

การศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

Study and Design Easy Chair Set From Leather Scrapes

สมชาย บุญพิทักษ์^{1*} และ ชาริณี ต่อสุวรรณ²
Somchai Boonpitak^{1*} and Charinee Toresuwan²

^{1,2c} มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก

^{1,2} Rajamangala University of Technology Lanna Tak

* Corresponding author e-mail: Boonpitak.chai @ gmail.com , fai__charinee @hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เพื่อศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง โดยผู้ดำเนินโครงการได้ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในเขต อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 44 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ด้านรูปร่างรูปทรงของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า เป็นรูปทรงอิสระ ซึ่งเป็นแบบที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.80) ด้านสีสนของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า เป็นสีเอิร์ธโทน ซึ่งในที่นี้เป็นสีน้ำตาลเข้มและน้ำตาลอ่อนสลับกันเป็นสีที่ดูเหมาะสมสวยงามที่สุด (\bar{X} = 4.25) ด้านการจัดวางสีของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า จัดวางสีแบบสลับ (\bar{X} = 4.25)

ด้านโครงสร้างหลักของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า ใช้โครงสร้างไม้เอ็มดีเอฟ มีความแข็งแรง น้ำหนักเบา รวมถึงมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน (\bar{X} = 4.43) และ ด้านประโยชน์ใช้สอยของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า มีขนาดที่เหมาะสม ดูแลรักษาง่าย ปลอดภัย มีความทนทานแข็งแรง มีอายุการใช้งานนาน ใช้วัสดุที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการใช้งานและเป็นวัสดุช่วยลดภาวะโลกร้อน (\bar{X} = 4.54) ในการดำเนินโครงการศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง พบว่ารูปทรงแปลกตาและดูน่าสนใจ การใช้งานนั่งสบายเหมาะสำหรับการพักผ่อนและเป็นการศึกษาวัสดุเหลือใช้ซึ่งช่วยลดภาวะโลกร้อนที่เกี่ยวกับเศษหนังที่เหลือจากโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังนำมาผลิตเป็นชุดเก้าอี้พักผ่อนได้จริง อีกทั้งผู้ที่สนใจสามารถนำไปเป็นกรณีศึกษาต่อได้

คำสำคัญ: ภาวะโลกร้อน, เก้าอี้พักผ่อน, เศษหนัง

Abstract

This project was the studies and design a set of relaxing chair from leather scrap. The samples of population consisted of 44 students who are over 15 year-old and live in Ban Tak district, Tak province. The statistics used mean (\bar{X}) and standard deviation (SD) to analyze. The findings were as followings: the samples preferred free form shape of furniture (\bar{X} = 4.80) they liked the dark brown and light brown earth-tones (\bar{X} = 4.25) they preferred the combination of dark and light brown scraps (\bar{X} = 4.25) the structure should be an MDF wood light-weight, strong, and long life time (\bar{X} = 4.43) They preferred a suitable size, easy to maintain safe and long life time, and not polluting (\bar{X} = 4.54) The results of this study showed that the shape of the leather scarp chair were interesting and gorgeous. The usability was comfortable when we sit. In addition, these chairs were appreciated with the people who want to relax because we designed for human ergonomic. Furthermore, this study isn't just benefit for one person but it can help the world to reduce global warming and reduce the amount of garbage.

Keywords: Global warming, easy chair, leather scraps

บทนำ

จากการสังเกตการณ์การเพิ่มของอุณหภูมิโดยเฉลี่ยของโลกที่เกิดขึ้นโดยสมาคมและสถาบันการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ไม่น้อยกว่า 30 แห่ง ค่อนข้างแน่ชัดว่าเกิดจากการเพิ่มความเข้มข้นของแก๊สเรือนกระจกที่เกิดขึ้นโดยกิจกรรมของมนุษย์ที่เป็นผลในรูปของปรากฏการณ์เรือนกระจกปรากฏการณ์ธรรมชาติบางอย่าง เช่น ความผันแปรของการแผ่รังสีจากดวงอาทิตย์และการระเบิดของภูเขาไฟ ซึ่งกิจกรรมของมนุษย์ส่งผลทำให้เกิดปริมาณแก๊สเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศเพิ่มมากขึ้นอย่างมหาศาล

