

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Journal of Management and Development

Ubonratchathani Rajabhat University

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2559

ISSN 2351-065X

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ และบทความทางวิชาการของนักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษา และผู้ทรงภูมิปัญญาระดับท้องถิ่นและสากล ในด้านการบริหารและการจัดการ
2. เพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการและประสบการณ์การวิจัยที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์สังคมไทยและสังคมโลก

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เลขที่ 2 ถ.ราชธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000 โทรศัพท์ 045-352000 ต่อ 1300

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยรัตน์ ควรรู้ดี

คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ศาสตราจารย์ ดร.สิน พันธุ์พินิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวนิช

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิภาดา เกษตรเอี่ยม

การบริหารทรัพยากรมนุษย์

อาจารย์ชนิษฐา คนกล้า

คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความ (ภายใน)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิ่งสุวดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวณิช
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกนิษฐ์ โชติวณิช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวงศ์วรรณะ
ดร.สันชัย ยงกุลวณิช
ดร.พิมกต์ สมชอบ

เศรษฐศาสตร์
การบัญชี
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
การบริหารธุรกิจ
การบริหารธุรกิจ
การบริหารทรัพยากรมนุษย์
การจัดการเทคโนโลยี
การตลาด

กองบรรณาธิการกลั่นกรองบทความ (ภายนอก)

รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ

รองศาสตราจารย์อนงค์นุช เทียนทอง

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

รองศาสตราจารย์ ดร.จำนง วงศ์ชาชม

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข

รองศาสตราจารย์ ดร.วรชัย เยาวปราณี

รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพันธ์ ปิตาคะโส

รองศาสตราจารย์ ดร.สีบาติ อันทะไชย

เศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
การจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
วิทยาการสารสนเทศและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
การบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ครุศาสตร์เทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าพระนครเหนือ
ยุทธศาสตร์การพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
วิศวกรรมอุตสาหการ
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
การตลาด
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลิน เพียรทอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระชัย คอนจจอหอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.สมชาย หาญหิรัญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจลักษณ์ เมืองมีศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนา ดุลยพัชร

ดร.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์

ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์

ดร.สิทธิพร ดาดาช

ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์

ดร.สุมาลี เจริญจิตร

วิศวกรรมอุตสาหการ

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การตลาด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรม

การจัดการเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

การบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียง

เหนือ

การบริหารทรัพยากรมนุษย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

เศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การจัดการธุรกิจขนาดย่อม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การจัดการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ธุรกิจระหว่างประเทศ

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร เป็นงานเขียนของนักวิจัยหรือนักวิชาการแต่ละท่านโดยเฉพาะ มิใช่ความเห็นและความรับผิดชอบใดๆ ของกองบรรณาธิการ วารสารการจัดการและการพัฒนา คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บรรณาธิการแถลง

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ฉบับนี้เป็นปีที่ 3 ฉบับที่ 1 ประจำเดือน มกราคม – มิถุนายน 2559 ประกอบด้วยบทความวิจัยจำนวน 10 เรื่อง ซึ่งเป็นบทความจากผลงานวิจัยที่น่าสนใจด้านบริหารธุรกิจและการจัดการ บทความทุกเรื่องที่เคยเผยแพร่ในวารสารได้ผ่านการตรวจสอบและกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขา วารสารฉบับนี้จึงถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถอ้างอิงเชิงวิชาการสำหรับผู้สนใจได้ และขอเรียนเชิญทุกท่านส่งบทความเพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการของท่านเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านวิชาการในสังคมแห่งการเรียนรู้ต่อไป

หากท่านมีคำติชมหรือข้อเสนอแนะใดๆ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณและยินดีน้อมรับเพื่อการพัฒนาวารสารต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

แนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็ก ตำบลท่าผา อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง วรภาพร กลิ่นประสาธ	1
การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและปัจจัย ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร เพชรดา บุตสีทา	15
การพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับ การประกอบการธุรกิจหอพัก อัจฉราภรณ์ จุฑาผาด	37
การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับผู้ใช้รถยนต์ นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร เถลิงศักดิ์ บุญมี, สุวิมล แม้นจริง	57
รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ณัฏฐวิวัฒน์ แสงภูเขียว	103

สารบัญ (ต่อ)

การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สุรัสวดี ภูคำศักดิ์, สุกัญญา พยุงสิน, จิราวรรณ สมหวัง	137
การพัฒนาการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive อรรวรรณ แห่งทอง	159
คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ชัยสิทธิ์ สุวรรณน้อย, จตุรงค์ ศรีวงศ์วรรณะ	175
การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี แจ่มจันทร์ ศรีจันทร์, ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช	191
ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ชนิตา บุเงิน, พิมุกต์ สมชอบ	203

แนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็ก ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

Guidelines of Setting Manufacturing Cost for Small Ceramic Factory, Tha Pha Sub-District, Koh Kha District, Lampang Province

วรารพร กลิ่นประสาท¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็ก ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบฟอร์มการบันทึกรายละเอียดต้นทุนการผลิต เป็นเครื่องมือวิจัย หน่วยวิเคราะห์คือผู้ผลิตโรงงานเซรามิกขนาดเล็กที่มีคนงานไม่เกิน 20 คน จำนวน 7 โรงงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็กสามารถคำนวณโดยใช้ระบบต้นทุนปกติ เนื่องจากผู้ผลิตมีการผลิตสินค้าหลายชนิดโดยใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกัน ดังนั้นในการปันส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์จึงใช้วิธีการประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะใช้ต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงานที่เกิดขึ้นจริง ส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตใช้การประมาณการโดยใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตอัตราเดียว ใช้เกณฑ์การปันส่วนตามปริมาณการผลิต องค์ประกอบของต้นทุนการผลิตที่ใช้ในการคำนวณต้นทุนการผลิต คือ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต พบว่ากระถางรูป 3 ขา มีต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 7.69 บาทต่อหน่วย แบ่งเป็นต้นทุนวัตถุดิบทางตรง 3.38 บาทต่อหน่วย ต้นทุนค่าแรงงานทางตรง 2.22 บาทต่อหน่วย และต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิต 2.09 บาทต่อหน่วย คิดเป็นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงร้อยละ 43.95 ค่าแรงงานทางตรง ร้อยละ 28.87 และค่าใช้จ่ายในการผลิต ร้อยละ 27.18

คำสำคัญ: แนวทาง ต้นทุนการผลิตของโรงงาน โรงงานเซรามิก

¹ อาจารย์ คณะบัญชี วิทยาลัยอินทอร์เทคลำปาง wararawa1@hotmail.com

Abstract

The aim of this research is to study how to set the manufacturing cost for the small ceramic factory in Tha Pha Sub-district, Koh kha District, Lampang Province. It is the participatory research by interviewing and filling in the details of manufacturing cost form. The samples were the seven owners of small factories in which consisted of not more than twenty employees. The data analysis used the content analysis.

The research found that guidelines of setting manufacturing cost of small ceramic factory were calculated by using normal costing. Due to the factory manufactured various products by using the same basic materials. Therefore, in allocating costs to products, so use an estimate of the expenses to the product which is to be used, the cost of raw materials and labor. The expense in the production section use estimate using the Plant wide Rate. the estimated expenses were divided into three parts; cost of direct materials, direct labor and manufacturing overhead. The rate of manufacturing overhead based on product volume. For example, the cost of 3-leg incense burner was 7.69 baht per each (unit). It divided into the cost of direct materials was 3.38 baht, the cost of direct labor was 2.22 and the cost of manufacturing overhead was 2.09 baht. The percentage showed that the direct materials was 43.95 %, the cost of direct labor was 28.87 % and the cost of manufacturing overhead was 27.18 %.

Keywords: Guidelines, Manufacturing Cost, Ceramic Factory

บทนำ

อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมพื้นฐานของไทยซึ่งจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากเป็นแหล่งสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือ โดยเฉพาะจังหวัดลำปาง ถือเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญในเขตพื้นที่ภาคเหนือ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีแหล่งแร่ดินขาวมากที่สุด ในประเทศไทยและมีคุณสมบัติเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นส่วนผสมของเนื้อดินปั้นในการทำเครื่องปั้นดินเผาที่ต้องการความขาว จึงเป็นอุตสาหกรรมที่จัดอยู่ในลักษณะอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มเพราะเป็นการแปรรูปวัตถุดิบในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม จึงได้มีการผลิตและจำหน่ายเซรามิกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตอำเภอเกาะคาที่มีการผลิตและจำหน่ายเซรามิกมากที่สุดในจังหวัดลำปางมีจำนวนโรงงานเซรามิก 65 แห่ง ส่วนใหญ่อยู่ในตำบลท่าผา ซึ่งมีโรงงานผลิตเซรามิก จำนวน 32 แห่ง และได้รับการส่งเสริมทั้งหน่วยงานระดับจังหวัด และหน่วยงานส่วนท้องถิ่นให้เป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจชุมชนและเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านอุตสาหกรรมชุมชน โดยโรงงานเซรามิกที่มีอยู่จำนวนมากถือเป็นแหล่งหัตถอุตสาหกรรมที่สร้างงานและรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง, 2557: ออนไลน์) แต่ในปัจจุบันสถานการณ์เซรามิกของจังหวัดลำปาง พบว่า โรงงานเซรามิกได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นต้นทุนการผลิตของค่าพลังงานเชื้อเพลิงและค่าจ้างแรงงานที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการเซรามิกขนาดเล็กส่วนใหญ่ต้องแบกรับต้นทุนทางการผลิตที่สูงขึ้น เพราะฉะนั้นการทำให้ต้นทุนการผลิตที่ต้องต่ำที่สุดโดยที่คุณภาพและคุณค่าในการใช้งานยังคงอยู่ภายใต้การยอมรับของลูกค้านั้น การคำนวณต้นทุนการผลิตจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเนื่องจากมูลค่าของต้นทุนที่ถูกต้องมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาขายและการเพิ่มกำไรให้แก่ผู้ผลิต ซึ่งถ้ามูลค่าของต้นทุนสินค้าไม่ถูกต้องอาจทำให้ผู้ประกอบการขาดทุนและต้องเลิกกิจการไปในที่สุด ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบปัญหาดังกล่าวจึงได้

มีการจัดการอบรม หัวข้อ การคิดต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรมเซรามิกเพื่อการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ขึ้นโดยเชิญอาจารย์คณะบัญชี วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี เป็นวิทยากรในการอบรมครั้งนี้

จากการให้บริการวิชาการดังกล่าว พบว่าผู้ผลิตที่มีความต้องการความรู้ในการคิดต้นทุนการผลิตจำนวน 9 ราย อยู่ในเขตตำบลท่าผา 7 ราย ซึ่งผู้ผลิตทุกรายไม่มีความรู้ด้านบัญชี ไม่มีการเก็บข้อมูลด้านการผลิต ทำให้ไม่ทราบต้นทุนการผลิตซึ่งส่งผลต่อการกำหนดราคาขาย รวมถึงไม่สามารถบริหารจัดการต้นทุนการผลิตได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็กที่มีคนงานไม่เกินแห่งละ 20 คน เพื่อเป็นแนวทางการคิดต้นทุนการผลิตให้มีความถูกต้อง นำไปใช้ในการปฏิบัติงานของผู้ผลิตซึ่งสามารถประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ต่อไป และพัฒนาผู้ผลิตดังกล่าวให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็ก ตำบลท่าผา อำเภอกะคา จังหวัดลำปาง

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีขอบเขต 4 ด้าน คือ

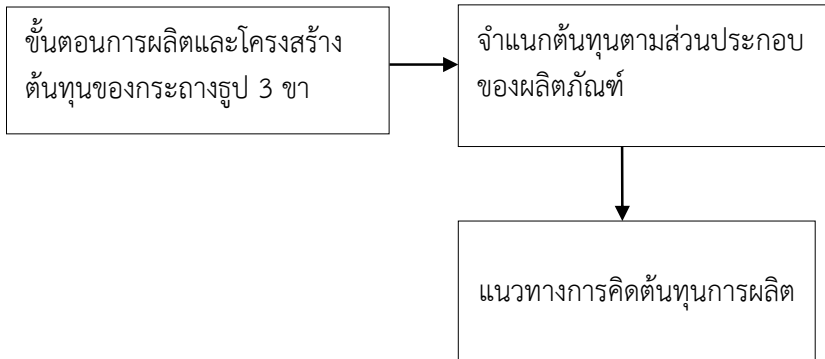
1. เนื้อหา เน้นประเด็นการมีส่วนร่วมหาแนวทางการคิดต้นทุนการผลิต
2. ระยะเวลาวิจัย จำนวน 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 ถึงเดือน

มิถุนายน 2558

3. พื้นที่ในการวิจัยคือ ตำบลท่าผา อำเภอกะคา จังหวัดลำปาง

4. ประชากรคือ โรงงานเซรามิกขนาดเล็กที่มีคนงานไม่เกิน 20 คนที่มีความต้องการความรู้ในการคิดต้นทุนการผลิตจากการเข้าร่วมอบรมกับศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จำนวน 7 โรงงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

มีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

1. วิเคราะห์สภาพการดำเนินงานของโรงงานเซรามิกที่มีความต้องการความรู้ในการคิดต้นทุนการผลิตทั้ง 7 โรงงาน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยเลือกผลิตภัณฑ์หลัก คือกระถางรูป 3 ขา ในการหาแนวทางการคิดต้นทุนการผลิต

2. ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคิดต้นทุนการผลิตซึ่งกล่าวถึงการจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2552: 17-21) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ประกอบด้วย

2.1 วัตถุดิบ (Materials) หมายถึง วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการผลิตสินค้าโดยสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1.1 วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตและสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิด

หนึ่งในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งมีลักษณะเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ และสำคัญที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้นๆ

2.1.2 วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึง วัตถุดิบหรือวัสดุต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมกับการผลิตสินค้า แต่ไม่ใช่วัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิต ในบางครั้งวัตถุดิบทางอ้อมอาจถูกเรียกว่า วัสดุโรงงาน ซึ่งจะถือเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตชนิดหนึ่ง

2.2 ค่าแรงงาน (Labor) หมายถึง ค่าจ้างหรือผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่คนงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้า ซึ่งอาจจ่ายในลักษณะตามชิ้นงาน รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือนโดยปกติค่าแรงงานจะถูกจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1 ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานต่างๆ ที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปโดยตรงซึ่งโดยปกติจะมีจำนวนค่าแรงงานที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้าหน่วยหนึ่งๆ และถือเป็นค่าแรงงานส่วนสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป

2.2.2 ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึง ค่าแรงงานของบุคคลที่ทำหน้าที่สนับสนุนการผลิต ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง ค่าแรงงานทางอ้อมเหล่านี้จะถือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการผลิต

2.3 ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายชนิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าในโรงงานเท่านั้น ซึ่งนอกเหนือจากวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง เช่น วัตถุดิบทางอ้อม ค่าแรงทางอ้อม ค่าใช้จ่ายในการผลิตทางอ้อมอื่น ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น และในการรวบรวมข้อมูลด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ (พัชนีจ เนาวพันธ์, 2555: 8-9) แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือระบบต้นทุนจริง (Actual Costing) คือระบบบัญชีที่ได้บันทึกต้นทุนการผลิตทุกชนิดตามที่เกิดขึ้นจริงทั้งหมดระหว่างงวด ซึ่งระบบนี้เป็นระบบที่รายงานผลการดำเนินงานในอดีต ระบบต้นทุนปกติ (Normal Costing) เป็นระบบต้นทุนที่สร้างขึ้นมานิยมใช้สำหรับกิจการที่ผลิตสินค้าหลาย

ชนิดโดยใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันดังนั้นเพื่อความสะดวกในการปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจึงได้ใช้วิธีการประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดและระบบต้นทุนมาตรฐาน (Standard Costing) เป็นระบบต้นทุนที่ต้องการให้กระบวนการทำงานทั้งองค์การเป็นไปอย่างมีมาตรฐานทั่วทั้งองค์การ จึงต้องมีการประมาณการต้นทุนที่จะใช้ในการดำเนินงานล่วงหน้า เป็นเครื่องมือในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเมื่อวันสิ้นงวดว่าการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้ได้หรือไม่

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์โดยใช้สำหรับเก็บข้อมูลทั่วไปของโรงงานเซรามิก รวมถึงขั้นตอนการผลิตของกระถางรูป 3 ขา เพื่อนำมาใช้ประกอบในการคิดต้นทุนการผลิต และ แบบฟอร์มบันทึกรายละเอียดต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่ออธิบายถึงขั้นตอนการผลิตและโครงสร้างต้นทุนของกระถางรูป 3 ขา ส่วนข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบฟอร์มบันทึกรายละเอียดต้นทุนการผลิต โดยจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะประกอบด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต จะนำมาคำนวณหาต้นทุนการผลิต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมีวิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย อาทิ การสัมภาษณ์ และการออกแบบฟอร์มการบันทึกรายละเอียดต้นทุนการผลิตเกี่ยวกับ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยให้ความรู้แก่ผู้ผลิตเซรามิกแต่ละแห่ง เพื่อนำแบบฟอร์มไปใช้ในการบันทึกในช่วงเดือนมกราคม 2558 ถึง เดือนมิถุนายน 2558 และรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากผู้ผลิตเซรามิก มาจัดทำเป็นแนวทางการคิดต้นทุนการผลิต

ผลการวิจัย

ผลของการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตและโครงสร้างต้นทุนของกระถางรูป 3 ขา จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิตเซรามิกที่มีความต้องการความรู้ในการคิดต้นทุนการผลิต ที่อยู่ในเขตตำบลท่าผา อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง จำนวน 7 ราย เกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตและโครงสร้างต้นทุนของกระถางรูป 3 ขา พบว่า ขั้นตอนการผลิตประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมวัตถุดิบขึ้นรูป การผลิตกระถางรูป 3 ขา นั้น ดินถือเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ใช้ในการผลิตเซรามิก ผู้ผลิตซื้อดินจากพ่อค้าคนกลาง เมื่อผู้ผลิตได้ดินที่ซื้อมาแล้ว จะทำการเตรียมน้ำดิน หรือที่เรียกว่า Slip น้ำดินประกอบด้วยดินขาว ดินดำมาปั่นจนผสมกับน้ำ และ โซเดียม ในถังปั่นดินซึ่งมีแกนกลางเป็นเพลาลูกกลิ้งหมุนรอบถังทำให้เนื้อดินผสมกับน้ำเป็นเนื้อเดียวกันจนเป็นน้ำโคลนที่มีลักษณะข้นเหลว

ขั้นตอนที่ 2 การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ ทำการขึ้นรูปด้วยการหล่อน้ำดินลงในแบบพิมพ์ เป็นขั้นตอนในการนำน้ำดินที่ได้จากขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ เทลงในแบบพิมพ์ปูนพลาสเตอร์ เมื่อทิ้งน้ำดินไว้ระยะเวลาหนึ่ง จนได้ความหนาของชิ้นงานตามต้องการ เทน้ำดินกลับคืน ปล่อยทิ้งให้เนื้อดินแข็งตัว ประมาณ 1-2 วันจากนั้นจึงแกะชิ้นงานออกจากแบบพิมพ์ปูนพลาสเตอร์ ผึ่งลมให้แห้ง จะได้ผลิตภัณฑ์ตามแบบที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 3 การตกแต่งและเช็ดน้ำเป็นขั้นตอนในการนำผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นรูปเสร็จแล้ว มาตกแต่งรอยตะเข็บต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยใบเลื่อย ให้ผิวเรียบพร้อมทั้งทำการเช็ดด้วยฟองน้ำตกแต่งผิวดินให้มีความเรียบร้อยและสวยงาม หลังจากนั้นจะนำผลิตภัณฑ์ไปผึ่งลมอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 4 การวาดลาย เป็นขั้นตอนในการนำผลิตภัณฑ์ที่แห้งแล้วมาทำการวาดลวดลายตามแบบที่ต้องการด้วยฟู่กัน สีส้มที่ใช้มีส่วนประกอบของสีผงสี น้ำเงิน ดินอังกฤษ น้ำยาเคลือบผสมสี และน้ำ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตพบว่า

อัตราส่วนในการผสมให้เกิดเป็นสีที่ใช้วาดลายนั้นแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันส่วนใหญ่จะใช้สีผงต่อดินอังกฤษในอัตราส่วน 1:2

ขั้นตอนที่ 5 การชุบเคลือบ เป็นขั้นตอนในการนำผลิตภัณฑ์ที่วาดลายแล้วมาทำการชุบน้ำยาเคลือบที่ซื้อสำเร็จรูปพร้อมใช้งานได้ทันที และระหว่างการชุบน้ำยาเคลือบต้องทำการควบคุมความหนาของผิวเคลือบให้ได้มาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 6 การเผาเคลือบ เพื่อให้สีน้ำยาเคลือบหลอมเป็นเนื้อแก้วติดแน่นอยู่บนผิวผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนในการนำเอาผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการชุบเคลือบมาจัดเรียงในเตาเผาซึ่งในการเผาแต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 8-10 ชั่วโมง ใช้แก๊สเป็นเชื้อเพลิงในการเผา ด้วยอุณหภูมิประมาณ 1,250 องศาเซลเซียส โดยเตาเผา 1 เตา จะใช้แก๊สถึงละ 48 กิโลกรัม จำนวน 2.5 ถึง

ขั้นตอนที่ 7 การบรรจุ นำผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปหุ้มด้วยหนังสือพิมพ์เพื่อป้องกันการเสียหายแล้วนำไปบรรจุในเชิงปิดฝาเรียบร้อย พร้อมส่งให้ลูกค้า

ส่วนโครงสร้างต้นทุนของกระถางรูป 3 ขา จำแนกตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้

วัตถุดิบ ประกอบไปด้วย น้ำดิน สีผสม น้ำยาชุบเคลือบ และค่าแก๊ส

ค่าแรงงาน แบ่งตามกระบวนการผลิตได้เป็น ค่าแรงรายชิ้นและค่าแรงงานรายวัน ค่าแรงงานที่รับเหมาเป็นรายชิ้น คือ ขั้นตอนเตรียมวัตถุดิบ ซึ่งมีการรับเหมาในการเตรียมน้ำดิน ขั้นตอนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์โดยการหล่อน้ำดินลงในแบบพิมพ์ พร้อมแกะชิ้นงานออกจากแบบพิมพ์ ขั้นตอนการตกแต่งและเช็ดน้ำ และขั้นตอนการวาดลาย ส่วนค่าแรงงานเป็นรายวัน คือขั้นตอนการชุบเคลือบ ขั้นตอนการเผาเคลือบ และ ขั้นตอนการบรรจุ

ค่าใช้จ่ายในการผลิต ประกอบไปด้วย ค่าเสื่อมราคาอาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์และยานพาหนะ ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมเครื่องจักร วัสดุสิ้นเปลือง ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมัน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต

แนวทางการคำนวณต้นทุนการผลิตของกระถางรูป 3 ขา ซึ่งได้ข้อมูลมาจากแบบฟอร์มการบันทึกรายละเอียดต้นทุนการผลิต ประกอบไปด้วยวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยมีวิธีการคำนวณต้นทุนได้ดังนี้

วัตถุดิบทางตรงคือวัตถุดิบหลักที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิตซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายจะใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นส่วนผสมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นวิธีการคำนวณต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิต สามารถคำนวณได้จาก

$$= \frac{\text{ต้นทุนที่ใช้ต่อครั้งในการผลิต}}{\text{จำนวนที่ผลิตได้ต่อครั้ง}}$$

ส่วนค่าแก๊สถือเป็นวัตถุดิบทางตรงเพราะมีลักษณะเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่และสำคัญที่ใช้ในการผลิตสินค้า

จากการวิจัยพบว่าต้นทุนวัตถุดิบในการผลิตกระถางรูป 3 ขา มีต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 3.38 บาทต่อชิ้น รายละเอียดมีดังนี้ น้ำดินมีต้นทุนต่อหน่วย 0.69 บาท สีผสมมีต้นทุนต่อหน่วย 0.44 บาท น้ำยาชุบเคลือบมีต้นทุนต่อหน่วย 0.22 บาท และค่าแก๊สมีต้นทุนต่อหน่วย 2.03 บาท

ค่าแรงงานทางตรง คือ ค่าจ้างแรงงานแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ค่าแรงงานที่รับเหมาเป็นรายชิ้นและค่าแรงงานเป็นรายวันสามารถคำนวณได้จาก

$$= \frac{\text{ค่าแรงงานรายวัน}}{\text{จำนวนที่ผลิตได้ต่อวัน}}$$

ค่าแรงงานของการผลิตกระถางรูป 3 ขา มีต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 2.22 บาทต่อชิ้น ซึ่งสามารถแบ่งตามกระบวนการผลิตได้ ดังนี้ ขั้นตอนเตรียมวัตถุดิบมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.04 บาท ขั้นตอนการขึ้นรูปมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.50 บาท ขั้นตอนการตกแต่งและเช็ดน้ำมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.60 บาท ขั้นตอนการวาดลายมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.50 บาท ขั้นตอนการชุบเคลือบมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.23 บาท ขั้นตอนการเผาเคลือบมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.28 บาท และขั้นตอนการบรรจุมีค่าแรงงานต่อชิ้นเท่ากับ 0.07 บาท

ค่าใช้จ่ายในการผลิต เนื่องจากเครื่องมือและอุปกรณ์ทุกชนิดสามารถใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์ตัวอื่นได้ ซึ่งยากต่อการแบ่งแยกต้นทุนได้ชัดเจนจึงใช้การประมาณการจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์โดยใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตอัตราเดียว ใช้เกณฑ์การปันส่วนตามปริมาณการผลิตสามารถคำนวณได้จาก

$$= \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อปี}}{\text{ปริมาณการผลิตต่อปี}}$$

ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่อหน่วยในการผลิตกระถางรูป 3 ขา เท่ากับ 2.09 บาทต่อหน่วยต้นทุนการผลิตกระถางรูป 3 ขา เท่ากับ

$$\begin{aligned} &= \text{วัตถุดิบทางตรง} + \text{ค่าแรงงานทางตรง} + \text{ค่าใช้จ่ายในการผลิต} \\ &= 3.38 + 2.22 + 2.09 \\ &= 7.69 \end{aligned}$$

สรุปการวิจัย

แนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็ก สามารถคำนวณโดยใช้ระบบต้นทุนปกติ (Normal Costing) เนื่องจากผู้ผลิตมีการผลิตสินค้าหลายชนิดโดยใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันไม่สามารถทราบต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตที่จะใช้จริงได้ ดังนั้นเพื่อความสะดวกในการปันส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิต

ให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจึงได้ใช้วิธีการประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะใช้ต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงงานที่เกิดขึ้นจริงส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตใช้การประมาณการจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตเป็นต้นทุนผลิตภัณฑ์โดยใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตอัตราเดียว ใช้เกณฑ์การปันส่วนตามปริมาณการผลิตซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นต้นทุนการผลิตของกระถางรูป 3 ขา เท่ากับ 7.69 บาทต่อชิ้น คิดเป็นต้นทุนวัตถุดิบทางตรงร้อยละ 43.95 ค่าแรงงานทางตรง ร้อยละ 28.87 และค่าใช้จ่ายในการผลิตร้อยละ 27.18

อภิปรายผล

แนวทางการคิดต้นทุนการผลิตแบ่งได้ตามองค์ประกอบของการคำนวณต้นทุนการผลิต คือวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนฤมล เต็มมา (2553: 44) และ รุ่งดาว แสนทอน (2554: 50) พบว่าการคำนวณต้นทุนการผลิตของกระถางรูป 3 ขาได้กำหนดให้ค่าแก๊สถือเป็นวัตถุดิบทางตรงเพราะมีลักษณะเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ และสำคัญที่ใช้ในการผลิตสินค้า รวมถึงการใช้ระบบต้นทุนปกติ (Normal Costing) ซึ่งจะใช้ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรงที่เกิดขึ้นจริงส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตใช้การประมาณการ และ เนื่องจากผู้ผลิตมีการผลิตสินค้าหลายชนิดโดยใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกันไม่สามารถทราบต้นทุนค่าใช้จ่ายการผลิตที่จะใช้จริงได้ตั้งนั้นเพื่อความสะดวกในการปันส่วนค่าใช้จ่ายในการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจึงได้ใช้อัตราค่าใช้จ่ายการผลิตอัตราเดียว โดยใช้เกณฑ์การปันส่วนตามปริมาณการผลิตประมาณการค่าใช้จ่ายการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งดาว แสนทอน (2554: 59) และ นฤมล เต็มมา (2553: 46) ที่สรุปว่าการปันส่วนค่าใช้จ่ายการผลิตโดยชั่วโมงการผลิตเป็นฐานในการปันส่วน

ข้อเสนอแนะ

1. ในการสั่งซื้อวัตถุดิบของผู้ผลิตแต่ละรายมีราคาไม่เท่ากัน ผู้ผลิตควรมีการรวมกลุ่มกันในการสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อให้ได้ในราคาที่ต่ำ ซึ่งทำให้ลดต้นทุนในส่วนนี้ได้
2. ควรมีการจดบันทึกรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอย่างสม่ำเสมอเพื่อการรวบรวมข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องแนวทางการคิดต้นทุนการผลิตของโรงงานเซรามิกขนาดเล็ก ตำบลท่าผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์จาก ดร.จักรพันธ์ พรนิมิต อธิการบดีวิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยี และ ดร.กรวิก พรนิมิตร รองอธิการบดีวิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยีลำปาง ที่ให้งบประมาณในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้ รองศาสตราจารย์ ดร. บุญทวรรณ วิงวอน ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ผลิตในโรงงานสาธิตเซรามิก โรงงานสุขแก้วเซรามิก โรงงานชัยภูมิเซรามิก โรงงานสวนเหนือเซรามิก โรงงานสายันต์เซรามิก โรงงานบารมีเซรามิก และโรงงานหนุ่มเซรามิก ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการงานวิจัยนี้สำเร็จด้วยดี ผู้เขียนขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- นฤมล เตมา. (2553). แนวทางการคำนวณต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพร โรงพยาบาลบ้านตาก. การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชนีจ เนาวพันธ์. (2555). การบัญชีต้นทุน หลักการและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.

รุ่งดาว แสนทอน. (2554). **ต้นทุนและผลตอบแทน การผลิตเครื่องใช้เซรามิกชุดตราไก่ของหมู่บ้านท่องเที่ยวโอท็อปเซรามิก บ้านศาลาเม็ง อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าแบบอิสระ** วิทยาลัยมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง. (2557). **รายชื่อโรงงานเซรามิก จังหวัดลำปาง. (ออนไลน์).** สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2557.

จาก <http://ceramiccenter.dip.go.th/>

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). **การบัญชีต้นทุน: แนวคิดการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์และการบันทึกบัญชี.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอฮิล.

การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร

Business Operation Based on the Sufficiency Economy Philosophy and the Marketing Factors which Affect to Decision Making of Buying the Community Enterprise of Kamphaeng Phet Province

เพชรรา บุตสีทา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร แหล่งข้อมูลประกอบด้วย ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน 246 กลุ่ม ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของกลุ่มฯ 323 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ผลการวิจัยพบว่า 1) ดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการตลาด การบริหารจัดการ การผลิต การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการนำเอาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้านการลดรายจ่ายมาใช้ในการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายองค์ประกอบได้ ร้อยละ 67.31 จัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบคือ 2.1) การส่งเสริมการตลาด 2.2) ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางจัดจำหน่าย 2.3) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและ 2.4) การจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การดำเนินธุรกิจ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วิสาหกิจชุมชน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
dr.aung1962@outlook.co.th

Abstract

This research aimed to investigate 1) The business operating conditions of the community enterprise 2) Marketing factors affecting the purchase of products. This research used the Research and Development methodology to investigate in all aspects. Data sources consisted of SME entrepreneurs 246 group and customer 323 persons. The statistics used in this study consisted of the percentage and the mean by extracting elements (Factor Extraction). The findings indicated that 1) Implementation of the community enterprise has adopted Sufficiency Economy Philosophy in operation: marketing, management, production, financing, human resource, product development and Sufficiency Economy Philosophy 2) Market factors affecting the purchase of products, the element was 67.31 percent and the elements were divided into 4 groups, namely 2.1) Marketing Promotion 2.2) Prices and products distribution facility 2.3) The local knowledge and 2.4) Exhibition of products and products presentations.

Keywords: Business operation, Sufficiency Economy Philosophy, Community enterprise, Marketing Mix

บทนำ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีกระแสพระราชดำรัสให้ผู้บริหารประเทศและประชาชน เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาที่สมดุล มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้น ไม่เน้นเพียงการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วมาเป็นเวลานานแล้ว เช่น พระบรมราโชวาทเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2517 ที่ว่า " ในการพัฒนาประเทศนั้นจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น เริ่มด้วยการสร้างพื้นฐาน คือความมีกินมีใช้ของประชาชนก่อน ด้วยวิธีการที่ประหยัดระมัดระวัง แต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อพื้นฐานเกิดขึ้นมั่นคงพอควรแล้ว...." การช่วยเหลือสนับสนุนประชาชนในการประกอบอาชีพและตั้งตัวให้มีความพอกินพอใช้ก่อนอื่นเป็นพื้นฐานนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอ ที่

จะพึ่งตนเองย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าระดับที่สูงขึ้นต่อไปได้โดยแน่นอน ส่วนการถือหลักที่จะส่งเสริมความเจริญ ให้อยู่เป็นค่อยไปตามลำดับด้วยความรอบคอบระมัดระวังและประหยัดนั้น ก็เพื่อป้องกันการผิดพลาดล้มเหลว" และพระราชดำรัสเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2517 "...ให้เมืองไทยอยู่แบบพอยู่พอกิน ไม่ใช่ว่าจะรุ่งเรืองอย่างยอดแต่่ามีความพอยู่พอกิน มีความสงบเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ถ้าเรารักความพอยู่พอกินนี้ได้ เราก็จะยอดยิ่งยวด....." ดังนั้นปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็น ที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ (ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2551: 179)

รัฐบาลได้มีนโยบายพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชน ผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นวิสาหกิจชุมชน วิธีการแบบนี้เป็นการให้โอกาสแก่ชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมชุมชน นำมาปรับหรือพัฒนาให้เกิดมูลค่า ส่งเสริมให้ชุมชนในระดับรากหญ้าได้รู้จักตนเอง เรียนรู้ตนเอง เรียนรู้ชุมชนได้เห็นความสำคัญของศักยภาพคน ศักยภาพชุมชน ค้นหาทุนทางสังคม จนพัฒนามาเป็นแผนแม่บทของชุมชนนั้น ๆ แนวคิดในการพัฒนาวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง โดยการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืนเป็นแนวทางหนึ่ง ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักพัฒนาชุมชน เนื่องจากชุมชนได้ร่วมคิดร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ตลอดจนรับผลประโยชน์ร่วมกัน ทำให้สร้างพลังในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ที่เน้นกระบวนการ ส่งเสริมให้ชุมชนมีความรัก ความเมตตา เพื่อสร้างพลังสร้างสรรค์ในชุมชน รวมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากการทำงานด้วยกัน ทำให้การพัฒนาชุมชนประสบผลสำเร็จได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553: 24)

ในปี 2556 จังหวัดกำแพงเพชรได้อนุมัติการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 635 แห่ง 12,276 ราย จำแนกประเภทกิจกรรมการผลิตและบริการ รวม 20 ประเภท ประกอบด้วยผลิตพืช ปศุสัตว์ ประมง แปรรูป ผ้าทอและเสื้อผ้า เครื่องจักสาน ดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องจักรกล ของชำร่วย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องไม้เฟอร์นิเจอร์ เครื่องหนัง ปัจจัยการผลิต เครื่องปั้น ร้านค้าชุมชน ออมทรัพย์ชุมชน สุขภาพและอื่น ๆ (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม 2556) วิสาหกิจชุมชนดังกล่าวข้างต้นได้ผ่านการประเมินศักยภาพและจัดลำดับชั้น เพื่อการส่งเสริมและการพัฒนา ปรากฏว่ามีจำนวนกลุ่มที่อยู่ในระดับชั้นดี จำนวน 100 กลุ่ม ระดับปานกลาง จำนวน 250 กลุ่ม และระดับที่ต้องปรับปรุงพัฒนา จำนวน 285 กลุ่ม หรือคิดเป็นร้อยละ 15.80 , 39.40 และร้อยละ 44.80 ตามลำดับ (เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร, 2556: 1) และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย กลุ่มยังไม่เข้มแข็ง และพึ่งตนเองได้เท่าที่ควร กำลังการผลิตสินค้ายังไม่เพียงพอกับความสามารถในการผลิต ตลาดสำหรับการจำหน่ายสินค้ามีช่องทางจำกัด ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การตลาด การพัฒนาการผลิตให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด สมาชิกภายในกลุ่มขาดความร่วมมืออย่างแท้จริง ขาดเครือข่ายความร่วมมือจากภายนอกกลุ่มวิสาหกิจ (เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร, 2556: 12)

ดังนั้นการจัดการการตลาดวิสาหกิจชุมชนบนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงดังที่ ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ (มติชนรายวัน, 2550) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้วยยุทธศาสตร์การตลาดยุคใหม่ ว่า “ความพอประมาณ” หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณและพอดี “ความมีเหตุผล” หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียง จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างรอบคอบ “การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว” หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบ และการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งสั้นและยาว “เงื่อนไขความรู้” ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้น มาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน

และมีความระมัดระวังในชั้นปฏิบัติ และ “เงื่อนไขคุณธรรม” ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต ไม่โลภและไม่ตระหนี่จนเกินไป สภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะเป็นข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนา การดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีการส่งเสริมให้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบวิสาหกิจชุมชน ให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และผลกระทบของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ด้วยการส่งมอบความพึงพอใจให้ลูกค้า เพื่อรักษาหรือพัฒนาวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และสังคมให้ดียิ่งขึ้น ธุรกิจที่ดำเนินงานตามแนวคิดนี้จึงต้องเข้าถึงความรู้สึกและจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย ประกอบกับต้องมีความตั้งใจจริงและมุ่งมั่นที่จะรับผิดชอบ เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมาย และสังคมได้รับความพึงพอใจ และความบริบูรณ์พูนสุขในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูลประกอบด้วย ประธาน รองประธาน หรือ ผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชรที่ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ

ยามาเน่ ทาโร ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 จำนวน 246 กลุ่ม (เพชรา บุตสีทา, 2553: 155) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามประเภทผลิตภัณฑ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการดำเนินงานภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่ สภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร

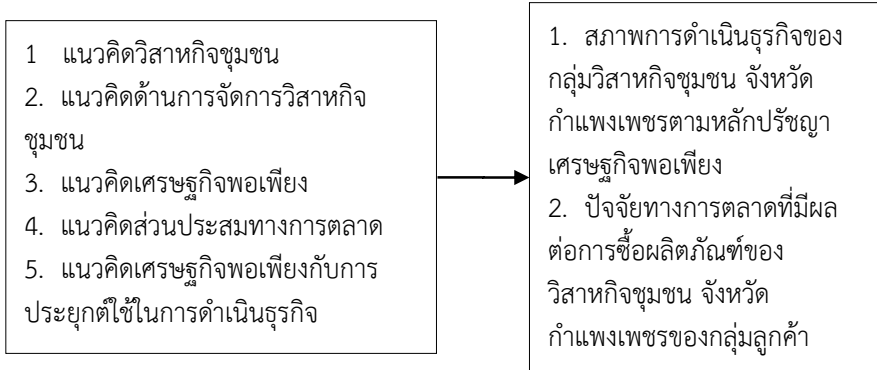
ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรของกลุ่มลูกค้า

ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล คือ ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร โดยผู้วิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ โคชเรน (Cochran, 1953, อ้างจาก ยุทธ ไกยวรรณ, 2548: 77) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเนื่องจากกลุ่มลูกค้ามาจากภายในจังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดอื่นๆ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ร้อยละ 30 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 323 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Selection)

ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) ช่องทางการจำหน่าย 4) การส่งเสริมการจำหน่าย

ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่ องค์ประกอบของปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แหล่งข้อมูลประกอบด้วย ประธาน รองประธาน หรือ ผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกำแพงเพชรที่ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ยามาเน่ ทาโร ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 จำนวน 246 กลุ่ม (เพชรา บุคสีทา, 2553: 155) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ตามประเภทผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ และร้อยละ

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรของกลุ่มลูกค้า

แหล่งข้อมูล คือ ลูกค้าของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร โดยผู้วิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ โคชเรน (Cochran, 1953, อ้างจาก ยุทธ ไกยวรรณ, 2548: 77) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเนื่องจากกลุ่มลูกค้ามาจากภายในจังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดอื่นๆ ผู้วิจัยจึง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากร ร้อยละ 30 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 323 คนและใช้การสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental Selection) ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบจัดอันดับ (Rating Scale) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์องค์ประกอบโดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Components Method) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบออร์โธกอนอล (Orthogonal) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เป็นอิสระด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) พิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญ โดยใช้เกณฑ์ตามค่าไอเกนมากกว่าหรือเท่ากับ 1.0 และมีตัวแปรที่บรรยายองค์ประกอบนั้น ๆ ตั้งแต่ 3 ตัวแปร ขึ้นไปโดยในแต่ละ ตัวแปรนั้นต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551: 88)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร

ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่มีการวางแผนด้านการตลาด ร้อยละ 66.66 ความต่อเนื่องของตลาดส่วนใหญ่ มีทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่สั่งซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 75.60 ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประจำส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในจังหวัด ร้อยละ 68.29 หาลูกค้าเองโดยใช้กิจกรรมส่งเสริมการขาย ร้อยละ 52.03 ประเภทของช่องทางจำหน่ายสินค้า / ให้บริการเป็นร้านค้าของตนเอง ร้อยละ 45.52 ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้า/บริการ ร้อยละ 58.53

ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีการวางแผนด้านการบริหารจัดการ ร้อยละ 56.09 การแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบงาน ใช้การแบ่งงานตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์ 63.82 เครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมและติดตามการทำงาน ส่วนใหญ่เป็นคุณภาพงาน ร้อยละ 55.28 เป้าหมายในการดำเนินงาน คือสามารถพึ่งตนเองได้ ร้อยละ 77.23 มีรายได้ช่วยเหลือครอบครัว ร้อยละ 75.60 ไม่มีการทบทวนและปรับปรุงแผนด้านการบริหารจัดการ ร้อยละ 54.87

ด้านการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีการวางแผนด้านการผลิต ร้อยละ 55.28 การจัดการวัตถุดิบโดยซื้อคราวละมากๆ มูลค่าสูง ไม่ถี่ ร้อยละ 48.78 ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบในจังหวัดทั้งหมด ร้อยละ 58.94 ใช้เกณฑ์คุณภาพในการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบ ร้อยละ 68.70 มีวัตถุดิบคงคลัง ร้อยละ 58.13 จัดการวัตถุดิบคงคลังโดยมีการเช็คสต็อกเมื่อวัตถุดิบใกล้หมดจึงสั่งซื้อ ร้อยละ 47.96 ตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าโดยตรวจสอบผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น ร้อยละ 55.69 มีวิธีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานโดยนำกลับไปแก้ไขจนได้มาตรฐาน ร้อยละ 42.68 มีจำนวนสมาชิกหรือลูกจ้าง ต่ำกว่า 20 คน ร้อยละ 69.10 สมาชิกหรือลูกจ้างมีความเพียงพอ ร้อยละ 76.01

ด้านการการเงิน พบว่า มีการจัดสรรเงินทุนหมุนเวียน มากที่สุด ร้อยละ 73.98 การจัดสรรเงินทุนหมุนเวียนเป็นค่าวัตถุดิบ ร้อยละ 64.63 แหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานมาจากเจ้าของกิจการ ร้อยละ 45.12 สิ่งที่ใช้ในการพิจารณาจัดหาหรือได้มาซึ่งเงินทุนคือ การมีส่วนร่วมของสมาชิก ร้อยละ 45.93 ลักษณะของสัดส่วนของเงินทุนกับรายได้ ส่วนใหญ่มีเงินทุนและรายได้พอๆ กัน ร้อยละ 41.05 มีการจัดสรรเงินกำไร ร้อยละ 53.25 มีการจัดทำบัญชี ร้อยละ 74.40 ผู้ที่ทำหน้าที่ในการจัดทำบัญชีและการเงินส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 47.54 ไม่มีการกู้ยืมเงิน ร้อยละ 75.20 ถ้าจะกู้ยืมเงินส่วนใหญ่ใช้บุคคลค้ำ ประกันการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ร้อยละ 63.93 มีหนี้สินค้างชำระ ร้อยละ 50.81 หนี้สินระยะยาวค้างชำระ ร้อยละ 67.20 ส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญ ร้อยละ 87.80

ด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า มีจำนวนสมาชิก/ลูกจ้างมีความเพียงพอ ร้อยละ 79.27 กำหนดคุณสมบัติของสมาชิก/ลูกจ้างใช้เกณฑ์ความสามารถ ร้อยละ 33.44 เกณฑ์ประสบการณ์ ร้อยละ 20.90 กำหนดอัตราค่าตอบแทนของสมาชิก/ลูกจ้าง ตามความสามารถ ร้อยละ 30.48 ตามจำนวนงานที่ทำ ร้อยละ 20.73 จัดให้มีการอบรมสมาชิก/ลูกจ้าง ร้อยละ 58.53 มีการให้สวัสดิการสมาชิก/ลูกจ้าง ร้อยละ 52.03 ไม่มีภาวะความขัดแย้งในการทำงาน ร้อยละ 71.14 มีการจูงใจสมาชิกหรือลูกจ้างทำงาน ร้อยละ 62.20

ด้านการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้านการลดรายจ่ายมาใช้ในการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ การประหยัด การ

เรียนรู้ การอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านจิตใจ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ลูกคามีประสบการณ์ การซื้อผลิตภัณฑ์ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร มากที่สุด ร้อยละ 48.91 รองลงมา พืช ร้อยละ 31.26 และของชำร่วย /ของที่ระลึก ร้อยละ 24.45 ซื้อเพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 50.77 ปัญหาที่พบเมื่อท่านซื้อผลิตภัณฑ์ของจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่คือ สถานที่ตั้งไม่สะดวก ร้อยละ 39.33 ราคาผลิตภัณฑ์แพง ร้อยละ 33.12 ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของจังหวัดกำแพงเพชรอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 48.00

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภาพรวม ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของ วิสาหกิจชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์	3.37	.70	ปานกลาง
ด้านราคา	3.26	.76	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.16	.83	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.22	.78	ปานกลาง
รวม	3.25	.72	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกำแพงเพชรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.25) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกๆปัจจัยมีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง คือ ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 3.37) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย = 3.26) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.16) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.22)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าความร่วมกัน (Communalilty) ของตัวแปรในปัจจัยทางการตลาดรายชื่อ

ตัวแปรที่	Communalilty	ตัวแปรที่	Communalilty
c1	0.717	c16	0.719
c2	0.683	c17	0.689
c3	0.699	c18	0.588
c4	0.420	c19	0.617
c5	0.583	c20	0.698
c6	0.600	c21	0.548
c7	0.614	c22	0.685
c8	0.660	c23	0.510
c9	0.583	c24	0.461
c10	0.721	c25	0.555
c11	0.545	c26	0.824
c12	0.439	c27	0.773
c13	0.575	c28	0.794
c14	0.399	c29	0.763
c15	0.712		

จากตารางที่ 2 แสดงค่าความร่วมกัน (Communalilty) พบว่า ค่าความร่วมกัน ซึ่งเป็นผลรวมของสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบร่วมในแต่ละตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.399 ถึง 0.824 หรือเป็นสัดส่วนของตัวแปรที่มีค่าร่วมกันกับองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งแปลว่าตัวแปรแต่ละตัววัดกลุ่มขององค์ประกอบร่วมกันจากร้อยละ 39 ถึงร้อยละ 82

ตารางที่ 3 แสดงค่าไอเกน (Eigen value) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance)

Factor	Eigen value	Pct of Var	Cum Pct
1	14.710	50.724	50.724
2	1.961	6.763	57.487
3	1.735	5.984	63.471
4	1.114	3.842	67.313

จากตารางที่ 3 แสดงค่าไอเกน (Eigen value) ค่าร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน (Accumulative Percentage of Variance) ขององค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ที่ว่าองค์ประกอบสำคัญนั้นต้องมีค่าไอเกนมากกว่าหรือเท่ากับ 1 และมีตัวแปรที่บรรยายองค์ประกอบนั้น ๆ ตั้งแต่ 3 ตัวแปรขึ้นไป โดยแต่ละตัวแปรนั้นต้องมีน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (อุทุมพร จามรมาน, 2532: 118) พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 มีอยู่ 4 ค่า คือมีค่าตั้งแต่ 1.114 ถึง 14.710 แสดงว่า ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร จัดเป็นองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบ เมื่อพิจารณาค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละสะสมของความแปรปรวน จะพบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายองค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร ได้ร้อยละ 67.31

ตารางที่ 4 แสดงองค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนักองค์ประกอบ
c20	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	0.771
c19	มีเอกสารเผยแพร่ตัวสินค้าและสรรพคุณของสินค้า	0.712
c22	มีการลดราคาสินค้า	0.669
c25	จัดให้มีของแถม	0.639
c21	การให้บริการของผู้ขาย	0.631
c23	มีการแจกสินค้าให้ทดลอง	0.615
c24	มีผู้แนะนำให้ซื้อ	0.497
ค่าไอเกน		14.710
ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนร้อยละ		50.724

จากตารางที่ 4 องค์ประกอบที่ 1 เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.497 ถึง 0.771 มาจากปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด” องค์ประกอบนี้มีค่าไอเกนเท่ากับ 14.710 คิดเป็นร้อยละ 50.724 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่าง ๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร เมื่อเปรียบเทียบค่าไอเกนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1

ตารางที่ 5 แสดงองค์ประกอบที่ 2 องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และสถานที่จำหน่าย

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนักองค์ประกอบ
c8	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สวยงาม	0.721
c3	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีคุณภาพ	0.684
c11	มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	0.643
c18	สถานที่จัดจรมีความสะดวก	0.572

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ
c7	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีความแปลกใหม่	0.567
c15	สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ	0.553
c2	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีรูปแบบที่หลากหลาย	0.523
c4	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	0.504
c12	มีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน	0.474
c13	ราคาต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับซื้อที่อื่น	0.456
ค่าไอเกน		1.961
ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนร้อยละ		6.763

จากตารางที่ 5 องค์ประกอบที่ 2 เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 10 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.456 ถึง 0.721 มาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และสถานที่จำหน่าย จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และสถานที่จำหน่าย” องค์ประกอบ มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.961 คิดเป็นร้อยละ 6.763 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่าง ๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 2

ตารางที่ 6 แสดงองค์ประกอบที่ 3 องค์ประกอบด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ
c28	ช่วยส่งเสริมธุรกิจของจังหวัดกำแพงเพชร	0.805
c26	สนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น	0.791
c27	สืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี ของจังหวัดกำแพงเพชร	0.777
c29	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรเป็นของที่ระลึก	0.756
c5	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีความปลอดภัยจากสารปนเปื้อน	0.410
ค่าไอเกน		1.735
ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนร้อยละ		5.984

จากตารางที่ 6 องค์ประกอบที่ 3 เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.410 ถึง 0.805 มาจากปัจจัยด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น” องค์ประกอบมีค่าไอเกนเท่ากับ 1.735 คิดเป็นร้อยละ 5.984 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของ ตัวแปรต่าง ๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร เมื่อเปรียบเทียบกับค่าไอเกนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 7 แสดงองค์ประกอบที่ 4 องค์ประกอบด้านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์

ตัวแปร	ข้อความ	น้ำหนัก องค์ประกอบ
c16	การจัดวางสินค้าของสถานที่จำหน่าย	0.608
c17	การตกแต่งร้านจัดจำหน่ายสินค้า	0.503
c10	ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	0.487
c6	สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีความทนทาน เก็บรักษานาน	0.469
c9	ชื่อเสียงของผู้ผลิต / แหล่งผลิต สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชร	0.451
c14	สามารถต่อรองราคาได้	0.364
ค่าไอเกน		1.114
ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนร้อยละ		3.842

จากตารางที่ 7 องค์ประกอบที่ 4 เป็นองค์ประกอบที่บรรยายได้ด้วยตัวแปรสำคัญ 6 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.364 ถึง 0.608 มาจากปัจจัยด้านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ จึงเรียกองค์ประกอบนี้ว่า “องค์ประกอบด้านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์” องค์ประกอบมีค่าไอเกนเท่ากับ 1.114 คิดเป็นร้อยละ 3.842 ของความแปรปรวนทั้งหมด แสดงถึงอำนาจของตัวแปรต่าง ๆ ได้ร่วมกันกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร เมื่อ

เปรียบเทียบค่าไอเกนกับองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ องค์ประกอบนี้มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 4

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร ได้องค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรได้ ร้อยละ 67.31 องค์ประกอบที่มีตัวแปรร่วมมากที่สุด คือ องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ องค์ประกอบด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่ายองค์ประกอบด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์

สรุปการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) ดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการตลาด การบริหารจัดการ การผลิต การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการนำเอาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้านการลดรายจ่ายมาใช้ในการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายองค์ประกอบได้ ร้อยละ 67.31 จัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบตามลำดับของค่าน้ำหนักขององค์ประกอบคือ 2.1) การส่งเสริมการตลาด 2.2) ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางจัดจำหน่าย 2.3) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและ 2.4) การจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร ไม่มีการวางแผนด้านการตลาด ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประจำส่วนใหญ่เป็นลูกค้าภายในจังหวัด ช่องทางจำหน่ายสินค้า/ให้บริการเป็นร้านค้าของตนเอง ส่วนใหญ่ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า/บริการ มีการวางแผนด้านการบริหารจัดการในระดับปานกลาง โดยการแบ่งงานและหน้าที่ความรับผิดชอบงาน ใช้การแบ่งงานตามความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน คือ สามารถพึ่งตนเองได้ มีรายได้ช่วยเหลือครอบครัว ไม่มีการวางแผนด้านการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบใน

จังหวัดทั้งหมด ใช้เกณฑ์คุณภาพในการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบ มีการตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าโดยตรวจสอบผลิตภัณฑ์ ทุกชิ้น มีวิธีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน โดยนำกลับไปแก้ไขจนได้มาตรฐาน มีจำนวนสมาชิก หรือลูกจ้างต่ำกว่า 20 คน เป็นส่วนใหญ่ แหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงานมาจากเจ้าของกิจการ ลักษณะของสัดส่วนของเงินทุนกับรายได้ ส่วนใหญ่มีเงินทุนและรายได้พอ ๆ กัน มีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีจำนวนสมาชิก/ลูกจ้างมีความเพียงพอ กำหนดอัตราค่าตอบแทนของสมาชิก/ลูกจ้างตามความสามารถ จัดให้มีการอบรมสมาชิก/ลูกจ้าง มีการให้สวัสดิการสมาชิก/ลูกจ้าง ไม่มีภาวะความขัดแย้งในการทำงาน มีการสนใจให้สมาชิกหรือลูกจ้างทำงาน นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้านการลดรายจ่ายมาใช้ในการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ การประหยัด การเรียนรู้ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และด้านจิตใจ ซึ่งการสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดังกล่าว ได้ประยุกต์ใช้หลักการจัดการตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่เสนอแนะโดย เสรี พงศ์พิศ (2547: 14) กล่าวว่า ตรงกับภาษาอังกฤษที่ว่า Community Enterprise คือ การประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งตนเอง “ทุน” ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนเดียวกัน เป็นพี่เป็นน้องไว้ใจกัน) รวมทั้ง ภัยธรรมชาติ อินทรา (2554: 2) กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการประกอบการ ที่มีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน โดยที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอนเพื่อการเรียนรู้ของชุมชนให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและการจัดการวิสาหกิจชุมชนสังคมการจัดการผลิต ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสุขของสังคมด้วย รวมทั้งมีแนวปฏิบัติตามแนวทาง 7 ประการ คือ ใช้เทคโนโลยีเหมาะสม ราคาถูก ประหยัดดอกเบี้ย ใช้ทรัพยากรคุ้มค่า จ้างคนทำงานเป็นหลักมากกว่าใช้เครื่องจักร ขนาดกิจการต้องไม่เกินกำลังของผู้ประกอบการ ไม่โลภเกินไปจนควบคุมไม่ได้ ไม่เน้นกำไรในระยะสั้นเป็นหลัก ชื่อสัตย์

สุจริต เพียงตรงในการประกอบการ ไม่เอาเปรียบผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการกระจายความเสี่ยง การมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย สามารถปรับเปลี่ยนผลผลิตได้ ไม่ก่อกวน ก่อสินจนเกินความสามารถในการบริหารจัดการและใช้วัตถุดิบ รวมทั้งแรงงานในท้องถิ่น ตอบสนองตลาดในท้องถิ่น ภูมิภาคทั้งในและนอกประเทศ เพียงแต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดกำแพงเพชร ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด ยังไม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มฯ ไปยังตลาดที่หลากหลายในภูมิภาคต่างๆ ได้

2. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนจังหวัดกำแพงเพชรของลูกค้า พบว่า ลูกค้ามีประสบการณ์ การซื้อผลิตภัณฑ์ การ แปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร พืช และของชำร่วย/ของที่ระลึก ซื้อเพื่อเป็นของฝาก ปัญหาที่พบเมื่อท่านซื้อผลิตภัณฑ์ของจังหวัดกำแพงเพชรส่วนใหญ่คือ สถานที่ตั้งไม่ สะดวก ลูกค้ามีความพึงพอใจที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของจังหวัดกำแพงเพชรอยู่ในระดับ ปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของเกษตรจังหวัดกำแพงเพชร (เกษตรจังหวัด กำแพงเพชร, 2556: 12) ที่กล่าวถึง สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย กลุ่มยังไม่เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้เท่าที่ควร กำลังการผลิตสินค้ายังไม่ เพียงพอกับความสามารถในการผลิต ตลาดสำหรับการจำหน่ายสินค้ามีช่องทางการจำกัด ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการการตลาด การพัฒนาการผลิตให้สามารถตอบสนอง ความต้องการของตลาด สมาชิกภายในกลุ่มขาดความร่วมมืออย่างแท้จริง ขาดเครือข่าย ความร่วมมือจากภายนอกกลุ่มวิสาหกิจ ทั้งนี้จากผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการ ส่งเสริมการตลาด ทุกๆ ปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถ วิเคราะห์ห้วงค์ประกอบปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร ได้องค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความ แปรปรวนของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 67.31 องค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ องค์ประกอบด้าน การส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ องค์ประกอบด้านด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย องค์ประกอบด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์ประกอบด้านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการ นำเสนอผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการตามประเด็นที่ เสนอแนะของ สมจิตร ล้วนจำเริญ (2556: 8-9) ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดตาม

แนวเศรษฐกิจพอเพียงโดยการสร้างความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องของแนวความคิดการจัดการการตลาดตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง จัดสรรทรัพยากรของธุรกิจความสำคัญของการทางการตลาดแบบเศรษฐกิจพอเพียงและการวางแผนการตลาดของธุรกิจแต่ละธุรกิจ ดังนั้น ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อดังกล่าว จะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถนำปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักคะแนนที่มากมาบริหารจัดการด้านการตลาดที่ต้องให้ความสำคัญตามลำดับ เช่น อันดับที่ 1 การส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 2 ผลិតภัณฑ์ อันดับที่ 3 ราคา และช่องทางจัดจำหน่าย อันดับที่ 4 ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ควรพัฒนาการดำเนิน ธุรกิจของกลุ่มตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้สามารถปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมาใช้ประโยชน์ เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้สามารถอธิบายอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ร้อยละ 67.31 โดยองค์ประกอบที่อธิบายอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ อันดับที่ 1 คือ การส่งเสริมการตลาด ประกอบ ด้วย การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เอกสารเผยแพร่ตัวสินค้าและสรรพคุณของสินค้า การลดราคา จัดให้มีของแถม การให้บริการของผู้ขาย การแจกสินค้าให้ทดลอง และมีผู้แนะนำให้ซื้อ อันดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และสถานที่จำหน่าย ประกอบด้วย สินค้าของจังหวัดกำแพงเพชรมีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สวยงาม สินค้ามีคุณภาพ มีรูปแบบที่หลากหลาย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ สถานที่จอดรถมีความสะดวก สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ มีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน ราคาต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับซื้อที่อื่น อันดับที่ 3 ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย ช่วยส่งเสริมธุรกิจของจังหวัดกำแพงเพชร สนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น สืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี เป็นของที่ระลึก ของจังหวัดกำแพงเพชร และอันดับที่ 4 ด้านการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การจัดวางสินค้า การตกแต่งร้านจัดจำหน่ายสินค้า ชื่อเสียงของผู้ผลิต/แหล่งผลิตสินค้าของจังหวัดกำแพงเพชร

2. ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำผลการวิจัยนี้ไปสู่การศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรที่ให้ทุนสนับสนุน การทำงานวิจัยฉบับนี้ รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ลูกค้า หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการที่ให้คำแนะนำในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร. (2556). เอกสารประกอบการปฏิบัติงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ประจำปี 2555. กำแพงเพชร: เกษตรจังหวัดกำแพงเพชร .
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2551). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กัญญามน อินทว้าง และวัลลภา ศรีทองพิมพ์. (2551). แนวทางการพัฒนาระบบการจัดการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. รายงานการวิจัย ทุนสนับสนุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- กัญญามน อินทว้าง และคณะ. (2554). การจัดการวิสาหกิจชุมชน. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก จำกัด.
- ธีรพันธ์ โล่ทองคำ. (2550). คอลัมภ์คลื่นความคิด. มติชนรายวัน. หน้า 29.
- เพชร บุดสีทา. (2553). การวิจัยตลาด. กำแพงเพชร: คณะวิทยาการจัดการ.
- ยุทธิ ไกยวรรณ. (2548). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- ลินดา ราเต. (2555). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- ลำยอง ปลั่งกลาง, นิยม คำบุญทา และตราภรณ์ เดชพลมาตย์. (2550). **การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตอาหารจังหวัด พระนครศรีอยุธยา**. รายงานการวิจัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2551). **ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548**. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). **รายงานภาวะสังคมไทยประจำปี 2553**. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2557 จาก <http://social.nesdb.go.th/social/>
- เสรี พงศ์พิศ. (2547). **ร้อยคำที่ควรรู้**. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2556). **การจัดการการตลาดแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2006). **Marketing Management**. 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

การพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ สำหรับการประกอบการธุรกิจหอพัก

The Development of Decision supporting Programs For Business Dormitory

อัฉราภรณ์ จุฑาผาด¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การประกอบการธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก และ 2) เพื่อพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับการประกอบการธุรกิจหอพัก ในปัจจุบันหอพักรอบๆมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มีจำนวน 79 แห่ง และมีผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่ประสบผลสำเร็จ และไม่ประสบผลสำเร็จ ในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจหอพักมีการแข่งขันกันสูง ผู้วิจัยได้นำหลักของเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) มาวิเคราะห์ปัจจัยในการประกอบธุรกิจหอพักจากข้อมูลต่างๆ โดยใช้โปรแกรม Weka สร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจและพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูป คือ โปรแกรม Microsoft Excel 2013 มาใช้เพื่อสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ และทำนายแนวโน้มในการประกอบธุรกิจหอพักว่าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่

ผลการวิจัยในครั้งนี้ 1) การหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การประกอบธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จและผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยในการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก จำนวน 79 แห่ง มีการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่มีค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุด คือ ร้อยละ 87.93 และมีเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการทำนายผลสูงสุด ร้อยละ 79 มีรายละเอียดดังนี้ (1) จำนวน Leaf = 29, (2) ขนาดของต้นไม้ = 47, (3) ค่า Precision = 0.773, (4) ค่า Recall = 0.773 และ (5) F-Measure = 0.773 2) ผู้วิจัยได้

¹ อาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
atcharaporn.ju@gmail.com

ดำเนินการนำประยุกต์ใช้คือโปรแกรม Microsoft Excel 2013 ในการสร้างรูปแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่ได้ค่าออกมาชี้ให้เห็นว่าทางที่สั้นที่สุดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับ การรักษาความปลอดภัย ไวไฟฟรี/ อินเทอร์เน็ต มีเครื่องทำน้ำอุ่น/ทีวี ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบน้ำสะอาด และมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

คำสำคัญ: เหมืองข้อมูล แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ

Abstract

The purposes of this research 1) The relationship between the factors that make a business successful dormitory by dormitory goal of entrepreneurial businesses and 2) The development of computer software used in decision support for business halls. Currently hostels around Roi Et Rajabhat University has a number of 79. And ineffective. Because this business is extremely competitive. This research has led the Data mining. Analysis of business data from various hostels. Using Weka Program. To create a decision tree model and the development of computer software from a decision tree model. To predict trends in the business dormitory that will succeed or not.

The results of this research were to evaluate the relationship of various factors. The halls of business success. And The researcher has developed a computer program to assist in decision making for businesses dormitory. A decision tree modeling valuable percent accuracy in discriminating the maximum is 87.93%. And percent accuracy in predicting maximum 79%, as detailed below. (1) Leaf = 29, (2) tree size = 47, (3) Precision Cost = 0.773, (4) Recall Cost = 0.773 and (5) F-Measure = 0.773. 2) The research was conducted using the program Microsoft Excel 2013 to build a decision tree model was then pointed out that the

shortest way to make a dorm successful entrepreneurs depend. Security Free WiFi / Internet A water heater / TV. Getting comfortable in a water system. And analyzing the needs of customers who are students of the Roi Et Rajabhat University.

Keywords: Data mining, Decision tree, Decision Support System

บทนำ

ปัจจุบันการเข้ามาเรียนในรั้วมหาวิทยาลัยของนักศึกษา ที่อยู่อาศัยเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตเพราะจะต้องแสวงหาถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีความมั่นคงปลอดภัย และเอื้ออำนวยความสะดวกประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตให้ได้มากที่สุด การเจริญเติบโตของธุรกิจหอพักจึงได้มีการขยายตัวมากขึ้นในบริเวณใกล้เคียงสถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ซึ่งธุรกิจประเภทหอพักสำหรับนักศึกษาที่ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่กำลังสร้างกำไรให้กับเจ้าของธุรกิจเป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าการทำธุรกิจดังกล่าวจะมีระยะเวลาในการคืนทุนช้ากว่าธุรกิจอื่นๆ แต่ก็เป็นที่เรารู้จักกันว่า “เสือนอนกิน” ในปัจจุบันนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัดมีความต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาด้วยกันทั้งนั้น ซึ่งหากจะกล่าวถึงสถานศึกษาในจังหวัดร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงที่ดี มีคุณภาพ และได้ก่อตั้งมานาน จึงทำให้มีจำนวนนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น หอพักในมหาวิทยาลัยจึงไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษาและหอพักในมหาวิทยาลัยก็ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ มากนัก

ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนต่างๆ จึงเข้ามามีบทบาทและเป็นทางเลือกต่อนักศึกษามากขึ้น เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าหอพักในมหาวิทยาลัย ระยะทางในการเดินทางก็ไม่ได้แตกต่างกันแต่อย่างใด และที่สำคัญหอพักเอกชนก็ไม่ได้มีกฎระเบียบที่เคร่งครัดและมากมายเท่ากับหอพักในมหาวิทยาลัย เหตุนี้จึงทำให้นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกที่จะอาศัยในหอพักเอกชนมากกว่าหอพักในมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจหอพักเอกชนบริเวณรอบมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดการแข่งขันด้านธุรกิจหอพักสูงขึ้นตามไปด้วย นักศึกษาจึงมีทางเลือกที่หลากหลาย ในการเข้าพักหอพักใดหอพักหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของตัวนักศึกษาเอง บรรดาผู้ประกอบการธุรกิจหอพักแต่ละแห่งจึงต้องมีการ

ยุทธศาสตร์ที่คอยดึงดูดให้นักศึกษาเข้ามาพักที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักต้องทำการสำรวจความต้องการของนักศึกษาถึงปัจจัย ที่จะทำให้นักศึกษาเข้าพัก หอพักว่ามีอะไรบ้าง เช่น ราคา สิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ระบบรักษาความปลอดภัย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจที่จะเลือกเข้าพักในหอพักใดหอพักหนึ่ง และเพื่อนามาปรับปรุงสภาพหอพักให้ตอบสนองอย่างตรงตามความต้องการของนักศึกษา ซึ่งจะถือได้ว่าเป็นการได้เปรียบทางด้านคู่แข่งอีกทางหนึ่งด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ (ประสงค์ ประณีตพลกรัง, 2548) ในการประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับหอพักในเขตบริเวณรอบๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด โดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) ในการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) เพื่อต้องการช่วยให้ผู้ประกอบการ/เจ้าของหอพักสามารถนำมาใช้ในการทำนายแนวโน้มหรือใช้ในการตัดสินใจ ในการประกอบการธุรกิจหอพักว่าจะประสบผลสำเร็จหรือไม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การประกอบการธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการสนับสนุนการตัดสินใจ โดยใช้แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจสำหรับการประกอบการธุรกิจหอพัก

ขอบเขตการวิจัย

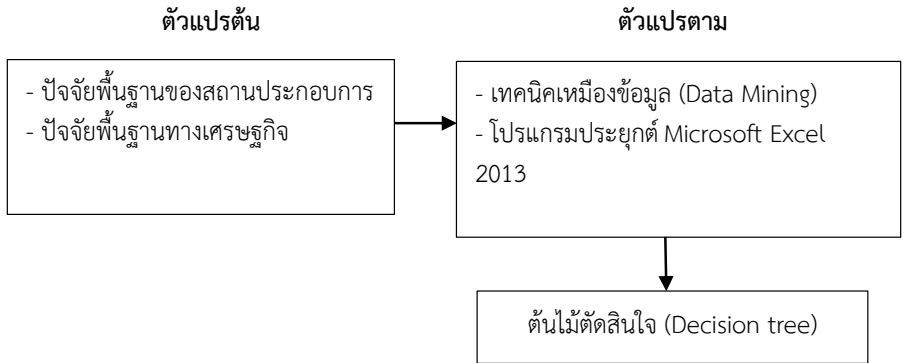
1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก รอบๆ บริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งมีสถานประกอบการธุรกิจหอพัก จำนวน 79 แห่ง

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มตั้งแต่เดือน สิงหาคม – ตุลาคม 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะใช้วิธีการแบบสุ่มตามหลักของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้คำนวณจากสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 125) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดประชากรที่สุ่มได้จากการคำนวณ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05 หรือ ร้อยละ 5

ทฤษฎี Data Mining

การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) หรืออาจจะเรียกว่า การค้นหาความรู้ในฐานข้อมูล (Knowledge Discovery in Databases - KDD) เป็นเทคนิคเพื่อค้นหารูปแบบ (Pattern) ของจากข้อมูลจำนวนมากโดยอัตโนมัติ โดยใช้ขั้นตอนวิธีจาก

การเรียนรู้ของเครื่อง และการรู้จัดจำแบบหรือ ในอีกนิยามหนึ่ง การทำเหมืองข้อมูล คือ กระบวนการที่กระทำกับข้อมูล (โดยส่วนใหญ่จะมีจำนวนมาก) เพื่อค้นหา รูปแบบ แนวทาง และความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในชุดข้อมูลนั้น โดยอาศัยหลักสถิติการเรียนรู้ของเครื่อง และหลักคณิตศาสตร์ความรู้ที่ได้จากการทำเหมืองข้อมูลมีหลายรูปแบบโดยมีขั้นตอน 3 ขั้นตอนดังนี้

1. Pre-processing คือ ขั้นตอนการเตรียมข้อมูลโดยจะเลือกข้อมูลที่ต้องการเพื่อนำมาจัดทำในลักษณะเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) โดยนำข้อมูลทั้งหมดที่สามารถนำมาใช้งาน โดยต้องพิจารณาจากความต้องการของผู้ใช้ว่าต้องการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนใด รวมถึงเทคนิคของเหมืองข้อมูล (Data Mining) ที่จะเลือกใช้งานด้วย

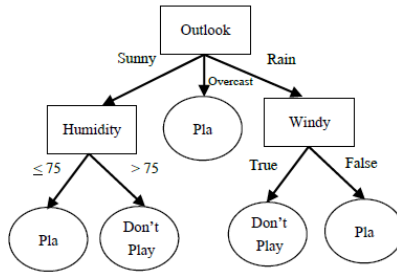
2. Data Mining คือ ขั้นตอนการเลือกเทคนิคที่เหมาะสมสำหรับข้อมูล มาประมวลผลเพื่อดึงความรู้หรือสิ่งที่น่าสนใจจากข้อมูลที่ผ่านขั้นตอน Pre-processing แล้ว โดยผลลัพธ์ได้จากขั้นตอนนี้คือฐานความรู้ว่าจะอยู่ในรูปแบบ การค้นหากฎ ความสัมพันธ์ของข้อมูล การจำแนกกลุ่มข้อมูล การสร้างแบบจำลอง และการจัดกลุ่ม เป็นต้น

3. Post-processing คือ ขั้นตอนการนำฐานความรู้ที่ได้จากขั้นตอนการทำ Data Mining มาทดสอบและวิเคราะห์ว่าผลลัพธ์ที่ได้ออกมาถูกต้องตรงตามความต้องการหรือไม่

การจำแนกข้อมูล (Data Classification) เป็นกระบวนการสร้างโมเดลจัดการข้อมูลให้อยู่ในกลุ่มที่กำหนด โดยจะนำข้อมูลส่วนหนึ่งจากข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่มาสอนให้ระบบเรียนรู้ (Training Data) เพื่อจำแนกข้อมูลออกเป็นกลุ่มตามที่ได้กำหนดไว้ ผลลัพธ์ที่ได้จากการเรียนรู้คือ โมเดลจัดประเภทข้อมูล (Classifier Model) และจะนำข้อมูลอีกส่วนหนึ่งมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับทดสอบ (Testing Data) และใช้เปรียบเทียบกับกลุ่มที่หามาได้จากโมเดลเพื่อทดสอบความถูกต้อง โดยเราจะปรับปรุงโมเดลจนกว่าจะได้ค่าความถูกต้องในระดับที่น่าพอใจ หลังจากนั้น เมื่อมีข้อมูลใหม่เข้ามาเราจะนำข้อมูลใหม่นั้นมาผ่านโมเดล เพื่อให้โมเดลทำนายกลุ่มของข้อมูลนี้ได้

แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สำคัญในการใช้เทคนิค Classification โดย Decision tree จะมีลักษณะคล้ายโครงสร้างต้นไม้ (Tree) ที่แต่ละโหนดแสดงคุณลักษณะแอททริบิว (Attribute) แต่ละกิ่งแสดงเงื่อนไขในการ

ทดสอบและลีฟโหนด (Leaf Node) แสดงกลุ่มที่กำหนดไว้ (ชลนิศา สารระ, 2550) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวอย่างต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree)

จากภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่ซึ่งเป็นกระบวนการทางด้านเหมืองข้อมูล (Data Mining) ได้นำการตัดสินใจแบบโครงสร้างต้นไม้มาช่วยในการทำงานด้านการตัดสินใจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านระบบธุรกิจ โดยปกติจะประกอบด้วยกฎในรูปแบบ “ถ้า เงื่อนไข แล้ว ผลลัพธ์” เช่น “If Income = High and Married = No THEN Risk = Poor” โดยลักษณะการตัดสินใจแบบโครงสร้างต้นไม้มีลักษณะคล้ายกับต้นไม้กลับหัวโดยโหนดแรกสุดจะเป็นรากของต้นไม้ (Root Node) แต่ละโหนดแสดงคุณลักษณะ (Attribute) แต่ละกิ่งจะแสดงค่าผลในการทดสอบและโหนดใบ (Leaf Node) แสดงคลาสที่กำหนดไว้ซึ่งเป็นอัลกอริทึมหนึ่งที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ สูตรที่ใช้ในการคำนวณหาค่า Information Gain ต้องเริ่มจากการหาค่า Entropy ดังนี้

Entropy:

$$\text{Entropy}(S) = -\sum_{i=1}^c p_i \log_2 p_i$$

โดย S คือ Attribute ที่นำมาวัดค่า Entropy

P_i คือ สัดส่วนของจำนวนสมาชิกของกลุ่ม i กับจำนวนสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

Information Gain:

$$\text{Gain}(S,A) = \text{Entropy}(S) - \sum_{v \in \text{Values}(A)} \frac{|S_v|}{|S|} \text{Entropy}(S_v)$$

โดย A คือ Attribute A

$|S_v|$ คือ สมาชิกของ Attribute A ที่มีค่า v

$|S|$ คือ จำนวนสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง

ปัญหา Over-Fitting เป็นปัญหาหนึ่งที่เกิดขึ้นในการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจลักษณะปัญหานี้คือแบบจำลองที่ได้มี Node และ Branch ที่มีความลึกทำให้แบบจำลองตัดสินใจมีความซับซ้อนเกินความจำเป็น หรือการที่ข้อมูลที่นำมา มีน้อยเกินไปที่จะจัดกลุ่มได้ตามความต้องการซึ่งอัลกอริทึมนี้จะใช้เทคนิค Pruning เพื่อลดขนาดและความซับซ้อนของแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) มาให้สำหรับการวิเคราะห์และการสร้างกฎการจำแนกข้อมูลเพื่อวิจัยปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จสำหรับการประกอบการธุรกิจหอพักสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดในเขตเทศบาลตำบลเกาะแก้ว อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 79 แห่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัดชัย แก้วตา และคณะ (2554) ได้กล่าวว่าการใช้เทคนิคดาต้าไมนิ่งในการสร้างแบบจำลองวินิจัยคดีได้ใช้ข้อมูลในการทดลองจำนวน 4026 ความผิดและเลือกวิธี Cross-validation จำนวน Folds 5, 10, 15, 4026 ตามลำดับ โดยเปรียบเทียบขั้นตอนวิธี ID3 และ C4.5 และให้ผลการทดลอง ซึ่งพบว่าขั้นตอนวิธี C4.5 ให้ค่าความถูกต้องในการจำแนกข้อมูลในชุดทดสอบสูงกว่าขั้นตอนวิธี ID3 โดยร้อยละความถูกต้องของการจำแนกข้อมูลนี้จะเพิ่มขึ้นตามจำนวน Folds และถึงแม้ว่าการแบ่งข้อมูลแบบ Folds 4026 จะให้ค่าความถูกต้องสูงที่สุด แต่ก็ต่างจากค่าความถูกต้องในการจำแนกข้อมูลของการแบ่งข้อมูลแบบ Fold 10 และ 15 เล็กน้อยเมื่อเทียบกับระยะเวลาในการฝึกสอนสำหรับการแบ่งข้อมูลแบบ Folds 4026 ที่มากกว่าแบบ Fold 10 และ 15 หลายเท่าตัว และเช่นเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบระหว่างแบบ Fold 10 กับ Fold 15

ดังนั้นจึงเลือกการแบ่งข้อมูลแบบ Fold 10 สำหรับสร้างต้นไม้ตัดสินใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญมา เฟ่งชวน (2548) ศึกษาเรื่องการใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้านการผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี กล่าวว่าความต้องการของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ตลาดแรงงานอาจจะต้องการบุคคลที่มีความรู้ความสามารถด้านวิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์ แต่เมื่อเวลาผ่านไปความต้องการของตลาดก็อาจเปลี่ยนไป ดังนั้นสถาบันการศึกษาซึ่งมีหน้าที่ผลิตบัณฑิตจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายการผลิตบัณฑิตเพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจ การวิจัยครั้งนี้จึงได้นำข้อมูลภาวะการมีงานทำของบัณฑิตมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลคือการค้นหากฎความสัมพันธ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาตัวแบบ เพื่อใช้ในการทำนายแนวโน้มเลือกอาชีพแรก หลังสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และนำข้อมูลรายบุคคลนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐปีการศึกษา 2548 มาวิเคราะห์กับตัวแบบที่สร้างได้และนำเสนอในรูปแบบของรายงานแบบตารางและกราฟเพื่อนำไปสนับสนุนการตัดสินใจในด้านการผลิตบัณฑิต ผลการวิจัยพบว่าตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมีค่าเฉลี่ยร้อยละความถูกต้องเป็น 65.39 ถ้าแบ่งสัดส่วนข้อมูล Training set เป็นร้อยละ 60 และค่าเฉลี่ยร้อยละความถูกต้องเป็น 74.72 ถ้าแบ่งสัดส่วนข้อมูล Training set เป็นร้อยละ 70 และค่าเฉลี่ยร้อยละความถูกต้องเป็น 81.89 ถ้าแบ่งสัดส่วนข้อมูล Training set เป็นร้อยละ 80 จะเห็นได้ว่าเมื่อสัดส่วนของ Training set มากขึ้น ทำให้มีความถูกต้องของผลลัพธ์มากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักรอบๆบริเวณมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งมีสถานประกอบการจำนวน 79 แห่ง และผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ทำให้การประกอบการสำเร็จ โดยมีการเปรียบเทียบการตั้งเป้าหมายรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักและรายได้ปัจจุบัน/เดือน/ปี ที่

ผู้ประกอบการได้รับจริง ซึ่งมีการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการหอพักในเขตเทศบาลตำบล เกาะแก้ว ที่เปิดหอพักให้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด จำนวน 79 แห่ง

2. ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักตอบกลับมา ดำเนินการเตรียมข้อมูลเพื่อทำเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) ซึ่งข้อมูลดังกล่าว มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คิดเป็น ร้อยละ 70 ของข้อมูลทั้งหมดผู้วิจัยได้เตรียมการเพื่อนำมาทำเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) ซึ่งข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) จะประกอบไปด้วย ส่วนที่เป็นคุณสมบัติหลัก (Feature) ซึ่งปัจจัยในการประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับหอพัก คือ ข้อมูลพื้นฐานของหอพัก และ Class ซึ่งเป็นกลุ่มของข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คือกลุ่มที่ไม่ประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจหอพัก และส่วนที่ 2 คือ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจหอพัก ผู้วิจัยได้ดำเนินการแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบไม่ต่อเนื่อง (Discrete Data) ก่อนจึงจะสามารถประมวลผลได้ จากนั้นเป็นการนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม Weka ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้ในการทำเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) และโปรแกรมมีฟังก์ชันการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ ดังภาพที่ 3

```

@relation Dataload
@attribute CART {YES, NO}
@attribute TRANSPORT_TRACK {YES, NO}
@attribute WEBBOARD {YES, NO}
@attribute ONLINE_PAY {YES, NO}
@attribute MORE_CART_ORDER {YES, NO}
@attribute SAME_CATEGORY_LINK {YES, NO}
@attribute MORE_1_BROWSER {YES, NO}
@attribute TIME_ACCESS {FAST,SLOW}
@attribute ONE_CLICK_ORDERING {YES, NO}
@attribute SAME_LOC_HOSING {YES, NO}
@attribute EFF_HOSTING {LOW, HIGH}
@attribute READY_MADE_WEB {YES, NO}
@attribute MAINTAIN_MYSELF {YES, NO}
@attribute QUANTITY_PRODUCT {LOW, MEDIUM, HIGH}
@attribute EFF_FRAUD {LOW, MEDIUM, HIGH}
@attribute ENSURE_RELIABILITY {YES, NO}
@attribute THAI_ELEC_REGIS {YES, NO}
@attribute BRAND_PRODUCT {YES, NO}
@attribute REPEAT_ORDER {LOW, MEDIUM, HIGH}
@attribute OFFLINE_PROMOTE {YES, NO}
@attribute ONLINE_PROMOTE {YES, NO}
@attribute SEO {YES, NO}
@attribute CONN_CUST {YES, NO}
@attribute COMPLAINT_LEVEL {LOW, MEDIUM, HIGH}
@attribute GUA_PRODUCT {YES, NO}
@data
YES, YES, YES, NO, YES, YES, YES, FAST, NO, YES, LOW, YES, YES,
YES, NO, YES, YES, YES, YES, YES, FAST, YES, YES, HIGH, YES, YE
YES, YES, YES, NO, YES, NO, YES, FAST, NO, YES, LOW, YES, YES, L
YES, YES, YES, NO, YES, YES, NO, FAST, YES, YES, LOW, YES, YES,
YES, YES, YES, NO, YES, YES, YES, FAST, YES, YES, LOW, YES, YES
YES, NO, YES, NO, YES, YES, YES, SLOW, YES, YES, HIGH, YES, YES

