้มาตรฐานสูง มีการรับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้ามาเสมอ เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และมีการจัดแยกผลิตภัณฑ์ให้เป็นหมวดหมู่ เช็ดทำความสะอาดผลิตภัณฑ์เป็นประจำ

2. ด้านราคา

ควรขายสินค้าในราคายุติธรรม ปรับราคา ให้เป็นมาตรฐานสากล ทันทตามสถานการณ์ตลาดปัจจุบัน ไม่เอากำไรเกินควร ราคายืดหยุ่นได้ มีหลากหลายราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงยาได้ ควรมีการติดตามราคาสินค้าข้างกล่องผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน และที่สำคัญไม่ควรขายสินค้าตัดราคาร้านใกล้เคียง

3. ด้านสถานที่

ที่ตั้งของร้านควรอยู่ใกล้ แหล่งชุมชน หรือเห็นได้ชัดเจน ควรปรับปรุงร้านให้ทันสมัย จัดร้านให้สะอาด สว่าง และเย็นสบาย ตรงตาม GPP (Good Pharmacy Practice) หรือวิธีการที่ดีทางเภสัชกรรม ซึ่งเป็นหลักสากลในระดับโลก เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการ ควรมีที่จอดรถให้ลูกค้า เพื่อความสะดวกในการมาใช้บริการ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย

มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องยา ติดยา โฆษณาสินค้าหน้าร้านอย่างชัดเจน จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายให้มีความหลากหลาย เช่น มีการบริการตรวจสุขภาพ และควรทำป้ายแจ้งหน้าร้าน ว่าสินค้าใดลดราคา เพื่อให้ลูกค้านอกร้านเกิดความสนใจ มีของขวัญมอบให้ลูกค้าในช่วงเทศกาล จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกระตุ้นการซื้อเป็นครั้งคราว โดยมีสินค้าลดแลกแจกแถมเป็นบางรายการ แต่ไม่ควรทำโปรโมชั่นมากเกินไปจนถึงขั้นโฆษณา

5. ด้านบุคลากร

ควรมีเภสัชกรผู้ชำนาญการอยู่ประจำร้าน ตลอดเวลาที่ร้านเปิดทำการ ควรแต่งกายสุภาพ สวมเสื้อกาวน์ ปฏิบัติตามระเบียบ และมีจรรยาบรรณ ไม่ละเมิดสิทธิผู้ป่วย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งเภสัชกรควรเข้ารับการอบรมหาความรู้เรื่องยาเพิ่มเติมเสมอ เพื่อให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และเภสัชกรควรมีทักษะใช้ภาษาได้ หลายภาษายิ้มแย้มแจ่มใส มีใจรักในการบริการ (Service mind)

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

เภสัชกรควรมีการซักถามประวัติการเจ็บป่วย คัดกรองโรคอย่างละเอียด เพื่อให้มีข้อมูลได้อย่างเพียงพอ ให้คำปรึกษาแนะนำในการใช้ยา และการดูแลตนเองอย่างถูกต้องให้แก่ผู้ป่วย ซึ่งเภสัชกรควรให้บริการด้วยความจริงใจ นำเชื่อถือ เน้นการเอาใจใส่ผู้ป่วย ควรมีพนักงาน

เพียงพอต่อการให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า อาจมีใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มาช่วยในการคิดคำนวณเงิน และบริเวณหน้าร้านขายยา ควรมีป้ายแสดงเวลาเปิดปิดทำการอย่างชัดเจน

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ควรจัดร้านให้ดูสะอาด ปลอดภัย ปลอดภัย น่าเชื่อถือ มีการปรับปรุงทัศนียภาพหน้าร้านให้ดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสร้างบรรยากาศภายในร้าน ให้น่าเข้า มีระบบควบคุมอุณหภูมิภายในร้านให้ได้ตามมาตรฐาน และไม่มีการนำสัตว์เลี้ยงเข้ามาในบริเวณร้าน มีการป้องกันไม่ให้เกิดแสงแดดส่องถึงสินค้า

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข, สำนักยา. จำนวนร้านขายยา.

[ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 ธันวาคม 2557. จาก <http://drug.fda.moph.go.th/drug>.

คุลิกา วัฒนสุกุล. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ความพึงพอใจ และความตั้งใจ ซื้อซ้ำของลูกค้า กรณีศึกษา แผนกยาของร้านวัดสัน. บัณฑิตวิทยาลัย.*

สาขาวิชาการตลาด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. [ข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ วันที่ 6 ธันวาคม

2557. จาก <http://thesis.swu.ac.th>

/swuthesis/Mark/Kulika_W.pdf.

ยุทธนา ธรรมเจริญ วัฒน วิวัฒนวิทย์กิจ และ อติลา

พงศ์ยี่หล้า. (2553). *สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ*

ค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม. มหาวิทยาลัยสุโขทัย

ธรรมาราช. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 7 พฤษภาคม 2558]. จาก

<http://ird.stou.ac.th/dbresearch/uploads/11>

/บทคัดย่อ.pdf

สมประสงค์ แต่งพลอย. (2553). *พฤติกรรมการซื้อยาจาก*

ร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง

จังหวัดสมุทรปราการ. สาขาวิชาการจัดการ.

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์].

สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2558. จาก

- http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Somprasong_T.pdf.
- สำนักส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า, กรมการค้าภายใน. ร้านขายยารูปแบบ Chain Store: การแข่งขันและการพัฒนาในตลาดยาโรค. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2557. จาก <http://otcc.dit.go.th/otcc/upload.pdf>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). ธุรกิจร้านขายยา. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2559. http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_PharmaceuticalAndHospital_2015.pdf
- หทัยชนก เตสยานนท์. (2556). กลยุทธ์การปรับตัวต่อการเปิดการค้าเสรีในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการร้านขายยาและสมุนไพรจีนในเขตสัมพันธวงศ์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. วิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2558. จาก http://www.info.ms.su.ac.th/sums02/PDF_01/2556/GB/2.pdf
- อนุศาสตร์ สระเวียนทอง. (2553). ธุรกิจค้าปลีกประเทศไทย. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. สาขาวิชาการจัดการ, [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. สืบค้นเมื่อ วันที่ 1 พฤษภาคม 2558. จาก http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/article_detail.php?ArticleID=78523.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management : Analysis, planning, implementation and control. 9 th ed.*, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management. 10 th ed.*, New Jersey : A Simon & Schuster.
- Sirijany, Kuawiriyapan. (2012). Guide Line for Marketing Strategy Improvement of Drug Store in Bangkok Metropolitan. *International Journal of Business and Management Studies*. King Mongkut's Institute of Technology. Retrieved on 1 December 2014 from <http://universitypublications.net/ijbms/0102/html/PAR190.xml>.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมืองชัยภูมิ จังหวัดชัยภูมิ

สุภาพร กิตติศิริ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) สภาพปัญหาและความต้องการการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 3) แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้นำกลุ่มต่าง ๆ จำนวน 6 คนจากทั้ง 4 หมู่บ้าน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเครื่องมือเชิงคุณภาพ คือ ประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) การมีส่วนร่วมของประชาชนมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) ผลการวิจัยสภาพปัญหาและความต้องการการมีส่วนร่วมของประชาชน มีดังนี้ ด้านการตัดสินใจพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมน้อยในการคิดและตัดสินใจเลือกโครงการที่จะนำไปบรรจุไว้ในแผนพัฒนาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง ไม่มีการสำรวจปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชนเพื่อใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาตำบล ผู้บริหารตัดสินใจเลือกโครงการโดยยึดถือความคิดเห็นและความต้องการของตนเองมากกว่าความคิดเห็น และความต้องการของประชาชน โครงการที่จัดขึ้นเพื่อฝึกอบรมและส่งเสริมการประกอบอาชีพของประชาชนก็มีจำนวนน้อย การจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตำบลไม่มีความเป็นธรรม ด้านการดำเนินงาน พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมน้อยในการนำแผนพัฒนาตำบลไปสู่การปฏิบัติ การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และโครงสร้างพื้นฐานที่สร้างขึ้นไม่ได้มาตรฐาน ด้านการประเมินผล พบว่าประชาชนขาดการมีส่วนร่วมในการประเมินผลการดำเนินงาน ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาตำบลต่อประชาชน ด้านการรับผลประโยชน์ พบว่า ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาส่วนใหญ่เป็นพรรคพวกของผู้ที่เป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล การจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตำบลไม่ทั่วถึง โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญควรได้รับการแก้ไข 3) ผลการวิจัยแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์การปกครองส่วนตำบลรอบเมืองควรส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงานทั้ง 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ คือ ประชาชนควรมีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจเลือกโครงการพัฒนาตำบล เพื่อให้โครงการที่จะนำไปปฏิบัติมีความสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของประชาชน รวมทั้งทำให้เกิดความเป็นธรรมเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณ ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานและทั่วถึงปัญหาเกี่ยวกับผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรควรได้รับการแก้ไข นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง โดยการกำหนดให้มีตัวแทนของประชาชนจากทุกหมู่บ้านเข้าร่วมประเมินผลพร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินงานให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม, ประชาชน, องค์การบริหารส่วนตำบล

¹ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

* Corresponding Author: supaporn_k@excise.go.th

Participation of People in the Administration According to the Objective Plan of Robmueng Sub-district Administrative Organization, Mueng District, Chaiyaphum Province

Supaporn Kitisiri^{1*}

Abstract

The objective of this paper were 1) to study the level of participation of the people 2) to study the problems and needs of participation of people 3) to study the methods for enhancing the participation of people. Mixed methods, qualitative and quantitative research, were applied in this research. Four hundreds of people with eighteen years of age or more were the sample of research. Six leaders of various groups from four villages were interviewed. Questionnaire survey with five rating scale was used to collect quantitative data and in-depth interview was used to collect qualitative data. Percentage, mean, and standard deviation were used to analyze the data. The results showed that: 1) The participation of people possessed the much level grand mean. Considering each dimension, it was found that participation in administration possessed the highest level mean which was followed by the participation in evaluation, and the participation in receiving benefits respectively while the participation in planning possessed the least level mean. 2) The results of studying problems and needs about participation of people found that the people had a little participation in thinking and selecting the initiatives that should be financial allocated and implemented to develop the community, Robmueng Sub-district Administrative Organization (RSAO) did not investigate the real problems and needs of the people that could be used to set initiatives, executives of RSAO had chosen the initiatives based on their own judgment and wants rather than the problems and needs of people, there was a few of initiatives that were set to train and enhance the career of people, and budget allocation to develop the community was impartial. The problems about participation of people in the implementation of plan were that the people had a little participation in implementing the objective plan, real implementation did not follow the objective plan, in addition, infrastructures were not out of standards. The problems about participation of people in plan evaluation were that there was the people had a lack of participation in evaluation of plan, RSAO did not report the performance to the people. The problems about participation of people in obtaining the benefit were that the people who obtain the benefits from objective plan were mainly the partisans of members of Robmueng Sub-district Administrative Organization Assembly, budget allocation for developing the community was not throughout the area. Main infrastructure should be solved and developed. 3) The results of studying the methods for enhancing the participation of people revealed that the people should be encouraged to participate in four steps of administration, namely planning, implementation, evaluation, and receiving the benefits from the initiatives, that is, the people should be

¹ Public courses Department of Public Administration, Chaiyaphum Rajabhat University (CPRU)

* Corresponding Author: supaporn_k@excise.go.th

encouraged to participate in thinking and selecting the initiatives that are consistent with the problems and needs of people. Budget allocation should be fair. The standards and quality of infrastructures should be focused. The problems of agricultural products of the people should be resolved. The system of performance tracking and evaluation of RSAO should be developed based on the participation of representative who were selected from the people in each village. Finally, the people in each village should be informed about the results of evaluating the performances of RSAO. .

Keywords : Participation, citizens, Tambon Administration Organization.

บทนำ

รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ เป็นกฎหมายที่วางโครงสร้างของระบบการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ประเทศไทยมีรัฐธรรมนูญมาแล้ว 19 ฉบับ รัฐธรรมนูญในแต่ละฉบับมีสาระสำคัญในแต่ละหมวดและกระบวนการจัดทำหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันออกไป ซึ่งส่วนใหญ่มักได้มาจากการต่อสู้แย่งชิงอำนาจของผู้ปกครองด้วยกันเอง และขณะที่บางฉบับต้องแลกมาด้วยชีวิตและเลือดเนื้อของประชาชนโดยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2557 มีเหตุผลในการประกาศใช้ เนื่องด้วยเกิดสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองขึ้นในกรุงเทพมหานคร และพื้นที่ใกล้เคียงอย่างต่อเนื่อง จนลุกลามไปสู่แทบทุกภูมิภาคของประเทศ ประชาชนแตกแยกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ขาดความสามัคคีและมีทัศนคติไม่เป็นมิตรต่อกัน บางครั้งเกิดความรุนแรง ใช้กำลังและอาวุธสงครามเข้าทำร้ายประหัตประหารกัน สวัสดิภาพและการดำรงชีวิตของประชาชนไม่เป็นปกติสุข การพัฒนาเศรษฐกิจและการเมืองการปกครองชะงักงัน กระทบต่อการใช้อำนาจในทางนิติบัญญัติ ในทางบริหาร และในทางตุลาการ การบังคับใช้กฎหมายไม่ได้ผล นับเป็นวิกฤติการณ์ร้ายแรงที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน แม้รัฐจะแก้ไขปัญหาด้วยกลไกและมาตรการทางกฎหมาย เช่น นำกฎหมายเกี่ยวกับการรักษาความสงบเรียบร้อยในภาวะต่างๆ มาบังคับใช้ ยุบสภาผู้แทนราษฎรและจัดให้มีการเลือกตั้งทั่วไป และฝ่ายที่ไม่ได้เป็นคู่กรณี เช่น องค์กรธุรกิจภาคเอกชน องค์กรตามรัฐธรรมนูญ พรรคการเมือง กองทัพ และวุฒิสภาได้พยายามประสานให้มีการเจรจาปรองดองกัน แต่ก็ไม่เป็นผลสำเร็จ กลับจะเกิดข้อขัดแย้งใหม่ในทางกฎหมายและการเมือง เป็นวังวนแห่งปัญหาไม่รู้จบจกสิ้นคณะรักษาความสงบแห่งชาติจึงจำเป็นต้องเข้ายึดและควบคุมอำนาจการปกครองประเทศ

เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 และประกาศให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 สิ้นสุดลง ยกเว้นความในหมวด 2 พระมหากษัตริย์ อย่างไรก็ตาม ในข้อ 5 แห่งประกาศ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 5/2557 ลงวันที่ 22 พฤษภาคม 2557 ระบุให้องค์กรอิสระ และองค์กรอื่นตามรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2550 ยังคงปฏิบัติหน้าที่ต่อไป ซึ่งหมายถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วย การปกครองท้องถิ่นเป็นรากฐานที่สำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย หัวใจของการปกครองระบอบประชาธิปไตย คือ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครอง ซึ่งจะทำให้ประชาชนเกิดความสำนึกในความสำคัญของตนเอง ต่อท้องถิ่น ประชาชนจะมีส่วนรับรู้ถึงอุปสรรคปัญหาและช่วยกันแก้ไขปัญหาของท้องถิ่นของตน การผลักดันเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาอันจะนำไปสู่การพัฒนาประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง องค์กรบริหารส่วนตำบลเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งของไทยที่จัดตั้งขึ้น ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 โดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อกระจายอำนาจการปกครอง (Decentralization) ให้ประชาชนในท้องถิ่นระดับตำบลซึ่งเป็นเขตชนบทอันเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศได้มีโอกาสเรียนรู้การแก้ไขปัญหาและการสนองตอบความต้องการของตนเอง โดยการเข้าไปมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครอง (Political Participation) หรือที่เรียกกันว่าปกครองตนเอง (Local Self-Government) ตามระบอบประชาธิปไตย องค์กรบริหารส่วนตำบลจึงเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ชนบทมากที่สุด เมื่อเป็นเช่นนี้ ถ้าองค์กรบริหารส่วนตำบลเป็นของประชาชนอย่างแท้จริง กล่าวคือมีเจ้าหน้าที่มาจากการเลือกตั้งซึ่งเป็นตัวแทนของประชาชนในตำบล มีการ

ดำเนินการโดยให้ประชาชน เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กำหนดทิศทางและวางแผนพัฒนาตำบลกำกับดูแลและ ตรวจสอบการดำเนินการ ขององค์การบริหารส่วนตำบลแล้ว การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลก็ย่อมที่จะ สามารถแก้ไขปัญหา และสนองตอบความต้องการของชุมชน ระดับตำบลได้เป็นอย่างดีอันจะส่งผลให้ประชาชนในตำบลมีความรู้สึกเชื่อมั่นและศรัทธาต่อองค์การบริหารส่วนตำบล และรู้สึกว่ามีความผูกพันมีส่วนได้ส่วนเสียต่อถิ่นอาศัย ซึ่งเป็นการสร้างพลเมืองที่มีความรับผิดชอบให้แก่ประเทศชาติโดยส่วนรวม

ในปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบลไม่ได้มีการส่งเสริม หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ส่วนตำบลกำหนดออกมานั้นไม่สอดคล้องกับสภาพปัญหา และความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

จะเห็นได้ว่าองค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะ และต้องดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด การที่องค์การบริหารส่วนตำบลจะดำเนินการพัฒนาให้เกิดประโยชน์กับประชาชนมากที่สุดและมีความยั่งยืนมากที่สุด จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์การบริหารส่วนตำบลต้องสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา การที่จะสร้างการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม ต้องทราบก่อนว่าองค์การบริหารส่วนตำบลได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนามากน้อยเพียงใดและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมระดับใด

จากความสำคัญดังกล่าว จึงนำไปสู่ความสนใจในการวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหาร ส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหาร ส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ภายในชุมชนหรือมีส่วนในการกำหนดนโยบายพัฒนาชุมชนอย่างจริงจัง ดังนั้น การพัฒนาชุมชนจึงไม่สามารถพัฒนาให้ชุมชนเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง และในการกำหนดนโยบายไม่ได้ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนมากนักเนื่องจากการไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาชุมชน ทำให้ไม่ทราบปัญหาที่แท้จริงของชุมชน ว่าต้องการให้ชุมชนของตนพัฒนาไปในทิศทางใด จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า องค์การบริหารส่วนตำบล ในฐานะที่เป็นหน่วยงานของรัฐกับประชาชนยังขาดความร่วมมือในการร่วมพัฒนาชุมชน ผลที่เกิดขึ้น คือ การพัฒนาชุมชนไม่สามารถพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืนและชุมชนเองก็ไม่สามารถพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งได้ เนื่องจากนโยบายพัฒนาชุมชนที่องค์การบริหาร

3. เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหาร ส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จำนวนทั้งสิ้น 2,735 คน กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้สูตร (Taro Yamane) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับจำนวน 400 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่ม แบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลโดยวิธีการเจาะจงได้แก่ ผู้นำกลุ่มต่างๆ และประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากทั้ง 4 หมู่บ้าน รวมจำนวนที่สัมภาษณ์ 6 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมีคำถามหลัก เพื่อใช้สัมภาษณ์แบบเจาะจงและให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่เป็นความจริงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเชิงปริมาณ (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) มีรายละเอียดดังนี้ เครื่องมือเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน เครื่องมือเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ

การประมวลผลและการวิเคราะห์ผล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผล และวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยวิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) 2) วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) 3) การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย ผู้นำ กลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน และประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากทั้ง 4 หมู่บ้าน รวมจำนวน 6 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและบรรยายเพื่อให้เห็นภาพรวม

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 39 ปี จำนวนมากที่สุด 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ

อนุปริญญา/ปวส./ปวท.จำนวนมากที่สุด 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพค้าขายจำนวนเท่ากัน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท/เดือน จำนวนมากที่สุด 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 4 ด้าน ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

3. ผลการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ปัญหา อุปสรรค คือ ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจคัดเลือกโครงการ/กิจกรรมในแผนพัฒนาตำบลเพื่อบรรจุเข้างบประมาณรายจ่ายเป็นส่วนน้อย ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลขาดการสอบถามปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตำบล และผู้บริหารท้องถิ่นตัดสินใจในการพัฒนาตำบลตามความคิดเห็นของตนเองมากกว่าความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน ข้อเสนอแนะ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลมากกว่านี้ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลควรชี้แจงให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาตำบล และควรวิเคราะห์ถึงปัญหาและความต้องการของประชาชนก่อนตัดสินใจแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ด้านการมีส่วนร่วมดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค คือ ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำร่างแผนพัฒนาตำบลน้อย การปฏิบัติตามแผนพัฒนาตำบลไม่ไปตามการวางแผนไว้และองค์การบริหารส่วนตำบล ไม่ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ จะคัดเลือกโครงการตาม

พรรคพวกของตนเอง ข้อเสนอแนะ คือ ควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาตำบลให้มีความเป็นธรรมและเสมอภาค ควรดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลในด้านโครงสร้างพื้นฐานให้มากกว่านี้ และแผนพัฒนาตำบลควรจัดให้มีโครงการฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชนทุกๆ ด้านให้มากกว่านี้ ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ปัญหา อุปสรรค คือ ผู้นำชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแผนพัฒนาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลขาดการนำเสนอผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาตำบล ที่วางไว้ต่อประชาชนทุกหมู่บ้าน และปัญหาประชาชนมีความคิดเห็นต่างกัน ไม่เป็นไปในทางเดียวกัน เปลี่ยนผู้บริหารใหม่ก็จะเป็นโครงการใหม่ ข้อเสนอแนะ คือ ควรมีตัวแทนประชาชนทุกหมู่บ้านเข้าร่วมประเมินผลแผนพัฒนาตำบล ซึ่งควรมีการประเมินผลหลายรูปแบบ หลายวิธีเพื่อแจ้งผลให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง ด้านการมีส่วนร่วมด้านการรับผลประโยชน์ ปัญหา อุปสรรค คือ ถนน สะพาน ทางเท้าตามซอยต่างๆ ยังไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ซึ่งมีน้ำท่วมเนื่องจากไม่มีร่องระบายน้ำ ส่วนประชาชนที่ได้รับผลประโยชน์และมีการพัฒนาจะเป็นประชาชนของพรรคพวกสมาชิกท้องถิ่น ข้อเสนอแนะ คือ ควรจัดสรรงบประมาณให้กระจายให้ทั่วทุกชุมชน ควรปรับปรุงถนน ทางเท้า สะพาน ท่อระบายน้ำให้มีมาตรฐาน ระบบไฟฟ้าสาธารณะควรติดให้สว่างทั่วถึง ตามถนนองค์การบริหารส่วนตำบลทุกซอย

4. ผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิสรุปได้ดังนี้ ผลการวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง จากการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่สรุปได้ดังนี้ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้ประชาชน ได้มีส่วนร่วมในการคิดร่วม แสดงความต้องการและสามารถเลือกโครงการกิจกรรมพัฒนาชุมชนได้ เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลให้เพียงพอ และมีคุณภาพ ให้ความช่วยเหลือด้านผลผลิตทางการเกษตร ผู้บริหารและบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้ความจริงใจเอาใจใส่ในปัญหาและความเดือดร้อนของประชาชน ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะในการ

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง จากการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่สรุปได้ดังนี้ ควรจัดให้มีการฝึกอบรม ให้ความรู้แก่บุคลากร ผู้เกี่ยวข้องในการจัดแผนฯ อย่างต่อเนื่อง ควรบรรจุกระบวนการในการมีส่วนร่วมของประชาชนในแผนพัฒนาฯ ท้องถิ่นให้ชัดเจนทุกขั้นตอนของการจัดทำแผนพัฒนาฯ เปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการ กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาหรือเป้าหมายการพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเป็นทางการและต่อเนื่อง ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาแนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง จากการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นที่สรุปได้ดังนี้ การมีส่วนร่วมของส่วนราชการ ภาคเอกชน องค์กรเอกชน ที่มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อย ทำให้ขาดผู้ชำนาญการในการนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ไม่ครอบคลุมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาชนขาดความเข้าใจในกระบวนการจัดแผนพัฒนาฯ งบประมาณดำเนินการตามแผนพัฒนาฯ ไม่เพียงพอ บุคลากรผู้รับผิดชอบขาดความเข้าใจในเจตนารมณ์ของการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นโดยมีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังเน้นการพัฒนาเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานละเลยการพัฒนาในด้านอื่นๆ

อภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลขององค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถอภิปรายผลตามลำดับของวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. จากผลการวิจัยระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ พบว่า โดยรวมระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของอนุชา เทียมพูล (2550, น.62-63) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

พบว่า การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนโดยรวมมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ด้านการประชุม รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจ และด้านการดำเนินงาน โดยในด้านการประชุมประชาชนเคยอภิปรายหรือแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมกรรมการ บริหาร อบต. โดยในด้านการตัดสินใจ ประชาชนเคยร่วมเป็นกรรมการหรือร่วมคัดเลือกผู้แทนประชาคม เป็นคณะกรรมการพัฒนาตำบล เพื่อจัดทำแผนพัฒนา อบต.และในด้านการดำเนินงาน ประชาชนร่วมออกแรงงาน บริจาคเงิน สิ่งของช่วยเหลือการดำเนินงานของ อบต. สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภินันท์ชัย แกระหัน (2554, น.101-105) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษาเทศบาลเมืองอำนาจเจริญ อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ พบว่า ระดับการมีส่วนร่วม ของประชาชนในกระบวนการนโยบายขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ด้านการวางแผนร่วมกัน ด้านการปรึกษาหารือ และด้านการร่วมปฏิบัติและประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนนโยบายที่แตกต่างกัน ประชาชนที่มีเพศระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานะ/ตำแหน่งในชุมชน และการติดตามข่าวสารการเมืองมีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฐิติพรรณ แยมโพธิ์กลาง (2555, น.62-65) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลตุม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลตุม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประชาชนมีส่วนร่วมด้านการร่วมปฏิบัติมากที่สุด ส่วนด้านการประเมินผล พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมน้อยที่สุดและไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จีรภา ท้าวเมือง (2553, น.95-100) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของ

องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก พบว่า สภาพการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านผลประโยชน์ รองลงมา ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมด้านการประเมินผลและการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ส่วนปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการประเมินผล รองลงมาได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมด้านผลประโยชน์ แนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ผู้บริหารขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กำหนดนโยบายในการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วม มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้นำท้องถิ่น เปิดเวทีประชาพิจารณ์ อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของประชาชนในการตัดสินใจคัดเลือกและวางแผนการปฏิบัติงาน ตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงสิทธิและบทบาทในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น จัดกิจกรรมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมและเชิญตัวแทนหมู่บ้านเข้าร่วมดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง การมีส่วนร่วมด้านผลประโยชน์ จัดเวทีประชาคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับทราบความต้องการที่แท้จริงของชุมชน หมู่บ้าน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม การจัดตั้งงบประมาณเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของหมู่บ้าน การมีส่วนร่วมด้านการประเมินผล สร้างเสริมความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชน จัดเวทีประชาคมในการให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ให้ประชาชนได้รับทราบทุกครั้ง

การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สาลินี อ่อนวงษ์ (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยภาพรวมการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษารายด้านพบว่า ด้านการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมด้านการเมือง รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมด้านการวางแผน และการมีส่วนร่วมที่น้อยที่สุด คือ การมีส่วนร่วมด้านการบริหารและการมีส่วนร่วมด้านนโยบาย ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการศึกษาทางด้านพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความเชื่อถือของประชาชนต่อผู้บริหาร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่น้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงาน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิรัชชาติ เมืองใจ (2552: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชน ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นเทศบาลตำบลเวียงฝาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเวียงฝาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ส่วนด้านที่อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน และด้านการมีส่วนร่วม ในการ รับผลประโยชน์จากการพัฒนาตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่น ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ การได้รับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลภายนอกความคาดหวังเกี่ยวกับโครงการการเป็นสมาชิกกลุ่มรายได้ของครอบครัว และการเข้าถึงระบบข้อมูลเพื่อการ