ยอมรับกันว่า มหันตภัยจาก ‘ภาวะโลกร้อน’ จะต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอน เพียงแต่เวลาที่จะเกิดขึ้นนั้น นักวิทยาศาสตร์ยังไม่สามารถทำนายได้อย่างแน่ชัด อย่างไรก็ตาม สัญญาณของมหันตภัยนี้ได้เป็นที่ประจักษ์ชัดแล้วในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น น้ำแข็งที่ขั้วโลกละลาย เกิดพายุในระดับที่รุนแรงขึ้น ฝนดินบางแห่งแห้งแล้ง ในขณะที่บางแห่งน้ำท่วม กลไกธรรมชาติที่เคยสมดุลกลับแปรปรวนไปหมด ผลกระทบแผ่กระจายไปสู่กว้าง ได้รับความเดือดร้อนกันทั่วหน้า ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์ พืช และสัตว์ต่างๆ ฉะนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่มนุษย์จะต้องเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นและในขณะเดียวกัน ก็ร่วมมือกันหาวิธีที่จะลดความรุนแรงของมหันตภัยให้จงได้ (ดร.อาจอง ชุมสาย ณ อยุธยา, 2550 : 9)

อัลเบิร์ต อาร์โนลด์ “อัล” กอร์ จูเนียร์ได้กล่าวไว้ว่า พยายามใช้สิ่งของและวัสดุต่างๆ ที่ใช้ระบบหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่แม้ว่ากระบวนการนำวัสดุเก่ากลับมาใช้ใหม่ไม่ว่าจะเป็นกระดาษ แก้ว เหล็ก อลูมิเนียม พลาสติก น้ำมัน ยางรถยนต์และอื่นๆ จะต้องใช้พลังงานในการรวบรวมขนส่ง คัดแยก ทำความสะอาดและผลิตใหม่ แต่การหมุนเวียนมาใช้

ใหม่สิ้นเปลืองพลังงานน้อยกว่าการผลิตของใหม่มารวมถึงเศษหนึ่งซึ่งเป็นวัสดุเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมเครื่องหนังจำนวนมากและหากนำมาเผาทำลายจะก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ และเกิดปัญหาขยะซึ่งเป็นปัญหาสำคัญในสังคมปัจจุบันการนำวัสดุหนังมาหมุนเวียนใช้ใหม่ จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถลดขยะในปัจจุบัน ซึ่งปริมาณเศษหนังในปัจจุบันมีการทิ้งเศษหนังเหลือทิ้งจากกระบวนการอุตสาหกรรมไปโดยเสียเปล่า 30-40 กิโลกรัม/เดือน วิสาหกิจชุมชนกระเป่าหนังวัว ทิ้งเศษหนังเหลือทิ้ง 60-80 กิโลกรัม/เดือน วิสาหกิจชุมชนกระเป่าหนังปลากะเบน ทิ้งเศษหนังเหลือทิ้ง 10-20 กิโลกรัม/เดือน ซึ่งแบ่งประเภทของเศษหนังเหลือทิ้งได้เป็น 1) เศษหนังเหลือทิ้งจากการตัดเย็บ 2) เศษหนังเหลือทิ้งจากการปั๊มหนังด้วยเครื่องไฮดรอลิก 3) เศษหนังเหลือทิ้งจากรอยตำหนิบนแผ่นหนัง

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยได้แนวคิดที่จะศึกษาและออกแบบเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง เพื่อลดการใช้วัสดุที่สิ้นเปลืองและเกิดขยะซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดภาวะเรือนกระจกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปใน อำเภอ บ้านตาก จังหวัดตาก ที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 44 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน

2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเศษหนังและ

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเศษหนัง

2.3 ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค

- 2.4 ศึกษาผลิตภัณฑ์เดิม
- 2.5 ศึกษาข้อมูลเก้าอี้พักผ่อน
- 2.6 ศึกษาขนาดสัดส่วนมนุษย์
- 2.7 ศึกษากระบวนการออกแบบเครื่องเรือน
- 2.8 ศึกษาวัสดุและกรรมวิธีการผลิต
- 2.9 ศึกษางานโครงการที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินโครงการศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการดำเนินโครงการดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดหัวข้อโครงการ โดยการกำหนดหัวข้อโครงการนั้น ต้องมีการกล่าวถึงความจำเป็นและความสำคัญของปัญหาของหัวข้อโครงการ รวมไปถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขตของโครงการ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการโดยต้องเป็นไปตามขอบเขตของการศึกษาข้อมูล เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง เช่น ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเศษหนังและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเศษหนัง ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดิม ศึกษาข้อมูลเก้าอี้พักผ่อน ศึกษาขนาดสัดส่วนของมนุษย์ ศึกษากระบวนการออกแบบเครื่องเรือน รวมไปถึงการศึกษาวัสดุ อุปกรณ์และกรรมวิธีการผลิต และศึกษางานโครงการที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้จะเป็นการศึกษาโครงการที่มีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากวัสดุหลากหลาย และโครงการที่ศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับภาวะโลกร้อน

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานโครงการ โดยจะต้องกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตอบแบบสอบถามทั้งในด้านแบบสอบถามก่อนการดำเนินโครงการ

และแบบสอบถามหลังการดำเนินโครงการ การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ คือ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างทั้งการวิเคราะห์แบบสอบถามก่อนการทำผลิตภัณฑ์ ในด้านต่างๆ เช่น ด้านความต้องการใช้ชุดเก้าอี้พักผ่อน การเลือกใช้วัสดุในการผลิตชุดเก้าอี้พักผ่อน และการวิเคราะห์หาความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 5 การออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง ประกอบด้วย แบบร่างขั้นต้น (Idea Sketch) การพัฒนาแบบร่าง (Sketch Design) แบบเพื่อการผลิต (Working Drawing) และการผลิตต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 การสรุปผลและข้อเสนอแนะ เป็นการสรุปผลของการวิเคราะห์ข้อมูลพร้อมสรุปเป็นข้อเสนอแนะในการทำโครงการ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น และเป็นแนวทางกับผู้ที่สนใจต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจข้อมูลมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้ข้อมูลมาเพื่อใช้ประกอบในการออกแบบโดยแบ่งข้อมูลออกตามลักษณะของแหล่งข้อมูลได้ 2 วิธี คือ

1. การศึกษาข้อมูลภาคปฐมภูมิ

ผู้จัดทำโครงการได้ขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปใน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 44 คน เพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลการใช้งานชุดเก้าอี้พักผ่อนของกลุ่มตัวอย่าง
2. ศึกษาหลักการออกแบบและอุปกรณ์ที่ใช้ควบคู่กับชุดเก้าอี้พักผ่อน
3. ดำเนินการใช้เครื่องมือแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

2. การศึกษาข้อมูลภาคทฤษฎี

ผู้จัดทำโครงการได้ทำการรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร ข้อมูลเกี่ยวกับชุดเก้าอี้พักผ่อน เนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานชุดเก้าอี้พักผ่อน เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นผู้จัดทำโครงการได้ทำการเรียบเรียงข้อมูลและสรุปเป็นเรื่องราว เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำโครงการวิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามความคิดเห็น ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ และนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์จากวัตถุประสงค์ของโครงการ คือเพื่อออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

เกณฑ์การวัดระดับความพึงพอใจในการเก็บแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ การวัดระดับเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การวิเคราะห์ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับมาก
- 3 หมายถึง ระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับน้อย
- 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

หลังจากเก็บแบบสอบถามผู้ดำเนินโครงการ ได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 = 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

ผู้ดำเนินการวิจัยได้ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในเขตอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 44 คน โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan มีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลจากการวิเคราะห์พบว่า

ตารางที่ 1 ด้านรูปร่างรูปทรงของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

ลำดับ	รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	รูปทรง : อบอุ่น 	4.57	0.58	มากที่สุด
2	รูปทรงแข็งแรงและอิสระ 	3.66	0.80	มาก