```

Feature

Data

ภาพที่ 3 ลักษณะการแปลงข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ในโปรแกรม Weka

ส่วนที่ 2 คิดเป็น ร้อยละ 30 จะนำไปทดสอบในแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) โดยในแต่ละแบบจำลองที่มีการปรับค่าพารามิเตอร์ที่มีค่าแตกต่างกันออกไป การทดสอบประสิทธิภาพในการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) จะทำการวัดประสิทธิภาพจากขนาดของต้นไม้ จำนวน Node และ Leaf และ เปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่ม โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

- ค่า Recall มีการคำนวณจากการค่าของข้อมูลที่มีผลลัพธ์ถูกต้องโดยพิจารณาจากข้อมูลของผลลัพธ์เดียวกัน

$$\text{Recall} = \frac{\text{จำนวนข้อมูลที่จำแนกได้ถูกต้องของกลุ่มนั้น}}{\text{จำนวนข้อมูลที่อยู่ในกลุ่มนั้นจริง}}$$

- ค่า Precision มีการคำนวณค่าของข้อมูลที่มีผลลัพธ์ถูกต้องโดยพิจารณาจากข้อมูลทั้งหมดที่ถูกจำแนกมีผลลัพธ์ที่ได้เดียวกัน

$$\text{Precision} = \frac{\text{จำนวนข้อมูลที่จำแนกได้ถูกต้องของกลุ่มนั้น}}{\text{จำนวนข้อมูลที่ถูกจำแนกว่าเป็นกลุ่มนั้นทั้งหมด}}$$

- ค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการทำนายผล

$$\text{Correction} = \frac{\text{จำนวนข้อมูลทดสอบที่จำแนกได้ถูกต้อง}}{\text{จำนวนข้อมูลทดสอบทั้งหมด}}$$

- ค่าความเหวี่ยง (F-Measure) คำนวณจากค่าความแม่นยำ (p) และค่าความระลึก R

$$F(r,p) = \frac{2pr}{p+r}$$

3. ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจหอพัก โดยใช้แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่มีเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่ม และเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการทำนายค่าสูงสุด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลผ่านโปรแกรม Microsoft Excel 2013

ผลการวิจัย

จากการวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามขั้นตอนและวิธีการวิจัยโดยการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) โดยอาศัยโปรแกรม Weka โดยแบบจำลองมีเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุด และมีเปอร์เซ็นต์ถูกต้องในการทำนายผลสูงสุด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ทำให้การประกอบธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย จำนวน 79 แห่ง มีการสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่มีค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุดให้โดยมีการกำหนดค่าพารามิเตอร์จำนวน 2 ค่า

1) Confidences Factor (CF) มีการกำหนด 4 ค่า คือ 0.5, 1.0, 1.5, 2.0

2) Minimum Number Pruning (M) มีการกำหนดทั้งหมด 20 ค่า คือ ค่าที่ 1 – 20

แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่มีเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มของข้อมูลที่ถูกต้องการทำนายผลที่มีความถูกต้องและสูงสุด ซึ่งเป็นแบบจำลองที่มีการใช้พารามิเตอร์ที่ต่างกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุด และมีเปอร์เซ็นต์ถูกต้องในการทำนายผลสูงสุด

ลำดับ	ปัจจัยความเชื่อมั่น (CF)	จำนวนขั้นต่ำของกิ่งต้นไม้ตัดสินใจ (M)	% ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่ม	% ความถูกต้องในการทำนายผล
1	0.25	1	87.93%	79%
2	0.05	1	87.93%	79%

จากตารางที่ 1 แสดงค่าของแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่มีค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุด คือ ร้อยละ 87.93 และมีเปอร์เซ็นต์ถูกต้องในการทำนายผลสูงสุด ร้อยละ 79 มีรายละเอียดดังนี้ 1) จำนวน Leaf = 29, 2)

ขนาดของต้นไม้ = 47, 3) ค่า Precision = 0.773, 4) ค่า Recall = 0.773 และ 5) F-Measure = 0.773

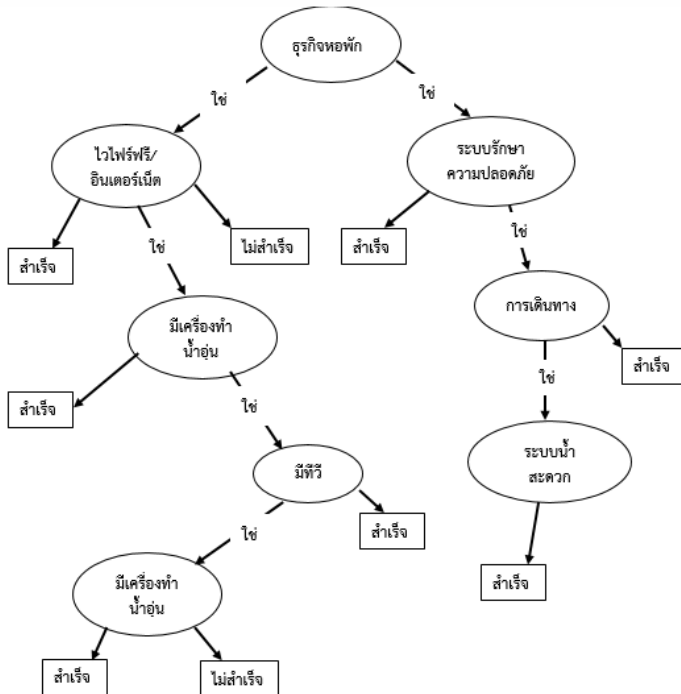
2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโปรแกรม Microsoft Excel 2013 ในการสร้างรูปแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่ได้ค่าออกมาและชี้ให้เห็นว่าทางที่สั้นที่สุดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับ การรักษาความปลอดภัย ไวไฟร์ฟรี/อินเทอร์เน็ต มีเครื่องทำน้ำอุ่น/ทีวี ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบน้ำสะอาด และมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

จากการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างรูปแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) และทำการสร้างแบบฟอร์มสำหรับเป็นเครื่องมือให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักใช้ตอบคำถามจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจหอพัก จากนั้นจะทำการเชื่อมโยงข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเข้ากับแบบจำลองที่สร้างขึ้น เพื่อระบุจากข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่ประสบผลสำเร็จหรือไม่ประสบผลสำเร็จ

สรุปการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ หาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การประกอบธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จและผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยในการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก โดยมีการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก เช่น การจัดทำหอพักเมื่อใด ราคาเช่าเท่าไร มีรายได้ต่อเดือนเท่าไร เป็นต้น ผ่านแบบสอบถาม และเลือกการใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล (Data mining) ในการจำแนกกลุ่มข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักที่ประสบผลสำเร็จและไม่ประสบผลสำเร็จ โดยอาศัยโปรแกรม Weka เพื่อสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่มีค่าของแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่มีค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุดคือ ร้อยละ 87.93 และมีเปอร์เซ็นต์ถูกต้องในการทำนายผลสูงสุดร้อยละ 79 มีรายละเอียดดังนี้ (1) จำนวน Leaf = 29, (2) ขนาดของต้นไม้ = 47, (3) ค่า Precision = 0.773, (4) ค่า Recall = 0.773 และ (5) F-Measure = 0.773 2) ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโปรแกรม Microsoft Excel 2013 ในการสร้างรูปแบบจำลองต้นไม้

ตัดสินใจที่ได้ค่าออกมา นั้นชี้ให้เห็นว่าทางที่สั้นที่สุดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับ การรักษาความปลอดภัย ไวไฟร์ฟรี/อินเทอร์เน็ต มีเครื่องทำ น้ำอุ่น/ทีวี ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบน้ำสะอาด และมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่นำมาประกอบในการประกอบการธุรกิจหอพัก

จากภาพที่ 4 การสร้างรูปแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) ที่ได้ค่าออกมา นั้นจะเห็นว่าปัจจัยที่สั้นที่สุดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับ การรักษาความปลอดภัย ไวไฟร์ฟรี/อินเทอร์เน็ต มีเครื่องทำน้ำอุ่น/ทีวี ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบน้ำสะอาด

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ สำหรับการประกอบการธุรกิจหอพัก บริเวณรอบๆมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. การหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้การประกอบการธุรกิจหอพัก ประสบผลสำเร็จและผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วยในการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก โดยมีการเก็บข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก เช่น การจัดทำหอพักเมื่อใด ราคาเช่าเท่าไร มีรายได้ต่อเดือนเท่าไร ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ลักษณะสุภา พรหมดนตรี (2550: 9) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า การทำเหมืองข้อมูลมีข้อจำกัด หากต้องการทำเหมืองข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและได้ผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือขึ้นขึ้นอยู่กับความถูกต้องของข้อมูล การเลือกข้อมูลที่เหมาะสมในการทำเหมืองข้อมูล การเลือกใช้ซอฟต์แวร์เหมืองข้อมูลที่เหมาะสม การเลือกใช้โมเดลที่เหมาะสมกับข้อมูล และการกำหนดค่าของ 9 พารามิเตอร์ต่างๆ ในการทำงาน ถึงแม้ว่าวิธีการที่ใช้ในการทำเหมืองข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันยังสามารถใช้แก้ปัญหาได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านความสามารถของระบบและความแน่นอนของผลลัพธ์ที่ได้ ดังนั้น การนำหลักการที่ได้จากงานวิจัยมาทดลอง ประยุกต์ใช้กับข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงจะมีส่วนช่วยให้การนำเหมืองข้อมูลมาใช้ในองค์กรมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และอาจกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการสนับสนุนการตัดสินใจดำเนินงานในองค์กรต่อไปในอนาคต

2. การสร้างแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่มีค่าของแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่มีค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการจำแนกกลุ่มสูงสุด คือ ร้อยละ 87.93 และมีเปอร์เซ็นต์ถูกต้องในการทำนายผลสูงสุดร้อยละ 79 มีรายละเอียดดังนี้ (1) จำนวน Leaf = 29, (2) ขนาดของต้นไม้ = 47, (3) ค่า Precision = 0.773, (4) ค่า Recall = 0.773 และ (5) F-Measure = 0.773 2) ผู้วิจัยได้ดำเนินการประยุกต์ใช้โปรแกรม Microsoft Excel 2013 ในการสร้างรูปแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจที่ได้ค่าออกมานั้นชี้ให้เห็นว่าทางที่สั้นที่สุดที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จขึ้นอยู่กับ การรักษาความปลอดภัย ไวไฟร์ฟรี/อินเทอร์เน็ต มีเครื่องทำน้ำอุ่น/ทีวี ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบน้ำสะอาด และมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักศึกษาของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรอุมา นองเนื่อง และคณะ (2553) ศึกษาแบบช่วยวิเคราะห์บริการทางการเงินเพื่อกลุ่มลูกค้านิติบุคคลกรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบช่วยวิเคราะห์บริการทางการเงิน เพื่อกลุ่มลูกค้านิติบุคคล กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์การขาย โดยใช้เทคนิคกฎความสัมพันธ์ (Association Rules) ค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มลูกค้านิติบุคคลกับผลิตภัณฑ์บริการทางการเงินที่ใช้และ นำเอาเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) มาใช้ในการเตรียมข้อมูลเพื่อการค้นหากฎความสัมพันธ์ เมื่อได้กฎความสัมพันธ์แล้ว ทำให้ทราบถึงแนวทางการใช้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มลูกค้านิติบุคคล ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสให้เจ้าหน้าที่ธนาคารเสนอขายผลิตภัณฑ์ บริการทางการเงินที่มีความเหมาะสมให้กับลูกค้าได้ ผลการประเมินความพึงพอใจระบบ โดยรวม โดยมีผู้ประเมินสองกลุ่มคือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 และส่วนของผู้ใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 สรุปได้ว่าผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ดี ดังนั้นระบบที่พัฒนาขึ้นนี้สามารถนำไปใช้งาน เพื่อช่วยพิจารณาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ให้แก่กลุ่มลูกค้านิติบุคคลได้ ในขณะที่ กฤษณะ ไวยมัย (2547) ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการช่วยทำนายเกรดวิชาต่างๆ ในภาคเรียนต่อไปของนิสิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ โดยหาความสัมพันธ์ของผลการเรียนในแต่ละวิชาที่ส่งผลต่อกัน ซึ่งทำให้ได้ว่าวิชาใดบ้างที่มีผล ต่อวิชาที่ต้องการจะทำนายเกรดล่วงหน้า โมเดลจะทำนายโดยอ้างอิงจากข้อมูลของนิสิต ที่เคยเรียนมา และได้ผลการเรียนเช่นเดียวกับนิสิตคนนั้น

จากงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยได้ศึกษาเทคนิคจากงานวิจัยต่างๆ แล้วผู้วิจัยได้นำ เทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) โดยใช้เทคนิคต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) มา ช่วยในการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปคือ Microsoft Excel 2013 เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ ในการสร้างต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) และนำผลที่ได้มาสนับสนุนการตัดสินใจ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับหอพักในครั้งนี้ และสามารถนำผลดังกล่าวไปใช้ใน การตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก หรือผู้ที่สนใจจะดำเนินการธุรกิจทางด้าน หอพัก/ห้องพัก ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) มาใช้ในการวิเคราะห์ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในครั้งนี้ ใช้แบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) มาเป็นเพียงเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการบริหารจัดการและตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจหอพักแต่หลักที่สำคัญที่สุดจะต้องขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการธุรกิจหอพักด้วย เช่น การเผชิญภาวะคู่แข่งในตลาด รวมถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ มาร่วมในการพิจารณาด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ ไวยมัย. (2554). การใช้เทคนิค Data Mining เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา นิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์. The Nectec Technical Jurnal.Vol.III, NO.11,134-142.
- ชลนิศา สาระ. (2550). การจำแนกกลุ่มสถานภาพการสำเร็จ การศึกษาโดยแบบจำลองต้นไม้ตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชัตชัย แก้วตาและคณะ. (2554). การวินิจฉัยคดีด้วยเทคนิคต้นไม้ตัดสินใจ. อุบลราชธานี: ภาควิชาคณิตศาสตร์สถิติและคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- บุญมา เฟ่งชวน. (2548) การใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้านการผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรี. นครปฐม: ภาควิชาคอมพิวเตอร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประสงค์ ประณีตพลกรัง. (2548). การประยุกต์ใช้ดาต้าไมน์นิ่งในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์สำหรับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ลักษณะสุภา พรหมดนตรี. (2550). การประยุกต์ใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการงานสถิติ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรอุมา นองเนื่อง และณัฐวี ฤตฤกษ์. (2553). ระบบช่วยวิเคราะห์บริการทางการเงิน
เพื่อกลุ่ม ลูกค้านิติบุคคลกรณีศึกษาราชการกรไทย. ภาควิชาเทคโนโลยี
สารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
พระนครเหนือ.

Yamane, T. (1973). **Statistic: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York:
Harper and Row.

การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน ชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับผู้ใช้งานส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

A Comparison of Purchasing Decision of Gasoline Engine Lubricants for Personal Cars between Semi-Synthetic type and Synthetic type in Bangkok

เกลิงศักดิ์ บุญมี¹

สุวิมล แม้นจริง²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และสังเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลเฉพาะผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์อย่างละ 200 คน รวมเป็นจำนวน 400 คน ก่อนทำการเก็บตัวอย่างได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามซึ่งได้เท่ากับ 0.832 สำหรับสถิติเชิงพรรณนาใช้หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ Independent Sample t-test, One-way ANOVA และ LSD

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 38-47 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท ใช้รถเก๋งเป็นพาหนะ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด และมีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำ โดยที่ผู้ซื้อชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การขับที่ 6-9 ปี นิยมใช้ยี่ห้อ ปตท. โดยซื้อจากอู่ซ่อมรถ มีความถี่ใน

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี thalerngsak_b@mail.rmUTT.ac.th

² รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี smanjing@thaimail.com

การซื้อเฉลี่ย 3.35 ครั้ง/ปี และค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 868.80 บาท ส่วนผู้ซื้อชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การขับซึ่มากกว่า 9 ปี ใช้ยี่ห้อเชลล์ โดยซื้อจากศูนย์บริการรถยนต์ มีความถี่ในการซื้อเฉลี่ย 2.98 ครั้ง/ปี และค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 2,027 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ซื้อชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญทางการตลาดต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนผู้ซื้อชนิดสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์ที่ใช้แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และผู้ซื้อทั้ง 2 ชนิดที่มีอาชีพและประเภทรถยนต์ที่ใช้แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน และพบว่าผู้ซื้อชนิดน้ำมันหล่อลื่นที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดแตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และผู้ซื้อชนิดน้ำมันหล่อลื่นที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันในด้านความถี่ในการซื้อและค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน

Abstract

The purpose of this comparison study is to investigate buyers' purchasing decision on two types of gasoline engine lubricants, semi-synthetic type and synthetic type in Bangkok. The samples of the study comprised 400 buyers divided into two equal groups i.e. 200 semi-synthetic type buyers and 200 synthetic type buyers. The questionnaire was used as the data gathering instrument and samples have tested the reliability of the questionnaire, which was equal to 0.832. The data were analyzed through descriptive statistics and inferential statistics consisting of Independent Samples t-test, One-way ANOVA and Least Significance Difference (LSD).

The results indicated that the majority of the buyers purchasing two types of lubricants were male, aged between 38 and 47 with monthly

income level between 20,000 and 40,000 baht. They used personal cars, and their decisions to purchase lubricants mostly depended on the marketing factors in terms of products and distribution channels. They also tend to use the same lubricants. It was also found that the majority of the buyers purchasing semi-synthetic type had 6-9 years driving experiences, favoured 'PTT' brand, and bought them from general car garages. Their purchasing frequency was 3.35 times/year, and the purchasing cost was 868.80 baht for each purchase. On the other hand, the majority of the buyers purchasing synthetic type had more than 9 years driving experiences, favoured 'SHELL' brand, and bought them from car service centers. Their purchasing frequency was 2.98 times/year, and the purchasing cost was 2,027 baht for each purchase.

The result, in addition, revealed the following characteristics: The purchasing decision of the buyers with different education levels and monthly incomes varied based on distribution channels and marketing promotion. The purchasing decision of the buyers purchasing synthetic lubricants varied based on different aspects of marketing promotion. The purchasing decision of the buyers purchasing both types of lubricants varied based on their different careers and car brands. They also had different ideas to buy the products with the same brands. The purchasing decision of the buyers purchasing different types of lubricants varied based on 3 marketing factors: products, distribution channels and marketing promotion. The purchasing decision of the buyers purchasing different types of lubricants varied based on the purchasing frequency and the purchasing cost.

Keywords: A Comparison of Purchasing Decision, Gasoline Engine Lubricants

บทนำ

ช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีการพัฒนาและเติบโตทางเศรษฐกิจมาก ทำให้มีการส่งเสริมจากภาครัฐจึงทำให้มีการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในภาคอุตสาหกรรม จึงเป็นผลต่อเนื่องไปยังภาคการขนส่งที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน อีกทั้งเมื่อสองปีที่ผ่านมาทางภาครัฐได้มีการสนับสนุนในเรื่องของรถยนต์คันแรกทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการรถยนต์มากซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจยานยนต์ภายในประเทศสูง โดยสามารถดูได้จากสถิติจำนวนรถที่ขึ้นทะเบียนสะสมทั่วประเทศที่มีอัตราแนวโน้มการเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 (จำนวน 20,624,719 คัน) จนถึง 2556 (จำนวน 34,624,406 คัน) ระยะเวลา 10 ปี มีจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสมทั่วประเทศเพิ่มขึ้น 13,999,687 คัน หรือคิดเป็นอัตราร้อยละ 68.87 แต่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2555 กับ พ.ศ. 2556 ซึ่งมีจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสมทั่วประเทศเพิ่มขึ้น 2,147,429 คัน ซึ่งคิดเป็นอัตราร้อยละ 6.6 (กรมขนส่งทางบก, 2557) จากข้อมูลดังกล่าวมาจะเห็นได้ว่ามีแนวโน้มการจดทะเบียนรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี ฉะนั้นจึงส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันหล่อลื่นสำหรับยานยนต์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

ธุรกิจน้ำมันหล่อลื่นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มน้ำมันหล่อลื่นสำหรับยานยนต์หรือในบางครั้งจะเรียกว่าน้ำมันเครื่องยนต์ ซึ่งจะมีสัดส่วน ร้อยละ 70 ของมูลค่าการจำหน่ายรวมของตลาดธุรกิจกลุ่มน้ำมันหล่อลื่นสำเร็จรูป โดยกลุ่มนี้จะสามารถแบ่งออกเป็นสำหรับน้ำมันหล่อลื่นในเครื่องยนต์เบนซินและเครื่องยนต์ดีเซล ซึ่งมีสถิติการจัดจำหน่ายภายในประเทศจำนวน 278,393,139 ลิตร (กรมธุรกิจพลังงาน, 2557) ส่วนอีกกลุ่มคือกลุ่มน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมซึ่งใช้ในส่วนของการกระบวนการผลิตต่างๆ หรือใช้งานในการหล่อลื่นเครื่องจักรกลต่างๆ ในโรงงานอุตสาหกรรม โดยจะมีสัดส่วนร้อยละ 30 ซึ่งในปีที่ผ่านมาธุรกิจน้ำมันหล่อลื่นหรือน้ำมันเครื่องมีมูลค่าประมาณ 3 หมื่นล้านบาท (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 34 ฉบับที่ 2,976 วันที่ 21-22 สิงหาคม พ.ศ. 2557) สำหรับในปี พ.ศ. 2558 มีการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5-10 จากปีที่ผ่านมา ด้วยเหตุผลเหล่านี้จึงทำให้ธุรกิจน้ำมันหล่อลื่นมีการแข่งขันที่รุนแรงกอปรกับในปี พ.ศ. 2559 จะมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการ

ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการขนส่งและโลจิสติกส์ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นจะทำให้มีจำนวนรถยนต์เพิ่มมากขึ้นในประเทศ จึงทำให้เป็นที่สนใจของผู้ผลิตและผู้ขายธุรกิจประเภทนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นที่มีจำหน่ายภายในประเทศมีมากมายหลายตราสินค้า แต่จะมีรายใหญ่เพียงไม่กี่ตราสินค้าที่เป็นผู้ผลิตที่ได้รับยอมรับทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์และคุณภาพในปีที่ผ่านมา ปตท. ยังคงมีส่วนแบ่งการตลาดในธุรกิจน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือเชลล์ เอสโซ่-โมบิล บีพี-คาสโตรล คาลเท็กซ์และบางจากตามลำดับ (ปี พ.ศ. 2557) ดังนั้นจึงทำให้ผู้ผลิตน้ำมันหล่อลื่นต่างๆ ออกมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดต่างๆ เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนเองให้มากขึ้น โดยปัจจุบันน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ที่มีจำหน่ายในท้องตลาดจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด คือน้ำมันหล่อลื่นธรรมดาหรือน้ำมันแร่ น้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์และน้ำมันสังเคราะห์ โดยสามารถดูได้จากระยะทางการใช้งานที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นการสะดวกในการที่ผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ส่วนมากจะกล่าวถึงชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ เนื่องจากมีการใช้น้ำมันหล่อลื่นมากในภาคยานยนต์ จึงไม่อาจจะทราบได้แน่ชัดว่าอะไรที่เป็นเหตุหรือแรงจูงใจที่เลือกใช้งานผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

จากที่ข้อมูลกล่าวและปัจจุบันผู้วิจัยได้ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันหล่อลื่น จึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค โดยการใช้การเปรียบเทียบพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินระหว่างชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อที่มีความแตกต่างกันในด้านใดบ้างและนำไปปรับปรุงให้เหมาะสมกับธุรกิจในปัจจุบัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วีรวุฒิ กำเนิดแก้ว (2543: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้น้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์ของเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์และการเปรียบเทียบถึงข้อดีและข้อด้อยระหว่างน้ำมันชนิดมาตรฐานและน้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติแจกแจงความถี่และค่าเฉลี่ย รวมถึงการ

ทดสอบ Chi-Square ในการทดสอบสมมติฐานเรื่องอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ผลการวิจัยพบว่าการตัดสินใจใช้น้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์ที่เคยใช้น้ำมันหล่อลื่นมาตรฐานและไม่เคยใช้น้ำมันหล่อลื่นมาตรฐานมาก่อนเกิดจากการรับทราบคุณสมบัติที่ดีกว่าทางด้านคุณภาพของน้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์ คือ การใช้งานได้ยาวนานถึง 5,000 กิโลเมตร และช่วยลดการสึกหรอของเครื่องยนต์ซึ่งเป็นผลดีในระยะยาวต่อการยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง โดยส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำจากผู้มีความรู้ทางด้านช่างในศูนย์บริการหรืออู่ซ่อมรถยนต์ นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าสูง มักจะไม่เปลี่ยนตราสินค้าแม้ว่าภาวะทางเศรษฐกิจไม่ดีก็ตาม

เกตุวดี โรจน์สัญญากุล (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับยานยนต์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของธุรกิจน้ำมันหล่อลื่นสำหรับยานยนต์และศึกษาในเรื่องของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่อาจจะส่งผลต่อการตอบสนองของผู้ซื้อและลักษณะของผู้ซื้อ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงปริมาณและการวิเคราะห์อัตราส่วนการกระจุกตัว (Concentration Ratio) จากผลการวิจัยพบว่าอุตสาหกรรมน้ำมันหล่อลื่นในช่วงปี พ.ศ. 2538-2542 มีค่าการกระจุกตัวบางส่วนซึ่งพิจารณาจากผู้ประกอบการรายใหญ่ 4 ราย ซึ่งมีลักษณะโครงสร้างตลาดแบบผู้ขายน้อยราย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้ออันเนื่องมาจากการจงรักภักดีต่อตราสินค้าซึ่งส่วนหนึ่งอาจจะมาจากการที่มีผู้ขายน้อยรายจึงทำให้มีการแข่งขันกันน้อยสำหรับการศึกษาทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะมีการจงรักภักดีต่อตราสินค้า โดยจะให้ความสำคัญที่ตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก และรองลงมาเป็นปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่ผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้ง่ายและมักจะเลือกหาซื้อในสถานบริการน้ำมัน

รัฐา อรุโสมณ (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น เพื่อค้นคว้าถึงทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ที่มีต่อการส่งเสริมการขายใน 3 ด้านคือ การลดราคา การให้ของแถม และการจับสลากชิงโชค ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนในการใช้เก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้

จะเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี ขับขี่รถยนต์ในการเดินทางต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 กิโลเมตรต่อเดือน และจะเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำมันหล่อลื่นครั้งละประมาณ 501-1,000 บาท โดยจะทำการเปลี่ยนถ่ายตามศูนย์บริการ ส่วนเรื่องความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ที่เกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญในด้านการลดราคามากที่สุด รองลงมาเป็นด้านการให้ของแถม และการจับสลากชิงโชค นอกจากนั้นผู้ใช้รถยนต์เห็นว่ากิจกรรมเหล่านี้ควรจะมีความเหมาะสม มีอรรถประโยชน์ในความต้องการของแต่ละกลุ่ม อีกทั้งจะต้องไม่ทำให้คุณภาพของน้ำมันหล่อลื่นลดลง

พรทิพย์ พิทยาพงษ์ชาติ (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้ศูนย์บริการรถยนต์ปี-ควิกและเซลล์ ออโต้ เซิร์ฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้ศูนย์บริการรถยนต์ระหว่างปี-ควิกและเซลล์ ออโต้เซิร์ฟ โดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คนแต่จะทำการสุ่มอย่างละครึ่ง สำหรับการวิเคราะห์จะใช้สถิติทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ จากผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งปี-ควิกและเซลล์ ออโต้เซิร์ฟ จะนำรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้ามาเข้ารับบริการมากที่สุด อายุการใช้งานของรถอยู่ที่ประมาณ 2-5 ปี จะเข้ารับบริการช่วงวันศุกร์-วันอาทิตย์ ช่วงเวลา 08.00-12.00 น. โดยส่วนใหญ่จะตัดสินใจด้วยตนเอง ในด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้ศูนย์บริการรถยนต์ และความคิดเห็นที่เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกศูนย์บริการจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ทางด้านระยะเวลาที่ใช้บริการในแต่ละครั้ง

วริรักษ์ ัญญูกิจ (2550: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นภายในจังหวัดชลบุรี โดยการออกแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ จากผลการวิจัยพบว่าส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 26-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ใช้รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 2,000 ซีซี มีอายุ

การใช้งานประมาณ 3-6 ปี ในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องยนต์เบนซินจะใช้เวลากำหนดจากระยะทางทุกๆ 10,000 กิโลเมตรจึงจะทำการเปลี่ยนถ่ายสักระยะ สำหรับปริมาณในการซื้อครั้งละ 4 ลิตรซึ่งเป็นขนาดบรรจุภัณฑ์มาตรฐานของเครื่องยนต์เบนซิน โดยนิยมไปเปลี่ยนที่ศูนย์บริการรถยนต์ ซึ่งจะมีพนักงานคอยให้ความรู้รายละเอียดของสินค้าก่อนเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่ และยี่ห้อสินค้าที่เป็นที่เลือกซื้อมากที่สุดคือยี่ห้อ ปตท. โดยให้เหตุผลที่เลือกซื้อยี่ห้อดังกล่าวเป็นในเรื่องของคุณภาพของน้ำมันหล่อลื่น และราคาที่เหมาะสมมากที่สุด ซึ่งโดยส่วนมากจะชำระเงินด้วยเงินสด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และยี่ห้อรถยนต์ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับระยะทางที่กำหนดในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น ระดับการศึกษา ยี่ห้อรถยนต์ และขนาดเครื่องยนต์มีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น ยี่ห้อของรถยนต์ และอายุการใช้งานรถยนต์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่น อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ยี่ห้อของรถยนต์ อายุการใช้งานรถยนต์ และขนาดเครื่องยนต์มีความสัมพันธ์กับยี่ห้อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ

สมศักดิ์ โกวิทวุฒิกร (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในด้านใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมตลอดจนสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคอีกทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ โดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศชาย อายุ 30-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพสมรส มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ใช้รถยนต์ของญี่ปุ่นที่มีขนาดเครื่องยนต์ 1,501-1,800 ซีซี และอายุการใช้งานมากกว่า 5 ปี ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้น้ำมันหล่อลื่น ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะดวกในการหาซื้อ และการเพิ่มปริมาณในราคาเท่าเดิม โดยให้ความพึงพอใจกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาในระดับมาก มีพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเดิม เหตุผลเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพที่ดีกว่า การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย และประสบการณ์ขับขีรถยนต์ มีความสัมพันธ์กับการพิจารณากำหนดเปลี่ยนถ่าย

น้ำมันหล่อลื่น นอกจากนี้พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และยี่ห้อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้ในปัจจุบันที่ต่างกันให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดต่างกันทุกด้าน อายุที่ต่างกันให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน รายได้เฉลี่ยที่ต่างกันให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจำหน่ายต่างกัน ความรู้เรื่องเครื่องยนต์และประสบการณ์ขับซึ่รถยนต์ที่ต่างกันให้ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน

นัฐพงษ์ ไทยรัก (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้บริโภคซึ่งทำการวิจัยในจังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-25,000 บาท โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ในระดับมากที่สุดคือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมในระดับมากได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นเมื่อเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมในระดับมากได้แก่ ผู้ขายสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างชัดเจน และสามารถหาซื้อได้สะดวก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โดยรวมในระดับมากได้แก่ มีพนักงานแนะนำ ณ จุดขาย และการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์

วรรณวิภา บุญแลบ (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่อาจจะมีการตัดสินใจซื้อในเขตกรุงเทพฯ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test และ F-test จากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน โดยเพศหญิงมากกว่าเล็กน้อย มีอายุราว 31-35 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อ ปตท. สูตรสังเคราะห์ โดยราคาสินค้าต้องอยู่ในงบประมาณที่จ่ายได้ เพื่อนหรือคนรู้จักเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และส่วนใหญ่ให้ความสนใจในสื่อประเภทวิทยุและโทรทัศน์ สถานที่ซื้อสินค้าส่วนมากคือ ศูนย์บริการครบวงจร ในการเลือกซื้อสินค้าจะมียี่ห้อที่ต้องการอยู่แล้วแต่ต้องให้ช่างยนต์แนะนำเพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลมีผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในเรื่องการเลือกขนาดบรรจุสินค้า จากผลการศึกษาพบว่า ควรเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเรื่องส่วนลดสินค้า และของแถม รวมถึงการให้ความรู้กับช่างเครื่องยนต์ เพื่อช่วยสนับสนุนการขายสินค้า

นรินทร์ พาหุยุทธ์ (2554: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี จากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุ 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 20,001 บาท ใช้รถยนต์ประเภทเบนซิน และส่วนมากใช้รถยนต์อยู่ในช่วง 3-5 ปี กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยทางการเลือกซื้อน้ำมันในเรื่องการจัดการทรัพยากรบุคคล การบริหารสินค้า ท่าเลที่ตั้ง การออกแบบร้าน การจัดผังร้าน การให้บริการลูกค้า และการใช้เทคโนโลยีในร้านค้า นอกจากนี้พบว่าเพศที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการออกแบบร้าน การจัดผังร้าน และ

ด้านการบริหารสินค้าแตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการออกแบบร้าน การจัดผังร้าน ด้านการบริหารสินค้า และด้านการให้บริการลูกค้าแตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้าแตกต่างกัน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นทุกด้านแตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้าแตกต่างกัน และด้านการใช้เทคโนโลยีในร้านค้าแตกต่างกัน ระดับรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้าแตกต่างกัน ประเภทยนต์ที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการลูกค้า และด้านการใช้เทคโนโลยีในร้านค้า และอายุการใช้งานที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการออกแบบร้าน การจัดผังร้าน ด้านทำเลที่ตั้ง และการใช้เทคโนโลยีในร้านค้าแตกต่างกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับรถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

มีการกำหนดขอบเขตรายละเอียดในการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ มีดังนี้

1. ขอบเขตด้านเวลา ศึกษาในช่วงระหว่าง เดือนเมษายน 2558– เดือนกรกฎาคม 2558

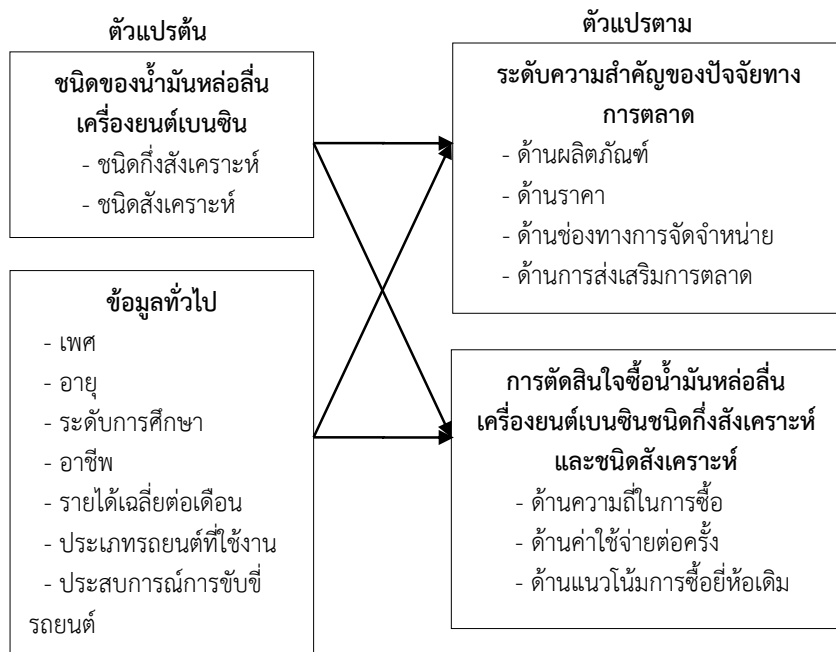
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 400 คน

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่ ชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน และข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ และชนิดสังเคราะห์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน
2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหัดเดิมแตกต่างกัน
3. ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน
4. ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งและด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหัดเดิมแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Samples) คือ ผู้บริโภคที่เป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ตัดสินใจซื้อซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์เท่านั้น โดยทำการเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร แต่เนื่องด้วยไม่ทราบจำนวนของผู้บริโภคที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ทำการกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งได้ผลลัพธ์จำนวน 385 คน และได้ทำการสำรวจตัวอย่างในกรณีที่ใช้แบบสอบถามไม่สมบูรณ์จำนวน 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งหมดเท่ากับ 400 คน โดยจะเก็บแบบสอบถามผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์จำนวน 200 ตัวอย่าง และชนิดสังเคราะห์จำนวน 200 ตัวอย่างรวมเป็นทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลและเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยประกอบด้วยแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นแหล่งข้อมูลจากการค้นคว้าที่เก็บรวบรวมจากทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยต่างๆ รวมทั้งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ครอบคลุมงานวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ สามารถสรุปขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามได้ ดังนี้

2.1 ศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและนำมาสร้างเป็นโครงงานวิจัยและแบบสอบถามฉบับร่าง โดยข้อคำถามของฉบับร่างจะต้องครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ปรึกษาและขอบเขตของงานวิจัย

2.2 สร้างแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและสอดคล้องกับงานวิจัย หากว่าไม่ผ่านหรือไม่สอดคล้องจะนำกลับไปเพื่อปรับปรุงแก้ไขแล้วมาเสนออีกครั้งและหากว่าผ่านหรือไม่สอดคล้องจะนำเสนอไปเสนอต่อประธานและกรรมการ หากว่าไม่ผ่านหรือไม่สอดคล้องจะนำกลับไปเพื่อปรับปรุงแก้ไขตามที่กรรมการได้เสนอแนะและหากว่าผ่านหรือสอดคล้องจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้งานเพื่อเป็นการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: α) โดยค่าที่ได้จะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ได้ออกมาควรมากกว่า 0.7 จึงจะถือว่ามีความเชื่อถือได้ จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ 0.832 นั้น แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

2.2.1 ลักษณะของแบบสอบถาม สามารถแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จะมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) มีจำนวน 7 ข้อ ดังนี้

1. เพศ ใช้การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ใช้การวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. ระดับการศึกษา ใช้การวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

4. อาชีพ ใช้การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
6. ประเภทของรถยนต์ ใช้การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
7. ประสบการณ์ในการขับขีรถยนต์ ใช้การวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ตอนที่ 2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับผู้ไ้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ลักษณะของคำถามเป็นแบบลิเคิร์ต Likert Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 129) จะโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ด้านละ 5 ข้อ รวมทั้งหมดเป็นจำนวน 20 ข้อ ได้แก่คำถามทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งใช้มาตรวัดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย โดยมีการกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

5	ระดับความสำคัญ	มากที่สุด
4	ระดับความสำคัญ	มาก
3	ระดับความสำคัญ	ปานกลาง
2	ระดับความสำคัญ	น้อย
1	ระดับความสำคัญ	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ของผู้ไ้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล จะมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิดและแบบปลายปิดจำนวน 5 ข้อ โดยข้อที่ 1-2 ลักษณะคำถามแบบมีหลายตัวเลือก (Multiple Choice) ส่วนข้อที่ 3-4 ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด สำหรับข้อที่ 5 ลักษณะคำถามเป็นแบบลิเคิร์ต Likert Scale (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ,

2549: 129) ใช้มาตราวัดเกณฑ์ในการอภิปรายผลโดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยในแต่ละข้อมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งที่ตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน ใช้การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. ยี่ห้อน้ำมันหล่อลื่นที่เลือกซื้อ ใช้การวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
3. ความถี่ในการซื้อน้ำมันหล่อลื่น โดยจะมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด ใช้การวัดข้อมูลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)
4. ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง โดยจะมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด ใช้การวัดข้อมูลแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)
5. แนวโน้มการซื้อยี่ห้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินเดิมในอนาคต ลักษณะคำถามเป็นแบบลิเคิร์ต Likert Scale โดยใช้มาตราวัดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย โดยมีการกำหนดเกณฑ์แต่ละระดับเป็น ดังนี้

5	หมายความว่า	ซื้อซ้ำแน่นอน
4	หมายความว่า	ซื้อซ้ำ
3	หมายความว่า	ไม่แน่ใจ
2	หมายความว่า	ไม่ซื้อซ้ำ
1	หมายความว่า	ไม่ซื้อซ้ำแน่นอน

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและเรียงข้อมูลทั้งหมดเพื่อนำไปลงรหัส จากนั้นจึงนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ในการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานดังนี้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อต้องการอธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาแล้วแปลผลออกมาเป็นผลที่สามารถเข้าใจได้ง่าย มีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.2 แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าความเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.1.3 แบบสอบถามตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ของผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าความเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรโดยการนำข้อมูลมาทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ในงานวิจัยนี้กำหนดระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ ร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับรายละเอียดการทดสอบ มีดังนี้