พัฒนาท้องถิ่นซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชน

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วีระชัย คำล้าน (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบัวงาม อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.68 อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 40.34 จบการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ร้อยละ 44.32 สมรสแล้ว ร้อยละ 59.38 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 60.23 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีไม่เกิน 10,000 บาทต่อปี ร้อยละ 42.61 จากผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการร่วมตัดสินใจ รองลงมา คือ ด้านการกำกับติดตามผลและด้านการร่วมรับประโยชน์ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการร่วมดำเนินการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิรุจน์ สักกลอ (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่น ของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา โดยรวมมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีการมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ ด้านการดำเนินงาน รองลงมาคือ ด้านการประชุมและด้านการติดตามประเมินผล โดยในด้านการดำเนินงาน ประชาชนมีส่วนร่วมดูแลสิ่งสาธารณะที่ อบต. จัดให้ เช่น ถังขยะ ถนน ไฟทาง ฯลฯ ในด้านการประชุม ประชาชนมีส่วนร่วมประชุมประชาคม เพื่อทราบปัญหาหรือความต้องการของประชาชนในหมู่บ้าน เช่น หอกระจายข่าว และในด้านการติดตามประเมินผล ประชาชนมีส่วนร่วมให้ความร่วมมือสนับสนุนในการดำเนินงาน การจัดทำแผนท้องถิ่น ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่น ของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้

และการเป็นสมาชิกกลุ่ม มีส่วนร่วมในการบริหารพัฒนาท้องถิ่น ไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศ อาชีพ ความถี่ ในการติดต่ออบต. และการได้รับข้อมูลข่าวสาร มีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การมีส่วนร่วมในการประเมินผล อยู่ในระดับมาก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระยุทธ สุดเสมอใจ (2550, น.68-69) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย จากการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย โดยด้านการรับผลประโยชน์จากการบริหารงานประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านการตัดสินใจ ด้านการวางแผนการบริหารงาน และด้านการติดตามประเมินผลประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อปี และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้ สำหรับปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรสและอาชีพ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิรุจน์ สักลอ (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา โดยรวมมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีการมีส่วนร่วมมากที่สุดคือ ด้านการดำเนินงาน รองลงมาคือ ด้านการประชุมและด้านการติดตามประเมินผล โดยในด้านการดำเนินงาน ประชาชนมีส่วนร่วมดูแลสิ่งสาธารณะที่อบต. จัดให้ เช่น ถังขยะ ถนน ไฟทาง ฯลฯ ในด้านการประชุม ประชาชนมีส่วนร่วมประชุมประชาคม เพื่อทราบปัญหาหรือความต้องการของประชาชน

ในหมู่บ้าน เช่น หอกระจายข่าว และในด้านการติดตามประเมินผล ประชาชนมีส่วนร่วมให้ความร่วมมือสนับสนุนในการดำเนินงาน การจัดทำแผนท้องถิ่น ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่น ไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศ อาชีพ ความถี่ ในการติดต่ออบต. และการได้รับข้อมูลข่าวสารมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทพล พงศธรวิสุทธิ (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลกับการสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ผลจากการศึกษากลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของอบต. อยู่ในระดับสูง และเห็นด้วยว่ารูปแบบการปกครองท้องถิ่นแบบ อบต. ส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารท้องถิ่นของตน เห็นด้วยหลังจากมีการจัดตั้ง อบต. ส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาตำบล ส่งผลให้เกิดความโปร่งใสในการพัฒนาท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยเห็นด้วยกับงานวิจัยนี้ การปกครองรูปแบบการปกครองท้องถิ่นโดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารท้องถิ่น เพื่อให้ประโยชน์แก่ประชาชนเป็นหลัก และสามารถตรวจสอบความโปร่งใสในการทำงานได้มากขึ้น ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นย่อมได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้มีความเข้มแข็งในการบริหารงาน ได้โดยอิสระ และตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาระบบการคลังท้องถิ่นให้จัดบริการสาธารณะได้โดยครบถ้วนตามอำนาจหน้าที่ จัดตั้งหรือร่วมกันจัดตั้งองค์กรเพื่อการจัดทำบริการสาธารณะตามอำนาจหน้าที่ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า เป็นประโยชน์ และให้บริการประชาชนอย่างทั่วถึง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระยุทธ สุดเสมอใจ (2550, น.68-69) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหาร ส่วนตำบลบ้านตึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย จากการศึกษาการมีส่วนร่วม

ร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย โดยด้านการรับผลประโยชน์จากการบริหารงานประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ด้านการตัดสินใจ ด้านการวางแผนการบริหารงาน และด้านการติดตามประเมินผลประชาชนมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สุทธิต่อปี และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้ สำหรับปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านตึก ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส และอาชีพ

2. สภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนในการมีส่วนร่วมดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จากการที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน สรุปผลการสัมภาษณ์ดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจคัดเลือกโครงการ/กิจกรรมในแผนพัฒนาตำบล เพื่อบรรจุเข้างบประมาณรายจ่ายเป็นส่วนน้อย ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลขาดการสอบถามปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตำบล และผู้บริหารท้องถิ่นตัดสินใจในการพัฒนาตำบลตามความคิดเห็นของตนเองมากกว่าความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน องค์การบริหารส่วนตำบลควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลมากกว่านี้ ซึ่งองค์การบริหารส่วนตำบลควรชี้แจงให้ประชาชนเห็นความสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาตำบล และควรวิเคราะห์ถึงปัญหาและความต้องการของประชาชนก่อนตัดสินใจแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ

ด้านการมีส่วนร่วมดำเนินงาน ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำร่างแผนพัฒนาตำบลน้อย การปฏิบัติตามแผนพัฒนาตำบลไม่เป็นไปตามการวางแผนไว้และองค์การบริหารส่วนตำบลไม่ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยคัดเลือก

โครงการตามพรคพวกของตนเอง ควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาตำบลให้มีความเป็นธรรม และเสมอภาค ควรดำเนินการตามแผนพัฒนาตำบลในด้านโครงสร้างพื้นฐานให้มากกว่านี้ และแผนพัฒนาตำบล ควรจัดให้มีโครงการฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชนทุกๆ ด้านให้มากกว่านี้

ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ผู้นำชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแผนพัฒนาตำบล องค์การบริหารส่วนตำบลขาดการนำเสนอผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาตำบลที่วางไว้ต่อประชาชนทุกหมู่บ้าน และปัญหาประชาชนมีความคิดเห็นต่างกันไม่เป็นไปในทางเดียวกัน เปลี่ยนผู้บริหารใหม่ก็จะเปลี่ยนโครงการใหม่ ควรเป็นตัวแทนประชาชนทุกหมู่บ้านเข้าร่วมประเมินผลแผนพัฒนาตำบล ซึ่งควรมีการประเมินผลหลายรูปแบบ หลายวิธีเพื่อแจ้งผลให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึง

ด้านการรับผลประโยชน์ ถนน สะพาน ทางเท้าตามซอยต่างๆ ยังไม่ได้รับการดูแลเท่าที่ควร ซึ่งมีน้ำท่วมเนื่องจากไม่มีร่องระบายน้ำ ส่วนประชาชนที่ได้รับผลประโยชน์และมีการพัฒนาจะเป็นประชาชนของพรรคพวกสมาชิกท้องถิ่น ควรจัดสรรงบประมาณให้กระจายให้ทั่วทุกชุมชน ควรปรับปรุงถนน ทางเท้า สะพาน ท่อระบายน้ำให้มีมาตรฐาน ระบบไฟฟ้าสาธารณะ ควรติดให้สว่างทั่วถึงตามถนนองค์การบริหารส่วนตำบลทุกซอย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จีรภา ท้าวเมือง (2553, น.95-100) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า สภาพการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอ วังเจ้า จังหวัดตาก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วม ด้านผลประโยชน์ รongลงมา ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมด้านการประเมินผลและการมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ส่วนปัญหา การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการประเมินผล รongลงมา ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ

การมีส่วนร่วม ด้านการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมด้านผลประโยชน์ แนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ผู้บริหารขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กำหนดนโยบายในการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วม มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้นำท้องถิ่น เปิดเวทีประชาพิจารณ์ อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของประชาชนในการตัดสินใจคัดเลือกและวางแผนการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงสิทธิและบทบาทในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดกิจกรรมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมและเชิญตัวแทนหมู่บ้าน เข้าร่วมดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง การมีส่วนร่วมด้านผลประโยชน์ จัดเวทีประชาคมอย่างต่อเนื่องเพื่อรับทราบความต้องการที่แท้จริงของชุมชนทุกหมู่บ้าน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม การจัดตั้งงบประมาณเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของหมู่บ้าน การมีส่วนร่วมด้านการประเมินผล สร้างเสริมความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชน จัดเวทีประชาคมในการให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมต่าง ให้ประชาชนได้รับทราบทุกครั้ง

3. แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ พบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดร่วมแสดงความต้องการ และสามารถเลือกโครงการกิจกรรมพัฒนาชุมชนได้เร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในหมู่บ้านที่อยู่ห่างไกลให้เพียงพอและมีคุณภาพ ให้ความช่วยเหลือด้านผลผลิตทางการเกษตร ผู้บริหารและบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรให้ความจริงใจเอาใจใส่ในปัญหาและความเดือดร้อนของประชาชน ควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรผู้เกี่ยวข้องในการจัดแผนฯ อย่างต่อเนื่อง ควรบรรจุกระบวนการในการมีส่วนร่วมของประชาชน ในแผนพัฒนา

ท้องถิ่นให้ชัดเจนทุกขั้นตอนของการจัดทำแผนพัฒนาฯ เปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาหรือเป้าหมาย การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมของส่วนราชการ ภาคเอกชน องค์กรเอกชน ที่มีบทบาทในการแก้ไขปัญหาของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อย ทำให้ขาดผู้ชำนาญการในการนำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ไม่ครอบคลุมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาชนขาดความเข้าใจ ในกระบวนการจัดแผนพัฒนาฯ งบประมาณดำเนินการตามแผนพัฒนาฯ ไม่เพียงพอบุคลากรผู้รับผิดชอบขาดความเข้าใจในเจตนารมณ์ของการมีส่วนร่วมใน การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นโดยมีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นส่วนใหญ่ ยังเน้นการพัฒนาเฉพาะโครงสร้างพื้นฐาน ละเลยการพัฒนาอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริพัฒน์ ลาภจิต (2550: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านชุมชน และปัจจัยด้านองค์กร (อบต.) มีความสัมพันธ์ และมีผลต่อการตัดสินใจต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการบริหารงาน อบต. ซึ่งหากระดับการมีส่วนร่วมกิจกรรมใดสูงก็จะพบว่าระดับการมีส่วนร่วมกิจกรรมอื่นสูงตามกันด้วย การมีส่วนร่วมส่วนใหญ่เป็นเพียงการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่การมีส่วนร่วมการตัดสินใจเชิงนโยบายและการตรวจสอบการดำเนินงานของ อบต. อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนปัจจัยหรือสาเหตุที่ทำให้ประชาชนตัดสินใจเข้าร่วมงานกับ อบต. พบว่า ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ การเป็นเจ้าของหน้าที่ของประชาชน อาสาสมัคร ด้วยใจ มีความรู้ความสามารถ กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็นเป็นที่เคารพนับถือของคนในชุมชนมีทักษะและประสบการณ์ เป็นประโยชน์กับตนเอง และชุมชน ส่วนปัจจัยด้านชุมชน ได้แก่ ชุมชนให้การสนับสนุนและเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมเลือกให้เป็นตัวแทนชุมชน ชุมชนมีความสามัคคี และมีกลุ่มต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนและผลักดันการมีส่วนร่วม ส่วนปัจจัยด้านองค์กร ได้แก่ อบต. ดำเนินไปตามกฎระเบียบ เอาใจใส่กระตือรือร้นในการแก้ปัญหา มีการประชาพิจารณ์

ประชามหมู่บ้าน สำหรับ ตัวแบบตัดสินใจ พบว่า ทั้ง 3 กลุ่ม มีการตัดสินใจแบบมีเหตุผลมีระดับความถี่มากที่สุด รองลงมาคือ การตัดสินใจแบบผสม การตัดสินใจแบบกลุ่ม ตัวแบบผู้นำ ตัวแบบสถาบัน ตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป และท้ายสุด ตัวแบบถึงขยะ สาเหตุที่คนตัดสินใจไม่เข้าไปมีส่วนร่วมเป็น ปัจจัยด้านบุคคล คือในเรื่องการศึกษาความรู้ทักษะ ประสบการณ์ ความคิดหรือปม (Stigmatizations) ของ ประชาชนที่คิดว่าตัวเอง ไม่สำคัญ ไม่ใช่หน้าที่ ไม่มีเวลา ขาด โอกาสการประกอบอาชีพ ส่วนปัจจัยด้านชุมชน เป็นปัญหา ที่ชุมชนขาดความสามัคคี มีความขัดแย้งกัน ส่วนปัจจัยด้าน องค์การเป็นปัญหาความโปร่งใสและความเป็นธรรมาภิบาล ของ อบต. เมื่อวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า การมีส่วนร่วม มีปัจจัยสำคัญ คือ ความมีหน้าตาในสังคม จิต สาธารณะการดำเนินงานของ อบต. และการเป็นเพศชาย ประชาชน ให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุมเพื่อเสนอ ปัญหาความต้องการของท้องถิ่นเป็นประจำ ริเริ่ม กำหนด เสนอโครงการ และแผนงานต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมของ ชุมชนร่วมคิดและตัดสินใจกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาของท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่จะนำมาพัฒนาชุมชนซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภินันท์ชัย แกระหัน (2554, น.101-105) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วม ของประชาชนใน กระบวนการนโยบายขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาเทศบาลเมืองอำนาจเจริญ อำเภอมือง อำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการศึกษาพบว่า ระดับ การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายของ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ ด้าน การวางแผนร่วมกัน ด้านการปรึกษาหารือ และด้านการร่วม ปฏิบัติ และประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีส่วนร่วมใน กระบวนการวางแผนนโยบายที่แตกต่างกัน ประชาชนที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานะ/ตำแหน่งในชุมชน และการติดตามข่าวสารการเมือง มีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายที่ไม่แตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการวิจัยครั้งนี้จะเห็นได้ว่า กระบวนการในการจัดทำแผนพัฒนาองค์การปกครองส่วน