3	รูปทรงพลิ้วไหว 	3.73	0.94	มาก
ค่าเฉลี่ย		3.93	0.77	มาก



จากตารางที่ 1 ด้านรูปร่าง รูปทรงของชุดเก้าอี้ ซึ่งเป็นแบบที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$)
 พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปลงได้ว่า เป็นรูปทรงอิสระ

ตารางที่ 2 ด้านการใช้สีของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

ลำดับ	รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	สีโมโนโทน 	3.73	0.92	มาก
2	สีเอิร์ธโทน 	4.25	1.27	มาก
ค่าเฉลี่ย		3.99	1.09	มาก

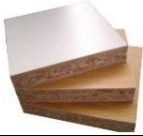


จากตารางที่ 2 ด้านสีเส้นของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปลงได้ว่า เป็นสีเอิร์ธโทน ซึ่งในทีนี้เป็นสีน้ำตาลเข้มและน้ำตาลอ่อนสลับกันเป็นสีที่ดูเหมาะสมสวยงามที่สุด ($\bar{X} = 4.25$)

ตารางที่ 3 ด้านการจัดวางเศษหนังของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

ลำดับ	รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	จัดวางแบบเรียงระดับสี 	4.25	1.27	มาก
2	จัดวางแบบสลับสี 	4.73	0.45	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย		4.49	0.86	มาก

จากตารางที่ 3 ด้านการจัดวางสีของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปลงได้ว่า จัดวางสีแบบสลับ ($\bar{X} = 4.73$)

ตารางที่ 4 ด้านโครงสร้างของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

ลำดับ	รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	โครงสร้างเป็นไม้ปาร์ติเคิลบอร์ด 	3.61	0.78	มาก
2	โครงสร้างเป็นไม้อัด 	4.34	0.56	มาก
3	โครงสร้างเป็นไม้เอ็มดีเอฟ 	4.43	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ย		4.12	0.71	มาก

จากตารางที่ 4 ด้านโครงสร้างหลักของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า ใช้โครงสร้าง

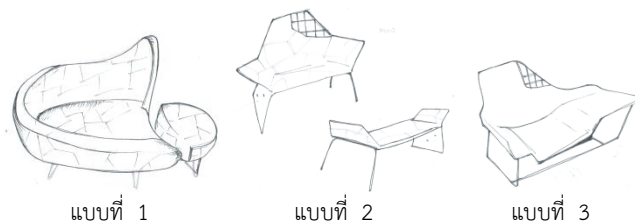
ไม้เอ็มดีเอฟ มีความแข็งแรง น้ำหนักเบา รวมถึงมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ($\bar{X} = 4.43$)

ตารางที่ 5 ด้านประโยชน์ใช้สอยของชุดชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

ลำดับ	รายละเอียด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1	ดูแลรักษาง่าย มีความปลอดภัย	4.57	0.58	มากที่สุด
2	ทนทานแข็งแรง มีอายุการใช้งานเหมาะสม	4.64	0.57	มากที่สุด
3	ใช้วัสดุที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับการใช้งาน	4.73	0.45	มากที่สุด
4	เลือกใช้วัสดุที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน	4.68	0.51	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย		4.65	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 ด้านประโยชน์ใช้สอยของชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง สรุปผลได้ว่า มีขนาดที่เหมาะสม ดูแลรักษาง่าย ปลอดภัย มีความทนทาน

แข็งแรง มีอายุการใช้งานนาน ใช้วัสดุที่มีคุณภาพเหมาะสมกับการใช้งานและเป็นวัสดุช่วยลดภาวะโลกร้อน ($\bar{X} = 4.73$)



ภาพที่ 1 แบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 2 แบบร่างครั้งที่ 2