3.2.1 เพื่อทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ย โดยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือค่า t-test

3.2.2 เพื่อทดสอบสมมติฐานของค่าเฉลี่ย โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ค่า F-test เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบว่าผลการทดสอบกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งยังไม่ทราบว่าคุณใดที่แตกต่างกัน จึงต้องมีการทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ เพื่อหาว่าคุณใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน ตามวิธีการของ Fisher's Least Significant Difference หรือเรียกว่า LDS

สรุปการวิเคราะห์สมมติฐานในงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ t-test และ F-test (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินด้านความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ t-test และ F-test (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้ซื้อชนิดน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ t-test

สมมติฐานข้อที่ 4 ผู้ซื้อชนิดน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินในด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อที่ย้อนอดีตแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ t-test

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของรถยนต์ที่ท่านใช้และประสบการณ์ในการขับขี่ โดยนำเสนอในรูปของการเปรียบเทียบเป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์จำนวน 200 ตัวอย่าง และผู้ซื้อชนิดสังเคราะห์จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

อายุ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 38-47 ปี มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือช่วง 48 ปีขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ช่วงอายุ 28-37 ปี มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และช่วงอายุ 18-27 ปี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผู้ใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 38-47 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือช่วงอายุ 28-37 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ช่วงอายุ 48 ปีขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และช่วงอายุ 18-27 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา เป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ระดับ ปวช. หรือ ม.6 หรือต่ำกว่า มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผู้ใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาเป็นระดับ ปวส. หรือ อนุปริญญา เป็นจำนวน 60 คน ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และระดับ ปวช. หรือ ม.6 หรือต่ำกว่ามีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า

ผู้ใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อาชีพอื่นๆ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ผู้ใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 63 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.5 เจ้าของธุรกิจ มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อาชีพอื่นๆ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รายได้เฉลี่ยช่วง 40,001 - 60,000 บาท มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 60,001 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รายได้เฉลี่ยช่วง 40,001 - 60,000 บาท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และรายได้เฉลี่ยมากกว่า 60,001 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ประเภทของรถยนต์ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ประเภท รถเก๋ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือรถอเนกประสงค์ (SUV) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รถตู้หรือรถแวน มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และรถกระบะ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ประเภทรถเก๋ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือรถอเนกประสงค์ (SUV) จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รถตู้หรือรถแวน มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และรถกระบะ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ประสบการณ์ในการขับขีรถยนต์ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการขับขี 6-9 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือขับขีมากกว่า 9 ปีขึ้นไป มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ขับขี 3-6 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และน้อยกว่า 3 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่ประสบการณ์ในการขับขีมากกว่า 9 ปีขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือขับขี

6-9 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ขับขี่ 3-6 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยกว่า 3 ปี มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ใช้การนำเสนอการวิเคราะห์ในรูปแบบของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การแปรผลระดับความสำคัญ

ผลการวิจัยการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดของผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินสำหรับผู้ไ้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิเคราะห์โดยจำแนกเป็นชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน ได้ดังนี้

ชนิดกึ่งสังเคราะห์

พบว่าผู้ซื้อให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดโดยรวม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านของปัจจัยทางการตลาด พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องฉลากและข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองมาคือผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ คุณภาพของน้ำมัน และความน่าเชื่อถือของตราสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 4.29, 4.22, 4.15 และ 4.06 ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านราคาโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องส่วนลดด้านราคาของผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาจะเท่ากันใน 2 เรื่องคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพและราคาเหมาะสมกับขนาด มีการชำระเงินมีความหลากหลาย และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22, 4.22, 4.21 และ 4.12 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องที่ตั้งของร้านและที่จอดรถที่เหมาะสมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือการนำไปวางขายในห้างสรรพสินค้ามีความสะดวกสบายในการหาซื้อ มีช่องทางอื่นๆ ในการหาซื้อ และใกล้กับแหล่งหรือสถานที่เปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36, 4.29, 4.26 และ 4.25 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องการใช้ตราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาคือมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย การเพิ่มปริมาณแต่ราคาเท่าเดิม การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และมีของแถม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.30, 4.17, 4.15 และ 4.07 ตามลำดับ

ชนิดสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ พบว่าผู้ซื้อให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านของปัจจัยทางการตลาดพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องฉลากและข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองมาคือรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ และคุณภาพของน้ำมันหล่อลื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21, 4.17, 4.13 และ 4.12 ตามลำดับ

ด้านราคา

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านราคาโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องของส่วนลดด้านราคาของผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับขนาด การชำระเงินมี

ความหลากหลาย และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22, 4.14, 4.10 และ 3.92 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดใน 2 เรื่องที่เท่ากันคือที่ตั้งของร้านและมีจุดรถที่เหมาะสมและมีการนำไปวางขายในห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.34 อันดับที่ 3 คือความสะดวกสบายในการหาซื้อ ใกล้กับแหล่งหรือสถานที่เปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่นมี และมีช่องทางอื่นๆ ในการหาซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27, 4.23 และ 4.09 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นให้ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยให้ระดับความสำคัญในเรื่องการใช้ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การเพิ่มปริมาณแต่ราคาเท่าเดิม และมีของแถม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28, 4.15, 4.12 และ 3.99 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนสำหรับผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้มีการวิเคราะห์หิมทั้งหมด 5 ข้อ ได้แก่ แหล่งที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่น ยี่ห้อที่เลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ และแนวโน้มการซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดิม โดยใช้การวิเคราะห์เพื่อหาความถี่ และนำเสนอเป็นคำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านแหล่งที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่น พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อจากอู่ซ่อมรถยนต์จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือศูนย์บริการรถยนต์จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ร้านค้าปลีกจำหน่ายอะไหล่ยนต์จำนวน 43 คน เป็นร้อยละ 21.5 สถานีบริการน้ำมันจำนวน 23 คน เป็นร้อยละ 11.5 และห้างสรรพสินค้าและอื่นๆ จำนวน 3 คน เป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อจากศูนย์บริการรถยนต์จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองมาคืออู่ซ่อมรถยนต์จำนวน 53 คน คิด

เป็นร้อยละ 26.5 ร้านค้าปลีกจำหน่ายอะไหล่ยนต์จำนวน 50 คน เป็นร้อยละ 25.0 สถานีบริการน้ำมันจำนวน 24 คน เป็นร้อยละ 12.0 และห้างสรรพสินค้าและอื่นๆ จำนวน 4 คน เป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ด้านยี่ห้อที่เลือกซื้อ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อปตท.จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองมาคือ คาสโตรอลจำนวน 59 คน เป็นร้อยละ 29.5 เชลล์จำนวน 36 คน เป็นร้อยละ 18.0 โมบิลจำนวน 24 คน เป็นร้อยละ 12.0 บางจากจำนวน 9 คน เป็นร้อยละ 4.5 และอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเชลล์จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองมาคือ ปตท.จำนวน 44 คน เป็นร้อยละ 22.0 คาสโตรอลจำนวน 39 คน เป็นร้อยละ 19.5 โมบิลจำนวน 29 คน เป็นร้อยละ 14.5 บางจากจำนวน 20 คน เป็นร้อยละ 10.0 และอื่นๆ จำนวน 14 คน เป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ด้านความถี่ในการซื้อ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีความถี่ในการซื้อจำนวนครั้งต่อปีน้อยที่สุดคือ จำนวน 1 ครั้งและมากที่สุดจำนวน 6 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 ครั้ง และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.119 โดยผู้ซื้อมีความถี่ในการซื้อมากที่สุดจำนวน 4 ครั้งต่อปี เป็นจำนวน 60 คน รองลงมาคือ 3 ครั้งต่อปี 2 ครั้งต่อปี 5 ครั้งต่อปี 6 ครั้งต่อปี และ 1 ครั้งต่อปี โดยมีจำนวน 58 คน 50 คน 22 คน 7 คน และ 3 คน ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์ มีความถี่ในการซื้อจำนวนครั้งต่อปีน้อยที่สุดคือ จำนวน 1 ครั้ง และมากที่สุดจำนวน 6 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.68 ครั้ง และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.826 โดยผู้ซื้อมีความถี่ในการซื้อมากที่สุดเท่ากันคือ จำนวน 2 ครั้งต่อปี และจำนวน 3 ครั้งต่อปี เป็นจำนวน 86 คน รองลงมาคือ 4 ครั้งต่อปี 1 ครั้งต่อปี 5 ครั้งต่อปี และ 6 ครั้งต่อปี โดยมีจำนวน 17 คน 5 คน 4 คน และ 2 คน ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ มีดังนี้

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยที่สุด 600 บาท และมากที่สุด 1,300 บาท โดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 868.80 บาท และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 164.545 พบว่าส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งมากที่สุดในช่วงราคาระหว่าง 801-1,000 บาท มีจำนวน 107 หรือคิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือช่วงราคาที่น้อยกว่า 800 บาท มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ช่วงราคาระหว่าง 1,001-1,200 บาท มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และช่วงราคาที่มีมากกว่า 1,200 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์ มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งน้อยที่สุด 1,500 บาท และมากที่สุด 3,000 บาท โดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2,027.00 บาท และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 284.209 พบว่าส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งมากที่สุดในช่วงราคาระหว่าง 1,500-2,000 บาท มีจำนวน 120 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือช่วงราคาระหว่าง 2,001-2,500 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และช่วงราคาระหว่าง 2,501-3,000 บาท จำนวน 3 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม พบว่า

ผู้ที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีแนวโน้มจะซื้อซ้ำยี่ห้อเดิมโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ผู้ที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ มีแนวโน้มจะซื้อซ้ำยี่ห้อเดิม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่แตกต่างกันด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งาน และด้านประสบการณ์ในการขับซึ่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีการให้ระดับความสำคัญ

ของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่แตกต่างกันด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีการให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในทุกด้านไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งานมีการให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกันในการส่งเสริมการตลาด ส่วนผู้ซื้อที่แตกต่างกันในด้านประสบการณ์ในการขับขี่มีการให้ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินด้านความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่แตกต่างกันด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ในการขับขี่มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินไม่แตกต่างกันในทุกด้าน แต่ผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านเพศมีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกันในด้านความถี่ในการซื้อ ส่วนผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านอาชีพมีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกันในด้านความถี่ในการซื้อ และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม และผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งานมีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่แตกต่างกันด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ในการขับขี่มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินไม่แตกต่างกันในทุกด้าน แต่ผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านอายุมีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ส่วนผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านอาชีพมีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม และผู้ซื้อที่แตกต่างกันด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งานมีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม

สมมติฐานที่ 3 ผู้ซื้อชนิดน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน

ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดไม่แตกต่างกันในด้านราคา แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ซื้อชนิดน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินในด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำห่อเดิมแตกต่างกัน

ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำห่อเดิมไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน

สรุปการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้การเก็บตัวอย่างจากกลุ่มผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินจำนวน 400 ชุด โดยแบ่งเป็นผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์จำนวน 200 ชุด และชนิดสังเคราะห์จำนวน 200 ชุด จากนั้นนำมาเข้ากระบวนการในการวิเคราะห์และแปลผล โดยสามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีอายุระหว่าง 38-47 ปี ร้อยละ 48.0 มีการศึกษาในระดับ ปวส. หรืออนุปริญญาคิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนมากประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.5 สำหรับประเภทของรถยนต์ที่ใช้ส่วนมากจะเป็นรถเก๋ง คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีประสบการณ์ในการขับขีรถยนต์ระหว่าง 6-9 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.5 มีอายุระหว่าง 38-47 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้

เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.5 สำหรับประเภทของรถยนต์ที่ใช้ส่วนมากจะเป็นรถเก๋ง คิดเป็นร้อยละ 36.5 และมีประสบการณ์ในการขับซึ่รถยนต์มากกว่า 9 ปีขึ้นไป

จากผลการสรุป พบว่าข้อมูลทั่วไปผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 38-47 ปี ผู้ซื้อน้ำมันชนิดกึ่งสังเคราะห์มีการศึกษาระดับปวส.หรืออนุปริญญา แต่ผู้ซื้อน้ำมันชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 20,001-40,000 บาทต่อเดือน จะใช้รถเก๋งเป็นพาหนะ และโดยส่วนใหญ่ที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์มีประสบการณ์ในการขับซึ่ 6-9 ปี แต่ผู้ที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์มีประสบการณ์ในการขับซึ่มากกว่า 9 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด

สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่มาใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 4 ด้าน ซึ่งผลการวิเคราะห์โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ โดยมีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุดและมาก ตามลำดับ ดังรายละเอียดแยกเป็นด้านๆ ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีข้อมูลรายละเอียดชัดเจน รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องคุณภาพของน้ำมันหล่อลื่นได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และความเชื่อถือของตราสินค้า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีข้อมูลรายละเอียดชัดเจน รองลงมาคือ รูปแบบของบรรจุ

ภัณฑ์ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ และคุณภาพของน้ำมันหล่อลื่นได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

ผลการสรุป พบว่า ผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิดจะมีการให้ระดับความสำคัญเป็นอันดับแรกในเรื่องของฉลาดผลิตภัณฑ์ที่มีข้อมูลชัดเจน

ด้านราคา สรุปได้ว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการมีส่วนลดของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับขนาดและปริมาณ การชำระเงินที่มีความหลากหลายเช่น บัตรเครดิต เป็นต้น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของการมีส่วนลดของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องราคาเหมาะสมกับขนาดและปริมาณ การชำระเงินที่มีความหลากหลายเช่น บัตรเครดิต เป็นต้น และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น

ผลการสรุป พบว่า ผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิดจะมีการให้ระดับความสำคัญเป็นอันดับแรกในเรื่องของการมีส่วนลดของผลิตภัณฑ์ และราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับรองลงมา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สรุปได้ว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องที่ตั้งของร้านที่มีที่จอดรถเหมาะสมและเพียงพอ รองลงมาคือ มีการวางขายในห้างสรรพสินค้า มีความสะดวกสบายในการหาซื้อ มีช่องทางอื่นๆ ในการซื้อ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และใกล้กับแหล่งหรือสถานที่เปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องที่ตั้งของร้านและที่จอดรถเหมาะสมและเพียงพอ รองลงมาคือ มีการวางขายในห้างสรรพสินค้า มีความสะดวกสบายในการหาซื้อ ใกล้กับแหล่งหรือสถานที่เปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องที่มีช่องทางอื่นๆ ในการซื้อ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ผลการสรุป พบว่า ผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิดจะมีความแตกต่างกัน โดยที่ผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์กึ่งสังเคราะห์จะมีการให้ความสำคัญในเรื่องของที่ตั้งของร้านที่มีที่จอดรถเหมาะสมและเพียงพอเป็นอันดับแรกสำหรับผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องของการวางขายในห้างสรรพสินค้า แต่ใน 2 เรื่องนี้ผู้ซื้อน้ำมันทั้งสองชนิดให้ระดับความสำคัญมากที่สุดเหมือนกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องมีการใช้ดารหาหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องการเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์แต่ราคาเท่าเดิม มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ และการมีของแถม เช่น เสื้อยืด หมวก เป็นต้น

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในเรื่องมีการใช้ดารหาหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญมากในเรื่องมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ มีการเพิ่มปริมาณผลิตภัณฑ์แต่ราคาเท่าเดิม และการมีของแถม เช่น เสื้อยืด หมวก เป็นต้น

ผลการสรุป พบว่า ผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิด มีการให้ระดับความสำคัญเป็นอันดับแรกและอันดับที่สอง ตามลำดับ ในเรื่องของการใช้ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับผู้ไ้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยใช้การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นจากอู่ซ่อมรถยนต์ ยี่ห้อน้ำมันหล่อลื่นที่เลือกใช้ คือ ปตท. (PTT) สำหรับความถี่ในการซื้อน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 868.80 บาท โดยผู้ซื้อที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุดอยู่ที่ 1,300 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายต่ำสุดอยู่ที่ 600 บาท และมีแนวโน้มการซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเดิมซ้ำ

ผู้ที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นจากศูนย์บริการรถยนต์ ยี่ห้อน้ำมันหล่อลื่นที่เลือกใช้คือ เชลล์ (Shell) สำหรับความถี่ในการซื้อน้ำมันหล่อลื่น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.68 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 2,027.00 บาทโดยผู้ซื้อที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุดอยู่ที่ 3,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายต่ำสุดอยู่ที่ 1,500 บาท และมีแนวโน้มการซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเดิมซ้ำ

สรุปผลการวิเคราะห์โดยรวม พบว่าผู้ที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ ส่วนใหญ่เลือกซื้อยี่ห้อ ปตท. (PTT) โดยตัดสินใจซื้อจากอู่ซ่อมรถยนต์ แต่ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดสังเคราะห์เลือกซื้อยี่ห้อ เชลล์ (Shell) มีการตัดสินใจซื้อจากศูนย์บริการรถยนต์เป็นส่วนใหญ่ และผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นทั้งสองชนิดมีแนวโน้มในการเลือกซื้อยี่ห้อเดิมซ้ำ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน

ด้านเพศ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งาน พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์ที่ใช้งานแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์ที่ใช้งานแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ด้านประสบการณ์ในการขับขี่ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีประสบการณ์ในการขับขี่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีประสบการณ์ในการขับขี่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกัน

ด้านเพศ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน แต่ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหัดเดิมไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหัดเดิมไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในความเห็นในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความเห็นในการซื้อ และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความเห็นในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านความเห็นในการซื้อ และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมแตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความเห็นในการซื้อไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมแตกต่างกัน

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความเห็นในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมไม่แตกต่างกัน ด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งาน พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความเห็นในการซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อซ้ำหือเดิมแตกต่างกัน

ด้านประสบการณ์ในการขับขี่ พบว่า

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีประสบการณ์ในการขับขี่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในทุกๆ ด้าน คือ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดไม่แตกต่างกันในด้านราคา แต่พบว่าผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกัน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์สำหรับผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001-40,000 บาท และใช้เป็นรถเก๋งเป็นพาหนะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ (วรัริรักษ์ ธีรณกิจ, 2550: 118) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีต่อการซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และใช้รถเก๋งยี่ห้อโตโยต้า โดยจะเห็นได้ว่ารถยนต์ส่วนบุคคลที่มีจดทะเบียนสะสมรวมในกรุงเทพมหานครมีจำนวนประมาณ 8 ล้านกว่าคัน ซึ่งจำนวนเกือบครึ่งนั้นเป็นรถเก๋ง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ในเรื่องของฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีข้อมูลรายละเอียดชัดเจนเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สมศักดิ์ โกวิทวุฒิกร, 2551: 59) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยผลงานวิจัยพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีการให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก ในเรื่องของฉลากที่ติดบนภาชนะบรรจุเป็นอันดับแรก ซึ่งจะเห็นได้ว่าปัจจุบันผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินยังคงมีการใส่ใจในฉลากรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่มีข้อมูลต่างๆ หรือมาตรฐานการรับรองที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวของผู้ผลิต อีกทั้งยังมีการพัฒนาในด้านอื่นๆ เช่น เรื่องของบรรจุภัณฑ์และการณรงค์ต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวช่วยดึงดูดและสร้างความมั่นใจมากขึ้นให้กับผู้บริโภค

ด้านราคา พบว่าผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ ยังคงมีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านราคาในระดับมากที่สุด ในเรื่องของมีส่วนลดของผู้ผลิตเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นในเรื่องของราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สมศักดิ์ โกวิทวุฒิกร, 2551: 59) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ให้ระดับความพึงพอใจในด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความพึงพอใจในเรื่องของการลดราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมากที่สุดคือ เรื่องของที่ตั้งของร้านที่มีที่จอดรถเหมาะสมเพียงพอเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นเรื่องของการนำไปวางขายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (วรรณวิภา บุญแลบ, 2551: 51) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร มีการให้ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับความมากที่สุด ใน 2 เรื่องคือ เรื่องของทำเลที่ตั้งที่มีการอำนวยความสะดวกเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นเรื่องของสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จิราภรณ์ อันสมบูรณ์, 2549: 39) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก สภาพการจราจรบริเวณร้านค้าและความสะดวกในการเข้า-ออกในระดับที่มากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมระดับมากที่สุดและมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดมากที่สุดในเรื่องการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ รองลงมาเป็นในเรื่องของการมีพนักงานขายแนะนำ จุดขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (นัฐพงษ์ ไทยรัก, 2551: 20) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลมากต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ในเรื่องของการมีพนักงานแนะนำ ณ จุดขาย และไม่สอดคล้องในเรื่องการมีดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ ซึ่งปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลางต่อการเลือกใช้น้ำมันหล่อลื่น

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อของผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 868.80 บาท โดยจะเลือกซื้อน้ำมันยี่ห้อปตท. จากอู่ซ่อมรถยนต์และมีแนวโน้มที่ซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (สมศักดิ์ โกวิทวุฒิกร, 2551: 116) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อปตท. และจะเลือกใช้ยี่ห้อเดิมประจำ โดยจะเห็นได้จากข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดกลุ่มธุรกิจน้ำมันหล่อลื่นภายในประเทศอันดับแรกยังคงเป็นยี่ห้อปตท. และไม่สอดคล้องในเรื่องสถานที่ซื้อน้ำมันหล่อลื่นซึ่งเลือกซื้อจากสถานีน้ำมัน

การตัดสินใจซื้อของผู้ที่เลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ จากผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อยี่ห้อเชลล์ จากศูนย์บริการรถยนต์ และมีแนวโน้มที่ซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรรณวิภา บุญแลบ, 2551: 46) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ประเภทน้ำมันหล่อลื่นที่เลือกใช้คือ สูตรสังเคราะห์ โดยจะเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นจากศูนย์บริการรถยนต์ แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องยี่ห้อที่เลือกซื้อ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จิราภรณ์ อันสมบูรณ์, 2549: 33) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อ เชลล์ และกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเดิมเป็นประจำ

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน

ด้านเพศ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ (วรรณวิภา บุญแลบ, 2551: 54) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในทุกๆ ปัจจัย

ด้านอายุ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรรณวิภา บุญแลบ, 2551: 56) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในทุกๆ ปัจจัย

ด้านระดับการศึกษา

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคาไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าผู้ซื้อที่มีการศึกษา ระดับ ปวช. ม.6 หรือต่ำกว่า มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่า ผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับ ปวส. หรืออนุปริญญา และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ซื้อที่มีการศึกษา ระดับ ปวช. ม.6 หรือต่ำกว่ามีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรรณวิภา บุญแลบ, 2551: 64) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดในทุกๆ ปัจจัย

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-40,001 บาท ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-40,001 บาท และพบว่าผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-40,001 บาท การให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 60,001 บาท

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในทุกๆ ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นทั้งชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์ที่ใช้แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดใน ด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน โดยพบว่าผู้ซื้อที่ใช้รถเก๋ง มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าผู้ซื้อที่ใช้รถตู้หรือรถแวน

ด้านประสบการณ์ในการขับขี

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ ที่มีประสบการณ์ในการขับขีแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีประสบการณ์ในการขับขีแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน แต่มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ซื้อที่มีประสบการณ์ในการขับขี 3-6 ปี มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้ซื้อที่มีประสบการณ์ในการขับขีมากกว่า 9 ปี และพบว่าผู้ซื้อที่มีประสบการณ์ในการขับขี 6-9 ปี มีการให้ระดับความสำคัญทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้ซื้อที่มีประสบการณ์ในการขับขีมากกว่า 9 ปี

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกัน

ด้านเพศ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน แต่ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีเพศแตกต่าง มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน 2.2 ด้านอายุ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน โดยด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง พบว่าผู้ซื้อที่มีช่วงอายุ 18-27 ปี มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่ากลุ่มผู้ซื้อในทุกช่วงอายุคือ ช่วงอายุ 28-37 ปี ช่วงอายุ 38-47 ปี และช่วงอายุ 48 ปีขึ้นไป

ด้านระดับการศึกษา

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิดคือ ชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในทุกๆด้าน คือ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน โดยด้านความถี่ในการซื้อ พบว่าผู้ซื้อที่มีอาชีพอื่นๆ มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อมากกว่าผู้ซื้อที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ผู้ซื้อที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ซื้อที่มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของธุรกิจ และในด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิมพบว่าผู้ซื้อที่มีรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อมากกว่าผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของธุรกิจ และผู้ซื้อที่มีอาชีพอื่นๆ

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน โดยด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง พบว่าผู้ซื้อที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่าผู้ซื้อที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ซื้อที่มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของธุรกิจ และผู้ซื้อที่มีอาชีพอื่นๆ ส่วนในด้านแนวโน้มการซื้อ ยี่ห้อเดิม พบว่าผู้ซื้อที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจซื้อในด้านค่าใช้จ่ายต่อ

ครั้งน้อยกว่าผู้ซื้อที่มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ซื้อที่เป็นเจ้าของธุรกิจและผู้ซื้อที่มีอาชีพอื่นๆ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิดคือ ชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ ที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้อในทุกๆ ด้าน คือ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน

ด้านประเภทรถยนต์ที่ใช้งาน

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดกึ่งสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน โดยด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม พบว่าผู้ซื้อที่ใช้รถกระบะ มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมน้อยกว่าผู้ซื้อที่ใช้รถเก๋ง ผู้ซื้อที่ใช้รถตู้หรือรถแวน และผู้ซื้อที่ใช้รถอเนกประสงค์

ส่วนผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินชนิดสังเคราะห์ที่มีประเภทรถยนต์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่แตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมแตกต่างกัน โดยด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิม พบว่าผู้ซื้อที่ใช้รถเก๋ง มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมน้อยกว่าผู้ซื้อที่ใช้รถตู้หรือรถแวน และผู้ซื้อที่ใช้รถกระบะ

ด้านประสบการณ์ในการขับขี่

ผู้ซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินทั้งสองชนิดคือ ชนิดกึ่งสังเคราะห์และชนิดสังเคราะห์ที่มีประสบการณ์ในการขับขี่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้ง และด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดในด้านราคาไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยทาง

การตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินแตกต่างกัน พบว่า

ผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อในด้านแนวโน้มการซื้อยี่ห้อเดิมไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าผู้ซื้อชนิดของน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซิน มีการตัดสินใจซื้อในด้านความถี่ในการซื้อ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมในแต่ละด้านจากงานวิจัย มีดังนี้

1. ควรมีการพัฒนาในเรื่องของฉลากบรรจุภัณฑ์มีการออกแบบให้ดึงดูดหรือเป็นที่น่าสนใจ พร้อมทั้งมีการแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจนและถูกต้อง
2. ควรมีการจัดทำเอกสารหรือแผ่นโฆษณาในเรื่องขององค์ความรู้ที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคอีกทาง โดยทำการติดตั้งไว้ตามศูนย์บริการหรือสถานที่ที่มีจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้น
3. ควรมีการขยายสถานที่จัดจำหน่ายไปยังสถานที่อื่นๆ เช่น อู่ซ่อมรถยนต์ และศูนย์บริการรถยนต์ให้ครอบคลุมมากที่สุด เนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นจาก 2 แหล่งนี้เป็นส่วนใหญ่
4. ควรใช้การส่งเสริมการตลาดในด้านส่วนลดราคาให้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ
5. ควรมีการส่งเสริมการตลาดโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือดารา ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการสร้างตราสินค้าหรือสร้างความน่าเชื่อถือ

เอกสารอ้างอิง

- กรมธุรกิจพลังงาน. (2557). ปริมาณการจัดหาน้ำมันหล่อลื่น. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2557. จาก www.doeb.go.th
- เกตุวดี โรจน์สัญญากุล. (2544). โครงสร้างตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับยานยนต์. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กรมขนส่งทางบก. (2556). จำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2557. จาก www.dlt.go.th
- จิราภรณ์ อันสมบูรณ์. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้า อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นัฐพงษ์ ไทยรัก. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นรินทร์ พาหุยุทธ์. (2554). การเลือกซื้อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรทิพย์ พิทยาพงษ์ชาติ. (2549). การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถยนต์ปี-คิวิกและเซลล์ ออโต้เชิร์ฟของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัฐา อรุโสมณ. (2546). ทศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ ส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ.

- วรรัตน์ ธัญญกิจ. (2550). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วรรณวิภา บุญแลบ. (2551). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์ดีเซลในกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีรวัฒน์ กำเนิดแก้ว. (2543). **พฤติกรรมการใช้น้ำมันหล่อลื่นกึ่งสังเคราะห์ของเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). **การวิจัยการตลาด (ฉบับปรับปรุงใหม่ 2549)**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร จำกัด.
- สมศักดิ์ โกวิทวุฒิกร. (2551). **พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้น้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

A Model for Productivity Improvement Toenhance Service Quality of Non-Governmental Commercial Bank in The Central Region of The Northeastern of Thailand

ณัฏฐวัฒน์ แสงภูเขียว¹

บทคัดย่อ

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 39.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท ร้อยละ 32.7 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 27.3 ความถี่การมาใช้บริการ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 23.1 ธนาคารรัฐบาลที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด ธนาคารกรุงไทย ร้อยละ 61.8 ธนาคารพาณิชย์เอกชนที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ร้อยละ 30.9 เหตุผลการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนที่ คือ ชื่อเสียง ความมั่นคง ร้อยละ 31.2 บริการของธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ บริการด้านเงินฝาก ร้อยละ 23.9 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคาร มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 43.9

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ตามแนวคิดของ Marketing Mix: 7 Ps คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) กระบวนการ (Process)

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
nattawat.sangphukeaw@gmail.com

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.0 ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 41.9 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 ระยะเวลาที่ทำงานในธนาคารมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 39.0 ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ร้อยละ 52.4 จำนวนพนักงานและเจ้าหน้าที่ในสาขา 1-10 คน ร้อยละ 55.2

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ตามแนวคิดของ McKinney 7-S Framework คือโครงสร้างองค์กร (Structure) กลยุทธ์ (Strategy) การจัดการบุคคลเข้าทำงาน (Staff) (Managerial) รูปแบบ (style) ระบบ (System) ค่านิยมร่วม (Shared value) ทักษะ (Skill)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองส่วนถูกนำไปสังเคราะห์และจัดทำเป็นรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ซึ่งมีประเด็นสำคัญที่ได้จากข้อมูลของผู้รับบริการจำนวน 18 ประเด็น และมีประเด็นสำคัญที่ได้จากข้อมูลของผู้ให้บริการจำนวน 11 ประเด็นโดยใช้แนวคิดในเชิงทฤษฎี Balanced Scorecard ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการใน 4 มุมมอง คือ ผู้รับบริการ (Customer Perspective) กระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) การเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning & Growth or Learning and Development Perspective) และเกี่ยวกับการเงิน (Financial Perspective)

คำสำคัญ: ผลผลิตภาพ การให้บริการ ธนาคารพาณิชย์

Abstract

The results showed that Analysis of the data on private banking clients in the Northeast, Central, mostly female (59.0%) aged 20-30 years (39.7%) of bachelor's degree (56.6%) The median income. 10,000 20,000 baht (32.7%), professional / student (27.3), the frequency of the service two times / week (23.1 %), government banks that choose to use most frequently Bank of Thailand (61.8 %), private banking options. The most frequently Bank (30.9 %) for the selection of private banks, which is

famous for stability (31.2%), banking services used most frequently deposit services (23.9%), time to be a customer of the bank over 3 years but less than five years (43.9%).

The variables used in the analysis. Current conditions and problems of providing private banks in the Northeast, central concepts of Marketing Mix: 7 Ps of product (Product), price (Price), distribution (Place or Distribution), promotion (Promotion) person (. People) to create and present physical (Physical Evidence & Presentation) process (Process).

Analysis of the data on private banking provider in the Northeast, Central, mostly female (59.0%) aged 41-50 years (41.9%) of bachelor's degree (64.8%) for the period. The bank operates in more than five years (39.0%), the current position. Assistant Branch Manager (52.4%) of employees and officials in the field of 1-10 people (55.2%).

The variables used in the analysis. Current conditions and problems of providing private banks in the Northeast, Central. Based on the concept of the McKinney 7-S Framework is an organizational structure (Structure) Strategy (Strategy) management people to work (Staff) (Managerial) format (style) system (System) shared values (Shared value), skills (Skill).

The results of the two components to be synthesized and prepared in the form of increased productivity, providing private banking center in the Northeast. Which are the key points from the data of the clients of 18 points and a keynote from the data provider's number 11 on using the theory Balanced Scorecard related to management in the fourth aspect is the service (Customer Perspective) Process (Internal Process Perspective) learning and growth (Learning & Growth or Learning and Development Perspective) and financial (Financial Perspective).

Keywords: Productivity, Service, Commercial Banks

บทนำ

การดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ ต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ซึ่งทางกฎหมายที่ใช้ควบคุมการดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ โดยมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแลตามพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2522 มาตรา 4 ธนาคารพาณิชย์หมายถึง “ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ และหมายรวมถึงสาขาส่งเสริมการค้าต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการธนาคารพาณิชย์ โดยการประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลาย มีการให้บริการในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การรับฝากเงิน การบริการเงินกู้ การบริการด้านการต่างประเทศ ซึ่งมีความหลากหลายและครอบคลุมตามความต้องการของลูกค้า หรือผู้บริโภคนั่นเอง การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอกประเทศได้แก่ ระดับการเปิดประเทศ ผลผลิตการผลิต และการบริการ ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจด้านบริการ ซึ่งธนาคารพาณิชย์เป็นธุรกิจบริการที่มีการเจริญเติบโตในระบบเศรษฐกิจมีเสถียรภาพ และมีศักยภาพในการแข่งขันซึ่งกระบวนการบริการต้องมีผลผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งเป็นดัชนีที่สะท้อนภาพการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพได้จากภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจธนาคารทั้งที่เป็นของเป็นไทย และของต่างชาติต่างก็พยายามแข่งขันกันอย่างเต็มที่เพื่อช่วงชิงฐานลูกค้าให้อยู่ในมือของตนมากที่สุด

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัย รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการ สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือในการเพิ่มผลผลิต/ผลิตภาพ (Productivity Techniques and Tools) เป็นตัวช่วยให้ประสบความสำเร็จ ผลิตภาพ (Productivity) หมายถึง จำนวนของผลผลิตสินค้าหรือบริการต่อปัจจัยการผลิตผลิตภาพสามารถจำแนกตามประเภทของปัจจัยการผลิต คือการเพิ่มขึ้นของผลผลิตที่เกิดจากปัจจัยอื่นนอกเหนือจากปัจจัยการผลิตที่ใช้ เช่น การพัฒนาทางเทคโนโลยี การปรับปรุงการบริหารและการพัฒนาคุณภาพของแรงงานความหมายของ ผลผลิต การเพิ่มผลผลิต อัตราการผลิต ผลิตภาพ และการเพิ่มผลิตภาพคือ จำนวนหรือมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้จากกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการหรือสัดส่วนระหว่าง "จำนวนผลผลิตที่ผลิตได้" (Output) กับ "จำนวนปัจจัยการผลิตที่ใช้" (Input) เพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนนั้นการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity Improvement) การให้บริการความคาดหวังโดยทั่วไปของผู้รับบริการ ได้แก่ การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจและความเอาใจใส่ พุดสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าเขามีความสำคัญ เป็นผลให้เขาเกิดความพอใจ แต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดปิติยินดี นั่นคือต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวังและเหนือความคาดหวังขึ้นไป เราแบ่งธนาคารพาณิชย์ตามขอบข่ายการดำเนินงานได้ 2 แบบคือธนาคารพาณิชย์ในระบบธนาคารเดี่ยว (unit banking) และธนาคารพาณิชย์ในระบบธนาคารสาขาระบบธนาคารเดี่ยว หมายถึง ระบบที่ธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมีสำนักงานเพียงแห่งเดียวดำเนินการโดยเอกเทศ ไม่อยู่ใต้การควบคุมของธนาคารอื่น ระบบธนาคารสาขา หมายถึง ระบบการธนาคารพาณิชย์ที่ธนาคารแห่งหนึ่งมีสาขามากมายหลายแห่งกระจายอยู่ทั่วประเทศหรือในต่างประเทศด้วย เพื่อความสะดวกในการโยกย้ายถ่ายเทเงินทุน ระหว่างประเทศ และให้บริการด้านธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศแก่ลูกค้าของธนาคาร สาขาแต่ละแห่งจะให้บริการในท้องถิ่นที่สาขาส่งตั้งอยู่แต่นโยบายการดำเนินงานอยู่ที่สำนักงานใหญ่ ระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศต่างๆ ในยุโรปเป็นระบบธนาคารสาขา เช่นเดียวกับประเทศไทยตามพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์การประกอบธุรกิจประเภท รับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามหรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ขอบเขตงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษารูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง คือ ธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางประกอบด้วย จังหวัด ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และร้อยเอ็ด ผู้ให้บริการจำนวน 105 คนผู้รับบริการ 385 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

ผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้จัดการสาขาหรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงสุดในสาขาของธนาคารที่มีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่น สุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) คัดเลือกตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) กลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี, 2548) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 105 คน

ผู้รับบริการ หรือ ลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติของ Taro Yamane โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 ทำการการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

ตารางที่ 1 แสดงประชากรและกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

รายชื่อ	จำนวนสาขาของธนาคารตามจังหวัด							
	ขอนแก่น		กาฬสินธุ์		มหาสารคาม		ร้อยเอ็ด	
	ประจำ ชา กร	กลุ่ม ตัว อย่าง	ประจำ ชา กร	กลุ่ม ตัว อย่าง	ประจำ ชา กร	กลุ่ม ตัว อย่าง	ประจำ ชา กร	กลุ่ม ตัว อย่าง
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	18	15	4	3	6	5	3	2
ธนาคารกรุงศรี อยุธยา จำกัด (มหาชน)	13	10	1	1	1	1	6	3
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	13	10	2	1	2	1	2	2
ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	1	0	1	1	0	0	1	1
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	9	7	1	1	2	1	2	2
ธนาคารทีสโกล์ จำกัด (มหาชน)	1	0	0	0	0	0	0	0
ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)	2	2	0	0	2	1	0	0
ธนาคารไทย พาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	17	13	6	4	5	4	3	2

รายชื่อ	จำนวนสาขาของธนาคารตามจังหวัด							
	ขอนแก่น		กาฬสินธุ์		มหาสารคาม		ร้อยเอ็ด	
	ประจำ กร	กลุ่ม ตัวอย่าง	ประจำ กร	กลุ่ม ตัวอย่าง	ประจำ กร	กลุ่ม ตัวอย่าง	ประจำ กร	กลุ่ม ตัวอย่าง
ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)	7	5	1	1	2	1	1	1
ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)	4	3	0	0	0	0	1	1
ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)	1	0	0	0	0	0	0	0
ธนาคารแลนด์ แอนด์เฮาส์ จำกัด (มหาชน)	1	0	0	0	0	0	0	0
รวม	87	65	16	12	20	14	19	14

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนสาขากับกลุ่มตัวอย่างธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

รายชื่อ	จังหวัด							
	ขอนแก่น		กาฬสินธุ์		มหาสารคาม		ร้อยเอ็ด	
	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	18	49	4	11	6	17	3	8

รายชื่อ	จังหวัด							
	ขอนแก่น		กาฬสินธุ์		มหาสารคาม		ร้อยเอ็ด	
	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
ธนาคาร กรุงศรี อยุธยา จำกัด (มหาชน)	13	35	1	3	1	3	6	17
ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	13	35	2	5	2	5	2	5
ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)	1	3	1	3	0	0	1	3
ธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน)	9	24	1	3	2	5	2	5

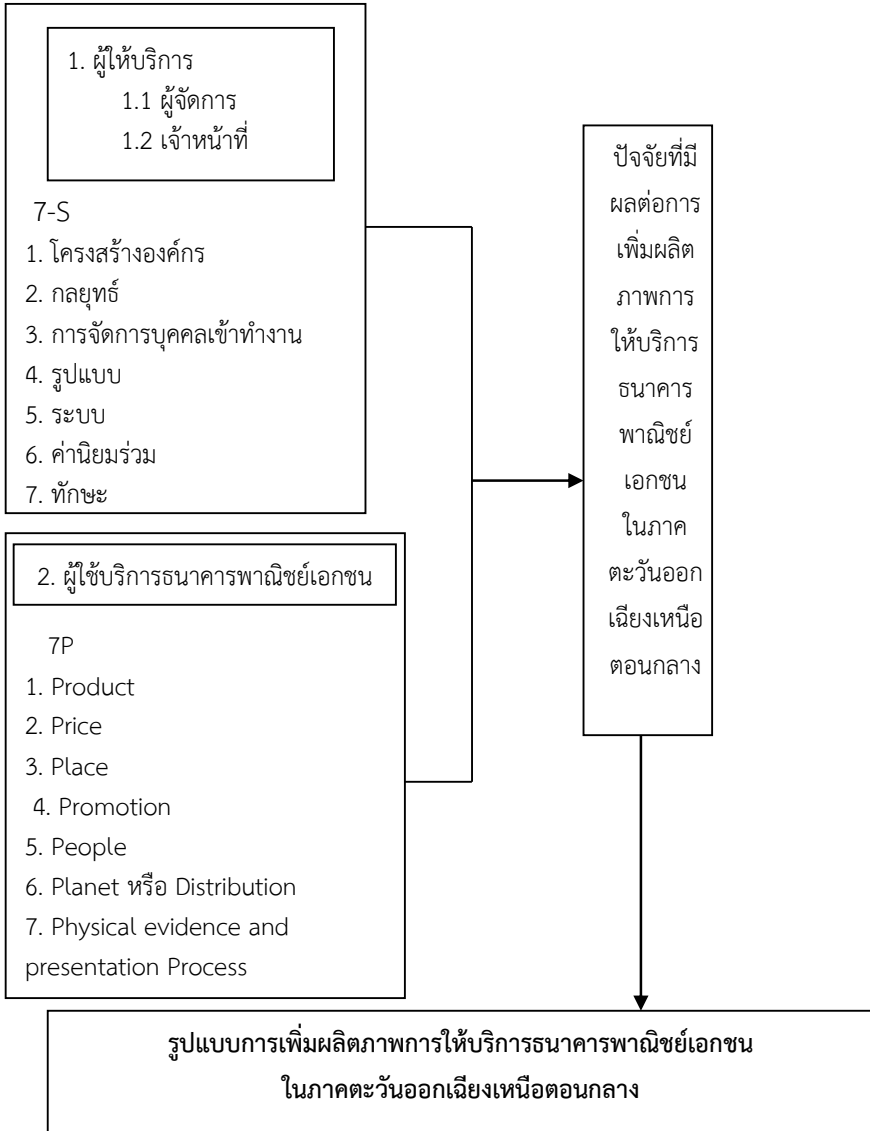
รายชื่อ	จังหวัด							
	ขอนแก่น		กาฬสินธุ์		มหาสารคาม		ร้อยเอ็ด	
	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
ธนาคาร ทีสโก้ จำกัด (มหาชน)	1	3	0	0	0	0	0	0
ธนาคารซี ไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)	2	5	0	0	2	5	0	0
ธนาคาร ไทย พาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	17	46	6	15	5	14	3	8
ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)	7	19	1	3	2	5	1	3
ธนาคารยู โอบี จำกัด (มหาชน)	4	11	0	0	0	0	1	3