ท้องถิ่นยังไม่มีความเป็นตัวเอง มีการลอกเลียนแบบ แผนพัฒนาท้องถิ่นยังไม่สอดคล้องกับความต้องการและ สภาพชุมชน/หมู่บ้าน ขณะที่ประชาชนก็ยังไม่เห็น ความสำคัญในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งประเด็น ดังกล่าวนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่วนราชการที่ เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญ โดยการจัดเตรียมความพร้อม ด้านบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีการอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น งบประมาณ ในการจัดทำแผน และรองรับแผนงาน กิจกรรม โครงการ ต่างๆ ตามแผนพัฒนาท้องถิ่น จะต้องมีความเพียงพอ ผู้บริหาร ท้องถิ่นจะต้องให้ความสำคัญ ลงพื้นที่ศึกษาปัญหาและความ ต้องการของประชาชนอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของประชาชน จะต้องมีการรณรงค์สร้างจิตสำนึกให้แก่ประชาชนให้เห็น ความสำคัญของการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งประเด็นที่ กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า หากองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นให้ความสำคัญและเร่งดำเนินการย่อมส่งผลให้การ จัดทำแผนพัฒนาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ ควรมีแนวทางปฏิบัติในการออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับขององค์การบริหารส่วนตำบลเกี่ยวกับการ บริหารงาน ในการเปิดโอกาสให้ประชาชนหลากหลายอาชีพ เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เสนอแนวทางพัฒนาให้ สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน ในท้องถิ่น ควรทำการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำ แผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล โดยการอบรมและ จัดทำคู่มือให้กับผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และสมาชิก องค์กรบริหารส่วนตำบลรอบเมือง เพื่อเป็นแกนในการนำ ความรู้ไปขยายต่อให้ประชาชนได้รับทราบ

2. องค์กรบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอมือง จังหวัดชัยภูมิ ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนหรือ องค์กรภาคประชาชนทุกภาคส่วน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วน ร่วมในการบริหารหรือกิจการสาธารณะต่างๆ ภายใต้กรอบ กฎหมาย โดยควรเริ่มตั้งแต่ร่วมคิดวิเคราะห์ปัญหา วางแผน ดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วน

ตรวจสอบการปฏิบัติงานตามแผนพัฒนา จัดทำระบบการติดตามประเมินผลความคุ้มค่า ของการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยกำหนดขั้นตอนที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อความโปร่งใสและประโยชน์ของคนในพื้นที่

3. องค์การบริหารส่วนตำบลรอบเมือง อำเภอเมืองจังหวัดชัยภูมิ ควรเผยแพร่งานวิจัยชิ้นนี้ให้ประชาชนได้รับทราบเพื่อจะได้เกิดความกระตือรือร้นเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ กับองค์การบริหาร ส่วนตำบลรอบเมืองต่อไป

เอกสารอ้างอิง

จิรภา ท้าวเมือง. (2553). *แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก*. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

ฐิติพรรณ แยมโพธิ์กลาง. (2555). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานตามแผน พัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลคูม อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

ธีระยุทธ สุดเสมอใจ. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดึก อำเภอศรีสขาลัย จังหวัดสุโขทัย*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

นันทพล พงศธรวิสุทธิ. (2548). *บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลกับการสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล: กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่*. รายงานการวิจัยเสนอ ภาควิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิรุจน์ สักล่อ. (2550). *การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหงส์หิน อำเภอจุน จังหวัดพะเยา*. ปริญญา

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา.

วีระชัย คำล้าน. (2550). *การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลบัวงาม อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตร มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วีระชาติ เมืองใจ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลเวียงฝาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

สิริพัฒน์ ลากจิต. (2550). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมของประชาชนในการสนับสนุนการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

สาลินี อ่อนวงษ์. (2551). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

อนุชา เทียมพูล. (2550). *การมีส่วนร่วมในการบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยบูรพา.

อภิรักษ์ชัย แกระหัน. (2554). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษาเทศบาลเมืองอำนาจเจริญ อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ*. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ

นายอมรพันธุ์ เปล่งงูเหลือม¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ 2) เพื่อศึกษาระดับการปฏิบัติงานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ 3) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ ในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม คือ ประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลบ้านเตื่อ ที่มีอายุ 18 – 70 ปีขึ้นไป จำนวน 383 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ กำหนดวิธีการเลือกมาโดยการเจาะจงเลือก จำนวน 38 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ 2 พบว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคือ ปัจจัยภายใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก และรองลงมาคือ ปัจจัยภายนอก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน 2 ด้าน พบว่า ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า คือ มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.64, S.D. = 0.68) และด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.48, S.D. = 0.65) 1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน 4 ด้าน พบว่า ด้านจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.19, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.69) ด้านภูมิปัญญา อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.76) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านวิถีชีวิตอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.77) 2) ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของชุมชนในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ ประเด็นสำคัญสรุปได้ดังนี้ สมาชิกในครอบครัวขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ความสำคัญน้อย และไม่ให้การสนับสนุนเนื่องจาก ใช้เวลาในการลงมือปฏิบัตินานและเห็นผลช้า บางครอบครัวปฏิบัติเฉพาะช่วงแรกๆขาดความต่อเนื่อง คณะกรรมการในการดำเนินงานของกลุ่มต่างๆ ยังขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการโครงการ ต้องอาศัยผู้นำในพื้นที่เป็นหลัก ในการดำเนินงาน ประชาชนส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมเพียงระยะแรกๆ ภายหลังจะค่อยๆ ลดความต่อเนื่องลงเรื่อยๆ สาเหตุเนื่องจากการบริหารงานไม่เป็นการกระจายบทบาทหน้าที่และไม่เป็นทีม การบริหารจัดการไม่ค่อยมีประสิทธิภาพและยังไม่มีลักษณะของการร่วมกันทำกัน คิดทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่เอื้ออำนวย ขาดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ ทำให้การดำเนินงานบางโครงการของชุมชนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร 3) ผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่ามีประเด็นที่สรุปได้ดังนี้ 1) ผู้ให้สัมภาษณ์ได้นำแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต ดังนี้ มีการนำเอา

ทรัพยากรและสิ่งของต่างๆ มาใช้อย่างสิ้นเปลือง ทำให้ความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด ไม่รู้จักความพอเพียง ไม่รู้จักการพึ่งพาตนเอง ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่อพยพเข้าไปหางานทำในเมือง ละทิ้งการเกษตรและการกินอยู่อย่างพอเพียง ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่เพียงพอที่จะเลี้ยงชีพ ดังนั้นการน้อมนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต จะทำให้มีชีวิตอยู่แบบพออยู่พอกิน ไม่อดอยากและเลี้ยงตนเองได้ และสามารถที่จะจัดสรรทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2) ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้เผยแพร่ส่งเสริมให้คนในชุมชนนำแนวคิดตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ โดยการส่งเสริมให้ปลูกผักสวนครัว ส่งเสริมให้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ ส่งเสริมให้ออมเงิน และทำรายรับ - รายจ่าย การส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ และจัดหาวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ตามลำดับ 3) เมื่อชุมชนมีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้แล้ว มีการเปลี่ยนแปลง คือ มีการลดรายจ่าย การดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข หนี้สินลดลงมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และมีการเพิ่มรายได้ ตามลำดับ และ 4) แนวทางในการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงได้แก่ การรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพเสริม การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่ไปกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การส่งเสริมให้โรงเรียนมีการสอนเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การจัดประชุมประจำเดือนเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดระหว่างผู้นำกับชุมชนและการพัฒนาควบคู่ไปกับการสร้างศีลธรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ : การพัฒนาชุมชน, เศรษฐกิจพอเพียง community development, Philosophy of Sufficiency Economy

¹ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

Factors to succeed in community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy in Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province

Amornpan Plengnguleam¹

Abstract

This research was aimed to 1) examine factors that played a significant role to the success in the community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy in Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province, 2) study the operations level that was relevant to the success in the community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy in Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province, 3) scrutinize problems, constraints, and suggestions from Subdistrict Municipality of Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province regarding community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy. The sample groups who were the respondents to the questionnaires included those 383 locals living in Baan Dau, aged between 18-70 years old. However, there were 38 locals specifically selected for an interview. The criteria used for data analysis comprised Mean, Standard Deviation (S.D) and percentage. The research result showed that; As point out by the data analysis result in this study, the factors impacted on the success of the community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy in Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province and come with higher Mean, were the internal factor and the external factor, in order. 1.1 According to the 2 aspects of evaluation on the external factor playing an important role to the community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy, the government support came with higher Mean—the average Mean was high (\bar{X} = 3.64, S.D = 0.68). Private sector support came with moderate Mean (\bar{X} = 3.48, S.D = 0.65) 1.2 As seen from the analysis of the internal factor divided into 4 perspectives, conscious aspect was with higher Mean—the average Mean was the highest (\bar{X} = 4.19, S.D = 0.72). Secondly, participation aspect was the next highest Mean (\bar{X} = 4.18, S.D = 0.69). Wisdom aspect was at the third highest Mean (\bar{X} = 4.14, S.D = 0.76). Lastly, living aspect was at the lowest Mean (\bar{X} = 3.99, S.D = 0.77). 1) The investigation result in terms of problems and obstacles incurred in the community that impacted on the community development based on the Philosophy of Sufficiency Economy in Baan Dau, Kasetsomboon, Chaiyaphum province was summarized as follows. Household members were lack of understanding in practicing the Philosophy of Sufficiency Economy on their daily basis. Moreover, they did not value this philosophy as it consumed a lot of time and the result paid off gradually and slowly. Some family practiced the philosophy at the start, but later gave up. The committees of each execution groups did not have sufficient knowledge and skills in managing the projects. They still mainly relied on the community leaders to execute their works. Most of the locals seemed to collaborate at the beginning of the project, yet they pulled themselves back along the line due to the lack of decentralization and

teamwork. The management was inefficient and lack of strong teamwork. In addition, the natural resource and the environment were not in favorable conditions. There was no clear-cut main responsible work unit. Therefore, some of the projects were failed. 2) The examination result from the interview was pointed out as follows. 1) The interviewees practiced the Philosophy of Sufficiency Economy. Natural resources and materials were used unnecessarily which caused infinite demand and greed, as well as lack of self-reliance. Majority of the locals moved to live in the city and chose to abandon their agricultural lifestyle. Cost of living became higher but the income was the opposite. Hence, executing the Philosophy of Sufficiency Economy would be a big help to mitigate those existing issues –starving, lack of self-reliance, and poor natural resource management. 2) The interviewees encouraged and promoted the Philosophy of Sufficiency Economy to the local people to follow. Growing vegetables on the backyard garden, utilizing the indigenous knowledge, cash saving, managing income-expense accounts, participating in various community activities, and getting a specialist in the Philosophy of Sufficiency Economy to give knowledge to the community people were promoted by the interviewees. 3) Once the Philosophy of Sufficiency Economy was conducted, positive changes happened – expense reduction, happy life, debt reduction, mutual help, and income increase, respectively. 4) Guidelines for the Philosophy of Sufficiency Economy included association for part-time jobs, development of the local wisdom along with the advanced technology, encouragement to schools to educate students on the Philosophy of Sufficiency Economy, a monthly meeting to trigger opinion exchanges between the community people and their leaders, and morale elevation, in order.

Keywords : community development, Philosophy of Sufficiency Economy

¹ Master of public administration chaiyaphum Rajabhat Universi

บทนำ

ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของโลกในปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังต้องเผชิญกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ผันผวน ซับซ้อนและคาดการณ์ผลกระทบได้ยาก แม้ว่าในภาพรวมสังคมไทยมีภูมิคุ้มกันเพิ่มขึ้น และมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแกร่งแตกต่างกันไปในระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชน และสังคม แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะรองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประเทศต้องเผชิญกับความเสี่ยง ในหลายมิติ โดยเฉพาะความเสี่ยงจากการบริหารภาครัฐที่อ่อนแอ โครงสร้างเศรษฐกิจที่ไม่สามารถรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน ทั้งความเสี่ยงจากความเสื่อมถอยของค่านิยมที่ดีงามในสังคมไทย ความเสื่อมโทรมของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และความเสี่ยงด้านความมั่นคงของประเทศ จึงจำเป็นต้องนำภูมิคุ้มกันที่มี อยู่พร้อมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเสริมสร้าง ทุนที่มีอยู่ของประเทศให้เข้มแข็ง ทั้งทุนทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม เพื่อเตรียมพร้อมให้ประเทศสามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555 : ฉ) การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) มีแนวคิดที่มีความต่อเนื่องจากแนวคิดของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-11 โดยยังคงยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” รวมทั้ง “สร้างสมดุลการพัฒนา” ในทุกมิติ และขับเคลื่อนให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในทุกระดับ เพื่อให้การพัฒนาและบริหารประเทศเป็นไปบนทางสายกลาง เชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและการเมือง โดยมีการวิเคราะห์อย่าง “มีเหตุผล” และใช้หลัก “ความพอประมาณ” ให้เกิดความ

สมดุลระหว่างมิติทางวัตถุกับจิตใจของคนในชาติ ความสมดุลระหว่างความสามารถในการพึ่งตนเองกับการแข่งขันในเวทีโลก ความสมดุลระหว่างสังคมชนบทกับเมืองเตรียม “ระบบภูมิคุ้มกัน” ด้วยการบริหารจัดการความเสี่ยงให้เพียงพอพร้อมรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทั้งนี้การขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาทุกขั้นตอนต้องใช้ “ความรอบรู้” ในการพัฒนาด้านต่างๆ ด้วยความรอบคอบ เป็นไปตามลำดับขั้นตอน และสอดคล้องกับวิถีชีวิตของสังคมไทย รวมทั้งเสริมสร้างศีลธรรมและสำนึกใน “คุณธรรม” จริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่และดำเนินชีวิตด้วย “ความเพียร” จะเป็นภูมิคุ้มกันที่ดีให้พร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555 : ฉ)แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอด เศรษฐกิจพอเพียง เป็นหลักการชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ (วิศาล บุปผาเวช และคณะ, 2542 : 11) การดำเนินชีวิตแบบพอเพียงตั้งอยู่บนหลักการของความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี อาศัยสิ่งที่เป็นปัจจัยพื้นฐานจากสิ่งแวดล้อม อยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมอย่างสันติ ไม่เบียดเบียนหรือก่อให้เกิดปัญหาการพัฒนาชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นการมุ่งให้มีดุลยภาพระหว่างเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างเกื้อกูลกัน สามารถนำไปสู่ความเจริญทางเศรษฐกิจ ความอยู่ดีมีสุขมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (ภาณี ขนาธิปกรณ์, 2548 : 40-42) พระราชดำรัสเกี่ยวกับความพอเพียงอีกตอนหนึ่งว่า “ ... คนเราถ้าพอในความต้องการ มันก็มีความโลภน้อย เมื่อมีความโลภน้อยก็เบียดเบียนคนอื่นน้อย ถ้าทุกประเทศ