ภาพที่ 3 รูปชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

ผลจากการดำเนินโครงการที่ได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแบ่งข้อมูลออกเป็นภาคปฐมภูมิและภาคทุติยภูมิ ซึ่งผลการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรทั่วไปที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป ในเขตชุมชนอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก จำนวน 44 คน โดยผลสำรวจที่ได้คือ รูปทรงอิสระที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการถอดการโอบซึ่งสอดคล้องกับเก้าอี้พักผ่อนที่ทำให้รู้สึกอบอุ่นและสบาย มีการใช้สีเอิร์ธโทน คือ สีน้ำตาลเข้มและน้ำตาลอ่อน โครงสร้างเป็นไม้ เมื่อผู้จัดทำโครงการได้ผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสร็จ และได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านของรูปทรง รูปแบบ สีสันทัน ขนาดสัดส่วนมีความสอดคล้องกับสรีระมนุษย์และมีการใช้งานที่เหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ในข้างต้นทุกประการ

และสอดคล้องกับโครงการศึกษาและออกแบบเก้าอี้เท้าแขนจากเศษหนังเทียมผู้ดำเนินการศึกษาคือ ยุวภา อธิชัยนภากุล, 2555 โดยมีความสอดคล้องทางด้านการตระหนักถึงความสำคัญการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้วัสดุเศษหนังเพื่อลดการใช้วัสดุเกินความจำเป็นโดยคำนึงถึงคุณสมบัติที่มีความยืดหยุ่นและสวยงามของเศษหนังและมีความสอดคล้องกับโครงการออกแบบและพัฒนาเก้าอี้พักผ่อนสำหรับบ้านพักอาศัย ผู้ดำเนินการศึกษาคือ ชีรศักดิ์ ปันคา, 2550 ซึ่งออกแบบเก้าอี้พักผ่อนและศึกษาถึงขนาดสัดส่วนการออกแบบเพื่อการพักผ่อนสำหรับผู้บริโภคซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดเพื่อผู้บริโภคสามารถใช้งานเก้าอี้พักผ่อนได้ผ่อนคลายและสบายที่สุด

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษหนัง ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อดีคือ สามารถศึกษาและออกแบบได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา รูปทรงมีความสอดคล้อง

จากการทดสอบการใช้งานชุดเก้าอี้พักผ่อนจากเศษ
หนัง นั่งสบายและให้ความรู้สึกผ่อนคลายอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้พักผ่อน
จากเศษหนัง ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะและอุปสรรค
ต่างๆ เพื่อความสมบูรณ์ในการเป็นแนวทาง
การศึกษาและออกแบบ เพื่อนำผลการดำเนินการ
วิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1.เศษหนังมีหลากหลายสี การเลือกใช้สีที่
สดใสสามารถทำให้ชิ้นงานดูสดใสสะดุดตาของ
ผู้บริโภคได้

2.การพัฒนาการออกแบบสามารถพัฒนาให้มี
พื้นที่การใช้งานที่หลากหลายได้เช่นช่องเก็บหนังสือ
หรือชั้นใส่สิ่งของต่างๆ

3.การเย็บหนังเป็นการเย็บที่ละเอียด สามารถ
เลือกใช้ลวดลายและสีได้ที่หลากหลายตั้งนั้นการผลิต
ชิ้นงานควรมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน
ในทุกขั้นตอน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ศึกษาและออกแบบชุดเก้าอี้
พักผ่อนจากเศษหนัง” ได้รับการตรวจจาก
คณะกรรมการฝ่ายวิจัยและพัฒนา ของมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ได้สนับสนุนทุนการ
วิจัยโครงการยกระดับปริญญาโท ประจำปี
2557 ใน ครั้งนี้ จึงขอกราบขอขอบคุณ
คณะกรรมการทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณคณะกรรมการฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ที่ได้จัดให้มีโครงการดีๆ แบบนี้เกิดขึ้น เพื่อเป็นการ
ส่งเสริมและสนับสนุนให้คณาจารย์ และนักศึกษา ได้
มีปฏิสัมพันธ์ในการทำงานวิจัยร่วมกันมากขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณบิดา คุณมารดา และคนใน
ครอบครัว ที่เคารพอย่างยิ่งที่คอยให้กำลังใจและ
สนับสนุน ช่วยเหลือในด้านต่างๆ ในการดำเนิน
โครงการในครั้งนี้จนทำให้เกิดรูปเล่มและชิ้นงานที่
สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ประชาชนในอำเภอบ้านตาก
จังหวัดตาก ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบ
แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณธนาชัย วณิชศิริ ร้านจิต
รักษ์เบาะยนต์ ที่ให้ความกรุณาให้คำแนะนำเกี่ยวกับ
หนังและหุ้มเบาะเย็บเศษหนังจนทำให้ชิ้นงานเสร็จ
สมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ร้านเบาะเรื่องกิจเจริญที่ให้
ความกรุณาวัสดุเศษหนังในการผลิตชิ้นงาน