รายชื่อ	จังหวัด							
	ขอนแก่น		กาฬสินธุ์		มหาสารคาม		ร้อยเอ็ด	
	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)	จำนวน สาขา	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
ธนาคาร ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)	1	3	0	0	0	0	0	0
ธนาคาร แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)	1	3	0	0	0	0	0	0
รวม	87	236	16	43	20	54	19	52

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variable) ของการเพิ่มผลผลิตภาพบริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ได้แก่ แบบจำลอง 7-5 นี่เป็นกรอบการพิจารณา ตัวแปรแต่ละตัวมีความสำคัญต่อการบริหารองค์การเริ่มตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ องค์การเกี่ยวข้องกับการพิจารณาโครงสร้างองค์การเป้าหมายขององค์การระบบการดำเนินงานทักษะที่ใช้ในการทำงาน บุคลากรรูปแบบพฤติกรรมของพนักงานและเป้าหมายที่ต้องการกลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 7P ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) กระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม (Physical Evidence and Presentation) ของลูกค้าในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แบบจำลอง 7-S นี้เป็นกรอบการพิจารณา ตัวแปรแต่ละตัวมีความสำคัญต่อการบริหารองค์การเริ่มตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์องค์การเกี่ยวข้องกับการพิจารณาโครงสร้างองค์การ เป้าหมายขององค์การ ระบบการดำเนินงาน ทักษะที่ใช้ในการทำงาน บุคลากร รูปแบบพฤติกรรมของพนักงานและเป้าหมายที่ต้องการ

กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 7P ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) กระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม (Physical Evidence and Presentation) ของลูกค้าในปัจจุบัน

ข้อสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรทุกตัวที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง” เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ (Mix Methodology) เพื่อศึกษารูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางจำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด มหาสารคาม กลุ่มประชากรที่ศึกษาได้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ที่แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหรือตัวแทนหรือผู้ให้บริการ กลุ่มที่ 2 ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ที่มีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษารูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง คือ ธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางประกอบด้วย จังหวัด ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม และร้อยเอ็ด ผู้ให้บริการจำนวน 105 คน ผู้รับบริการ 385 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

ผู้ให้บริการ ผู้จัดการสาขาหรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงสุดในสาขาของธนาคารที่มีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่นสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) คัดเลือกตัวอย่างเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) กลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (นราศรี ไวนิชกุล และ ชุศักดิ์ อุดมศรี, 2548) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 105 คน

ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติของ Taro Yamane ทำการการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 กำหนดสัดส่วนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลของแต่ละจังหวัดของผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการ จำนวนทั้งหมด 385 คนโดยการเทียบอัตราส่วนจากจำนวน สาขาของธนาคาร เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้บริหารหรือตัวแทนหรือผู้ให้บริการ โดยกำหนดขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไว้ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยเน้นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับแนวคิดการจัดการ 7S ในการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้บริหารหรือตัวแทนหรือผู้ให้บริการ 105 คน

แบบสอบถาม (Questionnaires) ใช้รวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการสอบถามผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบไปด้วยประชากรในเขตพื้นที่ที่เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน ในด้านมุมมองของหลักการ 7P ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) กระบวนการ (Process) ที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม (Physical Evidence and Presentation) จำนวน 385 คน

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างแนวทางการสัมภาษณ์ ใช้เป็นแนวในการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือตัวแทนหรือผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน

ศึกษาเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดมุมมองในโครงสร้างองค์การ เป้าหมายขององค์การ ระบบการดำเนินงาน ทักษะที่ใช้ในการทำงาน บุคลากร รูปแบบพฤติกรรมของพนักงานและเป้าหมายที่ต้องการหรือคาดหวัง ร่างแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม ของกรอบความคิดกับข้อคำถาม โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา ปรับแก้ไขเพิ่มเติมให้ถูกต้องเหมาะสมสำหรับงานวิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด

ชุดที่ 1 ผู้บริหารหรือตัวแทนหรือผู้ให้บริการโดยกำหนดขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไว้ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ชุดที่ 2 ใช้สอบถาม ผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้รับบริการหรือลูกค้าที่เข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง สำหรับแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จะคัดออกและทำการเก็บข้อมูลใหม่ให้

เท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จากนั้นนำแบบสอบถามในส่วนที่เป็นมาตราส่วน ประเมินค่าความวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์

Alpha (α = Coefficient) ของ Cronbach's Coefficients Alpha

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ดำเนินการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ดำเนินการโดยติดต่อล่วงหน้าและอธิบายให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบวัตถุประสงค์พร้อมทั้งขอคำยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์ รวมทั้งชี้แจงให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทราบว่าข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะถูกเก็บเป็นความลับ โดยผู้ให้สัมภาษณ์จะไม่ได้รับผลกระทบใดๆ และในขณะที่สัมภาษณ์ก็จัดบันทึกพร้อมทั้งกล่าวทบทวนเน้นย้ำข้อมูลสำคัญเพื่อตรวจสอบว่าผู้บันทึกมีความเข้าใจตรงกับคำให้สัมภาษณ์ แบบสังเกต บันทึกการสังเกต ทั้งตอนสัมภาษณ์และบันทึกสิ่งที่พบเห็น ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นขณะเก็บข้อมูล ภาพถ่าย ภาพถ่าย-บันทึกภาพ ในวันเก็บข้อมูล ณ สถานที่จริง เก็บข้อมูล ตามความเหมาะสม โดยได้รับคำอนุญาตจากผู้บริการ และ/หรือ ประชาชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ตามแนวคิดของ Mile and Huberman (1994) ดังนี้

1. จัดระเบียบข้อมูล (Data or Garnishing) เพื่อจัดการให้ข้อมูลเป็นระเบียบทั้งด้านเนื้อหาและกายภาพ ให้พร้อมที่จะแสดงและนำเสนอได้อย่างเป็นระบบ
2. แสดงข้อมูล (Data Display) เชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกันตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์
3. หาข้อสรุปตีความและตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการวิจัย (Conclusion, Interpretation and Verification) เพื่อ อธิบาย ข้อค้นพบ จากผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมการคำนวณชุดค่าสถิติสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง สถิติที่ใช้ได้แก่การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยวิธี Principal-Component Analysis (PC) และใช้วิธีหมุนแกนอโรทอนอลแบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal) เพื่อสกัดตัวแปรที่สำคัญออกไปสำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกตัวแปรที่สำคัญจากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการหมุนแกนคือตัวแปรสำคัญของแต่ละองค์ประกอบจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficients) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไปเท่านั้นจึงจะถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญจริงๆ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3.นำเสนอรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยวิธีหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกไปพัฒนารูปแบบการบริการตามแนวคิดของ Balanced Scorecard หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำรูปแบบดังกล่าวไปจัดทำสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คนเป็นผู้วิจารณ์และให้ข้อเสนอแนะ ส่วนข้อเสนอแนะได้รับการสนทนากลุ่มผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงแก้ไขร่าง “รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง” ที่ทันสมัยตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้มีความสมบูรณ์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. สถิติที่ใช้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2. สถิติที่ใช้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง สถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3. สถิติที่ใช้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสถิติที่ใช้ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยวิธี Principal-Component Analysis (PC) และใช้วิธีหมุนแกนอโรทอนอลแบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal) เพื่อสกัดตัวแปรที่สำคัญ

4. สถิติที่ใช้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อที่ 3 นำเสนอรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยวิธีหมุนแกนแบบวาริแมกซ์ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกไปพัฒนารูปแบบการบริการตามแนวคิดของ Balanced Scorecard หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำรูปแบบดังกล่าวไปจัดทำสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 3) นำเสนอรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ข้อมูลที่นำมา

ศึกษาได้มาจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามการวิจัยที่มีคุณภาพ โดยการตรวจสอบความตรง (validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ได้มีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องรวมทั้งฉบับเป็น 0.94 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟ่า (Alpha-reliability Coefficient) เป็น 0.970 และ .873 โดยการสอบถามจากผู้จัดการสาขาหรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงสุดในสาขาของธนาคาร จำนวน 105 คน จาก 142 คน (กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูป เครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970: 607-610) และสอบถามจากผู้รับบริการธนาคาร จำนวน 385 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% รวมจำนวนผู้ให้บริการและผู้รับบริการที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 490 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ของการสุ่ม และจำนวนทั้งหมดนี้ได้มาจากการเลือกสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling)

ส่วนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ในส่วนที่ 3 จะเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 “นำเสนอรูปแบบการเพิ่มผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง” ตอนนี้เป็น การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบขั้นแรกผู้วิจัยได้นำมาจัดทำเป็นรูปแบบการเพิ่มผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางและในขั้นต่อไปได้นำรูปแบบดังกล่าวไปนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน ช่วยกันวิพากษ์ หลังจากแก้ไขและปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยจะได้นำมาเสนอและเขียนเป็นรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ต่อไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับบริการธนาคารพาณิชย์เอกชน

ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.0 ช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 39.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท ร้อยละ 32.7 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 27.3 ความถี่การมาใช้บริการ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ธนาคารรัฐบาลที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด ธนาคารกรุงไทย ร้อยละ 61.8 ธนาคารพาณิชย์เอกชนที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ร้อยละ 30.9 เหตุผลการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน คือ ชื่อเสียง ความมั่นคง ร้อยละ 31.2 บริการของธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ บริการ

ด้านเงินฝาก ร้อยละ 23.9 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าของธนาคาร มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 43.9

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์ เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้พิจารณาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ค่าเฉลี่ย(Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 7ด้าน ประกอบด้วย 1 ด้านผลิตภัณฑ์ 2 ด้านราคา 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด 5 ด้านบุคคล 6 ด้านลักษณะทางกายภาพและ 7 ด้านกระบวนการ

การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยภาพรวม

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านราคา

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูง 4 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อไม่เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคคล

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกระบวนการ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย

ที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรซึ่งเป็นปัจจัยคัดสรร (Selected Factors) ทั้งหมด 51 ข้อ จากสภาพปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 7 ด้าน ได้แก่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ 2 ด้านราคา 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด 5 ด้านบุคคล 6 ด้านลักษณะทางกายภาพ และ 7 ด้านกระบวนการ

ตัวแปรที่เป็นปัจจัยต่อการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย 7 ปัจจัย 51 ประเด็น

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเลือกตัวแปรที่สำคัญจากองค์ประกอบที่เกิดขึ้นจากการหมุนแกนเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาสร้างและพัฒนารูปแบบการเพิ่มผลผลิตการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป เป็นตัวแปรสำคัญ ผลจากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการวัดความเพียงพอของข้อมูลการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวัดแบบ ไกเซอร์ เมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ 0.948 นอกจากนี้ยังพบว่าข้อมูลทั้งหมดสามารถสกัดองค์ประกอบได้เป็น 10 องค์ประกอบหลัก โดยทั้ง 10 องค์ประกอบดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 71.134 สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ที่ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาให้เป็นตัวแปรสำคัญเพื่อนำไปสร้างและพัฒนารูปแบบการเพิ่มผลผลิตการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางพบว่า มี 18 ประเด็นสำคัญ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 105)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.0 ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 41.9 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 ระยะเวลาที่ทำงานในธนาคารมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 39.0 ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ร้อยละ 52.4 จำนวนพนักงานและเจ้าหน้าที่ในสาขา 1-10 คน ร้อยละ 55.2

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านโครงสร้างองค์กร 2) ด้านกลยุทธ์ 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบ 5) ด้านทักษะ 6) ด้านบุคลากร และ 7) ด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน

การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยภาพรวม

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านโครงสร้างองค์กร

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านโครงสร้างองค์กรอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกลยุทธ์

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกลยุทธ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านระบบ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านระบบ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านรูปแบบ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านทักษะ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านทักษะโดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคลากร

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการสร้างคุณค่าร่วมกันโดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์ที่ ข้อที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในทัศนะของผู้ให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย นี้ ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรซึ่งเป็นปัจจัยคัดสรร (Selected Factors) ทั้งหมด 25 ข้อ จากสภาพปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างองค์กร 2) ด้านกลยุทธ์ 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบ 5) ด้านทักษะ 6) ด้านบุคลากร และ 7) ด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน นำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยการวิเคราะห์หองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกน ออโรคอนอลแบบ วาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เพื่อสกัดตัวแปรที่ไม่สำคัญออกไป ตัวแปรที่เป็นปัจจัยต่อการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย 7 ปัจจัย 25 ประเด็น

ผลจากการหมุนแกนดังกล่าว ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเลือกตัวแปรที่สำคัญจากองค์ประกอบที่เกิดขึ้นจากการหมุนแกนเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาสร้างและพัฒนา รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป เป็นตัวแปรสำคัญ ผลจากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการวัดความเพียงพอของข้อมูลการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวัดแบบ ไกเซอร์ เมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ 0.750 นอกจากนี้ยังพบว่า ข้อมูลทั้งหมดสามารถสกัดองค์ประกอบได้เป็น 7 องค์ประกอบหลัก โดยทั้ง 7 องค์ประกอบดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ ร้อยละ 63.915

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ที่ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาให้เป็นตัวแปรสำคัญเพื่อนำไปสร้างและพัฒนา รูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางพบว่า มี 11 ประเด็นสำคัญ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับนำเสนอรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองส่วนถูกนำไปสังเคราะห์และจัดทำเป็นรูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยใช้แนวคิดในเชิงทฤษฎี Balanced Scorecard ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการใน 4 มุมมอง (Perspectives) ได้แก่ มุมมองเกี่ยวกับผู้รับบริการ (Customer Perspective) มุมมองเกี่ยวกับกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) มุมมองเกี่ยวกับการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning & Growth or Learning and Development Perspective) และ มุมมองเกี่ยวกับการเงิน (Financial Perspective) เป็นแนวทางในการดำเนินการสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพที่เหมาะสม ผู้วิจัยได้นำเอาแบบฉบับดังกล่าวไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ช่วยกันวิพากษ์ และในขั้นสุดท้ายหลังจากแก้ไขและปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปเขียนเป็นรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์สำหรับผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 1 สร้างและพัฒนารูปแบบการเพิ่มผลผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

1. มุมมองด้านผู้รับบริการ (Customer Perspective)

1.1 ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการจะต้องแสดงความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ควรให้บริการได้อย่างถูกต้องตามที่ได้ตกลงกันไว้และตรงต่อเวลา

1.2 การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจโดยปราศจากความเสียหายอันตราย ตลอดจนแสดงความสามารถที่ทำให้เกิดความเชื่อใจได้ในตัวผู้ให้บริการ ดังนี้

1.3 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) การตอบสนองต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการเพื่อแสดงถึงการเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่

1.4 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) การจัดเตรียมดูแลงานทั้งก่อนการขาย ระหว่างขาย และหลังการขาย

1.5 รูปลักษณะ (Tangibles) ความมีรูปลักษณะขององค์กรและผู้ให้บริการ เช่น อุปกรณ์ทันสมัย เทคโนโลยีสูง ความสวยงามของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้บริการ

2. มุมมองกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)

การทำกิจกรรมเพื่อสังคม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้พนักงาน ได้ตระหนักถึง ความสำคัญของ สิ่งแวดล้อม ตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนโดย พนักงาน และเครือข่ายพันธมิตร ที่เกี่ยวข้อง เข้ารับการฝึกอบรม สัมมนาอย่างเข้มข้น เพื่อเตรียมความพร้อม

3. มุมมองการเรียนรู้ และพัฒนา (Learning & Growth Perspective)

3.1 การฝึกอบรมภายในธนาคาร ประกอบด้วย

3.1.1 โครงการเตรียมความพร้อมผู้นำรองรับอนาคต

3.1.2 โครงการพัฒนาระบบธุรกิจหลัก สำหรับผู้จัดการสาขา

3.1.3 โครงการพัฒนาศักยภาพผู้นำสู่ความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร

ระดับสูง

3.1.4 โครงการพัฒนาเครือข่ายนักทรัพยากรมนุษย์

3.2 การฝึกอบรมภายนอกธนาคาร ประกอบด้วย

3.2.1 โครงการอบรมพัฒนาผู้บริหารระดับสูง

3.2.2 หลักสูตรพัฒนากรรณการธนาคารและผู้บริหารระดับสูง

4. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

4.1 บริการด้านเงินฝากและบริการต่อเนื่อง

4.1.1 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน

4.1.2 เงินฝากออมทรัพย์

4.1.3 เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ

4.1.4 เงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค

4.1.5 เงินฝากออมทรัพย์ทวีสิน

4.1.6 เงินฝากประจำ

4.2 บริการด้านการเงินการธนาคาร

4.2.1 บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค

4.2.2 การโอนเงิน

4.2.3 เชื้อของขวัญ

4.2.4 แคชเชียร์เช็ค

4.2.5 การเรียกเก็บตามตัวเงิน

ขั้นที่ 2 นำร่างรูปแบบการเพิ่มผลิตภาพการให้บริการธนาคารพาณิชย์ เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางที่ได้พัฒนาขึ้นมาแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ วิพากษ์และให้ข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการเพิ่มผลิตภาพ การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

จากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ช่วยให้มีความสุขทุกครั้งที่ได้ช่วยแก้ไข ปัญหาให้ลูกค้า สามารถช่วยทำให้ลูกค้าสบายใจ จะคอยติดตามและแจ้งกลับ เพื่อให้ ลูกค้าทราบว่าปัญหายังอยู่ในความดูแลของทีมงานบริการและจะพยายามทำให้ลูกค้าได้ ใช้บริการที่ประทับใจเสมอ ช่วยให้มองเห็นโอกาส ที่จะได้หามุมมองใหม่ๆ วิธีการ ใหม่ๆ ในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าโทรติดต่อเข้ามา จะฟัง เก็บข้อมูล และเลือกวิธีการที่เหมาะสม หรือสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ ที่จะช่วยทำให้ปัญหาของลูกค้า ได้รับการดูแลได้รวดเร็วมากขึ้น ลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ด้วยช่วยให้ใช้ ศักยภาพของทีมงานได้เต็มที่ ผู้ให้บริการที่มองการณ์ไกล จะรู้ว่า ความสำเร็จของการ ช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า ไม่ใช่อยู่ที่ด้านหน้าของทีมบริการเท่านั้น แต่อยู่ที่ส่วนงาน ภายใต้งค์กรทุกส่วนงานที่เป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าในเรื่องต่างๆ

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ความถี่การมาใช้บริการ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ธนาคารรัฐบาลที่เลือกใช้ บริการบ่อยที่สุดธนาคารกรุงไทย ธนาคารพาณิชย์เอกชนที่เลือกใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด เหตุผลการเลือกใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนที่ คือ ชื่อเสียง ความ มั่นคง รับบริการของธนาคารที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ บริการด้านเงินฝาก ระยะเวลาที่ เป็นลูกค้าของธนาคาร มากกว่า 3 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี

การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยภาพรวม

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านราคา

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน

การวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูง 4 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคคล

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกระบวนการ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 105)

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.0 ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 41.9 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 ระยะเวลาที่ทำงานในธนาคารมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 39.0 ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ผู้ช่วยผู้จัดการสาขา ร้อยละ 52.4 จำนวนพนักงานและเจ้าหน้าที่ในสาขา 1-10 คน ร้อยละ 55.2

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านโครงสร้างองค์กร 2) ด้านกลยุทธ์ 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบ 5) ด้านทักษะ 6) ด้านบุคลากร และ 7) ด้านการสร้างคุณค่าร่วมกัน

การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยภาพรวม

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านโครงสร้างองค์กร

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านโครงสร้างองค์กรอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกลยุทธ์

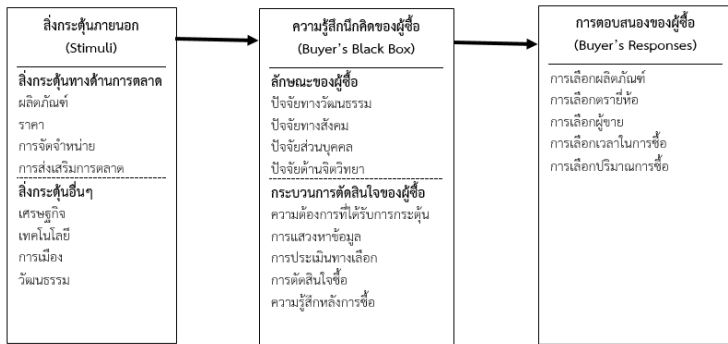
พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านกลยุทธ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านระบบ

พบว่า การให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านระบบ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับสูงทุกข้อ เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สภาพปัจจุบันและปัญหาการให้บริการธนาคารพาณิชย์เอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ด้านรูปแบบ

2.10 ภาพประกอบ (ถ้าม) ให้ระบุข้อรูปภาพแสดงรูปร่าง ภาพ จด กึ่งกลางหน้ากระดาษ ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: (เบญจลักษณ์ สดใส, 2555: 12)

2.11 ตาราง (ถ้าม) ให้ระบุชื่อตารางก่อนแสดงตารางข้อมูล จัดชิดซ้าย และในการพิมพ์ตารางกำหนดให้มีเส้นตารางในแนวนอนและแนวตั้งภายใน ตาราง ไม่มีเส้นตารางในแนวตั้งขอบด้านซ้ายและขวาของตาราง ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 พื้นที่อนุรักษ์และอุทยานแห่งชาติ

ประเทศ	จังหวัด	พื้นที่อนุรักษ์
ไทย	ศรีสะเกษ	อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก
ลาว	สาละวัน	ป่าสงวนแห่งชาติพูเชียงทอง ป่าสงวนแห่งชาติเซ็บ
กัมพูชา	พระวิหาร	ป่าสงวนพระวิหาร

2.12 เอกสารอ้างอิง (References) ให้ใช้ตามแบบที่กำหนดสำหรับ
วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการ คือ

เหมาะสม หรือสร้างสรรค์วิธีการใหม่ๆ ที่จะช่วยทำให้ปัญหาของลูกค้าได้รับการดูแลได้รวดเร็วมากขึ้น ลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้ด้วย

3. ช่วยให้ใช้ศักยภาพของทีมงานได้เต็มที่ ผู้ให้บริการที่มองการณ์ไกล จะรู้ว่าความสำเร็จของการช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้า ไม่ใช่อยู่ที่ด้านหน้าของทีมงานเท่านั้น แต่อยู่ที่ส่วนงานภายในองค์กร ทุกส่วนงาน ที่เป็นกลไกสำคัญ ที่จะช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าในเรื่องต่างๆ ด้วยทัศนคติเชิงบวกที่มองเห็นคุณค่า ศักยภาพของทีมงาน ผู้ให้บริการจะพยายามสร้างมิตรภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ด้วยการทักทาย ส่งรอยยิ้ม ให้ความช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ทุกส่วนงาน ทุกครั้งด้วยความยินดี เมื่อถึงวัน ที่เราขอความช่วยเหลือ เราก็จะได้รับแรงสนับสนุนให้ความช่วยเหลือจากเต็มที่จากทุกส่วนงาน เช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาหลักสูตรการให้บริการในการปฏิบัติตัวหรือเตรียมความพร้อม กับภาวะเศรษฐกิจได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. การพัฒนาระบบเทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสมและทันสมัย
3. ศึกษาการจัดการการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี. (2548). **ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). **Qualitative data analysis**. 2nd ed. Thousand Oaks: SALE Publications.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**. Educational and Psychological Measurement, 30(3), pp. 607-610.

การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

Knowledge Management of Army Officers in Division 13 Mueang District, Lopburi Province

สุรัสวดี ภูคำศักดิ์¹
สุกัญญา พยุงสิน²
จิราวรรณ สมหวัง³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีและ 2) เปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามการจำแนก เพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการฝึกอบรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการทหารมณฑลทหารบกที่ 13 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 223 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.820 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ภายหลัง โดยใช้สูตรของฟิชเชอร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Phookumsak060932@gmail.com

² อาจารย์ ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี dr_sukunya@hotmail.com

³ อาจารย์ ดร. สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี chirawanss@hotmail.com

ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ ด้านการจัดเก็บ และการสืบค้นความรู้และ
ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้

2. การเปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑล
ทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .01 จำแนกตามเพศ ระดับชั้นยศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน
ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการเข้าฝึกอบรม ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ มณฑลทหารบกที่ 13

Abstract

The Objectives of this research are 1) study knowledge management of army officers in division 13, Mueang district, Lopburi province, and 2) compare knowledge management of army officers in division 13, Mueang district, Lopburi province classified by, gender, age, army ranks, education level, monthly income, and working experience. The sample were 223 army officers in division 13, Mueang district, Lopburi province. The research instrument was a questionnaire with the reliability of 0.820. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA, and Fishers Least Significant Difference (LSD) test

The research found that

1.The mean of knowledge management of army officers in division 13, Mueang district, Lopburi province in overall was at the high lever. Means in descending order were knowledge acquisition, knowledge creation, knowledge storage and retrieval, and knowledge transfer and utilization, respectively.

2. The comparison of knowledge management of army officers in division 13, Mueang district, Lopburi province classified by the age was

found statistical significance at the level of .01. However when classified by the gender, army ranks, education level, monthly income, and working experience was found statistical significance at the level of .01.

Keywords: Knowledge Management, Army officer Division 13

บทนำ

ในสภาวะการณ์ของโลกมีการแข่งขันสูง นอกจากทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นปัจจัยหลักขับเคลื่อนให้องค์การประสบความสำเร็จ ความรู้ก็มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งการพาองค์การให้ประสบความสำเร็จและอยู่รอดในยุคนี้ ต้องอาศัยฐานความรู้ที่มั่นคง มีระบบและความต่อเนื่อง ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสารสนเทศ มีบทบาทจะทำให้เกิดสังคมฐานความรู้ (พรธิดา วิเชียรปัญญา, 2547: 12) ได้กล่าวสรุปว่า สังคมเศรษฐกิจฐานความรู้เป็นสังคมที่ความรู้ได้เปลี่ยนมาเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่ง การพัฒนาความรู้ใหม่ๆ เพื่อการแข่งขันและเสริมสร้างความเข้มแข็งจึงเป็นรากฐานที่สำคัญยิ่งของกระบวนการพัฒนาประเทศ และเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายว่าการจัดการความรู้มีความสำคัญกับงานทุกอย่างในองค์การ การจัดการความรู้ที่ดีนำมาซึ่งการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ก่อเกิดความรู้กับองค์กรโดยรวม (ดวงเดือน จันทรเจริญ, 2549: 252)

ปัจจุบันหลายประเทศได้ประกาศว่าประเทศของตนกำลังมุ่งพัฒนาไปสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ซึ่งมีการนำความรู้มาใช้อย่างแพร่หลายในการทำงานและแก้ปัญหาต่างๆ เช่น ประเทศสวีเดน เนเธอร์แลนด์ เดนมาร์ก ญี่ปุ่น ไต้หวัน แคนาดา รวมทั้งประเทศไทยด้วยที่ถือว่าความรู้ เป็นหัวใจสำคัญที่สร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นในองค์กร องค์กรจะอยู่รอดได้และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน หากมีการใช้ความรู้ในการพัฒนาการทำงานและแก้ปัญหาให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2551: 3-4) ความรู้จึงเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กร เป็นทรัพย์สินที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่นกว่าทรัพย์สินอื่นๆ คือทรัพย์สินที่ไม่มีขีดจำกัด ยิ่งใช้ยิ่งเพิ่ม ยิ่งใช้มากเท่าไรก็ยิ่งมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (บุญดี บุญญากิจ และคณะ, 2548: 7) แต่

เนื่องจากองค์กรต้องปรับตัวให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความรู้จึงจะมากขึ้นเท่าตัวใน 2-3 ปีข้างหน้า การเรียนรู้ที่เร็วกว่าคู่แข่งคือหนทางแห่งชัยชนะ เศรษฐกิจในยุคใหม่เน้นทั้งความรู้และความรวดเร็ว องค์กรมีการทำผิดซ้ำซากในสิ่งเดิมๆ ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญเมื่อลาออกไปทำให้องค์กรขาดความรู้นั้นไป อีกทั้งองค์กรมีวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุด ที่มีอยู่ในองค์กรหลายๆ อย่างแต่ไม่มีการจัดการและนำมาใช้ และองค์กรมีความคิดริเริ่มซ้ำซ้อนกันหรือเรื่องเดิมๆ ซ้ำๆ กัน ซึ่งส่งผลให้ทุกองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการจัดระบบการจัดการความรู้ขึ้น (บดีรินทร์ วิจารณ์, 2550: 9-10)

การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการบรรลุเป้าหมาย 3 ประการไปพร้อมๆ กันคือ การบรรลุเป้าหมายของงาน การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ “การจัดการความรู้” คือ กระบวนการที่เป็นเครื่องมือหรือวิธีการเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าของกิจการขององค์กร กลุ่มบุคคล หรือเครือข่ายของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร การจัดการความรู้ คือ เครื่องมือพัฒนาผลงานของบุคคล องค์กร เครือข่าย และพัฒนาสังคมในภาพรวมในยุคสังคมเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้ (ธีระ รุญเจริญ, 2550: 214)

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 11 กำหนดว่าส่วนราชการต้องมีหน้าที่ในการพัฒนาความรู้เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอโดยมีแนวทางปฏิบัติ ได้แก่ การสร้างระบบให้สามารถรับรู้ข่าวสารให้กว้างขวาง ประมวลผลความรู้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้ถูกต้องรวดเร็ว ส่งเสริมและพัฒนาความรู้ความสามารถให้ข้าราชการเป็นผู้มีความรู้ในวิชาการสมัยใหม่ สามารถปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีคุณธรรม ตลอดจนสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในหมู่ข้าราชการให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (กลินจันท์ เขียวเจริญ, 2555: ออนไลน์)

กองทัพบกเป็นหน่วยงานหลักด้านความมั่นคงของประเทศหน่วยงานหนึ่ง ได้มีการเตรียมการและเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านการฝึก และด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีความพร้อม โดยในปี พ.ศ. 2557 ได้กำหนดทิศทางการพัฒนากองทัพบก ให้มีความพร้อมสู่อนาคต ในด้านความทันสมัย ด้วยเทคโนโลยี โดยให้ทุกสายงานพิจารณานำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในกระบวนการ

ทำงาน หรือพัฒนาหน่วยงาน เพื่อให้มีความทันสมัย ทั้งด้านบุคลากร เครื่องมือ สถานที่ มุ่งสู่การเป็นกองทัพที่ทันสมัย มีมาตรฐานในระดับสากล และเป็นที่ยอมรับของมิตรประเทศ ซึ่งตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 หมวด 5 มีกระทรวงกลาโหมเป็นกระทรวงหลักรับผิดชอบโดยมีการจัดแบ่งส่วนราชการภายในกระทรวงกลาโหมแบ่งออกเป็นส่วนๆ ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2555 มาตรา 19 ได้กำหนดให้กองทัพบกมีหน้าที่ “เตรียมกำลังทางบก และป้องกันราชอาณาจักรมีผู้บัญชาการทหารบกเป็นผู้บังคับบัญชา” ซึ่งตามพระราชกฤษฎีกาการจัดส่วนราชการแบ่งส่วนราชการออกเป็นกลุ่มตามส่วนราชการที่มีลักษณะงานประเภทเดียวกันเป็น 7 ส่วนคือ 1) ส่วนบัญชาการ 2) ส่วนกำลังรบ 3) ส่วนสนับสนุนการรบ 4) ส่วนส่งกำลังบำรุง 5) ส่วนภูมิภาค 6) ส่วนการศึกษา และ 7) ส่วนช่วยพัฒนาประเทศ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2555: 21-40) จากนโยบายผู้บัญชาการทหารบกในการพัฒนาข้าราชการทหารบกเพื่อมุ่งสู่ปีแห่งการพัฒนาการบริหารจัดการและการฝึกของกองทัพบกที่มุ่งไปสู่ผลสัมฤทธิ์ โดยมุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการปฏิบัติงาน และการบริหารการจัดการความรู้เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้กับกองทัพบก โดยการนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ในการทำงาน การปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนารูปแบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพราะกองทัพคือกำลังสำคัญคือรั้วของชาติคือผู้ที่จะต้องปกป้องดูแลประเทศให้ดำรงอยู่ได้โดยปราศจากความไม่สงบ ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การทหาร สภาพแวดล้อม พลังงานและเทคโนโลยีสิ่งต่างๆ เหล่านี้รวมทั้งผลกระทบจากภายในและภายนอกประเทศทำให้ประเทศชาติต้องเผชิญกับความท้าทายและมีความเสี่ยงด้านความมั่นคงภัยอันตรายมากขึ้น (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2556: 14-15) ซึ่งจากการดำเนินการจัดการความรู้ภายในองค์กรนั้นมีความสำเร็จในขั้นตอนของการเริ่มต้นเท่านั้น ซึ่งยังพบปัญหาในการดำเนินการเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้ พบว่า บุคลากรมีภาระงานที่มากจนทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอในการแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ มีอุปสรรคในเรื่องของการขาดการบันทึกเหตุการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นภายในองค์กร การจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ พบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรที่มีความรู้ในการรับผิดชอบดูแลและจัดเก็บความรู้ ระบบฐานข้อมูลความรู้ให้เป็นระบบและทันสมัยอยู่เสมอ แต่ละแผนกไม่มีมุม

หนังสือ หรือมูมจัดเก็บความรู้ของตนเอง จะมีเพียงห้องสมุดรวมขององค์กร และการใช้ประโยชน์และการถ่ายโอนความรู้ พบว่า บุคลากรที่ได้รับการส่งตัวไปอบรม ไม่นำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมาถ่ายทอดให้บุคลากรคนอื่นๆ ในองค์กรได้รับรู้ และความรู้ที่องค์กรมีอยู่เป็นความรู้ที่ไม่ทันสมัยไม่สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานในสถานการณ์ปัจจุบันได้ (มณฑลทหารบกที่ 13, 2557: 2)

มณฑลทหารบกที่ 13 เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ขึ้นตรงต่อกองทัพบกภาคที่ 1 รับผิดชอบส่งเสริมการเรียนรู้ของกำลังพลทุกระดับในการแสวงหาความรู้และข้อมูลข่าวสารทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการความรู้ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่แล้วนำมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ มีความเป็นทหารมืออาชีพ ที่สามารถบูรณาการการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังคติพจน์ที่ผู้บัญชาการทหารบกได้มอบไว้ ในปีแห่งการพัฒนาบุคลากรของกองทัพบก ความว่า "เสริมสร้างศักยภาพในหน้าที่ มีความรู้ บูรณาการสู่ความเป็นทหารมืออาชีพ" มีการแบ่งส่วนงานต่างๆ อย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังมีความพร้อมในเรื่องบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถหลายด้าน แต่ไม่มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ไม่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ทั้งในส่วนขององค์กร และความรู้ที่ได้รับจากการไปสัมมนาหรือการอบรมต่างๆ ได้ ความรู้นั้นจึงไม่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้อย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งในเดือนกันยายน ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา มีข้าราชการที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญรู้ระบบการทำงานเป็นอย่างดี เกษียณอายุราชการ โยกย้าย หรือลาออกจำนวนมาก เมื่อบุคลากรเหล่านี้ออกไป ความรู้ที่มีอยู่ในตัวก็หลุดออกตามไปด้วย องค์กรไม่สามารถนำความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลออกมาถ่ายทอดให้แก่บุคลากรใหม่ที่มารับหน้าที่แทนให้สามารถทำงานในตำแหน่งนั้นได้อย่างราบรื่น หรือเมื่อองค์กรส่งข้าราชการไปเข้ารับการอบรมหรือเข้าร่วมสัมมนาต่างๆ ความรู้ที่ข้าราชการได้รับมานั้นไม่สามารถนำมาถ่ายทอดสู่ผู้ที่ไม่ได้เข้ารับการอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (มณฑลทหารบกที่ 13, 2557: 2)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรของมณฑลทหารบกที่ 13 ได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงได้ศึกษาการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ 4

กระบวนการ คือ การแสวงหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ และการใช้ประโยชน์และการถ่ายโอนความรู้ เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บังคับบัญชาใช้ข้อมูลในการแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาการจัดการความรู้ของมณฑลทหารบกที่ 13 ให้มีประสิทธิภาพ และทำให้ข้าราชการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีการใฝ่รู้และฝึกที่จะเรียนรู้ตลอดชีวิต อันจะทำให้ข้าราชการมีความสามารถในการปรับตัวและพัฒนาในสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตามการจำแนก เพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการเข้าฝึกอบรม

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์ในการวิจัย ดังนี้

1. ข้าราชการทหาร หมายถึง นายทหารชั้นสัญญาบัตรและนายทหารชั้นประทวนที่ทำงานอยู่ที่มณฑลทหารบกที่ 13 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการในการนำความรู้ที่มีอยู่ในทุกส่วนของหน่วยงานทั้งความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลและความรู้ที่ชัดแจ้ง โดยผ่านกระบวนการต่างๆ และนำเอาความรู้มาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ สามารถนำมาเผยแพร่หรือนำกลับมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาหน่วยงานในมณฑลทหารบกที่ 13 ภายใต้นโยบาย 4 ประการ ในเรื่องดังต่อไปนี้

2.1 การแสวงหาความรู้ หมายถึง การค้นหาความรู้ที่มีประโยชน์จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน โดยสามารถนำมาจากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก ซึ่งเป็นแหล่งความรู้ที่มาจากตัวบุคคล เอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่างๆ อันจะส่งผลให้เกิดความเจริญก้าวหน้าขององค์กร เช่น การส่งเสริมให้บุคลากรได้รับความรู้จากแหล่งต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต การฝึกอบรม สัมมนา สื่อเทคโนโลยีต่างๆ องค์กรได้สร้างเครือข่าย

ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรอื่น องค์กรสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ เป็นประจำ องค์กรมีกิจกรรมพัฒนาความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลให้มีระดับสูงขึ้น เช่น ส่งเสริมให้มีการเรียนต่อในระดับสูงขึ้น การเป็นวิทยากร การอบรม ส่งเสริมและสนับสนุนชักจูงให้เกิด การแสวงหาความรู้ มีโครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่เป็นประจำทุกปี และองค์กรส่งเสริมให้บุคลากรแสวงหาความรู้จากประสบการณ์ตรงในการปฏิบัติงาน

2.2 การสร้างความรู้ หมายถึง การสร้างสรรค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล จากความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง และนำความรู้ของผู้อื่นมา วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจน เกิดความรู้ ความคิด กระบวนการ และแนวทางในการทำงานของตนเอง เช่น บุคลากรมีการสร้างความรู้ขึ้นมาใช้เอง บุคลากรมีกระบวนการในการสร้างความรู้อย่างเป็นระบบ เช่น การ ทำวิจัย องค์กรจัดให้มีการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ทบทวนความรู้ที่มีอยู่เพื่อนำมาสร้าง ความรู้ใหม่ บุคลากรในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ เป็นประจำเสมอ องค์กรจัดให้มีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ของบุคลากรเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ องค์กรมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมให้บุคลากรมีการสร้างความรู้ในด้านต่างๆ องค์กรนำความรู้ของแต่ละคนมาผสมผสานกับความรู้ขององค์กรมีการสร้างความรู้ จากการลงมือปฏิบัติ ร่วมกันแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และใช้ประสบการณ์ในอดีตมา สร้างความรู้ใหม่

2.3 การจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ หมายถึง การเก็บรักษาความรู้ทุก ประเภทที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยความรู้ที่นำมาจัดเก็บต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรอง เพื่อให้มั่นใจว่าเป็นความรู้ที่ถูกต้อง และวิธีการเก็บรักษานั้นต้องเอื้อต่อการเข้าถึงความรู้ ได้อย่างรวดเร็ว มีระบบการพัฒนาความรู้ให้ทันสมัยตลอดเวลา และมีวิธีการรักษา ความรู้ที่มั่นใจได้ว่าความรู้จะไม่เกิดการสูญหายไปจากองค์กร เช่น การจัดเก็บและการ รวบรวมข้อมูลความรู้ที่บุคลากรสร้างขึ้น การปรับปรุงการจัดหมวดหมู่ความรู้และจัดเก็บ อย่างต่อเนื่อง มีการจัดเก็บความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีการคัดแยกความรู้ที่ ทันสมัยเป็นประจำ มีการจัดเก็บความรู้ไว้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน จัดระบบการค้นหา ความรู้ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และมีการเผยแพร่วิธีการค้นหาความรู้แก่บุคลากร