มีความคิดอันนี้ มีความคิดว่าทำอะไรต้องพอเพียง หมายความว่า พอประมาณ ไม่สุดโต่ง ไม่โลภอย่างมาก คนเราก็คือเป็นสุข ...” (คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง, 2548 : 92) ดังนั้นแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นแนวคิดหนึ่งที่สามารถสร้างความสมดุลระหว่างระบบเศรษฐกิจ ระบบสังคม และสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้พัฒนาไปในระดับเดียวกัน โดยการรู้จักความพอประมาณในการพัฒนาชุมชน รู้จักมีเหตุมีผลวิเคราะห์ปัญหาความเร่งด่วนหวังพึ่งตนเองช่วยเหลือกันในกลุ่มก่อนพึ่งบุคคลภายนอก รู้จักเตรียมพร้อมสร้างภูมิคุ้มกันภัยจากความเปลี่ยนแปลงของวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดูแลการใช้ทรัพย์สินของรัฐและทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประสิทธิภาพ คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดร่วมกัน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2548 ก : 17-18 ; คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง, 2550 : 48) การพัฒนาชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นแนวคิดชี้ทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในชุมชน สังคม และรัฐ ให้หันกลับมาพึ่งพาตนเองและช่วยเหลือกันในกลุ่มที่มีพฤติกรรมในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างรู้คุณค่า สามารถยกระดับจิตใจของประชาชนให้มีความพอประมาณ มีเหตุมีผล และมีภูมิคุ้มกันภัยที่ดี ภายใต้เงื่อนไขความรู้และคุณธรรม มีการเรียนรู้เพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการพัฒนาชุมชนและพัฒนาระบบบริหารประเทศในลักษณะสมดุลแบบสายกลางระหว่างมนุษย์ สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (สมพร เทพสิทธิ์า, 2549 : 7-8)

จากการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงในยามที่บ้านเมืองต้องประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ เทศบาลตำบลบ้านเตี้ยซึ่งเป็นหนึ่งชุมชนที่ประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากค่าครองชีพในสังคมสูงขึ้น สินค้าอุปโภคบริโภคก็มีราคาสูงขึ้นตามไปด้วย ประชากรในชุมชนแข่งขันกันด้านวัตถุ ไม่ว่าจะเป็นการบริโภค การแต่งกาย ความเป็นอยู่ ส่งผลให้รายได้ของผู้คนไม่เพียงพอต่อรายจ่าย บางคนต้องพึ่งแหล่งเงินกู้หรือแหล่งสินเชื่อต่างๆ จึงก่อให้เกิดปัญหานี้ขึ้นตามมา ประชากรในชุมชนจึงต้องดิ้นรนทำมาหากินเพื่อเลี้ยงชีพและชำระหนี้สิน

จึงเกิดเป็นวงจรของความไม่พอเพียงขึ้นมาปัญหานี้กระทบระบบ ปัญหาภัยธรรมชาติ ความฟุ่มเฟือย จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตี้ย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งเป็นชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบของจังหวัดชัยภูมิ ตามประกาศของกระทรวงมหาดไทย ประจำปีงบประมาณ 2553 (ศศพ.3) (ระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อการบริหารจัดเก็บและใช้ประโยชน์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2553, : เว็บไซต์) ผลการศึกษาจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางและวิธีการจัดการฐานทรัพยากรและโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคม ที่สนับสนุนระบบเศรษฐกิจพอเพียงในระดับชุมชน ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้ไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตี้ย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาระดับการปฏิบัติงานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตี้ย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของเทศบาลตำบลบ้านเตี้ย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาค้นคว้านี้ ผู้ศึกษามุ่งที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตี้ย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ประกอบด้วยปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ปัจจัยภายใน เช่น ด้านวิถีชีวิต ด้านการมีส่วนร่วม ด้านจิตสำนึก และด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นคำถามระดับปฏิบัติ จำนวน 60 ข้อและศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของเทศบาลตำบลบ้านเตี้ยในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนที่มีอายุ 18 - 70 ปี ที่อาศัย

อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 21 หมู่บ้าน รวมประชากรทั้งสิ้น 9,019 คน (สำนักงานทะเบียนราษฎร อำเภอกะชังบุรีรัมย์ ข้อมูล ณ วันที่ 1 เดือนพฤษภาคม 2558) 2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 -70 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 383 คน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1967 : 467) ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 -70 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 345 คน 2) กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาจากผู้นาองค์กรต่างๆ ที่มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพปัญหาแต่ละด้านในพื้นที่เป็นอย่างดี ได้แก่ ผู้บริหาร สมาชิกสภาเทศบาล กำนัน และผู้ใหญ่บ้าน กำหนดวิธีการเลือกมาโดยการเจาะจง จำนวน 38 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

การสร้างเครื่องมือการวิจัย ดำเนินการดังนี้ 1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ กำหนดรูปแบบของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ให้ตรงตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ในแต่ละประเด็น 3. สร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ 4. นำเสนอร่างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เป็นการหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ (Face Validity) ของคำถามแต่ละข้อ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.80 - 1.00 ถือว่าแบบสอบถามชุดนี้ใช้ได้ 5. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ที่ได้จากการตรวจสอบ แก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขและเสนอให้คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น 6. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชน ในเขตรับผิดชอบของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 30 คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 7. หา

ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 74) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.891 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้ใช้ได้ 8. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาต่อไป การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ส่งถึงนายกเทศมนตรีตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถาม ให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ ด้วยตนเอง
3. ทำการสัมภาษณ์ผู้นาองค์กรในตำบลบ้านเตื่อ จำนวน 38 คน การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักเกณฑ์สถิติประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลดังนี้ 1.การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเทียบกับเกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 74)
3. วิเคราะห์ระดับความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเทียบกับเกณฑ์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 74)
4. สรุปข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะปัญหาและอุปสรรคของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด
5. สรุปข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ข้อมูลเชิงคุณภาพ ปัจจัยที่เอื้อต่อ

ความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ให้มีผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 38 คน มาสนทนากลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการดำเนินงาน

เศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ 2 พบว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคือ ปัจจัยภายใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก และรองลงมาคือ ปัจจัยภายนอก มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน 2 ด้าน พบว่า ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า คือ มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64, S.D.=0.68$) และด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48, S.D.=0.65$) 1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน 4 ด้าน พบว่า ด้านจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.19, S.D.=0.72$) รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18, S.D.=0.69$) ด้านภูมิปัญญา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14, S.D.=0.76$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านวิถีชีวิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99, S.D.=0.77$) 2) ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของชุมชนในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ประเด็นสำคัญสรุปได้ดังนี้ สมาชิกในครอบครัวขาดความรู้ความเข้าใจในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ ความสำคัญน้อย และไม่ให้การสนับสนุนเนื่องจาก ใช้เวลาในการลงมือปฏิบัติงานและเห็นผลช้าบางครอบครัวปฏิบัติเฉพาะช่วงแรกๆขาดความต่อเนื่อง คณะกรรมการในการ

ดำเนินงานของกลุ่มต่างๆ ยังขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการโครงการ ต้องอาศัยผู้นำในพื้นที่เป็นหลัก ในการดำเนินงาน ประชาชนส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมเพียงระยะแรกๆ ภายหลังจะค่อยๆ ลดความต่อเนื่องลงเรื่อยๆ สาเหตุเนื่องจากการบริหารงานไม่เป็นการกระจายบทบาทหน้าที่และไม่มีทีม การบริหารจัดการไม่ค่อยมีประสิทธิภาพและยังไม่มีลักษณะของการร่วมกันทำกันคิด ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่เอื้ออำนวย ขาดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ ทำให้การดำเนินงานบางโครงการของชุมชนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร 3) ผลการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่ามีประเด็นที่สรุปได้ดังนี้ 1) ผู้ให้สัมภาษณ์ได้นำแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต ดังนี้ มีการนำเอาทรัพยากรและสิ่งของต่างๆ มาใช้อย่างสิ้นเปลือง ทำให้ความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด ไม่รู้จักความพอเพียง ไม่รู้จักการพึ่งพาตนเอง ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่อพยพเข้าไปหางานทำในเมือง ละทิ้งการเกษตรและการกินอยู่อย่างพอเพียง ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่เพียงพอที่จะเลี้ยงชีพ ดังนั้น การน้อมนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต จะทำให้มีชีวิตอยู่แบบพออยู่พอกิน ไม่อดอยากและเลี้ยงตนเองได้ และสามารถที่จะจัดสรรทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) ผู้ให้การสัมภาษณ์ได้เผยแพร่ส่งเสริมให้คนในชุมชนนำแนวคิดตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ โดยการส่งเสริมให้ปลูกผักสวนครัว ส่งเสริมให้นาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ ส่งเสริมให้ออมเงิน และทำรายรับ - รายจ่าย การส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมต่างๆ และจัดหาวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ตามลำดับ 3) เมื่อชุมชนมีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้แล้ว มีการเปลี่ยนแปลง คือ มีการลดรายจ่าย การดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข หนี้สินลดลง มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และมีการเพิ่มรายได้ ตามลำดับ และ 4) แนวทางในการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ การรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพเสริม การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่ไปกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การส่งเสริมให้โรงเรียนมีการสอนเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจ

พอเพียง การจัดประชุมประจำเดือนเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดระหว่างผู้นำกับชุมชน และการพัฒนาควบคู่ไปกับการสร้างศีลธรรม ตามลำดับ

วิจารณ์

1) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ มีคะแนนเฉลี่ยในสภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการสนับสนุนจากเอกชน มีคะแนนเฉลี่ย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก เทศบาลตำบลบ้านเตื่อได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนตามที่รัฐบาลมีนโยบายขับเคลื่อนการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน เพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ ด้วยวิธีการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ มูลนิธิ สมาคม สหกรณ์ การเกษตร และภาคประชาชน โดยหัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นกรรมการ มีอำนาจหน้าที่ศึกษาและกำหนดรูปแบบ วัตถุประสงค์ แนวทางการดำเนินการ และการบริหารจัดการงบประมาณ โครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชนที่มีอยู่เดิม เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามพระราชดำริ (สำนักงานปลัดนายกรัฐมนตรี. 2556 : 2) จากการศึกษาพบว่าปัจจัยภายในที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่าด้านจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ด้านภูมิปัญญาอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านวิถีชีวิตอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก ปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความสอดคล้องและครอบคลุมการดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นปรัชญาที่ใช้พื้นฐานการดำเนินชีวิตตามทางสายกลางมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพึ่งตนเองเป็นหลัก มีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นเป็นตอนด้วยความรอบคอบ ระมัดระวัง พิจารณาถึงความพอเหมาะพอดี

มีเหตุผลที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในทุกมิติของการดำเนินชีวิตในชุมชน การปฏิบัติตนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงสามารถทำได้โดยยึดหลักสายกลาง ไม่ประหยัดจนตระหนี่ถี่เหนียว หรือฟุ้งเฟ้อจนเกินความจำเป็น กล่าวคือ ประหยัดในทางที่ถูกต้อง และลดละความฟุ้งเฟ้อ รวมทั้งต้องประกอบอาชีพด้วยความถูกต้องสุจริต โดยต้องขวนขวายไฝ่หาความรู้ให้เกิดมีรายได้เพิ่มพูนขึ้นจนถึงขั้นพอเพียงเป็นเป้าหมายสำคัญ รู้จักการรวมกลุ่มเพื่อผลประโยชน์ของตนเองและชุมชน แต่ทั้งนี้ต้องไม่เป็นการแก่งแย่งผลประโยชน์ และแข่งขันกันในทางการค้าขายหรือประกอบอาชีพ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตในชุมชนได้เพราะเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญา เป็นแนวปฏิบัติตนไม่ว่าจะอยู่ในกิจกรรม หรืออาชีพใด ก็ต้องยึดถือวิถีไทยอยู่แต่พอดี รู้จักการประยุกต์ใช้และอนุรักษ์ภูมิปัญญาในท้องถิ่นใช้สติ ปัญญาในการดำรงชีวิต เจริญเติบโตอย่าง ค่อยเป็นค่อยไป ไม่ใช้การลงทุนเชิงการพนัน ซึ่งตั้งอยู่บนความเสี่ยง เศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ พระราชทานเพื่อชี้แนะแนวทางในการดำเนินชีวิตและปฏิบัติตนให้กับประชาชนชาวไทยทุกหมู่เหล่า (ธนพร ถ้ำสิงห์. 2549 : เว็บไซต์) ซึ่งหากบุคคลครอบครัว หรือสังคมใดน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ ทั้งด้านจิตสำนึก ด้านการมีส่วนร่วม ด้านภูมิปัญญา และด้านวิถีชีวิต ก็น่าจะพาให้ตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคมไปสู่ความมั่นคงและความสุข 3) ปัญหาและอุปสรรคของชุมชนในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ประเด็นสำคัญสรุปได้ดังนี้ สมาชิกในครอบครัวขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ สมาชิกในครอบครัวให้ความสำคัญน้อย ไม่ให้การสนับสนุนเนื่องจากใช้เวลาในการลงมือปฏิบัตินานและเห็นผลช้า บางครอบครัวปฏิบัติเฉพาะช่วงแรกขาดความต่อเนื่อง คณะกรรมการในการดำเนินงานของกลุ่มต่างๆ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามตำแหน่งหน้าที่ แต่โดยส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการโครงการ ต้องอาศัยผู้นำในพื้นที่เป็นหลักในการดำเนินงานของกลุ่มต่างๆ ประชาชนส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วม