ขอขอบคุณคณาจารย์คณะสถาปัตยกรรม
ศาสตร์และนักศึกษาสาขาวิชาออกแบบเครื่องเรือน
ที่ให้ความอนุเคราะห์ทั้งเครื่องมือสถานที่ และการ
ติดต่อประสานงานในด้านต่างๆ จนโครงการวิจัยนี้
สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำวิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่า
งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป
ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเครื่อง
เรือน

เอกสารอ้างอิง

กิติ สินธุเสก. (2544). การออกแบบภายในขั้น

พื้นฐาน. พิมพ์ครั้งที่1กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการประสานงานการจัดการศึกษาระดับ
บัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม.

(2555). คู่มือจัดทำวิทยานิพนธ์ระดับ

บัณฑิตศึกษา: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ แผนปรับ
โครงสร้างอุตสาหกรรม. (2545). แผนกลยุทธ์

และแผนปฏิบัติการเพื่อการปรับโครงสร้าง
อุตสาหกรรม : กระทรวงอุตสาหกรรม

ปรากฏการณ์โลกร้อน. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน
2557, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/>.

ปรากฏการณ์โลกร้อน.

ปิยะมาศ ตีเมฆ. (2556). ศึกษาและออกแบบเก้าอี้

พักผ่อนจากไม้ไผ่ : ปริญญาเทคโนโลยีบัณฑิต
สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม คณะศิลปกรรม

และสถาปัตยกรรมศาสตร์.

ผลกระทบจากภาวะโลกร้อน. สืบค้นเมื่อ 25

มิถุนายน 2557, จาก

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

ไม้เอ็มดีเอฟ. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2557,

จาก <http://www.woowmandecor.com/Default.aspx?pagei322>.

ยูวภา อภิขันธ์ภากุล. (2555). **ศึกษา และออกแบบ**

เก้าอี้ทำแขนจากเศษหนังเทียม : ปริญญา

เทคโนโลยีบัณฑิต ออกแบบอุตสาหกรรม คณะ

ศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมศาสตร์

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. (2542). **โครงการศึกษา**

เศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมของไทย 5

รายการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมหนังและ

เครื่องหนัง.

วรรณภักดิ์ สหสมโชค. (2549). **ออกแบบเฟอร์นิเจอร์.**

พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริม

เทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2539). อ้าง

ใน “**รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษา**

เศรษฐกิจสินค้าอุตสาหกรรมของไทย 5

รายการ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมหนังและเครื่อง

หนัง”, 2542.

สาคร คันธโชติ. (2529). **วัสดุผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ:

O.S. Printing House Co., Ltd.

สาเหตุการเกิดภาวะโลกร้อน. สืบค้นเมื่อ 25

มิถุนายน 2557, จาก [http://sirirat](http://sirirat9876.blogspot.com)

[9876.blogspot.com](http://sirirat9876.blogspot.com).

สุพัตรา แซ่ลิ้ม. (2550). **มหันตภัยโลกร้อน.** กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์ปริมา

สุรัชย์ ลิชนะไพบูรณ์, (2539). อ้างในรายงานวิจัย

ฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเศรษฐกิจสินค้า

อุตสาหกรรมของไทย 5 รายการ : กรณีศึกษา

อุตสาหกรรมหนังและเครื่องหนัง, 2542.

หนังเทียมพียู. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2557, จาก

<http://www.pb-bagshop.com>.

หนังแท้. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2557, จาก

<http://iandme2012.wordpress.com>.

อาจอง ชุมสาย ณ อยุธยา. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน

2557, จาก <http://www.greentheearth.info>

อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2550). **ออกแบบเฟอร์นิเจอร์ :**

โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.

อุตสาหกรรมหนัง. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2557,

จาก www.aseansec.org.