2.4 การใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดโอนความรู้ หมายถึง การนำความรู้ที่พัฒนาแล้วซึ่งมีอยู่ในตัวบุคลากรหรือที่จัดเก็บไว้ในศูนย์การเรียนรู้ ไปใช้ในการวิเคราะห์ปรับปรุง พัฒนาการทำงานทุกด้านให้กระจายและถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสม เช่น การสนับสนุนให้บุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมให้นำความรู้มาถ่ายทอดแก่เพื่อนร่วมงาน จัดให้มีการประชุมภายในองค์กร จัดให้มีการสับเปลี่ยนงานของบุคลากรอยู่เป็นประจำ สนับสนุนให้นำความรู้ใหม่มาทดลองใช้ในการปฏิบัติงาน มีกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร องค์กรสนับสนุนให้บุคลากรมีการนำเสนอความคิด และสร้างระบบการทำงานใหม่ และจัดให้มีระบบพี่เลี้ยงในการถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ข้าราชการทหาร มณฑลทหารบกที่ 13 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 500 คน (ข้อมูลฝ่ายสรรพกำลังพล, มกราคม, 2557)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite Population) การหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่มีความคาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 223 คน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 45)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาของแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการเข้าฝึกอบรม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการความรู้ของข้าราชการทหารสังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แบบสอบถามที่ลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Numerical Rating Scale) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 77) มี 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 ระดับการจัดการความรู้มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 ระดับการจัดการความรู้มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 ระดับการจัดการความรู้ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 ระดับการจัดการความรู้น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 ระดับการจัดการความรู้ที่น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. หาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

2. หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนจากการตอบแบบสอบถามที่วัดระดับการจัดการความรู้ของข้าราชการทหารสังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ระดับ

3. เปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการเข้าฝึกอบรม โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแบ่งเป็น 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's Least - Significant Difference: LSD)

สรุปการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยดังนี้

1. การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

1.1 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการแสวงหาความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมให้บุคลากรได้รับความรู้จากแหล่งต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต การฝึกอบรม สัมมนา สื่อเทคโนโลยีต่างๆ องค์กรมีการส่งเสริมและสนับสนุนชักจูงให้เกิด ด้านการแสวงหาความรู้อยู่เสมอ และองค์กรได้สร้างเครือข่ายร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรอื่น ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ องค์กรสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ เป็นประจำ

1.2 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการสร้างความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ บุคลากรในองค์กรร่วมกันแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ บุคลากรในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องต่างๆ เป็นประจำเสมอ และองค์กรมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมให้บุคลากรมี ด้านการสร้างความรู้ในด้านต่างๆ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ องค์กรนำความรู้ของแต่ละคนมาผสมผสานกับความรู้ขององค์กร

1.3 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการจัดเก็บและการรวบรวมข้อมูลความรู้ที่บุคลากรสร้างขึ้น มีการจัดเก็บความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และมีการคัดแยกความรู้ที่ทันสมัยเป็นประจำ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ มีการจัดเก็บความรู้ไว้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน

1.4 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้ ในภาพรวมอยู่ใน

ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ จัดให้มีระบบ พี่เลี้ยงในการถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กร มีการสนับสนุนให้บุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมให้นำความรู้มาถ่ายทอดแก่เพื่อนร่วมงาน และจัดให้มีการประชุมภายในองค์กรเพื่อถ่ายทอดความรู้ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ สนับสนุนให้นำความรู้ใหม่มาทดลองใช้ในการปฏิบัติงาน

1.5 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการสร้างความรู้ ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ และด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้

2. เปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2.1 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

2.2 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการแสวงหาความรู้ และด้านการสร้างความรู้ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะใช้การทดสอบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least - Significant Difference: LSD) พบว่า

2.2.1 ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ แตกกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ระหว่างอายุต่ำกว่า 25 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี และอายุ 36 - 45 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี

2.2.2 ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้ แตกกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระหว่างอายุต่ำกว่า 25 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี และอายุ 25 - 35 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี

2.2.3 ภาพรวม แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ระหว่างอายุต่ำกว่า 25 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี อายุ 25 - 35 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี และอายุ 36 - 45 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี

2.3 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับชั้นยศ ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการแสวงหาความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least - Significant Difference: LSD) พบว่า ด้านการแสวงหาความรู้ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ระหว่างชั้นยศสิบตรี - สิบเอก กับชั้นยศร้อยตรีขึ้นไป

2.4 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายโอนความรู้ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพบนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least - Significant Difference: LSD) พบว่า ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายโอนความรู้ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ระหว่างการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี

2.5 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

2.6 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

2.7 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการเข้าฝึกอบรม ในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

1.1 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการแสวงหาความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุธีรา ไชยธา (2555: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างรูปแบบการจัดการความรู้แบบออนไลน์ของข้าราชการกรมสนับสนุน กองพลทหารราบที่ 9 ผลการวิจัยพบว่า การแสวงหาความรู้ของข้าราชการกรมสนับสนุนฯ ส่วนใหญ่โดยวิธีการสอนงานโดยตรงให้กับกำลังพลที่บรรจุใหม่ การสอบถามความรู้จากเพื่อนร่วมงานรุ่นพี่ และผู้บังคับบัญชา การเข้ารับการฝึกอบรมจากหน่วยงานภายในโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ มาให้ความรู้ ศึกษาจากคู่มือปฏิบัติงาน เอกสารเก่า และศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเป็นต้น ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่กำลังพลมีภาระงานมาก

1.2 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการสร้างความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของนิศรา ลาภารณ (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตรที่มีต่อการจัดการความรู้ในการส่งกำลังบำรุงทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตร มีระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการจัดการความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านและเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการถ่ายทอดและการใช้ประโยชน์จากความรู้ และด้านการสร้างความรู้

1.3 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมุสตี ศิริวัฒนา (2552: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สภาพและปัญหาการจัดการความรู้ของสถานศึกษาสังกัดกองทัพเรือ ศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการความรู้ของสถานศึกษาสังกัดกองทัพเรือ ผลการวิจัยพบว่า สภาพ

การจัดการความรู้ของโรงเรียนนายเรือ ด้านการจัดเก็บและการสืบค้น พบว่า ความรู้ที่นำมาจัดเก็บ เป็นความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติ และความรู้ที่เกิดจากการแก้ปัญหา มีการจัดเก็บอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

1.4 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอหิต พลจันติก (2556: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านการศึกษาของกรมยุทธศึกษาทหารอากาศ ผลการศึกษาพบว่า ระดับการจัดการความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2.1 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามเพศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของยุพิน มิสติย์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นที่มีต่อระบบอินทราเน็ตเพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ของข้าราชการส่วนกลาง กรมศุลกากร ผลวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อระบบอินทราเน็ต เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ของข้าราชการส่วนกลางกรมศุลกากร จำแนกตามเพศ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

2.2 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามอายุ ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของณิศา ลาภารณ์ (2554: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตรที่มีต่อการจัดการความรู้ในการส่งกำลังบำรุงทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความรู้ความเข้าใจของข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตร ที่มีต่อการจัดการความรู้ในกรมส่งกำลังบำรุงทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย จำแนกตามอายุ มีระดับความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการความรู้ในกรมส่งกำลังบำรุงทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย แตกต่างกัน

2.3 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับชั้นยศ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่

สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของปริญญ่า จันทนา (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ในหน่วยงาน ฝูงบิน 604 กองบิน 6 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้ของข้าราชการ จำแนกตามระดับชั้นยศ ไม่แตกต่างกัน

2.4 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน และไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของกอบโชค เล็กตระกูล (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อการนำการจัดการความรู้ไปใช้ในองค์การของผู้บริหารสถานีตำรวจในเขตกองบัญชาการ ตำรวจภูธรภาค 7 ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างกันทางด้านปัจจัยภูมิหลังทางสังคม ของผู้บริหารสถานีตำรวจภูธรในเขตกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 7 มีผลทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการ จัดการความรู้ ที่แตกต่างกันด้านระดับการศึกษา แตกต่างกัน

2.5 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของยุพิน มิสติย์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นที่มีต่อระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ของข้าราชการส่วนกลาง กรมศุลกากร ผลวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ของข้าราชการส่วนกลางกรมศุลกากร จำแนกตามอัตราเงินเดือน พบว่า ไม่แตกต่างกัน

2.6 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของพงศ์กลิน เคลือบทอง (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของกองเรือยุทธการ กองทัพเรือ ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบการจัดการความรู้ในกองเรือยุทธการ จำแนกตามอายุราชการ ไม่แตกต่างกัน

2.7 การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกตามประสบการณ์ในการเข้าฝึกอบรม ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับผลการวิจัยของกอบโชค

เล็กตระกูล (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นต่อการนำการจัดการความรู้ไปใช้ในองค์กรของผู้บริหารสถานีดารวจในเขตกองบัญชาการ ตำรวจภูธรภาค 7 ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างกันทางด้านปัจจัยภูมิหลังทางสังคม ของผู้บริหารสถานีดารวจภูธรในเขตกองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 7 มีผลทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ที่แตกต่างกันในบางตัวแปรด้านประสบการณ์การเข้ารับการฝึกอบรม มีผลทำให้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ด้านการแสวงหาความรู้ ในข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ องค์กรสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ เป็นประจำ ดังนั้น มณฑลทหารบกที่ 13 ควรให้การสนับสนุนให้บุคลากรได้เข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรมพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน การร่วมมือกับองค์กรอื่น เพื่อสร้างพันธมิตรทางสังคม และเทคโนโลยี เป็นต้น

1.2 ด้านการสร้างความรู้ ในข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ องค์กรนำความรู้ของแต่ละคนมาผสมผสานกับความรู้ขององค์กร ดังนั้น มณฑลทหารบกที่ 13 ควรให้การสนับสนุนให้บุคลากรนำความรู้ที่มีอยู่ผนวกเข้ากับความรู้ของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดเป็นความรู้ใหม่ และมีการแบ่งปันทั่วทั้งองค์กร โดยอาจมีการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันความรู้ของบุคลากรในทุกๆ สัปดาห์

1.3 ด้านการจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ ในข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ มีการจัดเก็บความรู้ไว้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ดังนั้น มณฑลทหารบกที่ 13 ควรจัดสถานที่จัดเก็บความรู้ของบุคลากรในมณฑลทหารบกที่ 13 เช่น ห้องสมุด หรือห้องจัดเก็บความรู้ โดยการจัดหมวดหมู่ความรู้ให้เหมาะสมต่อการใช้งานและค้นหาได้ง่าย เพื่อให้กำลังพลสามารถสืบค้นนำไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว

1.4 ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายทอดความรู้ ในข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่ สนับสนุนให้นำความรู้ใหม่มาทดลองใช้ในการปฏิบัติงาน ดังนั้น มณฑลทหารบกที่

13 ควรสนับสนุนให้บุคลากรค้นหาวิธีการปฏิบัติงานหรือพัฒนารูปแบบการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จอย่างถูกต้องและรวดเร็ว และควรสนับสนุนให้นำวิธีการดังกล่าวมาทดลองใช้ในการปฏิบัติงานจริง

1.5 การเปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกอายุ พบว่า บุคลากรที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีความเป็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้น้อยกว่าบุคลากรกลุ่มอายุอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลากรกลุ่มนี้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมาก มีทักษะ ความชำนาญ และมีวุฒิภาวะที่สูง ทำให้บุคลากรกลุ่มนี้ไม่ให้ความสำคัญกับการจัดการความรู้ในองค์กร ดังนั้น มณฑลทหารบกที่ 13 ควรจัดส่งเสริม สนับสนุน และสร้างความเข้าใจในการจัดการความรู้ เพื่อให้ข้าราชการทุกคน ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ จนนำไปสู่การปฏิบัติอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ

1.6 การเปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกระดับชั้นยศ พบว่า บุคลากรที่มีชั้นยศร้อยตรีขึ้นไป มีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการแสวงหาความรู้สูงกว่ากลุ่มชั้นยศอื่นๆ ทั้งนี้ บุคลากรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้ความสามารถสูง ต้องการพัฒนาดตนเองให้มีศักยภาพอยู่เสมอ จึงให้ความสำคัญกับการแสวงหาความรู้อยู่เสมอจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ ดังนั้น มณฑลทหารบกที่ 13 ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความรู้แก่ข้าราชการทุกชั้นยศ โดยการอบรม ประชุม สัมมนา

1.7 การเปรียบเทียบการจัดการความรู้ของข้าราชการทหาร สังกัดมณฑลทหารบกที่ 13 อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำแนกระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านการใช้ประโยชน์และการถ่ายโอนความรู้สูงกว่ากลุ่มการศึกษาอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจัดว่าเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาอยู่ในระดับที่สูง มีความรู้มาก บุคลากรกลุ่มนี้จึงมักเป็นกลุ่มบุคลากรที่เป็นตัวถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์กลุ่มบุคลากรกลุ่มอื่นๆ ที่อาจมีระดับความรู้ที่ต่ำกว่า ดังนั้น มณฑลทหารบกที่ 13 ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้ข้าราชการทุกคนที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้รับการศึกษาใน

ระดับปริญญาตรี เพื่อเพิ่มความรู้และเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในองค์การให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค ในการนำการจัดการความรู้มาใช้ เพื่อให้มีการปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินงานครั้งต่อไป

2.2 ในการวิจัยเรื่องระดับการจัดการความรู้ครั้งต่อไปควรเลือกใช้กลุ่มประชากรที่ขยายไปยังหน่วยข้างเคียงหรือทุกส่วนราชการในกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อการศึกษาว่าในภาพรวมของกองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีต่อระดับความรู้ ความเข้าใจ ต่อการจัดการความรู้

2.3 ควรมีการศึกษาถึงผลประโยชน์ที่ข้าราชการจะได้รับหลังจากนำการจัดการความรู้มาใช้ภายในหน่วยงาน

เอกสารอ้างอิง

- กลินจันทร เขียวเจริญ. (2555). การส่งเสริมการจัดการความรู้. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2557. จาก http://www.opdc.go.th/special.php?spc_id=4&content_id=147
- กอบโชค เล็กตระกูล. (2550). ความคิดเห็นต่อการนำการจัดการความรู้ไปใช้ในองค์กรของผู้บริหารสถานีตำรวจในเขตกองบัญชาการ ตำรวจภูธรภาค 7. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณิศา ลาภภรณ์. (2554). ความรู้ความเข้าใจของข้าราชการทหารชั้นสัญญาบัตรที่มีต่อการจัดการความรู้ในการส่งกำลังบำรุงทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงเดือน จันทรเจริญ. (2549, เมษายน). การจัดการความรู้กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, 2(1), 165-252.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2551). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ: แชนพอร์ พรินต์ติ้ง.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS ครอบคลุมทุกเวอร์ชัน. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

- ธีระ รุญเจริญ. (2550). ความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหารการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: แอล.ที.เพรส จำกัด.
- บดีนทร์ วิจารณ์. (2550). การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- บุญดี บุญญากิจ และคณะ. (2548). การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ปริญญญา จันทนา. (2551). การจัดการความรู้ในหน่วยงาน ผูกบิน 604 กองบิน 6. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประยุทธ์ จันทรโอชา. (2556). นโยบายการพัฒนาข้าราชการทหารบก. กรุงเทพฯ: กองทัพอากาศที่ 1.
- ผุสดี ศิริวัฒนา. (2552). สภาพและปัญหาการจัดการความรู้ของสถานศึกษาสังกัด กองทัพเรือ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงศ์กลิน เคลือบทอง. (2550). การจัดการความรู้ของกองเรือยุทธการ กองทัพเรือ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้พื้นฐานและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- มณฑลทหารบกที่ 13. (2557). สรรพกำลังพล. ลพบุรี.
- ยุพิน มิสติย์. (2550). ความคิดเห็นที่มีต่อระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ของข้าราชการส่วนกลาง กรมศุลกากร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย. (2555). พระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2555. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- สุธีรา ไชยถา. (2555). การสร้างรูปแบบการจัดการความรู้แบบออนไลน์ของ ข้าราชการกรมสนับสนุน กองพลทหารราบที่ 9. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎิ บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อหิต พลจันท์ก. (2556). การจัดการความรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลด้านการศึกษาของ
กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

การพัฒนาการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive The Development of Cooperative Learning Through the Services of Google Drive

อรวรรณ แท่งทอง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษา ความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอน และเปรียบเทียบระดับผลการทดสอบก่อนเรียน และหลังเรียน โดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ในรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม ซึ่งนำมาใช้กับกลุ่มทดลองหรือกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาคือ นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 69 คน โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นสถิติในการวิเคราะห์

การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม โดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive สามารถทำให้นักศึกษามีความเข้าใจในการเรียน และสามารถใช้บริการของ Google Drive ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดได้ จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษา พบว่ากลุ่มทดลองผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 69 คน มีความเห็นว่า นักศึกษาใช้ Google Drive ในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อลดปัญหาในเรื่องของเวลาในการเดินทางไปทำงานร่วมกัน มีความคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการเรียนการสอนหรือประสานงานในการทำงานเป็นกลุ่มให้มีความสะดวกมาก และนักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงานร่วมกันมีความรวดเร็วมากขึ้นจำนวนร้อยละ 98.55 และผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) และหลังเรียน (Posttest) เมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จากภาคสนามโดยใช้เกณฑ์ตามที่กำหนดไว้คือ 80/80 ได้ผลการ

¹ อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
orawan_rattanaumpa@hotmail.com

วิเคราะห์ดังนี้ $E1/E2 = 85.91/89.93$ โดยผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลคะแนนเฉลี่ย การทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน ($\bar{X} = 5.49$, S.D. = 3.48) และหลังเรียน ($\bar{X} = 8.12$, S.D. = 4.35) พบว่า มีความแตกต่างกันโดยคะแนนเฉลี่ย จากการทำแบบทดสอบหลังเรียนมีค่าสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียน และพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนก่อนเรียน และหลังเรียนของนักศึกษา เมื่อได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จำนวน 69 คน อยู่ที่ 0.945 หรือร้อยละ 94.5 ซึ่งการวิเคราะห์ค่าสถิติ พบว่า t มีค่า 13.49 ค่าแสดงออกมีค่า 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าคะแนนสอบก่อนและหลังเรียนมีความสัมพันธ์กัน และเมื่อนักศึกษาได้รับการ จัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive แล้วมีคะแนนหลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม บริการของ Google Drive

Abstract

The purposes of this research were to study factors effecting student's learning and student's satisfaction on Cooperative Learning though Google Drive service in Data Structures and Algorithms courses. The samples consisted of 69 students enroll in "BA 3000011" Data Structures and Algorithms course, Business Computer Program, Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University. The statistics used in data analysis were mean, percentage, frequency and standard deviation. Cooperative learning through Google Drive service support student's learning and they were able to maximize the benefits of the service.

The results from questionnaire collected from sample groups showed that 98.55% students use Google Drive in group work to reduce period of traveling and that Google Drive is a channel which helps on their learning and makes group work faster and more convenient. The analysis result of pre-test and post-test scores using 80 / 80 specific

criterion was $E1/E2 = 85.91/89.93$. The analysis between pre-test scores ($\bar{X} = 5.49$, S.D. = 3.48) and post-test scores ($\bar{X} = 8.12$, S.D.=4.35) revealed that the mean of post-test scores was higher than pre-test scores; the relation of pre-test scores and post-test scores was at 0.945 or 94.5%. From the analysis, $t=13.49$ and show $=0.00$ which was less than statistically significant at 0.05 proved the relation of pre-test and post-test scores. Student's test scores after enrolling in cooperative learning through Google Drive service was significantly higher at the rate of 0.05.

Keywords: Cooperative learning, Google Drive service

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีต่างๆ นั้นได้มีการพัฒนาอย่างล่ำสมัยส่งผลให้เกิดความสะดวกสบายต่อการใช้งานในปัจจุบัน และอนาคต ถือได้ว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศได้มีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิต และสังคมของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเศรษฐกิจสังคม และในเรื่องของการศึกษา ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยี Google Drive เป็นโปรแกรมที่ใช้สำหรับจัดการกับเอกสาร เช่น การฝากไฟล์ต่างๆ และที่สำคัญ Google Drive สามารถสร้างแก้ไข แบ่งปันข้อมูล ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม และสามารถแชทพูดคุยกันแบบออนไลน์ในเวลาพร้อมกันได้ ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เรียนในเรื่องการติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมชั้นและอาจารย์ผู้สอนได้อย่างสะดวก

การจัดการเรียนการสอนในปัจจุบันได้มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งผู้เรียนทุกคนมีความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ ได้ไม่เท่ากันการเรียนจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มที่เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในสิ่งที่ศึกษา ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนต้องมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้สนองความต้องการของผู้เรียน และให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ให้มากที่สุด การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เป็นวิธีการสอนที่ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ร่วมมือกันในกลุ่มย่อยๆ เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน ในแต่ละกลุ่มจะมีสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกัน ผู้เรียนแต่ละคนจะต้องร่วมมือใน

การเรียนรู้ร่วมกัน มีการช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน คนที่เก่งกว่าจะช่วยคนที่อ่อนกว่า สมาชิกในกลุ่มจะต้องร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของเพื่อนสมาชิกทุกคนในกลุ่ม เพราะยึดถือแนวคิดที่ว่า ความสำเร็จของสมาชิกทุกคนจะรวมเป็นความสำเร็จของกลุ่ม (สุคนธ์ สิ้นธพานนท์ และคณะ, 2545: 30)

จากการสำรวจนักศึกษา ด้วยวิธีการสอบถามนักศึกษาเบื้องต้น ในการเรียนการสอนรายวิชา บช 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558 พบว่า นักศึกษาโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มีความเห็นว่าการเรียนการสอนที่อยู่ในห้องเรียน มีการจัดกลุ่มแบ่งงานกันทำแบบเดิม โดยที่สมาชิกในกลุ่มต้องมารวมตัวกันเพื่อให้งานที่ทำร่วมกันเป็นกลุ่มนั้นสำเร็จซึ่งทำให้เสียเวลา และค่าใช้จ่ายมากขึ้นทั้งยังเป็นการเรียนรู้แบบเดิมที่ไม่น่าสนใจ และไม่ทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ดังนั้น เพื่อเพิ่มการกระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้ และการแก้ปัญหาในการเรียนการสอนอย่างทันทั่วถึง และใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทางผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการแก้ปัญหาด้วยวิธีการพัฒนาการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive เพื่อให้นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกัน และพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันได้ ในส่วนของอาจารย์สามารถจัดทำเอกสารการสอน ตรวจงาน ผู้เรียน โดยเขียนคำแนะนำเพื่อเพิ่มเติมแก้ไขบอกผู้เรียน ซึ่งทำให้มีความเข้าใจมากขึ้นเพื่อลดช่องว่างของการศึกษาลง และส่งเสริมให้ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์รวมทั้งให้อาจารย์มีแบบฝึกปฏิบัติเพิ่มเติม นอกเหนือจากแบบฝึกหัดและตัวอย่างที่มีในหนังสือเพื่อให้ นักศึกษามีทักษะในการสร้างผลงาน ให้นักศึกษาสามารถร่วมมือกันสร้างสรรค์ผลงาน รวมไปถึงเพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษาเมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ในรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษา และเปรียบเทียบระดับผลการทดสอบก่อนเรียน และหลังเรียนจากการใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มทดลอง/กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา

นักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 69 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา

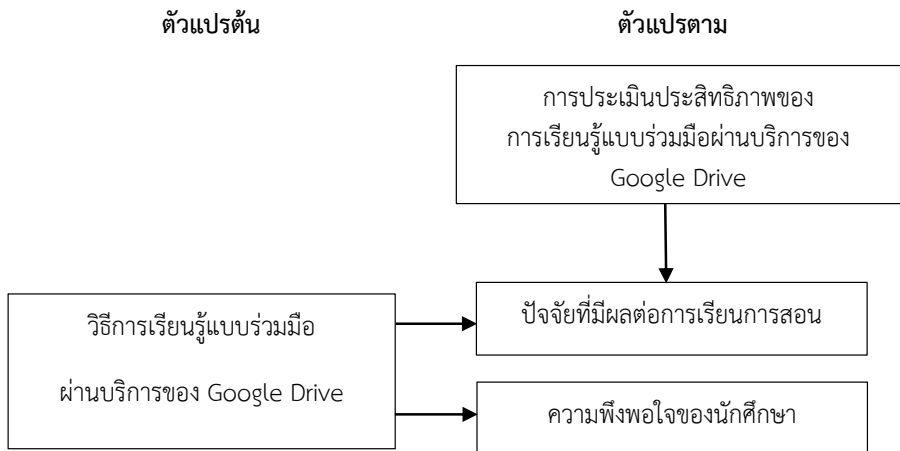
ตัวแปรต้น ได้แก่ วิธีการเรียนรู้แบบร่วมมือผ่านบริการของ Google Drive
ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอน และความพึงพอใจของนักศึกษา

3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive มีกรอบแนวความคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ จากนั้นดำเนินการกำหนดกลุ่มทดลองหรือกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการศึกษาวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การกำหนดกลุ่มทดลองหรือกลุ่มเป้าหมาย

1.1 กลุ่มทดลองที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ในชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา รายวิชา บช 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม

1.2 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่ลงทะเบียนเรียนในวิชา รายวิชา บช 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2558 จำนวน 69 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แผนการสอนรายวิชาโครงสร้างข้อมูล และอัลกอริทึม

2.2 แบบทดสอบก่อนเรียน และหลังเรียนเมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

2.3 แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลระดับความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม เมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

3. วิธีการศึกษาวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยค้นพบปัญหาเกี่ยวกับระบบการเรียนการสอน

3.2 ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3 สํารวจข้อมูลจากนักศึกษาด้วยการใช้แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษา ความต้องการ และความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน เพื่อใช้ในการกำหนดประเด็นปัญหาในงานวิจัย โดยให้กลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษา จำนวน 69 คน ทำแบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด

3.4 ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนา รูปแบบการเรียนการสอน และการให้คำปรึกษาเพื่อให้สนองความต้องการของผู้เรียน

3.5 ทดสอบนักศึกษา ก่อนเรียนด้วยแบบทดสอบก่อนเรียน

3.6 ผู้สอนใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive พร้อมกับเอกสารข้อมูลในรูปแบบต่างๆ สอนให้นักศึกษา

3.7 หลังจากเรียนเสร็จ ผู้สอนให้นักศึกษาสามารถสอบถามปัญหา หรือความไม่เข้าใจเกี่ยวกับการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

3.8 ทดสอบนักศึกษา หลังเรียนด้วยแบบทดสอบหลังเรียน ซึ่งเป็นชุดเดียวกันกับการทดสอบก่อนเรียนเพื่อประเมินผลระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ว่านักศึกษามีผลการเรียนดีขึ้นหรือไม่ เมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

3.9 นำผลคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยการใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

3.10 ให้นักศึกษาทำแบบสำรวจความพึงพอใจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษาในวิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการหาประสิทธิภาพของแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) และหลังเรียน (Posttest) ใช้สูตร E_1/E_2 (เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต, 2528)

เมื่อ E_1 หมายถึง ประสิทธิภาพของแบบทดสอบของบทเรียน วิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม คิดเป็นร้อยละจากการทำแบบทดสอบระหว่างเรียน

เมื่อ E_2 หมายถึง ประสิทธิภาพของแบบทดสอบของบทเรียน วิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม คิดเป็นร้อยละจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

4.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียน โดยการทดสอบค่าที (t-test) วิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรม SPSS

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการพัฒนาการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้รับจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษาในรายวิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษา

รายการ		ความถี่	ร้อยละ
1. นักศึกษาคิดว่าปัจจุบัน Internet เป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น	ใช่	67	97.10
	ไม่ใช่	2	2.90
2. นักศึกษาใช้ Google Drive ในการฝากไฟล์เอกสารงานต่างๆใช้หรือไม่	ใช่	58	84.06
	ไม่ใช่	11	15.94
3. นักศึกษามีความเห็นว่างoogle Drive มีกิจกรรมให้ทำหลากหลายใช่หรือไม่	ใช่	60	86.96
	ไม่ใช่	9	13.04
4. นักศึกษาสามารถใช้งาน Google Drive ในการรับ-ส่งข้อมูล จัดเก็บ และแชร์ข้อมูลได้ใช่หรือไม่	ใช่	66	95.65
	ไม่ใช่	3	4.35
5. นักศึกษาใช้ Google Drive ในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อลดปัญหาในเรื่องของเวลาในการเดินทางไปทำงานร่วมกันใช่หรือไม่	ใช่	68	98.55
	ไม่ใช่	1	1.45
6. นักศึกษาใช้ Google Drive เป็นช่องทางของการเสนอความคิดเห็นและแก้ไขงานร่วมกัน ใช่หรือไม่	ใช่	65	94.20
	ไม่ใช่	4	5.80
7. นักศึกษามีความคิดว่างoogle Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการเรียนการสอน หรือประสานงานในการทำงานเป็นกลุ่มให้มีความสะดวกมากขึ้นใช่หรือไม่	ใช่	68	98.55
	ไม่ใช่	1	1.45

รายการ		ความถี่	ร้อยละ
8. ปัจจุบัน Google Drive ถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาเช่น ส่งงานให้อาจารย์ตรวจ มากขึ้นใช้หรือไม่	ใช่	66	95.65
	ไม่ใช่	3	4.35
9. นักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงานร่วมกันมีความรวดเร็วมากขึ้นใช้หรือไม่	ใช่	68	98.55
	ไม่ใช่	1	1.45
10. นักศึกษาคิดว่าปัจจุบัน Google Drive เป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของเรามากขึ้นใช้หรือไม่	ใช่	64	92.75
	ไม่ใช่	5	7.25

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 69 คนมีความเห็นว่านักศึกษาใช้ Google Drive ในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อลดปัญหาในเรื่องของเวลาในการเดินทางไปทำงานร่วมกัน มีความคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการเรียนการสอน หรือประสานงานในการทำงานเป็นกลุ่มให้มีความสะดวกมาก และนักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงานร่วมกันมีความรวดเร็วมากขึ้นจำนวนร้อยละ 98.55 นักศึกษาคิดว่าปัจจุบัน Internet เป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น จำนวนร้อยละ 97.10 และนักศึกษาสามารถใช้งาน Google Drive ในการรับ-ส่งข้อมูล จัดเก็บ และแชร์ข้อมูลได้ และปัจจุบัน Google Drive ถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษา เช่น ส่งงานให้อาจารย์ตรวจมากขึ้น เป็นจำนวนร้อยละ 95.65 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) และหลังเรียน (Posttest)

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) และหลังเรียน (Posttest) เมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จากภาคสนามโดยใช้เกณฑ์ตามที่กำหนดไว้คือ $80/80$ ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้ $E1/E2 = 85.91/89.93$

3. การทดสอบความแตกต่างระหว่างผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียน (Pretest) และ หลังเรียน (Posttest) โดยการทดสอบค่าที (t-test) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลคะแนนเฉลี่ยการทำแบบทดสอบ วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาเมื่อใช้ระบบการให้ คำปรึกษาด้านการเรียนการสอนแบบออนไลน์

จำนวนนักศึกษา	ค่าเฉลี่ยคะแนนของ นักศึกษา ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)		
		หลังเรียน	ก่อนเรียน	หลังเรียน
69	5.49	8.12	3.48	4.35

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลคะแนนเฉลี่ยการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน ($\bar{X} = 5.49$, S.D. = 3.48) และหลังเรียน ($\bar{X} = 8.12$, S.D. = 4.35) พบว่า มีความแตกต่างกันโดยคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบหลังเรียนมีค่าสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียน แสดงว่า นักศึกษามีความเข้าใจในการเรียน และสามารถใช้งาน Google Drive ในการรับ-ส่งข้อมูล จัดเก็บ และแชร์ข้อมูลได้ให้เกิดประโยชน์ได้เพิ่มขึ้นหลังจากที่ได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ของคะแนนก่อนและหลังเรียนของนักศึกษาเมื่อได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

		จำนวน นักศึกษา	ความสัมพันธ์	ค่าแสดงออก
1 คู่ข้อมูล	ก่อนและหลัง	69	0.945	0.37

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาเมื่อได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จำนวน 69 คนอยู่ที่ 0.945 หรือร้อยละ 94.5

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าสถิติ t-test dependent ในการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังสอบของนักศึกษาเมื่อได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

	ความแตกต่างระหว่างข้อมูล 1 คู่					t	df	ค่าแสดงออก
	ค่าเฉลี่ย	การกระจายข้อมูล	ค่าเฉลี่ยการกระจายข้อมูล	95 % ในช่วงความเชื่อมั่นของความแตกต่าง				
				ต่ำ	สูง			
1 คู่ ก่อน-หลัง	4.59	2.15	0.41	4.25	6.85	13.49	15	0.00

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าสถิติ t มีค่า 13.49 ค่าแสดงออกมีค่า 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าคะแนนสอบก่อนและหลังเรียนมีความสัมพันธ์กันและเมื่อนักศึกษาได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive แล้วมีคะแนนหลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. ด้านความพึงพอใจในการเรียนการสอนในรายวิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม โดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ดังตารางที่ 5

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive แบ่งระดับความพึงพอใจดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 5 ตารางแสดงผลระดับความพึงพอใจในการเรียนการสอนวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของ Google Drive เพิ่มขึ้น	4.40	0.70	พึงพอใจมาก
2. นักศึกษาสามารถนำ Google Drive มาใช้ประโยชน์ในการศึกษาได้เพิ่มขึ้น	4.47	0.58	พึงพอใจมาก
3. นักศึกษามีความเห็นว่าการนำ Google Drive สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี	4.44	0.53	พึงพอใจมาก
4. นักศึกษามีความเห็นว่าการนำ Google Drive มีความสะดวกในการเรียนมากยิ่งขึ้น	4.33	0.67	พึงพอใจมาก
5. นักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงาน หรือประสานงานได้ความสะดวก	4.58	0.77	พึงพอใจมากที่สุด
6. นักศึกษาคิดว่ากระบวนการสอนโดยใช้ Google Drive เข้ามาประยุกต์มีความน่าสนใจ	4.26	0.68	พึงพอใจมาก
7. นักศึกษามีเห็นว่าการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ทำให้สามารถติดต่อสื่อสาร และประสานงานกับเพื่อน หรืออาจารย์ผู้สอนได้ง่ายขึ้น	4.48	0.73	พึงพอใจมาก
8. นักศึกษามีความคิดว่าการนำ Google Drive ช่วยสร้างความสะดวกให้กับครูผู้สอนในการจัดทำเอกสารการสอน ตรวจงานผู้เรียนโดยสอดแทรกคำแนะนำ พร้อมทั้งปรับแก้งานเพื่อให้นักศึกษาทำการปรับปรุงให้ถูกต้องรวดเร็ว	4.49	0.75	พึงพอใจมาก

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
9. นักศึกษามีความเห็นเห็นว่า Google Drive ช่วยเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น	4.19	0.80	พึงพอใจมาก
10. การเรียนรู้แบบร่วมมือทำให้นักศึกษาที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกันเกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน	4.36	0.71	พึงพอใจมาก
11. ในภาพรวมนักศึกษามีความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนด้วยการเรียนรู้แบบร่วมมือ	4.42	0.70	พึงพอใจมาก
เฉลี่ยรวม	4.40	0.69	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 5 พบว่า พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจระดับมากที่สุด เรื่อง นักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงาน หรือประสานงานได้ ความสะดวก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.77) รองลงมา นักศึกษามีความคิดเห็นว่า Google Drive ช่วยสร้างความสะดวกให้กับครูผู้สอนในการจัดทำเอกสารการสอน ตรวจงาน ผู้เรียนโดยสอดคล้องกับคำแนะนำ พร้อมทั้งปรับแก้งานเพื่อให้นักศึกษาทำการปรับปรุงให้ถูกต้องรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.75) และนักศึกษามีเห็นว่าการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ทำให้สามารถติดต่อสื่อสาร และประสานงานกับเพื่อน หรืออาจารย์ผู้สอนได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.73)

โดยเฉลี่ยนักศึกษามีความพึงพอใจในการเรียนการสอนในรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม โดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.69)

สรุปการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้พบว่า การจัดการเรียนการสอนในรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม โดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive

สามารถทำให้นักศึกษามีความเข้าใจในการเรียน และสามารถใช้บริการของ Google Drive ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดได้ จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนการสอนของนักศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 69 คนมีความเห็นว่านักศึกษาใช้ Google Drive ในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อลดปัญหาในเรื่องของเวลาในการเดินทางไปทำงานร่วมกัน มีความคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการเรียนการสอน หรือประสานงานในการทำงานเป็นกลุ่มให้มีความสะดวกมาก และนักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงานร่วมกันมีความรวดเร็วมากขึ้นจำนวนร้อยละ 98.55 นักศึกษาคิดว่าปัจจุบัน Internet เป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น จำนวนร้อยละ 97.10 และนักศึกษาสามารถใช้งาน Google Drive ในการรับ-ส่งข้อมูล จัดเก็บ และแชร์ข้อมูลได้ และปัจจุบัน Google Drive ถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษา เช่น ส่งงานให้อาจารย์ตรวจมากขึ้น เป็นจำนวนร้อยละ 95.65 ตามลำดับ และผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของแบบทดสอบก่อนเรียน (Pretest) และหลังเรียน (Posttest) เมื่อใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จากภาคปฏิบัติโดยใช้เกณฑ์ตามที่กำหนดไว้คือ 80/80 ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้ $E1/E2 = 85.91/89.93$ โดยผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน ($\bar{X} = 5.49$, S.D. = 3.48) และหลังเรียน ($\bar{X} = 8.12$, S.D. = 4.35) พบว่า มีความแตกต่างกันโดยคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบหลังเรียนมีค่าสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบก่อนเรียน และพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาเมื่อได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จำนวน 69 คนอยู่ที่ 0.945 หรือร้อยละ 94.5 ซึ่งการวิเคราะห์ค่าสถิติพบว่า t มีค่า 13.49 ค่าแสดงออกมีค่า 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 แสดงว่าคะแนนสอบก่อน และหลังเรียนมีความสัมพันธ์กันและเมื่อนักศึกษาได้รับการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive แล้วมีคะแนนหลังเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามีความพึงใจในการจัดการเรียนการสอนในรายรายวิชาโครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึม มีความพึงพอใจในการจัดการเรียนการสอนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามระดับพึงพอใจในแต่ละด้าน พบว่าความพึงพอใจมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ นักศึกษาคิดว่า Google Drive เป็นช่องทางที่ช่วยในการทำงาน หรือประสานงาน

ได้ความสะดวก รองลงมาอันดับ 2 นักศึกษามีความคิดว่า Google Drive ช่วยสร้างความสะดวกให้กับครูผู้สอนในการจัดทำเอกสารการสอน ตรวจงานผู้เรียนโดยสอดแทรกคำแนะนำ พร้อมทั้งปรับแก้งานเพื่อให้นักศึกษาทำการปรับปรุงให้ถูกต้องรวดเร็ว และอันดับ 3 นักศึกษามีเห็นว่าการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ทำให้สามารถติดต่อสื่อสาร และประสานงานกับเพื่อน หรืออาจารย์ผู้สอนได้ง่ายขึ้นตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิธีการจัดการเรียนรู้โดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ในรายวิชา บธ 3003311 โครงสร้างข้อมูลและอัลกอริทึมเป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ตัวผู้เรียนเองได้ใช้เทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ นักศึกษาจะมีการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำอยู่แล้ว ผู้วิจัยจึงนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ร่วมกับการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดประโยชน์ ด้วยการนำบริการของ Google Drive มาช่วยในการเรียนการสอนโดยจัดกลุ่มให้นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่มโดยให้นำ Google Drive เข้ามาช่วยในการประสานงานเพื่อให้เกิดความสะดวกในการเรียนมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มสามารถพูดคุย แชร์ข้อมูล และแก้ไขงานผ่านทางออนไลน์พร้อมกันได้ และครูผู้สอนยังสามารถใช้ Google Drive ในการทำเอกสารการสอน สอดแทรกคำแนะนำ ตรวจงานผู้เรียน พร้อมทั้งปรับแก้งานเพื่อให้ผู้เรียนทำการปรับปรุงให้ถูกต้อง จึงทำให้ระดับผลคะแนนหลังเรียนเพิ่มขึ้นจากก่อนเรียนมาก นับว่าเป็นการจัดการเรียนการสอนที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้เป็นอย่างดีในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ซึ่งเปรียบได้กับทฤษฎีการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ ที่กล่าวไว้ว่าการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เป็นวิธีการสอนที่ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ร่วมมือกันในกลุ่มย่อยๆ เน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียน ในแต่ละกลุ่มจะมีสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกัน ผู้เรียนแต่ละคนจะต้องร่วมมือในการเรียนรู้ร่วมกัน มีการช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน คนที่เก่งกว่าจะช่วยคนที่อ่อนกว่า สมาชิกในกลุ่มจะต้องร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของเพื่อนสมาชิกทุกคนในกลุ่ม เพราะยึดถือแนวคิดที่ว่า ความสำเร็จของสมาชิกทุกคนจะรวมเป็นความสำเร็จของกลุ่ม (สுகุณธ์ สินธพานนท์ และคณะ, 2545: 30)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive ช่วยให้การเรียนรู้ หรือการทำงานร่วมกันมีความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น และยังช่วยให้ประหยัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมทั้งได้ใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันให้เกิดประโยชน์ ดังนั้น รูปแบบการจัดการเรียนการสอนโดยใช้ระบบการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมผ่านบริการของ Google Drive จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้สอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถนำไปใช้กับรายวิชาอื่นๆ ได้

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ ที่เอื้อเฟื้อห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำการวิจัย และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- สุคนธ์ สินธพานนท์ และคณะ. (2545). **การจัดกระบวนการเรียนรู้ : เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. (2558). **การผลิตัวสฤเทคโนโลยีทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

The Quality of Work Life of the Wing 21 Officers of the Royal
Thai Air Force in Muang District, Ubonratchathani Province.