เพียงระยะแรกของการดำเนินโครงการฯ เท่านั้น ภายหลังจากค่อยๆ ลดความต่อเนื่องลงเรื่อยๆ จนเหลือเพียงกลุ่มคณะกรรมการและผู้นำท้องถิ่น สาเหตุเนื่องจากการบริหารงานไม่เป็นการกระจายบทบาทหน้าที่และไม่เป็นทีม การบริหารจัดการตามโครงการของหมู่บ้าน/ชุมชน ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพและยังไม่มีลักษณะของการร่วมกันทำกันคิด การดำเนินงานยังต้องพึ่งพาความเข้มแข็งของผู้นำหมู่บ้าน/ชุมชนเป็นหลักทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยขาดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้การดำเนินงานบางโครงการของชุมชนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง หากต้องการให้ประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดต้องมีการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ครอบครัว และตัวบุคคล ซึ่งต้องมีการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของทุกฝ่ายอย่าง 4) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ ประเด็นสำคัญสรุปได้ดังนี้ 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดำเนินการด้านเศรษฐกิจพอเพียงโดยตรง เพื่อสร้างแกนนำ เครือข่าย และการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน ภาครัฐต้องมีการผลักดันให้หน่วยงานราชการ กำกับดูแลนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีความสมดุลในด้านในทุกด้าน ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ควรมีการทำการศึกษาหรือทำการวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มต่างๆ ทั้งระดับครอบครัว ชุมชน และระดับธุรกิจ ทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว เพื่อนำมาแนวทางในการพัฒนาต่อไป 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ควรมีการปลูกจิตสำนึก เกี่ยวกับการยึดทางสายกลาง การสร้างความพอดี ให้กับคนในชุมชน ควรมีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไข และแนวปฏิบัติตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่คนในชุมชน ควรมีการส่งเสริมและเผยแพร่ตัวอย่างการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิตที่ประสบผลสำเร็จ เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนได้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัวและสังคมต่อไป

ทั้งนี้ข้อเสนอแนะนี้เป็นความต้องการและข้อคิดเห็นจากประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชน ควรมีการนำมาวิเคราะห์ข้อเท็จจริง เพื่อนำไปปรับปรุง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของชุมชนให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น 5) การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่ามีประเด็นที่สรุปได้ดังนี้ 1) ผู้ให้สัมภาษณ์ได้นำแนวคิดตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต สรุปเหตุผลในภาพรวมได้ดังนี้ ปัจจุบันเทคโนโลยีต่างๆ ก้าวหน้าไปมาก มีการนำเอาทรัพยากรและสิ่งของต่างๆ มาใช้อย่างสิ้นเปลือง ทำให้ความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด มนุษย์ไม่รู้จักความพอเพียง ไม่รู้จักการพึ่งพาตนเอง ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่อพยพเข้าไปทำงานทำในเมือง ละทิ้งการเกษตรและการกินอยู่อย่างพอเพียง ค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้รายได้ไม่เพียงพอที่จะเลี้ยงชีพ ดังนั้นการน้อมนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต เพราะจะทำให้มีชีวิตอยู่แบบพออยู่ พอกิน สมควรแก่อัตภาพ ไม่อดอยากและเลี้ยงตนเองได้แม้จะอยู่ในฤดูกาลใดก็ตาม และสามารถที่จะจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อีกด้วย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤต เพื่อ ความมั่นคง และ ความยั่งยืนของการพัฒนา (จุฑามาศ แก้วพิจิตร. 2550 : เว็บไซต์)

สรุปผล

1. ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ปัจจัยภายใน มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าปัจจัยภายนอก 2. ระดับการปฏิบัติงานที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอกะชังบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ ได้แก่ ปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อ

ความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน 2 ด้าน พบว่า ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ด้านการสนับสนุนจากภาคเอกชน ปัจจัยภายในที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของ พบว่า ด้านจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมและ ด้านวิถีชีวิตอยู่ในระดับตามลำดับ 3. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของเทศบาลตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ การขาดความรู้เข้าใจในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ ประชาชนมีส่วนร่วมน้อย สาเหตุเนื่องจากการบริหารจัดการไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ ขาดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ ทำให้การดำเนินงานบางโครงการของชุมชนยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานท้องถิ่นจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานท้องถิ่นอำเภอ และหน่วยงานอื่นๆ ควรร่วมกันพัฒนาความรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้ประโยชน์ในการจัดหลักสูตรฝึกอบรม พัฒนาการองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง 2. เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ ควรจัดหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน โดยเฉพาะ เพื่อการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการพัฒนาชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนในเขตพื้นที่อื่นๆ
2. ควรนำผลการวิจัยขยายไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะอื่น อาจจะเป็นหน่วยงานสถาบันการศึกษา โรงงาน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2548 ก). **แนวทางส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน สำหรับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน.** กรุงเทพฯ : บางกอกบล็อด.
- คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง.(2548). **ประมวลคำในพระบรมราชโองการพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ตั้งแต่พุทธศักราช 2453-2546 ที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.** กรุงเทพฯ : ส่วนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- คณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง.(2550). **การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.** กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ.
- จุฑามาศ แก้วพิจิตร. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียง : จากปรัชญาสู่การปฏิบัติ .การสัมมนาประจำปี เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง : จากปรัชญาสู่การปฏิบัติ จัดโดยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หอประชุมเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559 จาก <http://library2.parliament.go.th/wichakam/content-seminar/20070327.html>**
- ธนพร ถ้ำสิงห์. (2549). **การดำเนินชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง.** สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2559 จาก http://hq.prd.go.th/prTechnicalDM/ewt_news.php?nid=1890
- บุญชม ศรีสะอาด. **การวิจัยเบื้องต้น.**พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2553.
- ภาณี ขนธิปกรณ์. (2548). **การพัฒนาที่ยั่งยืนความสมดุลของการพัฒนา. เศรษฐกิจและสังคม, 42(3), 40-42.**
- ระบบศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อการบริหารจัดเก็บและใช้ประโยชน์กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2553). **หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบของจังหวัดชัยภูมิ ตามประกาศของกระทรวงมหาดไทย**

- ประจำปีงบประมาณ 2553 (ศศพ.3). สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2558, ddata.cdd.go.th/atacenter/index.php
- วิศาล บุญเวส และคณะ. (20 มกราคม 2542). ทฤษฎีใหม่ในมุมมองพัฒนาการเศรษฐกิจ. ใน เอกสารประกอบประกอบการสัมมนา เรื่อง ทฤษฎีใหม่ในมุมมองพัฒนาการเศรษฐกิจ. (หน้า 11). กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพร เทพสิทธิ์ธา. (2549). การเดินตามรอยพระยุคลบาทเศรษฐกิจพอเพียง. ม.ป.ท. : กองทุนอริยมรรค. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด(พ.ศ.2555-2559). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

การออกแบบและพัฒนาระบบแนะนำรายการดิจิทัลทีวี ตามพฤติกรรมและลักษณะของผู้ใช้งาน

ชัชวาล แก้วมณี¹ สมชาย นำประเสริฐชัย² ประดนเดช นีละคุปต์³

บทคัดย่อ

เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้สื่อหลักอย่างโทรทัศน์ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาทำให้เกิดเว็บไซต์ทีวีดิจิทัลเพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลได้อีกช่องทางหนึ่งส่งผลให้พฤติกรรมในการเข้าถึงข้อมูลมีความหลากหลายมากขึ้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบแนะนำรายการดิจิทัลทีวีให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและลักษณะของผู้ใช้งาน โดยวิธีการทำเหมืองข้อมูลด้วยเทคนิค Clustering และ Association Rules ร่วมกับวิธีการแนะนำข้อมูลด้วยเทคนิค Collaborative Filtering มาใช้สำหรับการแนะนำรายการดิจิทัลทีวี เพื่อให้สามารถแนะนำข้อมูลได้แม่นยำมากที่สุด ในการประเมินความแม่นยำของระบบได้ทำการทดสอบกับชุดข้อมูลทดสอบ (Testing Set) จำนวน 2,000 คน จากการทดสอบระบบสามารถแนะนำข้อมูลได้ถูกต้อง 82.4% ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าระบบที่พัฒนาขึ้นมีความแม่นยำอยู่ในระดับดีและสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เหมืองข้อมูล ระบบแนะนำ ตัวกรองเชิงร่วมมือ

¹.ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

².ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

³.ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Design and Implementation of Digital TV Suggestion System based on Personal Profile and Behaviors

Chatchawan Kaewmanee Somchai¹ Numprasertchai² Pradondet Nilagupta³

ABSTRACT

As the technological development has been improved continuously, it has the strong impact to the main media such as TVC in which that it taps into potential for creating TV digital website to reach the consumer precisely. All of these have positive effect to the consumer's behavior for having varieties of choices to reach information. Hence, this research has purposed for developing the system of recommending digital TV program which is suitable for characteristic and behavior's consumer by data mining of clustering and association rules combined with collaborative filtering for suggestion TV digital program with high accuracy. The accuracy evaluation of system is to test set of 2,000 people in which the system can suggest the accuracy information calculated as 82.4% that can conclude the developed system has high accuracy in good level to use effectively.

Keywords: data mining, recommender system, collaborative filtering

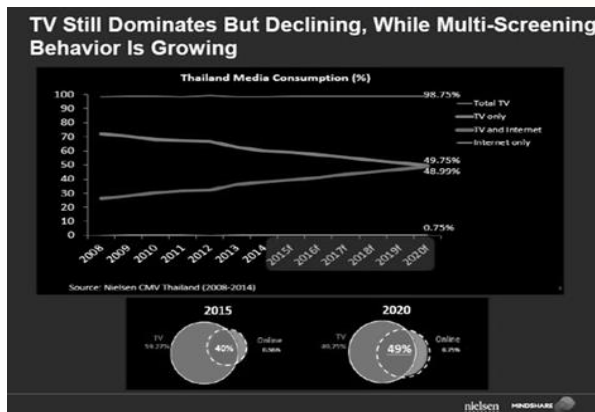
¹ Information technology Faculty of Engineering Kasetsart University

² Information technology Faculty of Engineering Kasetsart University

³ Information technology Faculty of Engineering Kasetsart University

1. บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้สื่อมวลชนที่เป็นสื่อหลักอย่างโทรทัศน์จำเป็นต้องมีการพัฒนาการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเกิดช่องทางใหม่ๆ โดยนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาทำให้เกิดเป็นเว็บไซต์ที่วิดิจิตอลเพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งได้มีการนำไปใช้เป็นเครื่องมือและช่องทางในการสื่อสารส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง [1] จากข้อมูลการวิจัยของ นิลเส็น ประเทศไทย พบว่า จำนวนผู้ชมจากสื่อโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวมีจำนวนที่ลดลงเรื่อยๆ แต่ผู้ชมโทรทัศน์และใช้อินเทอร์เน็ตไปด้วยมีจำนวนที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้การติดตามข่าวสารของคนไทยมีช่องทางและพฤติกรรมการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น



ภาพที่ 1: แนวโน้มจำนวนผู้ชมโทรทัศน์และใช้อินเทอร์เน็ต

จากการที่เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้นรวมกับข้อมูลที่มีการนำเสนอกันอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการจัดเก็บข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาทำให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจขององค์กรมากขึ้น จึงมีการนำเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลมาเพื่อใช้ในการแนะนำหรือส่งเสริมการบริการ โดยที่ให้ความสำคัญไปกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความสนใจและความต้องการของลูกค้าเปรียบเสมือนการมีผู้ขายคอยติดตามให้

คำแนะนำเพื่อให้ได้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ได้ในทันที

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำระบบแนะนำรายการดิิจิตอลที่วิิตามพฤติกรรมและลักษณะของผู้ใช้งาน โดยวิธีการทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) คือ การค้นหารูปแบบ (Pattern) และความสัมพันธ์ที่มีประโยชน์จากข้อมูลจำนวนมาก โดยอาศัยขั้นตอนวิธี (Algorithm) ทางคอมพิวเตอร์ผสมผสานกับแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ที่จะช่วยในการอธิบายพฤติกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่างๆที่จะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้แม่นยำขึ้น เพื่อนำมาพัฒนาระบบแนะนำรายการดิิจิตอลที่วิิตโดยใช้เทคนิคตัวกรองเชิงร่วมมือ (Collaborative Filtering) เพื่อสามารถแนะนำข้อมูลรายการดิิจิตอลให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

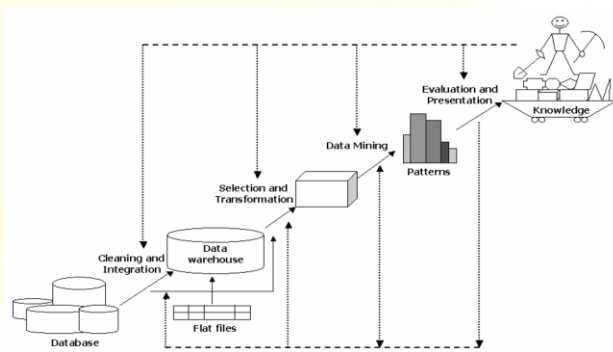
2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining)

การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) หรือที่รู้จักอีกชื่อหนึ่งคือ Knowledge Discovery in Database (KDD) ซึ่งหมายถึงการสกัดหรือค้นหาความรู้จากข้อมูลขนาดใหญ่ โดยทั่วไปแล้วคำว่าทำเหมืองข้อมูลและ KDD มักมีการนำมาใช้แทนกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วการทำเหมืองข้อมูลเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการในการค้นหาความรู้ของ KDD

กระบวนการของ KDD Process ประกอบด้วยขั้นตอนการทำงานย่อยที่เปลี่ยนข้อมูลดิบให้กลายเป็นความรู้ใหม่ ซึ่งประกอบด้วยลำดับขั้นตอนดังนี้ 1) Data Cleaning เป็น