ชัยสิทธิ์ สุวรรณน้อย¹

จตุรงค์ ศรีวังษ์วรรณ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน เงินเดือน ตำแหน่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งหมด 263 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ 10 ท่าน และมีความเชื่อมั่น 0.95 ได้แบบสอบถามคืนมาทุกฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าที (t-test) การทดสอบค่าเอฟ (F-test) และทดสอบรายคู่ตามวิธีการฟิชเชอร์ (LSD) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า

1) คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมมีคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับคุณภาพชีวิตการทำงานแต่ละด้านจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านสิทธิส่วนบุคคล ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ด้านความเป็น

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
chaiyasit.suwannoi@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Gob2519@hotmail.com

ประโยชน์ต่อสังคม ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และด้านจังหวะชีวิต

2) การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อจำแนกตามเพศและระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตาม อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน เงินเดือน และตำแหน่ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน ข้าราชการ

Abstract

The purpose of this research were (1) study the quality of work life and (2) compare the quality of working life to the Wing 21 Officials of the Royal Thai Air Force in Muang District, Ubonratchathani Province classified by gender, age, qualification, work experience, salary and work position. The sample is 263 of Wing 21 Officials of the Royal Thai Air Force in Muang District, Ubonratchathani Province. The researches used questionnaires to collect the data with reliability at 0.95. Descriptive statistic such as percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test were applied in this research.

The result found that;

1) Overall, there is high level of the quality of work life to the Wing 21 Officials of the Royal Thai Air Force in Muang District, Ubonratchathani Province

2) When classified by gender and qualification, there was no difference at a statistically significant level of .05. On the other hand, it was found different at a statistically significant level of .05 in four aspect including age, work experience, salary and work position.

Keywords: Quality of work life, Officer

บทนำ

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการ บุคคลคือผู้จุดประกายความคิด สร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ให้เกิดขึ้นในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบผลผลิตสินค้าและบริการ การควบคุมคุณภาพ การวางแผนการตลาด การกำหนดทรัพยากรเงิน การวางแผนกลยุทธ์ทั้งหมด รวมถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรด้วย ทรัพยากรบุคคลจึงเป็นหัวใจสำคัญที่สุดในองค์กร (Michael and Boudreau, 1991: 2) เป้าหมายของผลลัพธ์ด้านทรัพยากรบุคคลแบ่งเป็น 2 เป้าหมาย คือพนักงานและองค์กร เนื่องจากการลงทุนด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะทำให้บุคลากรมีความสามารถในการทำงานและช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จ (Michael และคณะ, 2005 : 410) ในปัจจุบันความสำคัญของ คน ในองค์กรเป็น ทรัพยากร ที่มีค่า จึงเกิดคำว่า การบริหารทรัพยากรบุคคล ขึ้น หรือในบางองค์กรมองไปไกลกว่านั้น กล่าวคือมองเห็นว่าคนเป็น ต้นทุน ที่สำคัญขององค์กร จึงเกิดคำใหม่ขึ้นมาว่า การบริหารทรัพยากรบุคคลที่เป็นต้นทุน หรือ การบริหารทุนมนุษย์ หรือ Human Capital Management (สีมา สีมานันท์, 2550: 3) ในองค์กรภาครัฐทรัพยากรบุคคล คือ ข้าราชการทุกคน

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่ากลไกหลักของการพัฒนาประเทศ ซึ่งมีรัฐบาลเป็นผู้บริหารนั้นจะบรรลุเป้าหมายได้ก็ด้วยข้าราชการทุกคน ซึ่งปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอยู่ในหน่วยงาน กรม กองต่างๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือความสำเร็จของการพัฒนาประเทศขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติงานของข้าราชการนั่นเอง โดยตลอดเวลาที่ผ่านมา กองทัพอากาศได้ทำการพัฒนากำลังทางอากาศเพื่อให้สามารถปฏิบัติการกิจตามที่ได้รับมอบหมายทั้งด้านป้องกันประเทศ การพัฒนาประเทศ พัฒนากำลังพล การช่วยเหลือประชาชน การจะดำรงศักยภาพของประเทศไว้ได้อย่างมั่นคงปลอดภัยนั้นพลังอำนาจทางเศรษฐกิจ ทางการเมืองและการทหารจะต้องมีความสอดคล้อง สามารถอำนวยผลทั้งสนับสนุนและคุ้มครองผลประโยชน์ของประเทศให้ได้มากที่สุด ในส่วนของกองทัพอากาศได้ทำการจัดระบบ ดำเนินงานเพื่อให้เหมาะสมกับเทคโนโลยีใหม่และเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้มากขึ้น นอกจากนี้ยังทำการพัฒนากำลังพลทุกสาขาให้มีความรู้ความสามารถควบคู่ไปกับการมีคุณธรรม ความสามัคคี ความมีระเบียบวินัย ความเป็นมิตร ขอบต่อหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ (ปอง มณีศิลป์, 2545: 1-6)

ดังนั้น ข้าราชการกองทัพอากาศจึงควรเป็นผู้ที่มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี เพื่อให้ข้าราชการสามารถที่จะรับมือกับปัญหาต่างๆ ในอนาคตได้และสามารถที่จะปกป้องสนับสนุนและคุ้มครองผลประโยชน์ของประเทศชาติให้ได้มากที่สุดโดยจากนโยบายของกองทัพอากาศ กองบิน 21 เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่สำคัญที่สุดหน่วยหนึ่งของกองทัพอากาศ ซึ่งมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการรักษาไว้ซึ่งความมั่นคงของประเทศ รวมทั้งภารกิจสนับสนุนด้านการพัฒนาประเทศที่กำลังขยายตัวทางเศรษฐกิจและมีหน่วยงานต่างๆ ภายในกองบิน 21 ทำหน้าที่ปฏิบัติงานทางด้านการควบคุมดูแลเครื่องบินและการดูแลบำรุงรักษาเครื่องบินให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้บินได้อย่างตลอดระยะเวลา จึงเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวและส่งผลโดยตรงต่อข้าราชการทหารอากาศภายในกองบิน 21 เพราะเป็นบุคคลที่จะต้องใช้ทักษะและความชำนาญรวมทั้งประสบการณ์ต่างๆ ที่หาได้ยากนอกจากจะเกิดขึ้นกับตัวข้าราชการที่ปฏิบัติงานนั่นเองซึ่งถือว่า มีความสำคัญและจำเป็นต่อหน่วยงานอย่างยิ่งโดยเฉพาะข้าราชการที่มีฝีมือมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้อยู่เสมอ และในการปฏิบัติงานต้องอาศัยความปลอดภัยในการทำงานเป็นอย่างมากเพราะการทำงานกับอุปกรณ์ที่มีราคาสูงและสามารถที่จะทำให้เกิดอันตรายกับผู้ปฏิบัติงานและเพื่อนร่วมงานได้ตลอดเวลา ถ้าผู้ปฏิบัติงานคำนึงถึงเรื่องอื่นหรือมีสภาพที่ไม่พร้อมในการทำงานทั้งร่างกายและจิตใจ อันจะทำให้เกิดความประมาทและอุบัติเหตุในการปฏิบัติงานได้ จากเหตุผลดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญประการหนึ่งคือการส่งเสริมให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีแล้ว ถ้าหากข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ทุกคนมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีแล้ว ก็จะทำให้เกิดความก้าวหน้าในทุกระดับหน่วยงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศ กองบิน 21 ซึ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานดูแลรักษาเครื่องบินและการทำงานร่วมกันของข้าราชการกับอุปกรณ์ที่มีราคาสูง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับประเทศชาติและเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาดูแลข้าราชการทหารอากาศ กองบิน 21 ให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน เงินเดือน ตำแหน่ง

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้าราชการทหารอากาศในเขตพื้นที่กองบิน 21 กองพลที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตเนื้อหาที่วิจัย

เป็นการศึกษาคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในเขตพื้นที่กองบิน 21 กองพลที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ระยะเวลาตั้งแต่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2556 ถึง 20 มกราคม พ.ศ. 2558

ขอบเขตพื้นที่

ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ ในจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน เงินเดือน ตำแหน่ง

ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้

- การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (Adequate and Fair Compensation)

- สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ (Safe and Healthy Working Conditions)
- ความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน (Opportunity for Continued Growth and Security)
- โอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง (Opportunity for Developing and Using Human Capacity)
- การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Social integration)
- สิทธิส่วนบุคคล (Employee Rights)
- จังหวะชีวิต (Work and Total Life Space)
- ความเป็นประโยชน์ต่อสังคมด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Social Relevance of Work)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร (Population) ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานข้าราชการทหารอากาศ กองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 771 คน (แผนกกำลังคนกองบิน 21 2555: ออนไลน์) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 263 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2547: 117)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถาม แบบเลือกตอบ (Checklist) เกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน เงินเดือน ตำแหน่ง มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการคุณภาพชีวิตการทำงานมี 8 ด้าน ได้แก่ การได้รับ ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม สภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน โอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง การทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น สิทธิส่วนบุคคล

บุคคล จังหวะชีวิต ความเป็นประโยชน์ต่อสังคมลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ ของ Likert และ ลักษณะของคำถามแบบเลือกตอบ (Checklist) โดยมี 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.89

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี แบบปลายเปิด (Open-ended Question) ผู้ตอบสามารถให้ข้อมูล ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้แก่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อครบกำหนดระยะเวลาที่ให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวนทั้งสิ้น 263 ฉบับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การประมวลผลข้อมูล การประเมินผลครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาที่ครบถ้วนถูกต้องตามที่กำหนด
2. จัดทำคู่มือลงรหัสตามแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถามมาลงรหัสในแบบฟอร์มลงรหัส
4. วิเคราะห์ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการกองบิน 21 ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำไปเปรียบเทียบแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการกองบิน 21 ในจังหวัดอุบลราชธานี เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านสิทธิส่วนบุคคล ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านจังหวะชีวิต ตามลำดับ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกเป็นรายด้านและภาพรวม

องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	3.85	0.57	มาก
ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	4.00	0.57	มาก
ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	4.06	0.64	มาก
ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง	4.10	0.69	มาก
ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น	4.17	0.66	มาก
ด้านสิทธิส่วนบุคคล	4.18	0.77	มาก
ด้านจังหวะชีวิต	3.31	0.45	ปานกลาง
ด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม	4.12	0.66	มาก
ภาพรวม	3.98	0.50	มาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นที่สำคัญนำมาอภิปรายผลแยกเป็นรายด้านดังนี้

ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า สวัสดิการที่ได้รับและค่าตอบแทนอย่างยุติธรรม เป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน ซึ่งตระหนักถึงทางสวัสดิการและค่าตอบแทนที่ยุติธรรมเป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (มัลลิกา เมฆรา, 2542: 11-14) ที่ได้เสนอแนวคิดในคุณภาพชีวิต

การทำงานด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมว่า การได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม (Adequate and Fair Compensation) ค่าตอบแทนเป็นสิ่งหนึ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตการทำงานได้ เนื่องจากทุกคนมีความต้องการทางเศรษฐกิจและจะมุ่งงานเพื่อให้ได้รับการตอบสนองทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รณณ ขอใจใหญ่ (2553: ง) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน บริษัท สยามสโตนแอ็กกริเกรท จำกัด โดยใช้แนวคิดคุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life) ของสถาบันเสริมสร้างขีดความสามารถของมนุษย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านร่างกาย พนักงานมีความคิดเห็นต่อระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก

ด้านสภาพการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า บรรยากาศในการทำงานและสถานที่ทำงานเกี่ยวกับเรื่องแสงสว่างและเครื่องมือที่ใช้ในการทำงาน เป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศ กองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงานซึ่งตระหนักถึงทางความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow (อุดม ทุมโฆสิต, 2544: 292-296) คือ ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Security or Security Needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความต้องการด้านความต้องการด้านความปลอดภัยและมั่นคงมากขึ้น จนทำให้ความต้องการด้านนี้มีความสำคัญเหนือด้านอื่นๆ ความต้องการด้านความปลอดภัยและมั่นคงดังกล่าวรวมเอาความ ปลอดภัย ความมั่นคงทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของลัดดาวัลย์ สุกุลสุข (2550: ง) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงาน ด้านสภาพการปฏิบัติงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก

ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าอาชีพที่มั่นคงและสามารถก้าวหน้าในการทำงาน ที่ได้รับมอบหมายงาน คือมีความมั่นคงในการทำงานและสามารถที่จะก้าวหน้าในหน้าที่การงานได้โดยได้รับมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาและสามารถที่จะปฏิบัติงานตามที่ได้รับ

มอบหมายงานได้ซึ่งเป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงานซึ่งตระหนักถึงความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (มัลลิกา เมฆรา, 2542: 11-14) ได้แก่ ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการทำงาน (Opportunity for Continued Growth and Security) งานที่ผู้ปฏิบัติได้รับมอบหมายจะมีผลต่อการคงไว้ และการขยายความสามารถของตนเองให้ได้รับความรู้และทักษะใหม่ๆ มีแนวทางหรือโอกาสในการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ที่สูงขึ้น ในลักษณะของคุณภาพชีวิตการทำงาน ตัวบ่งชี้เรื่องของความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของลำจวน โล่เพชร (2550: ง) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก

ด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ในภาพรวมมีคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 อยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ท่านมีโอกาสที่จะฝึกฝนทักษะใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานจากแหล่งความรู้ต่างๆ โดยหน่วยงานให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานได้สำเร็จมากขึ้นซึ่งเป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงานซึ่งตระหนักถึงด้านโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ERG ของ Alderfer ได้แก่ ความต้องการเจริญเติบโต (growth needs) เป็นความต้องการด้านพัฒนาไปสู่การเติบโตทั้งในด้านหน้าที่การงานและทางด้านจิตใจ ความต้องการระดับนี้สามารถเทียบได้กับความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem need) และความต้องการที่จะบรรลุเป้าหมายในชีวิตตัวเองนั่นเอง (self - actualization) ซึ่งสอดคล้องกับบานชื่น ทาจันทร์ (2548: ง) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสาย ข และสาย ค ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยศึกษากลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสาย ข และ สาย ค ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่าโอกาสในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองอยู่ในระดับมาก

ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ในหน่วยงานมีโอกาสที่จะได้รับข้อมูลต่างๆ จาก

ปัญหาและข้อเสนอแนะจากผู้ได้บังคับบัญชาให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานต่อผู้บังคับบัญชาเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ได้เพื่อการแก้ไขปัญหาคำสั่งการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรได้ซึ่งเป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงานซึ่งตระหนักถึงการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg (อุดม ทุมโฆสิต, 2544: 300-302) คือปัจจัยเกี่ยวกับสุขอนามัยหรือการบำรุงรักษา (Hygiene or Maintenance Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของงานที่ทำ (Job Context) อยู่คือฐานะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับหัวหน้างาน กับเพื่อนร่วมงาน และกับลูกน้องเทคนิคในการบังคับบัญชา นโยบายขององค์กร และวิธีการบริหาร ความมั่นคงในงาน สภาพการทำงาน เงินเดือน และเรื่องราวส่วนตัวที่ถูกกระทบโดยสภาพของงาน ปัจจัยบำรุงรักษานี้ถ้าหากบกพร่องไปจะทำให้องค์กรมีปัญหาความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับลำจวน โล่เพชร (2550: 9) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 120 คน ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พิจารณาเป็นรายด้านแล้ว มีระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

ด้านสิทธิส่วนบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ในหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กรให้สิทธิประโยชน์ส่วนบุคคลเท่ากันและมีอิสระในการทำงานตามเป้าหมายที่กำหนดได้ตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาได้อย่างลุล่วง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (มัลลิกา เมฆรา, 2542: 11-14) คือ สิทธิของข้าราชการทหารอากาศ (Employee Rights) คือ การมีสิทธิในเรื่องส่วนบุคคล การมีอิสระในการพูด การแสดงความคิดเห็น การใช้สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน รวมทั้งสิทธิที่ข้าราชการทหารอากาศควรได้รับจากองค์กร ควรมีความเสมอภาคกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอารี สังข์ศิลป์ชัย (2548: 9) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา นครปฐม พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของครูผู้สอนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา นครปฐมมากคือด้านสิทธิส่วนบุคคล

ด้านจังหวะชีวิต ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ช่วงเวลาว่างในแต่ละวันสามารถแบ่งเวลาการทำงานและเวลาให้กับครอบครัวได้

อย่างเหมาะสมกับชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุขในการทำงานของแต่ละวัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงานซึ่งตระหนักถึงจังหวะชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (มัลลิกา เมฆรา, 2542: 11-14) คือ เวลาทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work and Total Life Space) คือ ลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงาน มีผลกระทบต่อบทบาทในชีวิตส่วนตัวของพนักงานอย่างไร ทั้งในเรื่องของเวลาพฤติกรรม ทักษะคติ โดยเฉพาะบทบาท และการแบ่งเวลากับชีวิตครอบครัว การพักผ่อน ดังนั้นควรมีการสร้างสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวของข้าราชการทหารอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของบานชื่น ทาจันทร์ (2548: ง) ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสาย ข และสาย ค ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยศึกษากลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสาย ข และสาย ค ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้วพบว่า และระดับคุณภาพชีวิตการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านจังหวะชีวิต

ด้านความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า บุคคลภายนอกได้เข้ามาติดต่อและเยี่ยมชมภายในกองบิน 21 มีความพึงพอใจในการเยี่ยมชม และมีความภาคภูมิใจในตัวองข้าราชการกองบิน 21 เป็นสิ่งที่ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ให้ความสำคัญมากต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน ซึ่งตระหนักความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Walton (มัลลิกา เมฆรา, 2542: 11-14) คือ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ภายในองค์กรและสังคมภายนอก (Social Relevance of Work) คือการที่ข้าราชการทหารอากาศ มีความรู้สึกว่าการกิจกรรมหรืองานที่ทำนั้น เป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมทั้งองค์กรของตนได้ทำประโยชน์ให้สังคม เป็นการเพิ่มคุณค่าความสำคัญ อาชีพและเกิดความรู้สึกภูมิใจในองค์กรของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอิวัฒน์ ประจักษ์ (2548: ง) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทยจำกัด พบว่า มีคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลสามารถอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญ คือข้าราชการทหารอากาศที่มีเพศต่างกัน มี

คุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้ แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานไม่แตกต่างกัน ข้าราชการทหารอากาศที่มีอายุต่างกัน มีคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้าราชการทหารอากาศที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้าราชการทหารอากาศที่มีระดับชั้นยศ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าแตกต่างกัน ข้าราชการทหารอากาศที่มีประสบการณ์ในการทำงานเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และข้าราชการทหารอากาศที่มีเงินเดือน เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีความพอใจในคุณภาพชีวิตในระดับหนึ่ง ดังนั้นผู้บังคับบัญชาต้องเพิ่มความเอาใจใส่ในเรื่องของ ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม ในด้านสวัสดิการต่างๆ ที่ข้าราชการพึงได้รับ ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัย มีอุปกรณ์ป้องกันเสียงดัง มีการจัดระเบียบการทำงาน มีการส่งเสริมให้ข้าราชการหาความรู้จากภายนอกมากกว่านี้ การให้รับผิดชอบทำงานร่วมกันของข้าราชการทหารอากาศ เพื่อให้มีความสามัคคีในกลุ่มข้าราชการทหารอากาศ การทำงานร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาควรเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงออกทางความคิดเห็น ทางการปฏิบัติงานมากกว่าเดิม ทั้งนี้เพื่อเป็นการทดสอบฝีมือของผู้ใต้บังคับบัญชาในการปฏิบัติงานและช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้ปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความชำนาญ และไม่เกิดความซ้ำซากหรือจำเจ อันจะเกิดประโยชน์ต่อกองบิน 21 และทำให้ข้าราชการทหารอากาศ มีคุณภาพชีวิตการทำงานในระดับสูงขึ้นต่อไป

สรุปการวิจัย

คุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรในเขตพื้นที่กองบิน 21 กองพลที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อทราบถึงเพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานีและเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงตัวแปรตามทั้ง 8 ด้าน ที่

ส่งผลต่อปัจจัยส่วนบุคคลกับคุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 กองพลบินที่ 2 กองบัญชาการยุทธทางอากาศ จังหวัดอุบลราชธานี

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานในด้านจังหวัดของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบ คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการทหารอากาศกองบิน 21 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และคุณภาพชีวิตการทำงาน ของข้าราชการทหารอากาศ กับกองบินอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กำลังพลทหารอากาศกองบิน 21,แผนก. (2555) **ประวัติความเป็นมากองบิน 21.** (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2555. จาก <http://www.wing21.mi.th>
- บานชื่น ทาจันทร์. (2548). **คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการสาย ข และสาย ค ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปอง มณีศิลป์. 80 ปีกองทัพอากาศ. **ข่าวทหารอากาศปีที่ 62.** 3, (มีนาคม 2545) : 1-6.
- พิชิต ฤทธิ์เจริญ. (2547). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: แฮร์สออฟ เดอร์มิสท์.
- มัลลิกา เมฆรา. (2542). **คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานธนาคารกสิกรไทย สังกัดสำนักงานเขต 21 จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รณณ ขอใจใหญ่. (2553). **คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท สยามสโตน-แอ็กกริเกรท จำกัด.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ลัดดาวัลย์ สุกสุข. (2550). **คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน).** วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- ลำจวน โล่เพชร. (2550). **คุณภาพชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สีมา สีมานนท์. (2550). **หลักสูตรเฉพาะทางสำหรับรองรับการทำงานตามระบบจำแนกตำแหน่งและค่าตอบแทนใหม่**. เอกสารประกอบการการฝึกอบรมสำหรับผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงาน ก.พ. กรุงเทพฯ: สำนักงาน ก.พ..
- อริวัฒน์ ปริงประโคน. (2546). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อารี สังข์ศิลป์ชัย. (2548). **คุณภาพชีวิตการทำงานของครูผู้สอนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครปฐม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อุดม ทุมไธสี. (2544). **การจัดการ**. เอกสารประกอบการศึกษาวิชา รศ.610 และ รอ. 610. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Michael,L. และคณะ. (2005). **The Future of Human Resource Management : 64 Thought Leaders Explore the Critical HR Issues of Today and Tomorrow**. New jersey: Jonh wiley.
- Milkovich, G. T. and Boudreau,J. W. (1991). **Human Resource Management**. 7th ed. Homewood: Irwin.

การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี

The Operating States of the Village Funds of Tambon Phosai in Phosai District of Ubon Ratchathani Province

แจ่มจันทร์ ศรีจันทร์¹

ปิยกันันท์ โชติวนิช²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านในเขตตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 160 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.81 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. สถานภาพสมรส อาชีพเกษตรกร รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวม มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ปัญหาการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: การดำเนินงาน กองทุนหมู่บ้าน

¹ นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
jamjan_jj@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี piyakanit.c@ubru.ac.th

Abstract

The research aimed to study the operating states of the village funds of Tambon Phosai in Phosai district of Ubon Ratchathani province. The samples used in the research were 160 village fund committee members in Phosai district, derived by a proportionate random sampling. The research instrument was the questionnaire with a confidence value equivalent to 0.81. Statistics used were percentage, mean and standard deviation. The results reveal that: The majority of the samples were females (51.20%), aged from 36- 45 (50.00%), married (88.10%), completed higher school certificate higher vocational certificate (57.50%), were rice farmers (72,50%), and earned less than 10,000 baht (58.10). The subjects rated the operating states of the village funds at a high level ($\bar{X} = 3.66$). As for individual, it was found that the three aspects of the village funds in operation were arranged as follows: operating ($\bar{X} = 3.73$), management ($\bar{X} = 3.67$) and participation ($\bar{X} = 3.57$).

Keywords: Operating, Village Funds

บทนำ

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ภายใต้ชื่อ กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองกองทุนละ 1 ล้านบาท วัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในหมู่บ้านและชุมชนเมืองสำหรับการลงทุนเพื่อพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้หรือเพิ่มรายได้ การลดรายจ่ายการ บรรเทาเหตุฉุกเฉินและจำเป็นเร่งด่วนเพื่อนำไปสู่การสร้างกองทุนสวัสดิการที่ดีแก่ประชาชนในหมู่บ้านหรือชุมชน ส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านและชุมชนเมืองให้มีขีดความสามารถในการจัดระบบการบริหารจัดการเงินทุนของตนเอง เสริมสร้างกระบวนการพึ่งพาตนเองของหมู่บ้านและพัฒนาความคิดริเริ่ม เพื่อการแก้ไขปัญหาและเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียงในหมู่บ้านและชุมชนเมือง กระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากของประเทศรวมทั้งเสริมสร้าง

ภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในอนาคต สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ เรียกโดยย่อว่า สทบ และอาจตั้งสาขาตามความจำเป็นก็ได้ ซึ่งในปัจจุบันนี้ สทบ มีทั้งหมด 13 สาขาทั่วประเทศ (กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ 2553: 1-2)

จังหวัดอุบลราชธานี จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง จำนวน 2,805 กองทุน เป็นกองทุนหมู่บ้าน จำนวน 2,699 กองทุน กองทุนชุมชนเมืองจำนวน 106 กองทุน อำเภอโพธิ์ไทร มีการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านมาตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปัจจุบันรวมทั้งสิ้น 71 กองทุน (1 หมู่บ้าน = 1 กองทุน) แต่พบปัญหาที่สำคัญคือ สมาชิกไม่ส่งเงินตามกำหนด สมาชิกไม่จัดทำสัญญาเงินกู้คำขอกู้ และไม่มีหลักฐานผู้ค้ำประกัน ใช้สัญญาเก่าไม่มีพยาน สมาชิกไม่เรียกร้องใบเสร็จรับเงิน ไม่มีสมุดฝากเงินรายบุคคล สมาชิกไม่สนใจระเบียบของกองทุน ไม่เข้าร่วมประชุม (พัฒนาชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี, 2557: 1-5)

จากการดำเนินงานดังกล่าวข้างต้น เป็นอุปสรรค ต่อการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านในอนาคต ซึ่งเกิดจากกระบวนการบริหารกองทุนหมู่บ้านที่ยังขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านกองทุนหมู่บ้าน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านในเขตตำบลโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่จะนำไปสู่การเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ในเขตตำบลโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

วัตถุประสงค์

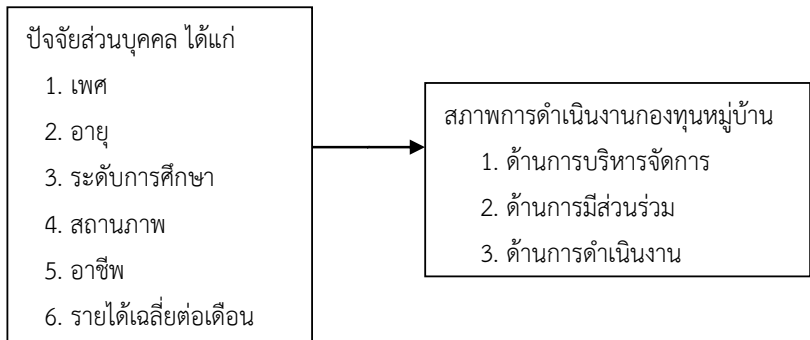
เพื่อศึกษาการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้าน ในเขตตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทรจังหวัดอุบลราชธานี
2. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านในเขตอำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ในเขตตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทรจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 17 กองทุน (1 หมู่บ้าน = 1 กองทุนๆ ละ 15 คน) รวม 255 คน (พัฒนาชุมชนอำเภอโพธิ์ไทร, 2556: 3)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คนของ Krejcie and Morgan ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (1970: 607-610 อ้างถึงใน, ทองใบ สุดชาติ 2551: 129) โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) แยกเป็นจำนวนคณะกรรมการ ในแต่ละกองทุนตามสัดส่วน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามเรื่อง การดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ในเขตตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert (Rating Scale) จำนวน 26 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|---|---------|---------------------------------|
| 5 | หมายถึง | มีการดำเนินงานในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มีการดำเนินงานในระดับมาก |
| 3 | หมายถึง | มีการดำเนินงานในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | มีการดำเนินงานในระดับน้อย |
| 1 | หมายถึง | มีการดำเนินงานในระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด 160 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 82 คน ร้อยละ 51.30 อายุระหว่าง 36 - 45 ปี มากที่สุด 80 คน ร้อยละ 50.00 สถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 141 คน ร้อยละ 88.10 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มากที่สุด จำนวน 92 คน ร้อยละ 57.50 อาชีพเกษตรกรมากที่สุด จำนวน 116 คน ร้อยละ 72.50 และรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 93 คน ร้อยละ 58.10 ตามลำดับ

2. เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการดำเนินงาน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

ลำดับ	การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน ภาพรวมทั้ง 3 ด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการ ดำเนินงาน
1	ด้านการบริหารจัดการ	3.67	0.64	มาก
2	ด้านการมีส่วนร่วม	3.57	0.72	มาก
3	ด้านการดำเนินงาน	3.73	0.67	มาก
ภาพรวม		3.66	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมี $\bar{X} = 3.66$ และมี S.D. = 0.55 ข้อที่มี สูงสุด คือ ด้านการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.67$) และน้อยสุดคือ ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.57$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของความคิดเห็นคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบประเด็น ที่น่าสนใจแก่การนำมาอภิปรายผลในประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร

การการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพือไทร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โดยรวมมีการดำเนินงานในระดับมาก โดยสามารถพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการดำเนินงาน ด้านการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาพบว่าเป็นตัวแปรที่มีการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทรในประเด็นต่างๆ ที่ควรนำมาอภิปราย ได้แก่

1.1 ด้านการบริหารจัดการ พบว่า การดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ กองทุนหมู่บ้าน มีการคัดเลือกกรรมการตามวาระ มีการบันทึกการประชุมคัดเลือกกรรมการและแจ้งให้

คณะกรรมการระดับอำเภอทราบ กองทุนหมู่บ้านมีการจัดทำบัญชีและงบการเงินหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการฯ แห่งชาติกำหนดทั้งชุดที่ 1 และชุดที่ 2 และประชากรในหมู่บ้านมากกว่าร้อยละ 50 สมัครเข้าเป็นสมาชิกของกองทุน ทั้งนี้เนื่องจากการกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านอย่างชัดเจน ส่วนใหญ่ประชากรในหมู่บ้านมากกว่าร้อยละ 50 สมัครเข้าเป็นสมาชิกกองทุน ซึ่งให้เห็นว่าประชาชนให้ความสนใจเกี่ยวกับกองทุนหมู่บ้าน สอดคล้องกับ สุชาติ พึ่งสาย (2550: 83-88) ได้ศึกษาผลการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกรรมการและสมาชิกกองทุน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมกับผลการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและเพื่อศึกษาสภาพอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านภาพรวมอยู่ในระดับดี กรรมการและสมาชิกกองทุนมีความรู้ความเข้าใจต่อนโยบายกองทุนหมู่บ้านอยู่ในระดับมาก ด้านการบริหารจัดการมีการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก และการดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง

1.2 ด้านการมีส่วนร่วม พบว่าการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ คณะกรรมการมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุนหมู่บ้าน คณะกรรมการเคยเป็นผู้ค้าประกันเงินกู้ให้กับสมาชิกที่ได้รับอนุมัติเงินกู้ และคณะกรรมการมีส่วนร่วมในการพิจารณาเกี่ยวกับการกู้ยืมเงินและอนุมัติเงินกู้ของกองทุนหมู่บ้าน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุนดีเท่าที่ควร คณะกรรมการกองทุนมีความเข้าใจในการพิจารณาการกู้ยืมของสมาชิก สอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ คำดีสวัสดิ์ (2553: 56-84) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านในเขตพื้นที่อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมและเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนหมู่บ้าน การได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุนหมู่บ้าน ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับ

จากกองทุนหมู่บ้าน ผลการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

1.3 ด้านการดำเนินงาน พบว่า ด้านการดำเนินงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ สมาชิกของกองทุนที่ยื่นขอกู้ได้รับเงินกู้จากกองทุนมากกว่าร้อยละ 75 กองทุนไม่มีเงินขาดบัญชีและมีระบบการควบคุมป้องกันทางการเงิน กองทุนมีการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์มากกว่า 2 กิจกรรม เช่น สนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กยากจน สนับสนุนเงินทุนในการจัดกิจกรรมในวันสำคัญ เนื่องจากปัจจัยในการดำเนินงานส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนตลอดระยะการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะงบประมาณที่ได้รับจัดสรรได้รับโดยตรง แต่ก็พบว่า การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านคณะกรรมการและสมาชิกที่กู้ยืมเงินต้องการให้จำนวนเงินกองทุนหมู่บ้านที่ภาครัฐให้การสนับสนุนจากเงินกองทุนเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม เพราะกองทุนยังต้องการเงินลงทุนเพื่อพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้ ส่วนการให้กู้ยืมนั้นก็มีการพิจารณาเป็นไปตามเงื่อนไขและระเบียบของกองทุนหมู่บ้าน กองทุนยังให้ความสำคัญในด้านการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ สอดคล้องกับ ศรีทะยา ศรีสมบุรณ์พงศ์ (2552: 66-100) ได้ศึกษาการพัฒนาการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง : กรณีศึกษาอำเภอนิคมคำสร้อย จังหวัดมุกดาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงาน ศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินงานและศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ผลการวิจัย พบว่าการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ในภาพรวมมีการดำเนินงานในระดับมาก และสอดคล้องกับ กมลรัตน์ คำมกร (2552: 56 - 68) ได้ศึกษาการศึกษาการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษากองทุนหมู่บ้าน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้าน การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และเปรียบเทียบการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกองทุนหมู่บ้านแต่ละระดับ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และ one way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้าน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1. ด้านการบริหารจัดการ การดำเนินงานด้านการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก แต่พบว่าด้านที่มีค่าต่ำสุด 3 ลำดับ คือ กองทุนหมู่บ้านมีการรับฝากเงินออมของสมาชิกประจำทุกเดือน กองทุนหมู่บ้านมีการจัดอบรม ให้ความรู้แก่คณะกรรมการและสมาชิก และกองทุนหมู่บ้านมีสถานที่ทำการแน่นอนและเป็นของกองทุน ซึ่งควรได้รับการปรับปรุง คือ การออมเงินของสมาชิกควรที่จะทำบัญชีให้เป็นปัจจุบัน รับฝากเงินออมเป็นประจำทุกเดือน จัดอบรมให้ความรู้แก่คณะกรรมการด้านระเบียบกฎหมายของกองทุนอย่างสม่ำเสมอ มีการประชุมจัดอบรมชี้แจงการทำงานของคณะกรรมการให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการ มีสถานที่ทำการของกองทุนให้เป็นที่น่าเชื่อถือ มีป้ายของกองทุนแสดงไว้อย่างชัดเจน แสดงผลการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านเป็นรายเดือน หรือรายไตรมาส เพื่อลดข้อผิดพลาดการทำงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน

2. ด้านการมีส่วนร่วม การดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก แต่พบว่าด้านที่มีค่าต่ำสุด 3 ลำดับ คือ คณะกรรมการมีส่วนร่วมในการติดตามช่วยเหลือสมาชิกในการประกอบอาชีพ คณะกรรมการมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลกับคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านเกี่ยวกับการที่สมาชิกนำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และคณะกรรมการมีส่วนร่วมในการติดตามทวงถามสมาชิกที่ผิดสัญญาเงินกู้ยืม ซึ่งควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข คือ คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านควรมีส่วนร่วมในด้านการติดตามทวงถามสมาชิกที่ผิดสัญญาให้ชำระหนี้ตามกำหนด มีการติดตามข้อมูลของสมาชิกที่นำเงินกู้ไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ ให้เน้นการมีส่วนร่วมในการประชุม ร่วมเป็นสมาชิกเป็นผู้นำ ร่วมแก้ไขปัญหาก็ได้

3. ด้านการดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก แต่พบว่าด้านที่มีค่าต่ำสุด 3 ลำดับ คือ สมาชิกกองทุนมากกว่าร้อยละ 80 นำเงินที่ได้รับจากการกู้ยืมไปใช้ตามวัตถุประสงค์ของการกู้ กองทุนหมู่บ้านไม่มีหนี้ค้างชำระ สามารถเก็บหนี้ครบตามกำหนด และกองทุนมีการจัดสวัสดิการมากกว่า 2 รูปแบบ เช่นสวัสดิการเมื่อสมาชิกเข้านอนโรงพยาบาล สวัสดิการเมื่อสมาชิกเสียชีวิต ดังนั้นการปรับปรุงควรเน้นศักยภาพในการดำเนินงานให้มาก มีการตรวจสอบการทำงานของคณะกรรมการ

กองทุนหมู่บ้านเป็นประจำทุกเดือน หรือรายไตรมาส จะช่วยให้สมาชิกมีจิตสำนึกในการเป็นเจ้าของของกองทุนหมู่บ้านร่วมกัน เพิ่มสวัสดิการให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มขวัญและกำลังใจของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาแนวโน้มปัญหาและรูปแบบการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านของสมาชิกตำบลโพธิ์ไทร อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดอุบลราชธานี
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดปัญหาการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านตำบลโพธิ์ไทร ในเขตอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดอุบลราชธานี
3. ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านในบริบทพื้นที่อื่นๆ

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยภิญญา โชติวณิช ประธานกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และ อาจารย์ ดร.พิมุทธิ์ สมชอบ กรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ เอาใจใส่ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้การค้นคว้าอิสระสมบูรณ์ที่สุด และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดอุบลราชธานี ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บแบบสอบถามสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณ บิดามารดาผู้ให้ความช่วยเหลือ และครอบครัว ผู้ให้กำลังใจที่ดียิ่ง ในการทำวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านและเพื่อนคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งไม่อาจกล่าว नामได้ทั้งหมด ณ ที่นี้ ที่ได้ให้ความรู้และให้คำปรึกษาแนะนำจน ทำให้การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการได้ด้วยดี

ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการค้นคว้าอิสระ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บิดามารดา และครูอาจารย์ที่ให้ความปรารถนาดีแก่ผู้วิจัยตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ คำมกร. (2552). การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน กรณีศึกษา กองทุนหมู่บ้าน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ, สำนักงาน. (2553). คู่มือกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน 2556. จาก <http://www.villagefund.or.th/index.aspx?pageid=469&parent=433&directory=2000&pagename=content>
- ชัยวัตร คำศรีสวัสดิ์. (2553). การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้าน ในเขตพื้นที่อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ทองใบ สุดซารี. (2551). การวิจัยธุรกิจ : ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือตำรา. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- พัฒนาชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี, สำนักงาน. (2557). การดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2557. จาก www.cddubon.net/3_pagevillage.php
- พัฒนาชุมชนอำเภอโพธิ์ไทร, สำนักงาน. (2556). ข้อมูลการขึ้นทะเบียนนิติบุคคล. อุบลราชธานี: สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโพธิ์ไทร.
- สุชาติ พิงสาย. (2550). การศึกษาผลการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง: กรณีศึกษากองทุนหมู่บ้านของตำบลบ้านคลองสวน อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ศรีทะยา ศรีสมบูรณ์พงศ์. (2552). การพัฒนาการดำเนินงานของคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง : กรณีศึกษาอำเภอนิคมน้ำอ้อย จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล
ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบล
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

The Morale and Support in the Performance of the Staff and
Employees of Tambon Administrative Organization in
Mueang District of Ubon Ratchathani Province

ชนิตา บุเงิน¹

พิมุทธิ์ สมชอบ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน และเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงานกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 189 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .88 วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35-44 ปีมากที่สุด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้/เดือน ระหว่าง 9,000 – 15,000 บาท มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5 – 10 ปี และอยู่ในตำแหน่งพนักงานส่วนตำบลมากที่สุด ระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี chanita.bungoen@gmail.com

² อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี osmile1111@hotmail.com

ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี อยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันเห็นว่าขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน เห็นว่าขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน พนักงานส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล

Abstract

The research aimed to study the morale and support in performance and to compare the personal data which could affect the morale and support of the staff and employees of the Tambon Administrative Organizations in Mueang district of Ubon Ratchathani province as classified by sex, age, educational levels, monthly income, working experience and positions of the subjects. The samples used in the research were 189 staff and employees of the Tambon Administrative Organizations in Mueang district. They were derived by a stratified random sampling. The research instrument was a five-rating scale questionnaire of a confidence value equivalent to .88. Data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

The research findings were as follows. The majority of the subjects were females aged 35-44 years, held a university degree, earned a monthly income of 9,000-15,000 baht, had worked for 5- 10 years and been the staff of the local organization. The morale and support of the staff and employees of the local organizations in question were at a moderate level. A comparison of the morale and support of the subject showed that the subjects who were different in sex viewed that there was a difference in morale and support of the staff and employees of the local organizations in the study at a statistical significance of .05. The respondents who were different in age, educational levels, a monthly income, working experience and positions viewed that there was a difference in morale and support of the staff and employees of the local organizations in the study at a statistical significance of .01.