ขั้นตอนสำหรับคัดข้อมูลที่เป็นส่วนรบกวน หรือข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป 2) Data Integration เป็นขั้นตอนรวมแหล่งข้อมูลซึ่งมีข้อมูลคล้ายกันหลายแหล่งให้เป็นข้อมูลชุดเดียวกัน 3) Data Selection เป็นขั้นตอนในการดึงข้อมูลสำหรับวิเคราะห์จากข้อมูลที่บันทึก 4) Data Transformation เป็นขั้นตอนการแปลงข้อมูลผ่านการคัดเลือกให้เหมาะสมสำหรับขั้นตอนการทำเหมืองข้อมูล 5) Data Mining เป็นขั้นตอนสำหรับสกัดรูปแบบที่มีประโยชน์จากข้อมูลที่เตรียมไว้ 6) Pattern Evaluation เป็นขั้นตอนในการประเมินรูปแบบที่ได้จากขั้นตอน Data Mining เพื่อให้ได้รูปแบบที่เป็นตัวแทนของความรู้ที่ตรงความต้องการ 7) Knowledge Representation เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่นำเสนอความรู้ที่ค้นหาได้ต่อผู้ใช้ โดยจำเป็นต้องมีเทคนิคในการแสดงความรู้ที่ได้เพื่อช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจและแปลผลลัพธ์ได้ถูกต้อง [2,8]

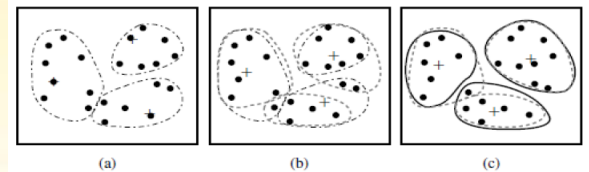


ภาพที่ 2: กระบวนการการค้นหาคำความรู้ Knowledge Discovery Process

2.2 การจัดกลุ่มข้อมูล (Clustering)

การจัดกลุ่มข้อมูลเป็นเทคนิคที่ใช้สำหรับการแบ่งกลุ่มข้อมูลออกเป็นกลุ่มย่อยตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยข้อมูลที่ถูกจัดแบ่งเป็นกลุ่มจะมีลักษณะของข้อมูลที่คล้ายคลึงกันเพื่อสามารถวิเคราะห์ลักษณะเด่นของข้อมูลในแต่ละกลุ่มได้ เทคนิคพื้นฐานที่นิยมใช้สำหรับการจัดกลุ่มข้อมูลคือ K-means ซึ่งเป็นเทคนิคการเรียนรู้แบบไม่ต้องมีผู้สอน (Unsupervised Learning) จะเริ่มด้วยการแบ่งข้อมูลออกเป็น K กลุ่ม โดยแทนแต่ละกลุ่มด้วยค่าเฉลี่ยของกลุ่มสำหรับเป็นจุดศูนย์กลาง (centroid) ของกลุ่ม

และทำการสร้างข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ใกล้กับจุดศูนย์กลางมากที่สุดและคิดคำนวณจุดศูนย์กลางใหม่ ทำงานไปเรื่อยๆ จนกว่าค่าจุดศูนย์กลางจะไม่เปลี่ยนแปลง [3,10]



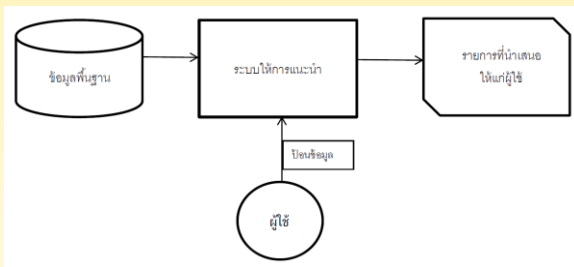
ภาพที่ 3: การจัดกลุ่มข้อมูลด้วยเทคนิค K-means

2.3 การหาความสัมพันธ์ (Association Rules)

Association Rule คือการค้นหาคำความสัมพันธ์ซึ่งเป็นการแสดงคุณลักษณะของข้อมูลที่มีเงื่อนไขเกิดขึ้นด้วยกันบ่อยๆ โดยการสร้างกฎการเชื่อมโยงใช้ค่าแบ่งวัดสองตัวคือ ค่าสนับสนุน (Support) เป็นค่าแสดงความถี่ของรายการที่เกิดขึ้นและค่าความเชื่อมั่น (Confidence) เป็นค่าแสดงเงื่อนไขของความน่าจะเป็นของรายการที่ปรากฏในการดำเนินการเมื่อรายการอีกรายการหนึ่งเกิดขึ้น เราจะเขียนความสัมพันธ์ออกมาในรูปของ $A \rightarrow B$ เรียก A ว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน (Antecedent) หรือ LHS (Left - Hand Side) และเรียก B ว่าผลของเหตุการณ์ (Consequent) หรือ RHS (Right - Hand Side) [3]

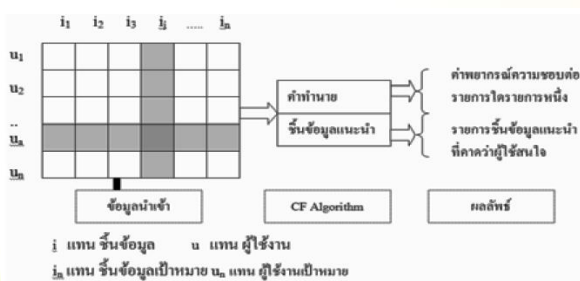
2.4 ระบบแนะนำ (Recommender Systems)

ระบบที่แนะนำข้อมูล ผลิตภัณฑ์ หรือผู้คน ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่าวัตถุ (Item) ให้กับผู้ใช้ระบบโดยอ้างอิงจากสมมติฐานการเรียนรู้ข้อมูลความชอบหรือความต้องการ ณ ขณะนั้นของผู้ใช้ ด้วยการนำเสนอข้อมูลที่ถูกลั่นกรอง ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสที่ข้อมูลจะไปถึงผู้ใช้งานได้อย่างถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยระบบแนะนำจะประกอบไปด้วย ส่วน คือ 4 1) ส่วนข้อมูลที่ใช้ในการประมวลผล 2) ส่วนป้อนข้อมูลผู้ใช้งาน 3) ส่วนอัลกอริทึม 4) ส่วนนำเสนอคำแนะนำ [4]



ภาพที่ 4: ส่วนประกอบของระบบแนะนำ

การกรองเชิงร่วมมือ (Collaborative Filtering) จะทำการแนะนำวัตถุโดยใช้ข้อมูลในระบบมีจำนวนมากที่มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกันกับผู้ใช้ เช่น ความชอบ ความเคลื่อนไหว กิจกรรมของผู้ใช้คนอื่น ๆ ในระบบ ซึ่งจะเรียกเฉพาะเจาะจงได้ว่าระบบแนะนำแบบคัดกรองผู้ใช้ร่วม (User-based Collaborative Filtering Recommender System) โดยปกติ การทำงานของเทคนิค Collaborative Filtering มีขั้นตอนการทำงาน 3 ส่วนคือ การหาค่าความคล้ายคลึงของข้อมูล (Similarity Computation) การทำนาย (Prediction) และการสร้างรายการแนะนำ (Recommendation) [4,5]



ภาพที่ 5: กระบวนการทำงานของ Collaborative Filtering

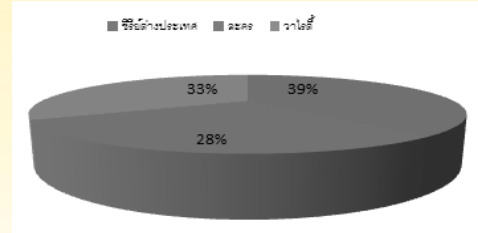
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นอย่างมากมาย ข้อมูลที่ได้จึงต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์ก่อนนำไปใช้ประโยชน์ จึงได้มีการนำระบบแนะนำข้อมูล (Recommender System) มาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งข้อมูลที่นำมาแนะนำได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ตามหลักการเพื่อใช้สำหรับสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงานด้านต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้จากงานวิจัยของทัศนวรรณ แก้วใส และสุพจน์ นิตยสุวัฒน์ [5] ได้ทำการพัฒนาระบบแนะนำภาพยนตร์ โดยใช้เทคนิคตัวกรอง

เชิงร่วมมือ (Collaborative Filtering) คือ วิธีการแนะนำข้อมูลที่ประเมินความคล้ายคลึงกันระหว่างผู้ใช้ปัจจุบัน (Active User) กับผู้ใช้คนอื่นๆ (Neighbors) ในระบบและเลือกที่จะแนะนำข้อมูลที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจ (Rating) จากผู้ใช้คนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกับผู้ใช้ปัจจุบันมากที่สุด และในงานวิจัยได้มีการใช้เทคนิคร่วมกับวิธีเคมีน (K-Mean) เป็นเทคนิคการทำเหมืองข้อมูลมาใช้ในการแบ่งผู้ใช้งานออกเป็นกลุ่มย่อยๆก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการกรองข้อมูล จากการทำงานของระบบสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อแนะนำภาพยนตร์ให้กับผู้ใช้เพื่อเพิ่มความสะดวกได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งระบบจะทำการแนะนำภาพยนตร์จากการทำนายลักษณะที่มีความคล้ายคลึงกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ปริندا สมสังข์ และมณเฑียรรัตนศิริวงศ์ภูมิ [6] ได้ทำการพัฒนาระบบแนะนำรายวิชาเรียนโดยใช้เทคนิคการกรองข้อมูลแบบพึ่งพาผู้เรียนร่วม (Collaborative Filtering : CF) มาใช้ในการพัฒนาระบบแนะนำข้อมูล โดยพิจารณาจากข้อมูลผู้เรียน ซึ่งผลที่ได้สามารถแนะนำข้อมูลได้ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้เรียน แต่ระบบก็ยังมีข้อจำกัดบางอย่าง เช่น ถ้าคะแนนที่นำมาใช้การประมวลผลมีค่าว่างมากก็จะทำให้ประสิทธิภาพในการแนะนำลดลงตามไปด้วย จึงควรมีการเก็บข้อมูลพื้นฐานเพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการแนะนำให้มีความแม่นยำมากขึ้น ซึ่งระบบแนะนำข้อมูลได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องมีการนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่างๆ เพื่อใช้ในการแนะนำสินค้าและบริการให้กับลูกค้าบนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะเห็นได้จากงานวิจัยของ สุภาวดี ศุภถ้อย และจิรารัตน์ สิทธิวรชาติ [7] ได้ประยุกต์ใช้เทคนิค Collaborative Filtering มาใช้ในการแนะนำเพลง Download ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยคำนวณหาความคล้ายคลึงด้วยอัลกอริทึม Adjusted-Cosine Similarity และทำการหาค่าพยากรณ์ด้วยวิธี Weighted-sum จากการศึกษาวิจัยระบบสามารถหาค่าแนะนำให้กับผู้ใช้งานได้ดีในระดับหนึ่งแต่ยังมีข้อจำกัดคือ ไม่สามารถแนะนำรายการข้อมูลที่ยังไม่มีการให้ Rating มาก่อนได้จึงควรมีการนำเทคนิคอื่นๆเข้ามาช่วยเพื่อลดข้อจำกัดและเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการแนะนำข้อมูลให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมา จะเห็นได้ว่าระบบแนะนำข้อมูล (Recommender Systems) ได้เข้ามามีบทบาทในงานหลากหลายด้านมากขึ้น เพื่อช่วยในการคัดกรองข้อมูลให้ได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ จากข้อมูลที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อที่เป็นการแนะนำข้อมูลที่คาดว่าผู้ใช้น่าจะสนใจ หรือคาดว่าจะเป็นผู้ใช้ที่ต้องการ ทั้งนี้ยังเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ใช้งานเว็บไซต์ คือ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์หาพฤติกรรมโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนผู้ใช้ และข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์

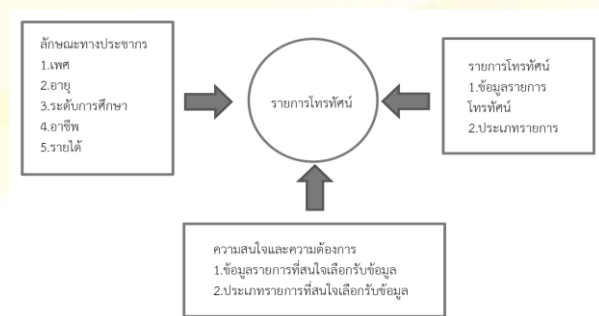


ภาพที่ 6: ประเภทรายการโทรทัศน์ที่ถูกเลือกมากที่สุด

3. วิธีดำเนินงานวิจัย

3.1 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูล

ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวความคิดและข้อมูลปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ทีวีดิจิตอล ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านข้อมูลรายการโทรทัศน์ 2) ปัจจัยด้านประชากร และ 3) ปัจจัยด้านอิทธิพลความสนใจและความต้องการ [1]



ภาพที่ 5: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรายการโทรทัศน์

3.2 การเตรียมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยใช้ข้อมูลจากพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ทีวีดิจิตอล tvbento เพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาโดยใช้ข้อมูลของผู้ใช้งานทั้งหมดจำนวน 10,000 Records สำหรับการวิเคราะห์หาพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ข้อมูลสำหรับการทำวิจัยได้แก่ 1) ข้อมูลรายการโทรทัศน์ คือ ข้อมูลรายการโทรทัศน์ที่จัดเก็บลงฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการแนะนำให้กับผู้ใช้ที่ประกอบไปด้วยรายการโทรทัศน์ทั้งหมด 100 รายการโดยทำการคัดเลือกประเภทของรายการโทรทัศน์ที่ผู้ใช้เลือกมากที่สุด 3 ลำดับ ประกอบไปด้วย ซีรี่ส์ต่างประเทศ 39% รายการวาไรตี้ 33% และละคร 28% 2) ข้อมูลการใช้งานของผู้ที่เข้ามา

จากข้อมูลที่ได้จากพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ทีวีดิจิตอลยังเป็นข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ จึงต้องมีการจัดการข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ข้อมูลสมบูรณ์มากขึ้น ดังนี้ 1) ตัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ออกไป เช่น ระยะเวลาในการเข้าเว็บไซต์ ชื่อรายการโทรทัศน์ 2) เพิ่มข้อมูลลักษณะรายการย่อยของประเภทรายการ เพื่อที่จะทำให้การแนะนำรายการได้เหมาะสมกับผู้ใช้ได้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1: ตัวอย่างข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์