Keywords: Morale in the Performance, Staff of the Local Body, Tambon Administrative Organization

บทนำ

การบริหารงานในองค์กรทุกองค์กรนั้น ผู้บริหารต้องคำนึงถึงขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในหน่วยงานอยู่เสมอ เพราะว่าขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของการทำงาน และมีผลกระทบต่อองค์กรนั้นๆ หากพนักงานภายในองค์กรมีขวัญและกำลังใจดีก็จะให้ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานตลอดจนมีความซื่อสัตย์สุจริต และให้ความสนใจในการทำงาน องค์กรก็ย่อมประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้บริหารจึงควรวางแนวทางและวิธีการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดความตั้งใจและความเต็มใจในการปฏิบัติงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในที่สุด (สุพัตรา จันทะพันธ์, 2555: 1)

ดังนั้น ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งในการบริหารงานบุคคล การให้ความสำคัญต่อความรู้สึกหรือเจตคติส่วนบุคคล จึงมีมาก

ขึ้นในแต่ละหน่วยงานซึ่งบุคลากรของแต่ละหน่วยงานนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ และเป็นรากฐานของการพัฒนา ในการที่จะทำงานด้านต่างๆ ซึ่งมีปริมาณมากพอตามความต้องการ มีความรู้ความสามารถตรงตามหน้าที่การงานและมีระบบการจัดการที่ดีแล้ว โอกาสที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมายย่อมเป็นไปได้มาก รวมทั้งการสร้างเจตคติที่ดีต่อการทำงาน ซึ่งการสร้างขวัญและกำลังใจเป็นวิธีการที่จะทำให้บุคคลในหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารหรือผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความร่วมมือร่วมใจและประสานงานกัน เป็นแรงจูงใจให้ปฏิบัติงานด้วยความกระตือรือร้นหรือด้วยความสมัครใจ ทำให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในขณะเดียวกัน ถ้าหากบุคลากรในหน่วยงานมีขวัญและกำลังใจที่ไม่ดี การปฏิบัติงานต่างๆ ก็มักจะไม่สามารถประสบความสำเร็จ (ปริยรัตน์ ชาวไชย, 2554: 1)

องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีหน่วยงานทั้งสิ้นจำนวน 8 แห่ง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลหัวเรือ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองขอน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ องค์การบริหารส่วนตำบลไธ้อย องค์การบริหารส่วนตำบลกระโสม องค์การบริหารส่วนตำบลกุดลาด องค์การบริหารส่วนตำบลชีเหล็กและองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว มีพนักงานส่วนตำบล จำนวน 371 คน ปัจจุบันประสบปัญหาเกี่ยวกับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น ปัญหาความไม่มั่นคงในตำแหน่งหน้าที่การงานของพนักงานจ้างหรือลูกจ้างชั่วคราว ปัญหาลูกจ้างชั่วคราวที่มีอายุงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปต้องการบรรจุเป็นข้าราชการ แต่ไม่มีตำแหน่งให้บรรจุ ปัญหาขาดแคลนงบประมาณในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน ปัญหาการจัดวางตำแหน่งคนไม่ตรงกับตำแหน่งงาน ปัญหาหัวหน้างานไม่มีความเป็นธรรมในการเลื่อนขั้นเงินเดือนประจำปี ปัญหาที่หัวหน้างานมอบหมายงานให้ทำไม่เท่ากัน ปัญหาผู้บริหารขาดการปฏิสัมพันธ์กับพนักงาน ปัญหาที่ผู้บริหารไม่นำความคิดเห็นของพนักงานไปแก้ไขปรับปรุงการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพต่อประชาชน เป็นต้น (ปัญหาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย, 2557: ออนไลน์) จากสาเหตุที่กล่าวข้างต้นผู้วิจัยในฐานะพนักงานส่วนตำบล จึงสนใจที่จะศึกษาถึงสิ่งที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานและเพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างเสริมขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำเสนอต่อผู้บริหารองค์การบริหารส่วน

ตำบลได้ทราบ เป็นแนวทางในการวางแผนในการพัฒนาปรับปรุงขวัญกำลังใจ ซึ่งถ้าบุคลากรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานที่ดี ก็จะทำให้ผลงานที่ได้ประสบผลสำเร็จดีด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคลากรในสังกัดมีขวัญและกำลังใจที่ไม่ดีแล้วก็จะส่งผลถึงการได้รับประโยชน์ของประชาชนด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงาน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลหัวเรือ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองซอน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ องค์การบริหารส่วนตำบลไธ้อยู่ องค์การบริหารส่วนตำบลกระโสม องค์การบริหารส่วนตำบลกุดลาด องค์การบริหารส่วนตำบลชีเหล็ก และองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว จำนวน 371 คน (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี, 2557)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย
 - 1.1 เพศ
 - 1.2 อายุ
 - 1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.4 รายได้ต่อเดือน

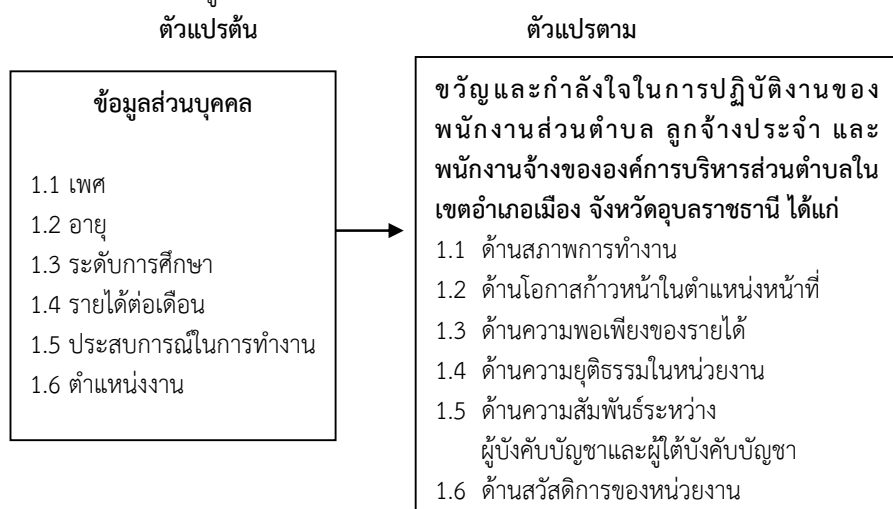
- 1.5 ประสบการณ์ในการทำงาน
- 1.6 ตำแหน่งงาน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย
 - 2.1 ด้านสภาพการทำงาน
 - 2.2 ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่
 - 2.3 ด้านความพอเพียงของรายได้
 - 2.4 ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน
 - 2.5 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา
 - 2.6 ด้านสวัสดิการของหน่วยงาน

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาคือตั้งแต่เดือนธันวาคม 2557 ถึงเดือนมีนาคม 2558

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ พนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบลหัวเรือ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองซอน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ องค์การบริหารส่วนตำบลไธ้อย องค์การบริหารส่วนตำบลกระโสม องค์การบริหารส่วนตำบลกุดลาด องค์การบริหารส่วนตำบลขี้เหล็กและองค์การบริหารส่วนตำบลปะอาว จำนวน 371 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ใช้สอบถามพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้ศึกษาจำแนกเป็น 6 ด้าน คือ ด้านสภาพการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านความพอใจของรายได้ ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา และด้านสวัสดิการของหน่วยงาน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดกรอบ หรือประเด็นข้อมูลที่ต้องการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

3. ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือ และสร้างแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มาตราวัด 5 ระดับ แบบ Likert scale

4. กำหนดกรอบของแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมประเด็นสำคัญของวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษา ภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและแก้ไขเพื่อให้มีความเหมาะสมตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เสนอผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกนิษฐ์ โชติวินิช อาจารย์ ดร.พิมุกต์ สมชอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา พรเจริญ ประเมินความสอดคล้องภายในของเครื่องมือ (Content Validity) สำหรับข้อคำถามแต่ละข้อที่ต้องการวัด และให้คำแนะนำปรึกษา สำหรับการปรับแก้เครื่องมือให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหา

6. ขอรับเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาคำนวณหาค่า Index of Coefficient (IOC) ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยใช้เกณฑ์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องภายใน ผลการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องภายในของเครื่องมือวิจัย ซึ่งค่าความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.60 ขึ้นไป ในการวิจัยครั้งนี้ IOC เท่ากับ .88 ถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (ทองใบ สุดซารี, 2549: 275)

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำแนะนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ตัวอย่าง ที่ไม่ใช่พนักงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี คือ องค์การบริหารส่วนตำบลยางโกลน อำเภอวังสามสี จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อทดสอบเครื่องมือ (Try Out)

8. นำผลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัยทั้งฉบับ (Reliability Analysis) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อประเมินว่าเครื่องมือวิจัยแต่ละด้านมีคุณภาพพอที่จะนำไปใช้ได้หรือไม่ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ Alpha Coefficient (α) ตามวิธีของ Cronbach ตามที่ Jum C. Nunnally ได้เสนอแนะไว้ว่าค่า Alpha ≥ 0.70 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจเป็นค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ (ทองใบ สุดซารี, 2549: 264-271)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปสอบถามพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 189 ชุด
2. แจกแบบสอบถามแก่พนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยตนเองพร้อมรอรับคืน
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมด เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สรุปการวิจัย

1. สรุปผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดมี 189 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56.6 มีอายุ 35-44 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 44.4 มีรายได้/เดือน ระหว่าง 9,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.6 มีประสบการณ์ในการทำงาน ระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.2 และอยู่ในตำแหน่ง พนักงานส่วนตำบลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6

2. สรุปผลระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

2.1 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ผู้บังคับบัญชามีความเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้บังคับบัญชาให้ความไว้วางใจในการทำงาน และผู้บังคับบัญชาคอยให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานสม่ำเสมอ ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับขวัญและกำลังใจต่ำสุด คือเมื่อมีปัญหาเรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัวสามารถขอรับคำแนะนำจากผู้บังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี

2.2 ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า มีทำงานในตำแหน่งที่มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของท่านอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ได้รับมอบหมายงานให้ปฏิบัติงานที่ตรงกับตำแหน่งหน้าที่ในสายงาน และมีปริมาณงานในหน้าที่ ที่มีอยู่ในความรับผิดชอบเหมาะสมดีแล้วตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับขวัญและกำลังใจต่ำสุด คือได้รับความเป็นธรรมในการพิจารณาประเมินผลการปฏิบัติงาน ความดีความชอบประจำปี

2.3 ด้านสภาพการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ให้ความช่วยเหลือและร่วมมือกันดีทั้งเรื่องส่วนตัวและเรื่องงานในหน้าที่อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ หน่วยงานมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน และมีวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับขวัญและกำลังใจต่ำสุด หน่วยงานมีสถานที่ทำงานน่าอยู่ น่ามอง และหน่วยงานมีเครื่องมือเครื่องใช้สำนักงานเพียงพอในการปฏิบัติงาน

2.4 ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ส่งเสริมให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้มากขึ้นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการส่งเสริมให้พนักงานศึกษาเล่าเรียนต่อในระดับสูงขึ้น และมีการส่งเสริมให้พนักงานที่มีความสามารถเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้บริหารที่สูงขึ้นตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับขวัญและกำลังใจต่ำสุด คือได้รับพิจารณาเลื่อนขึ้นเงินเดือน/บำเหน็จรางวัลเป็นกรณีพิเศษบ่อยครั้ง

2.5 ด้านความพอใจของรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า มีความพอใจกับเงินเดือนและสวัสดิการที่ได้รับจากหน่วยงานอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีรายได้เหมาะสมกับความรับผิดชอบของงาน และมีค่าตอบแทนที่ได้รับในการทำงานเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นที่มีภารกิจคล้ายคลึงกัน ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับขวัญและกำลังใจต่ำสุด คือรายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้อย่างมีความสุข

2.6 ด้านสวัสดิการของหน่วยงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ได้รับสวัสดิการจากหน่วยงานมีความเพียงพอและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันอยู่ในระดับ ปานกลาง รองลงมาคือ ได้รับสวัสดิการค่ารักษาพยาบาลเพียงพอและเหมาะสม และได้รับสวัสดิการ การศึกษาบุตรพนักงานเหมาะสม ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยของระดับขวัญและกำลังใจต่ำสุด คือได้รับสวัสดิการในการจัดรถบริการรับส่งในการมาทำงาน

3. สรุปผลการเปรียบเทียบขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน ดังนี้

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ และด้านสวัสดิการของหน่วยงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความพอเพียงของรายได้ และด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน

3.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีของขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานภาพรวมและ ด้านสภาพการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านสวัสดิการของหน่วยงาน และด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านความพอเพียงของรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน

3.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม ด้านสภาพการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านความพอเพียงของรายได้ ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน และด้านสวัสดิการของหน่วยงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นๆไม่แตกต่างกัน

3.4 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม ด้านสภาพการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านความพอเพียงของรายได้ ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน และด้านสวัสดิการของหน่วยงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

3.5 จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม ด้านสภาพการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านความพอเพียงของรายได้ ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน และด้านสวัสดิการของหน่วยงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

3.6 จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม ด้านสภาพการทำงาน ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ด้านความพอเพียงของรายได้ ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน และด้านสวัสดิการของหน่วยงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. อภิปรายผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาเปรียบเทียบขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน เห็นว่าขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมแตกต่างกัน ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจาก เพศหญิงอาจให้ความสำคัญในเรื่องของครอบครัว หรือให้ความสำคัญในเรื่องส่วนตัวมากกว่าเพศชายและสิ่งต่างๆที่สามารถสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานยังคงต้องอยู่ในรูปของส่วนรวมเป็นหลัก ในทางกลับ

กับเพศชาย อาจทำงานโดยหวังผลในระยะสั้นๆ แต่สุดท้ายแล้วเป้าหมายสูงสุดของการทำงานที่ถือว่าเป็นขวัญและกำลังใจได้เป็นอย่างดีคือความสำเร็จในหน้าที่การงาน ความสำเร็จในชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพงศ์ มูลมาตย์ (2554: 1-115) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมและจำแนกตามเพศ โดยบุคลากรเพศหญิงมีความคิดเห็นด้วยมากกว่าบุคลากรเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของพยนต์ บุญเพ็ง (2553: 1-111) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามหาสารคาม เขต 2 ผลการศึกษาพบว่า ครูมีเพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งหน้าที่งานแตกต่างกัน มีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน

1.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีของขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานภาพรวมแตกต่างกัน ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจาก อายุสามารถบ่งบอกถึงควมมีประสบการณ์ในการทำงานที่นอกเหนือจากการฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้ที่มีอายุต่างกัน มีระดับขวัญและกำลังใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเทพ ประสงค์มณี (2554: 1-78) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอายุ นโยบายด้านการบริหาร บทบาทของผู้นำ สภาพแวดล้อมของการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สวัสดิการของหน่วยงาน และโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน โดยปัจจัยบทบาทของผู้นำ อายุและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่เป็นปัจจัยนำมาพิจารณา และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมิตร์ ประสานรัตน์ (2552: 1-113) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเฉพาะพื้นที่พิเศษ จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่า ครูภูมิลำนาดจังหวัดสุรินทร์และครูภูมิลำนาดต่างจังหวัดและอายุการปฏิบัติงานต่างกัน มีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมแตกต่างกัน แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของลักคณา ไสรัส (2552: 1-165) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีเพศ อายุและระยะเวลาที่รับราชการต่างกันจะมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน

1.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม แตกต่างกัน ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากการศึกษาสามารถบ่งชี้ถึงความรอบรู้ในงานที่ปฏิบัติ การทำงานมีหลักการ เป็นขั้นเป็นตอนชัดเจน ดังนั้นระดับการศึกษาจึงเป็นตัวบ่งชี้ถึงขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักคณา โสรส (2552: 1-165) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอวังสามสี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน และดับของตำแหน่งต่างกันจะมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บอย ทรงคะรักษ์ (2552: 1-72) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดกรมทางหลวงส่วนกลาง ผลการศึกษาพบว่า ผลการเปรียบเทียบขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัด กรมทางหลวง จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพงศ์ มูลมาตย์ (2554: 1-115) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับขวัญและกำลังใจในปัจจุบัน โดยรวมแตกต่างกัน

1.4 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน ต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม แตกต่างกัน ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากบุคคลากรที่มีรายได้สูง และยอดเงินคงเหลือสุทธิหลังหักค่าใช้จ่ายมีจำนวนมาก เมื่อเทียบกับผู้ที่มีรายได้น้อยนั้นอาจทำให้ด้านรายได้ไม่มีส่วนในการส่งเสริมระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากอาจคิดว่า ทำงานเท่าใดก็ได้รับเงินเดือนตามอัตราเช่นเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักคณา โสรส (2552: 1-165) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอวังสามสี จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน และดับของตำแหน่งต่างกันจะมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของบอย ทรงคะรักษ์ (2552: 1-72) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดกรมทางหลวงส่วนกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผลการเปรียบเทียบขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัด กรมทางหลวง จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า เพศ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการ ปฏิบัติงาน แตกต่างกัน

1.5 จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม แตกต่างกัน ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากระยะเวลาของประสบการณ์ในการทำงานที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงการปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน อาจพบเห็นปัญหาอุปสรรค หรือความบิตยินดีมากมาย จึงทำให้ผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากไม่ได้ให้ความสำคัญในการสร้างขวัญและกำลังใจเท่าที่ควร ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของพยนต์ บุญเพ็ง (2553: 1-111) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในสถานศึกษาชั้นพื้นฐาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามหาสารคาม เขต 2 ผลการศึกษาพบว่า สภาพขวัญและกำลังใจต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในสถานศึกษาชั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามหาสารคามเขต 2 มีสถานภาพส่วนบุคคลและแตกต่างกัน พบว่า ครูมีเพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งหน้าที่งานแตกต่างกัน มีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน

1.6 จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานต่างกันมีระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม แตกต่างกันได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากทุกตำแหน่งมีบทบาทหน้าที่ ที่แตกต่างกัน แต่ละตำแหน่งงานให้ความรู้ความสามารถต่างกันออกไป จึงอาจทำให้มีมุมมองหรือแนวคิดในระดับขวัญและกำลังใจต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักคณา โสรส (2552: 1-165) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน และระดับของตำแหน่งต่างกันจะมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บอย ทรงกระรักษ์ (2552: 1-72) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดกรมทางหลวงส่วนกลาง ผลการศึกษาพบว่า เปรียบเทียบความแตกต่าง ของขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดกรมทางหลวงส่วนกลาง จำแนกตาม กลุ่มงานตามภารกิจ พบว่า แตกต่างกัน

2. อภิปรายผลขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานีสามารถอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

2.1 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก การทำงานในปัจจุบันของผู้บังคับบัญชาอาจใช้หลักการบริหารงานโดยการทำงานเป็นทีม ไม่แบ่งแยกชั้นวรรณะ การทำงานต้องมีความร่วมมือกันโดยเฉพาะลูกทีมหรือผู้ใต้บังคับบัญชา ต้องสร้างความเป็นกันเอง ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาไว้วางใจ และที่สำคัญหากเกิดปัญหาให้ร่วมกันแก้ไขและคอยให้คำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณรดา ดวงวุฒิกุล (2552: 1-47) ได้ศึกษาแนวทางในการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้านความตั้งใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านการก้าวหน้าและสภาพการทำงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นอย่างมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของบอย ทรงคะ ริกษ์ (2552: 1-72) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัดกรมทางหลวงส่วนกลาง ผลการศึกษาพบว่า ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสังกัดกรมทางหลวงส่วนกลางโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ ดังนี้ คือด้านการปฏิบัติงาน ด้านความผูกพันกับองค์กร ด้านรายได้และสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และด้านความมั่นคงและ โอกาส ตามลำดับ

2.2 ด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากทุกตำแหน่งมีความสำคัญเท่าเทียมกัน เนื่องจากองค์กรจะดำเนินไปได้ต้องประกอบด้วยหลายๆ ส่วน หากขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไปอาจทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินไปได้ด้วยความราบรื่น ดังนั้น การทำงานในตำแหน่งที่มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ และงานที่ได้รับมอบหมายที่ตรงกับตำแหน่ง มีปริมาณที่เหมาะสมจึงทำให้เกิดความยุติธรรมขึ้นในหน่วยงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรียรัตน์ ชาวไชย

(2554: 1-47) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดเทศบาลตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหญ่ จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ขวัญและกำลังใจของบุคลากรทุกด้านอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจสูงไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพการทำงาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความเพียงพอของรายได้ การบังคับบัญชา สวัสดิการในหน่วยงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน จะมีเพียงในด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน ที่บุคลากรขาดความพึงพอใจมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา จันทะพันธ์ (2555: 1-61) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนท้องถิ่น ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลดงพลอง อำเภอแคนดง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยโดยภาพรวมที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลดงพลอง อำเภอแคนดง จังหวัดบุรีรัมย์ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางเช่น โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงไปหาต่ำดังนี้ ด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ด้านความพึงพอใจในหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมาย ด้านโอกาสในความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ด้านการปกครองบังคับบัญชาและด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาตามลำดับ

2.3 ด้านสภาพการทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากบุคลากรมีการทำงานร่วมกันเป็นทีม ให้ความช่วยเหลือกัน รวมทั้งมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน และมีวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ ทำให้สภาพการทำงานโดยรวมส่งผลต่อระดับขวัญและกำลังใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุเทพ ประสงค์มณี (2554: 1-78) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติมีขวัญและกำลังใจด้านปัจจัยนโยบายและการบริหารขององค์การสูง นโยบายด้านการบริหาร บทบาทของผู้นำ สภาพแวดล้อมของการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สวัสดิการของหน่วยงานและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน โดยปัจจัยบทบาทของผู้นำอายุและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่เป็นปัจจัยนำมาพิจารณา และยังสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการสองปัจจัยของ Frederick Herzberg ได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความรู้สึกที่ดี หรือไม่ดี เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในองค์การ

ประกอบด้วย 14 ปัจจัย คือ การยอมรับนับถือ ความสำเร็จของงาน ความเป็นไปได้ของการเติบโตขึ้น ความก้าวหน้ารายได้ ความสัมพันธ์ การนิเทศ ความรับผิดชอบ นโยบายและการบริหาร สภาพการทำงาน ลักษณะของงาน ปัจจัยในชีวิตส่วนตัว สถานภาพและความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน

2.4 ด้านโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นวาระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจาก การให้ความสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งความรู้ความสามารถที่มี สามารถสร้างโอกาสและส่งผลต่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณรดา ดวงวุฒิกุล (2552: 1-47) ได้ศึกษาแนวทางในการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้านความตั้งใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านแรงจูงใจในการทำงาน ด้านลักษณะงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านการก้าวหน้าและสภาพการทำงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเทพ ประสงค์ผณี (2554: 1-78) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานองค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์มีขวัญและกำลังใจด้านปัจจัยนโยบายและการบริหารขององค์การสูง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านบทบาทของผู้นำมีขวัญและกำลังใจสูง ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีระดับขวัญและกำลังใจสูงแต่สำหรับปัจจัยด้านสวัสดิการของหน่วยงานพนักงานมีระดับขวัญและกำลังใจต่ำ ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติส่วนใหญ่มีขวัญและกำลังใจสูงโดยในเรื่องรักศักดิ์ศรีในความเป็นพนักงานขององค์กรมีขวัญและกำลังใจสูงค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เรื่องความตั้งใจการทำงานมีขวัญและกำลังใจสูง ปัจจัยที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การพิพิธภัณฑวิทยาสาสตร์แห่งชาติ คือ ปัจจัยด้านอายุ นโยบายด้านการบริหาร บทบาทของผู้นำ สภาพแวดล้อมของการทำงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สวัสดิการของหน่วยงานและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงาน โดยปัจจัยบทบาทของผู้นำ อายุและโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่เป็นปัจจัยนำมาพยากรณ์

2.5 ด้านความพอใจของรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นวาระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความผันแปร รายได้ที่ได้รับต้องเพียงพอต่อรายจ่าย ดังนั้นหาก มีรายได้เหมาะสมกับความรับผิดชอบของงาน และมีค่าตอบแทนที่ได้รับในการทำงานเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นที่มีภารกิจคล้ายคลึงกัน จึงทำให้เกิดขวัญและกำลังใจในการทำงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีรัตน์ ชาวไชย (2554: 1-47) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดเทศบาลตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ขวัญและกำลังใจของบุคลากรทุกด้านอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจสูงไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพการทำงาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความเพียงพอของรายได้ การบังคับบัญชาสวัสดิการในหน่วยงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน จะมีเพียงในด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน ที่บุคลากรขาดความพึงพอใจมากที่สุด จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบุคลากรสังกัดเทศบาลตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี มีความพึงพอใจต่อด้านต่างๆ อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าบุคลากรมีความสุขกับการทำงานและมีความพึงพอใจต่องานที่ทำอยู่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพงศ์ มูลมาตย์ (2554: 1-115) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านเงินเดือน ด้านสภาพการทำงาน และด้านความก้าวหน้าในอนาคต มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง

2.6 ด้านสวัสดิการของหน่วยงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นวาระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องจาก ในยุคสังคมปัจจุบันการมีสวัสดิการที่ดีถือเป็นปัจจัยหลักในการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยเฉพาะสวัสดิการที่มอบให้แก่ครอบครัวซึ่งต้องมีความเพียงพอและเหมาะสม ดังนั้น การจะปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างทีมงาน การสนับสนุนด้านสวัสดิการจึงมีความสำคัญยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีรัตน์ ชาวไชย (2554: 1-47) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัดเทศบาลตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ขวัญและกำลังใจของบุคลากรทุกด้านอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจสูงไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพการทำงาน โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความเพียงพอของรายได้ การบังคับบัญชา

สวัสดิการในหน่วยงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์เพื่อร่วมงาน จะมีเพียงในด้านความยุติธรรมในหน่วยงาน ที่บุคลากรขาดความพึงพอใจมากที่สุด จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบุคลากรสังกัดเทศบาลตำบลท่าใหม่ อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี มีความพึงพอใจต่อด้านต่างๆ อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าบุคลากรมีความสุขกับการทำงานและมีความพึงพอใจต่องานที่ทำอยู่ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พูลสุข สังข์รุ่ง (2550: 168-171) ที่กล่าวว่า วิธีการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานมีวิธีการสำคัญ คือ สร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน วางมาตรฐานและสร้างเครื่องมือสำหรับวัดผลสำเร็จของการปฏิบัติงานที่ดี เงินเดือนและค่าจ้างเพื่อยกมาตรฐานการครองชีพ ความพึงพอใจในงานที่ทำ ความเป็นหน่วยหนึ่งของงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การจัดสวัสดิการที่ดี และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

3. อภิปรายผลผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะข้อมูลเพิ่มเติม ดังนี้ ควรจัดระเบียบของห้องทำงาน ให้เป็นสัดส่วน ขยายสถานที่ในการทำงาน อำนวยความสะดวกในด้านอุปกรณ์ เครื่องมือในการทำงาน ให้เพียงพอ ควรให้โอกาสสร้างความก้าวหน้าในทุกตำแหน่งงาน เพิ่มรายได้ให้กับผู้ที่มีรายได้น้อยเพื่อให้เพียงพอต่อการครองชีพ ควรมีความเป็นกลางไม่แบ่งแยก ยอมรับในการตัดสินใจของเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชาควรวางตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ สถานที่ สร้างความเป็นกันเองกับผู้ร่วมงาน และควรเพิ่มสวัสดิการพื้นฐานในทุกด้านให้กับบุคลากรทุกตำแหน่ง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้เสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้และสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากการวิเคราะห์ระดับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำ และพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ควรมีการปรับปรุงสถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ที่สามารถอำนวยความสะดวกการทำงานด้วยวิธีการต่างๆ

1.2 ควรมีระบบแนวทางในการจูงใจในการทำงาน เน้นการมีส่วนร่วมให้มากขึ้น

1.3 ควรสนับสนุนและปลูกฝังให้พนักงานทำงานด้วยใจภายใต้การตอบแทนที่เป็นธรรม เพียงพอต่อการดำรงชีวิตประจำวันและเหมาะสมกับฐานานุรูป

1.4 หากผู้นำมีหลักในการบริหารจัดการที่ดี ภายใต้คำสอนของพุทธศาสนา ดำรงไว้ซึ่งความซื่อสัตย์สุจริต นำมาซึ่งความยุติธรรมเพียงเท่านั้นอาจช่วยในการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานได้ รวมถึงใช้หลักการดำรงตนตามหลักปรัชญาของในหลวง

1.5 ควรใส่ใจในรายละเอียดของบุคคล ให้ความสำคัญทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว หากผู้ใต้บังคับบัญชามีปัญหาที่ต้องการคำแนะนำปรึกษา ควรพร้อมที่จะให้คำแนะนำ โดยผู้บังคับบัญชาต้องไม่ก้าว่าย แต่ให้ข้อคิด ข้อมูล หรือคำแนะนำเพื่อใช้เป็นแนวทางสนับสนุนในการแก้ไขปัญหาของผู้ใต้บังคับบัญชาเอง ดังนั้นการให้ความสำคัญและส่งเสริมให้ครอบครัวมีความเข้มแข็ง โดยการจัดสวัสดิการดังกล่าวให้พนักงาน ซึ่งยังช่วยลดปัญหาดังสังคม และสร้างความปลอดภัยแก่ครอบครัวพนักงาน

1.6 ควรพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้แก่บุคลากร โดยการสนับสนุนให้บุคลากรได้ศึกษาหาความรู้ทั้งภายในและภายนอก สนับสนุนงบประมาณที่จะช่วยส่งเสริมให้บุคคลกรได้มีการพัฒนา หรือปัจจัยด้านตำแหน่งงาน ควรมีการผลัดเปลี่ยนตำแหน่งงานให้บุคลากรได้เรียนรู้ตามความเหมาะสม เพื่อบุคลากรจะได้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งและสามารถลดความเหลื่อมล้ำของสายอาชีพได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผลที่ได้จากการศึกษาเรื่องขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี มีข้อเสนอแนะดังนี้

2.1 ศึกษารูปแบบในการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน

2.2 ศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบล ลูกจ้างประจำและพนักงานจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

2.3 ศึกษาทัศนคติในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์ที่ให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจากท่านอาจารย์ ดร.พิมุกต์ สมชอบ รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยภิญญ์ โชติวนิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา พรเจริญ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ที่ได้ให้ความกรุณาให้คำปรึกษาและเอาใจใส่ตรวจสอบงานวิจัยเพื่อความสมบูรณ์ทุกขั้นตอน

ขอขอบพระคุณนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหัวเรือ ท่านปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลหัวเรือ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดีในการให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ปู่ย่า ตายาย ญาติพี่น้อง ครู อาจารย์ ที่เคารพ และทุกท่านที่ไม่ได้ระบุชื่อ ที่ให้การสนับสนุนในการวิจัย สุดท้ายขอขอบพระคุณอันพึงมีจากการศึกษางานวิจัยฉบับนี้เพื่อบูชาคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

เอกสารอ้างอิง

ลักคณา ไสรส. (2552). **ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์กร**

ปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา : องค์การบริหารส่วนตำบลในเขต

อำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ทองใบ สุดซารี. (2549). **การวิจัยธุรกิจ : การปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา.**

อุบลราชธานี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ธนพงศ์ มูลมัตย์. (2554). **ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การ**

บริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตร

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- พูลสุข สังข์รุ่ง. (2550). **มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี : บริษัท บี เคน อินเตอร์พริ้นท์ จำกัด.
- บอย ทรงคะริกษ์. (2552). **ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการ สังกัด กรมทางหลวงส่วนกลาง**. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรียรัตน์ ชาวไชย. (2554). **ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสังกัด เทศบาลตำบลท่าใหม่ อำเภอบางใหญ่ จังหวัดจันทบุรี**. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรรณรดา ตวงวุฒิกุล. (2552). **แนวทางในการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการ ปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม**. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พยนต์ บุญเพ็ง. (2553). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของ ข้าราชการครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มหาสารคาม เขต 2**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุพัตรา จันทะพันธ์. (2555). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานส่วนท้องถิ่น ในสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลดงพลอง อำเภอบางคนแดง จังหวัดบุรีรัมย์**. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สุเทพ ประสงค์มณี. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของ พนักงานองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ**. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุมิตร ประสานรัตน์. (2552). **ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของครูใน สถานศึกษาขั้นพื้นฐานเฉพาะพื้นที่พิเศษ จังหวัดสุรินทร์**. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี. (2557). บัญชีรายชื่อพนักงาน
ส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี, อุบลราชธานี:
ส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี.

รูปแบบการเขียนบทความเพื่อลงพิมพ์ ในวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ข้อกำหนดการจัดเตรียมบทความให้อยู่ในรูปแบบของบทความวิจัย (Research Article) มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย

1.1 ชื่อบทความ (Title) บทความภาษาอังกฤษและภาษาไทยใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 18 ตัวหนา จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ พิมพ์ชื่อภาษาไทยก่อนชื่อภาษาอังกฤษ

1.2 ชื่อผู้เขียน (Authors) ให้อยู่ถัดจากชื่อเรื่อง จัดชิดขวา ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวหนา ระบุผู้เขียนทุกคนเฉพาะชื่อ นามสกุล ใช้ตัวเลขอารบิกตัวเล็กกำกับเหนือตัวอักษรสุดท้ายของนามสกุลทุกคน เรียงลำดับตัวเลข หน้าชื่อผู้เขียนคนสุดท้ายให้ระบุคำว่า “และ”

1.3 ตำแหน่งและที่อยู่ของผู้เขียน ระบุไว้ที่เชิงอรรถ (Footnote) จัดชิดซ้าย ระบุข้อมูลผู้เขียนทุกคน ตัวอย่าง

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี abc@yahoo.com

² รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี xyz@yahoo.com

1.4 บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่ควรเกินอย่างละ 10-15 บรรทัด หรือ 150-200 คำ ไม่ควรเกิน 2 ย่อหน้า และไม่มีหัวข้อย่อย ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ

1.5 คำสำคัญ (Keywords) คำสำคัญไม่ควรเกิน 5 คำ ไม่ต้องมีคำว่า “และ (and)” หน้าคำสุดท้าย คำสำคัญภาษาไทยไม่ต้องมีเครื่องหมายใดๆ คั่น

ระหว่างคำ เขียนคำสำคัญภาษาไทยต่จากบทคัดย่อภาษาไทย ส่วนคำสำคัญภาษาอังกฤษให้ใช้เครื่องหมายจุลภาค (Comma) คั่นระหว่างคำ และเขียนคำสำคัญภาษาอังกฤษต่จากบทคัดย่อภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ ตัวอย่าง

คำสำคัญ: การจัดการ แผนพัฒนาชุมชน การพัฒนาสังคม

Keywords: Management, Community plan, Social Development

2. เนื้อเรื่อง ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ ประกอบด้วย

2.1 บทนำ (Introduction) ครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหา การวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง บทนำควรเขียนรูปแบบเรียงความให้รวมเป็นเนื้อเดียวกัน

2.2 วัตถุประสงค์ (Research Objectives) คือ ข้อความที่ผู้วิจัยกำหนดว่าต้องการค้นหาข้อเท็จจริงใดบ้าง

2.3 ขอบเขตการวิจัย (Research Scopes) คือ การกำหนดขอบเขตของประชากร ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และขอบเขตของช่วงเวลาอย่างชัดเจน

2.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) คือ การสรุปกรอบความคิดในการวิจัยทางทฤษฎีที่เป็นของตนเองอย่างชัดเจน

2.5 ข้อสมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (Research Hypothesis) คือ ข้อความที่กำหนดขึ้นตามความคิดที่คาดหวังว่าผลการวิจัยจะเป็นไปในลักษณะใด

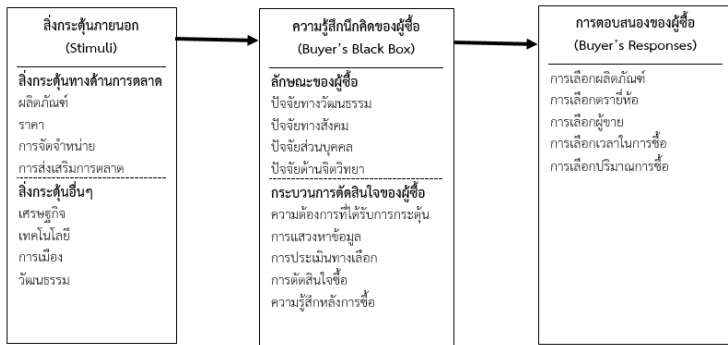
2.6 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Method) ประกอบด้วยประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย

2.7 ผลการวิจัย (Research Results) คือ ข้อมูลที่ตอบตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

2.8 สรุปการวิจัย (Research Conclusions) ประกอบด้วย สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

2.9 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (Acknowledgement) ระบุนแหล่งทุน หรือผู้มีส่วนสนับสนุนในการทำวิจัยให้ประสบความสำเร็จ

2.10 ภาพประกอบ (ถ้ามี) ให้ระบุชื่อรูปภาพหลังแสดงรูปภาพ จัด กึ่งกลางหน้ากระดาษ ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: (เบญจลักษณ์ สดใส, 2555: 12)

2.11 ตาราง (ถ้ามี) ให้ระบุชื่อตารางก่อนแสดงตารางข้อมูล จัดชิดซ้าย และในการพิมพ์ตารางกำหนดให้มีเส้นตารางในแนวนอนและแนวตั้งภายใน ตาราง ไม่มีเส้นตารางในแนวตั้งขอบด้านซ้ายและขวาของตาราง ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 พื้นที่อนุรักษ์และอุทยานแห่งชาติ

ประเทศ	จังหวัด	พื้นที่อนุรักษ์
ไทย	ศรีสะเกษ	อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก
ลาว	สาละวัน	ป่าสงวนแห่งชาติพูเชียงทอง ป่าสงวนแห่งชาติเซซัป
กัมพูชา	พระวิหาร	ป่าสงวนพระวิหาร

2.12 เอกสารอ้างอิง (References) ให้ใช้ตามแบบที่กำหนดสำหรับ วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการ คือ

2.12.1 การอ้างอิงในเนื้อเรื่อง ใช้รูปแบบโดยให้วงเล็บชื่อผู้แต่ง (สำหรับคนไทย) หรือชื่อสกุล (สำหรับชาวต่างประเทศ) หรือชื่อนิติบุคคลที่เป็นผู้จัดทำเอกสาร และปีพิมพ์ของเอกสารที่อ้างอิงนำหน้าหรือต่อท้ายข้อความที่อ้างดังตัวอย่าง

ตัวอย่าง

เจตนา นาควัชระ และ ม.ล.บุญเหลือ เทพยสุวรรณ (2535: 153) กล่าวว่า.....
หรือ..... (เจตนา นาควัชระ และ ม.ล.บุญเหลือ เทพยสุวรรณ, 2535: 153)
Miller (1993: 299-301) กล่าวว่า..... หรือ..... (Miller, 1993: 299-301)
จากรายงานของ WHO (1999: 24-26)หรือ (WHO, 1999: 24-26)

2.12.2 การอ้างอิงท้ายเรื่อง ใช้รูปแบบของ APA ดังตัวอย่าง

2.12.2.1 อ้างหนังสือ

ตัวอย่าง

การศึกษานอกโรงเรียน, กรม. (2535). **สมเด็จพระแห่งปวงชน.**
กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาสื่อและนวัตกรรม กองพัฒนา
การศึกษานอกโรงเรียน กรมการศึกษานอกโรงเรียน.
มานพ วราภักดิ์. (2536). **หลักภาษาโคบอล.** พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ: คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
วิตติกา ทางชั้น. (2550). **กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวของจังหวัด
อุบลราชธานีในเชิงบูรณาการ.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

2.12.2.2 อ้างบทความในวารสาร

ตัวอย่าง

วราวุธ ผลานันต์, และคณะ. “การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
เรื่องการทอผ้าไหมกาบบัว”, **สารมนุษยศาสตร์.** 4, 1
(มกราคม-มิถุนายน 2551): 1-13.

2.12.2.3 อ้างอิงสารสนเทศออนไลน์

ตัวอย่าง

การสื่อสารแห่งประเทศไทย. (2543). **เศรษฐกิจพอเพียง**.
(ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2545. จาก
http://www.mcot.or.th/king/king_news16.html

3. ภาษา สามารถเลือกใช้บทความภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษ

4. การส่งต้นฉบับ การตรวจสอบเบื้องต้นและการแก้ไข

4.1 ส่งต้นฉบับที่ 1 ชุด ทาง e – mail ไปยังผู้ช่วยกองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยมีหนังสือแนบส่งพร้อมต้นฉบับและที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์ ของผู้ส่งที่สามารถติดต่อกลับได้ (สามารถ Download เอกสารเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.bba.ubru.ac.th/JournalBBA>)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิกานดา เกษตรเอี่ยม

หรือ อาจารย์ชนิษฐา คนกล้า

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ถนนแจ้งสนิท อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

โทรศัพท์ 045-352 000 ต่อ 1309

โทรสาร 045-355 250

โทรศัพท์ 081-431-5855 E-mail nam35@hotmail.com

โทรศัพท์ 083-128-3414 E-mail khanistha.k@ubru.ac.th

4.2 เมื่อบรรณาธิการได้รับต้นฉบับแล้ว จะนำมาพิจารณาแล้วแจ้งตอบกลับให้ผู้นิพนธ์ทราบผลว่าจะต้องแก้ไขเบื้องต้นหรือไม่ ถ้าไม่ต้องแก้ไขเบื้องต้นจะนำส่งต่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่าน

4.3 บทความที่ได้รับการพิจารณาตีพิมพ์จะได้รับการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาที่บทความเกี่ยวข้อง เมื่อได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว กองบรรณาธิการจะส่งข้อคิดเห็น พร้อมทั้งต้นฉบับและแผ่นบันทึกข้อมูลให้ผู้นิพนธ์ปรับปรุงแก้ไขและส่งกลับมาใหม่

4.4 เมื่อบทความของผู้นิพนธ์ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะจัดส่งวารสารให้ผู้นิพนธ์ จำนวน 2 เล่ม