Gender	Age	Education	Career	Salary	Session	Category	Type
Female	28	Bachelor	Private Employees	20001 - 30000	เอ็กโซว์	Variety	Talk Show
Male	35	Master	State Enterprise	30001 - 40000	สุดแต่ใจจะไขว่คว้า	Drama	Drama
Female	20	Diploma	Students	10001 - 20000	จอมยุทธ์ทะลุมิติ	Foreign series	Adventure

3.3 การทำเหมืองข้อมูล

ทำการแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือชุดเรียนรู้ (Training Set) และข้อมูลชุดทดสอบ (Testing Set) แบ่งตามสัดส่วน 80:20 จะได้ชุดข้อมูลเรียนรู้ 8,000 Records และข้อมูลชุดทดสอบ 2,000 Records โดยนำข้อมูลชุดเรียนรู้ (Training Set) ไปจัดกลุ่มข้อมูล (Clustering) ด้วยวิธี K-means ได้ผลลัพธ์จากการจัดกลุ่มเป็น 78 กลุ่ม

ตารางที่ 2: ตัวอย่างลักษณะของกลุ่มที่ได้จากการแบ่งด้วย K-Mean

Group	Gender	Age	Education	Career	Salary	Like To See
1	Female	41	Bachelor	State Enterprise	30001-40000	Drama_Drama, Variety_Variety Show
2	Female	30	Bachelor	Private Employees	10001-20000	Foreignseries_Drama, Drama_Drama
3	male	39	Master	Serve	20001-30000	Variety_Variety Show, Foreignseries_Comedy
4	Female	37	Master	Private Employees	30001-40000	Drama_Drama, Variety_Talk Show
5	Female	26	Bachelor	Private Employees	10001-20000	Foreignseries_Comedy, Variety_Variety Show

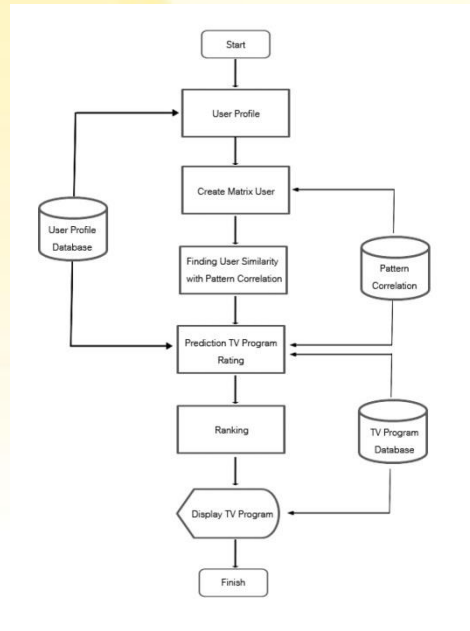
จากนั้นทำการหาความสัมพันธ์ของข้อมูล (Association Rules) ของแต่ละกลุ่ม โดยใช้เอพริออริอัลกอริทึม เริ่มกำหนดค่าสนับสนุนต่ำสุด (Minimum Support) เท่ากับ 0.1 และเลือกกฎความสัมพันธ์จากค่าความเชื่อมั่น (Confidence) ที่มากที่สุดของแต่ละกลุ่ม เพื่อที่จะได้กฎความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อมั่นสูงที่สุด

ตารางที่ 3: ตัวอย่างกฎความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่ม

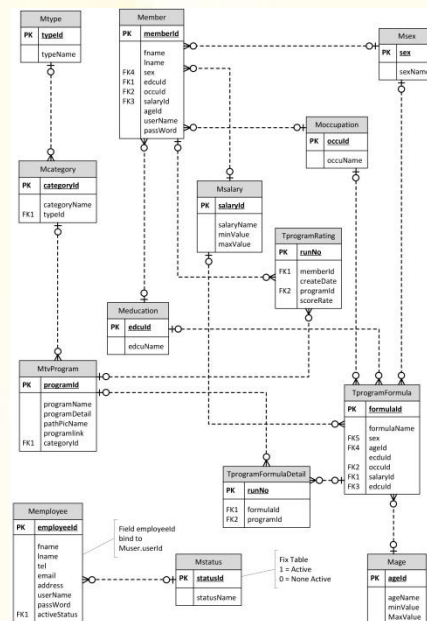
Group	Association Rule	Confidence
1	Variety_Variety Show =y 5 ==> Drama_Drama=y 5	100%
2	Drama_Drama=y 7 ==> Variety_Variety Show=y 7	100%
3	Drama_Drama=y 39 ==> Foreignseries_Comedy =y 39	100%
4	Variety_Talk Show=y 38 ==> Drama_Drama=y 38	100%
5	Drama_Drama=y 60 ==> Variety_Variety Show=y 60	100%
...

3.4 การพัฒนาระบบ

จากการรวบรวมข้อมูล ระบบแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ผู้ใช้งาน (User) และผู้ดูแลระบบ (Admin) กระบวนการทำงานโดยรวมของระบบใช้เทคนิค Collaborative Filtering มีขั้นตอนแสดงดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7: ขั้นตอนการทำงานของระบบ การออกแบบความสัมพันธ์ของข้อมูล (E-R Diagram) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลในฐานข้อมูล



ภาพที่ 8: E-R Diagram ของระบบ

3.5 การทดลองระบบและประเมินผล

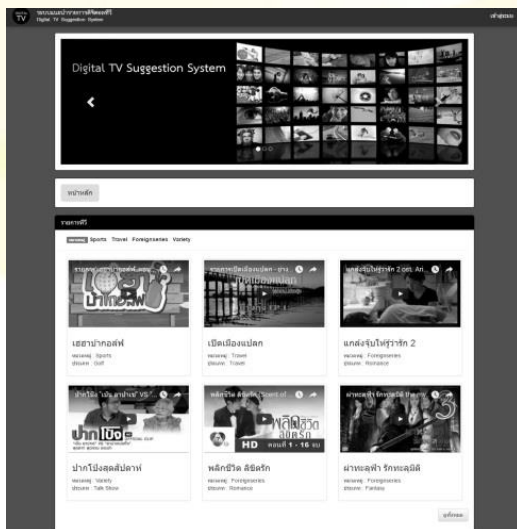
ทำการทดสอบระบบที่ได้สร้างขึ้นว่ามีความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) จากการใช้ข้อมูลทดสอบ โดยนำข้อมูลจากพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ทีวีดิจิทัล ที่พร้อมนำมาใช้งานทั้งหมด 10,000 Records แบ่งออกเป็น ส่วน คือ ข้อมูล 2 ชุดเรียนรู้(Training Set) และข้อมูลชุดทดสอบ (Testing Set) โดยแบ่งตามสัดส่วน 80:20 จะได้จำนวนชุดข้อมูลเรียนรู้ 8,000 Records และข้อมูลชุดทดสอบ 2,000 Records

4. ผลการดำเนินงาน

4.1 ผลการพัฒนาาระบบ

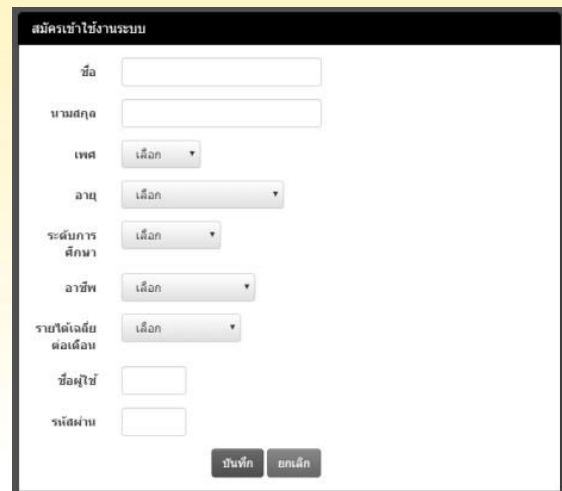
จากผลการพัฒนาาระบบแนะนำรายการดิจิทัลทีวีตามพฤติกรรมและลักษณะของผู้ใช้งาน ได้ผลดำเนินงานดังนี้

หน้าจอหลักสำหรับผู้ใช้งาน ได้แก่ ผู้ใช้งาน (User) และผู้ดูแลระบบ (Admin)



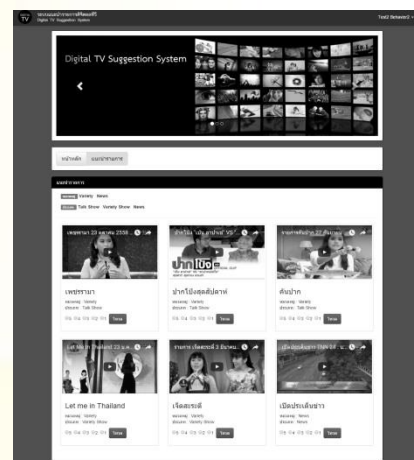
ภาพที่ 9: หน้าจอหลักของระบบ

ส่วนการเข้าสู่ระบบ เพื่อเข้าไปสู่การแนะนำรายการ



ภาพที่ 10: หน้าจอเข้าสู่ระบบ

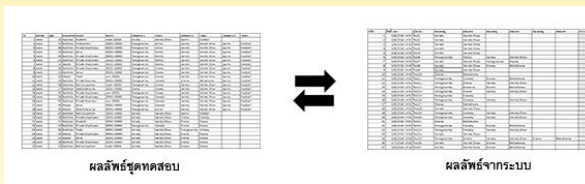
ผู้ใช้ระบบจะเข้าสู่การแนะนำรายการดิจิทัลทีวีและจะมีการให้ Rating รายการเพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานระบบของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 11: แสดงผลแนะนำรายการดิจิทัลทีวี

4.2 ผลการประเมินผลการใช้งานระบบ

ในการใช้งานแนะนำรายการดิจิทัลทีวีตามพฤติกรรมและลักษณะของผู้ใช้งานมีการวัดผลความแม่นยำโดยใช้ข้อมูลทดสอบ (Testing Set) จำนวน 2,000 records และนำผลลัพธ์ที่ได้จากระบบกลับมาเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ของชุดข้อมูลทดสอบเพื่อดูความถูกต้องของการแนะนำข้อมูล



ภาพที่ 11: เปรียบเทียบผลลัพธ์

จากผลประเมินความถูกต้องระบบสามารถแนะนำรายการดิจิทัลทีวีได้ถูกต้องจำนวน 1,648 records จากข้อมูล 2,000 records โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องเท่ากับ 82.4 %

สูตรการคำนวณ

$$\%Error = \left[\frac{2,000 - 1,648}{2,000} \right] \times 100\%$$

$$\%Error = 17.6$$

$$\%Accuracy = 100 - 17.6$$

$$\%Accuracy = 82.4$$

5. สรุปผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบแนะนำดิจิทัลทีวี เพื่อแนะนำข้อมูลรายการดิจิทัลทีวีให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและลักษณะของผู้ใช้งาน โดยพิจารณาจากความสำคัญของคุณลักษณะต่างๆของผู้ใช้งานที่ผู้ใช้งานกำหนดในการเลือกรายการดิจิทัลทีวี เพื่อแนะนำข้อมูลรายการดิจิทัลทีวีได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน เมื่อนำระบบที่พัฒนามาไปใช้ในการแนะนำให้กับผู้ใช้งาน พบว่าระบบสามารถใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์และได้ผลลัพธ์ตรงตามต้องการ ซึ่งจากผลที่ได้แสดงให้เห็นว่าระบบมีความแม่นยำและถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้งานเป็นอย่างดี และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่ระบบยังมีข้อจำกัดบางประการ คือ งานวิจัยไม่ได้นำข้อมูลทางด้านเวลาของรายการดิจิทัลทีวีเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ การนำเสนอข้อมูลของระบบจึงไม่สามารถแนะนำข้อมูลรายการตามช่วงเวลาการนำเสนอได้ ข้อเสนอแนะในการพัฒนาระบบในครั้งต่อไปจึงควรมีการแนะนำข้อมูลรายการตามช่วงเวลา เพื่อให้การแนะนำข้อมูลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนาพร พิทยาบูรณ์. (2554). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง”. วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์ ปีที่ 33 ฉบับที่ 1, หน้า 109-121.
- Jiawei Han and Michelline Kamber. (2006). “Data Mining Concept and Techniques”. USA : Morgan Kaufman Publication.
- เอกสิทธิ์ พืชวงศ์ศักดิ์. (2557). “การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคดาต้า ไมนิ่ง เบื้องต้น”. บริษัท เอเชียดิจิทัลการพิมพ์ จำกัด. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ.
- Felfernig A., Friedrich G., and Schmidt-Thieme L..(2007). “Recommender Systems.” IEEE Intelligent Systems Special Issue on Recommender Systems. IEEE Computer Society.
- ทัศนวรรณ แก้วใส และสุพจน์ นิตยส์วัฒน์. (2552). “ระบบแนะนำภาพยนตร์ด้วยเทคนิคตัวกรองเชิงร่วมมือร่วมกับวิธีเคมีน”. การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ปรีดา สมสังข์ และมณฑิยา รัตนศิริวงค์วุฒิ. (2553). “การพัฒนาระบบแนะนำรายวิชาเรียนโดยใช้เทคนิค Collaborative Filtering”. การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สุภาวดี ศุภน้อย และจิรรัตน์ สิทธิธรรชาติ. (2555). “นำเสนอการประยุกต์ใช้เทคนิค Collaborative Filtering ในการแนะนำเพลง Download”. การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- บุญเสริม กิจศิริกุล. (2546). “อัลกอริทึมการทำเหมืองข้อมูล”. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยร่วมภาครัฐและเอกชน ปีงบประมาณ 2545. ภาควิชาวิศวกรรม

คอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

Galit Shmueli, Nitin R.Patel and Peter C.Bruce. (2010).

“Data Mining for Business Intelligence Second
Edition”. Shmueli, Galit. United State of America.

Michael J.A. Berry and Gordon S.Linoff. (2011). “Data

Mining Techniques : For Marketing, Sales, and
Customer Relationship Management Third
Edition”. Wiley Publishing, USA : Indianapolis



วารสารนวัตกรรมและการจัดการ

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
เลขที่ 1 ถนนอุทอวนนอก แขวงดุสิต เขตดุสิต
กรุงเทพมหานคร 10300
โทรศัพท์ 02-160-1182 , 02-160-1456