อุปกรณ์สำหรับหนัง. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม

2557, จาก [http://www.leatherman](http://www.leathermanfriend.com/category)

[friend.com/category](http://www.leathermanfriend.com/category).

การบริหารงานภาครัฐตามแนวพุทธบูรณาการ

The Public Administration by Buddhist Integration

นพดณ ปัญญาวีรทัต¹
Noppadon Panyawiratat^{1*}

¹ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

¹ Public Administration, Mahachulalongkornrajavidyalaya University

* Corresponding author e-mail: noppadon.cmbu2549@hotmail.com

บทคัดย่อ

การบริหารงานภาครัฐ เป็นการบริหารงานหรือ การจัดการองค์กรที่มีความจำเป็นต้องใช้ศาสตร์ในการบริหารงาน การพัฒนาองค์กรให้บรรลุผลตามเป้าหมาย จึงมีหลักการบริหารสมัยใหม่เข้ามาเป็นกลยุทธ์ในขณะเดียวกัน ก็นำหลักการในทางพระพุทธศาสนาผสมผสาน และประยุกต์ใช้กับหลักการบริหารจัดการ

ความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐตามหลักการบริหารทางตะวันตก จำเป็นต้องอาศัยวิทยาการด้านการบริหารจัดการเข้ามาสนับสนุนองค์กร เพื่อเสริมพลังการบริหารจัดการ ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (บุคคล) ขององค์กรอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและความสำเร็จ ในการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐตามหลักการทาง พระพุทธศาสนาผู้บริหารองค์กรต้องนำหลักธรรมมาภิบาล มาใช้ในการปกครองเพื่อนร่วมงาน มีการให้กำลังใจในการ ปฏิบัติงานของผู้ร่วมงานทุกฝ่ายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีน้ำใจ ช่วยเหลือเกื้อกูลหมู่คณะด้วยความมีเมตตาอารีต่อบุคลากร ในองค์กรมีความมุ่งมั่นเสียสละเพื่อประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญ

คำสำคัญ: การบริหารงานภาครัฐ, พระพุทธศาสนา, หลักธรรม

Abstract

The public management is Management or organizational management which necessary to use science to management. The development of the Organization to fulfill the goal. Therefore, the principle so modern management as strategy. At the same time it brought in Buddhist principles mixed and applied to the management principles

The success of the management of the public sector organization based on the principles of Western management. Requires administrative access to management science support organizations to enhance energy performance manage .The effectiveness of human resources development-(person) of the enterprise and continued success in the management of government organization according to Buddhist way. The Executive Agency must present coming of governance in Government colleague. There is encouragement in the work of colleagues in all parties. A good relationship with generous assistance to aid groups with people in the Organization have mercy arena here is committed for the benefit of the Organization as a sacrifice voucher.

Keywords: The public management, Buddhism, Principles

บทนำ

ภายใต้การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็วและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ ด้วยโลกปัจจุบันได้หันไปให้ความสนใจกับเรื่องของ โลกาภิวัตน์และธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการที่ดีมากขึ้น แทนการสนใจเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมดังแต่ก่อน เพราะกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจมีความสำคัญกระทบถึงกัน การติดต่อสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมในที่หนึ่งมีผลกระทบต่ออีกที่หนึ่ง การพัฒนาเรื่องของการการบริหารจัดการภาครัฐจึงมุ่งให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางมากขึ้น โดยการปฏิบัติราชการต่างๆโดยไม่ให้ความสนใจถึงเรื่องของสังคม ประชาชน และสิ่งแวดล้อมจึงเป็นไปได้อีกต่อไป การบริหารจัดการที่ดีจึงเข้ามาเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญและเริ่มมีการนำไปปฏิบัติกันมากขึ้น

การบริหารราชการหรือการบริหารงานภาครัฐถือว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาอย่างที่กำลังกล่าวกันว่าหากเมื่อใดการบริหารงานภาครัฐขาดประสิทธิภาพ ก็จะทำให้การบริหารการพัฒนาประเทศย่อมน่ากังวลลงไปด้วย ทั้งนี้ด้วยเหตุผลเพราะว่าการบริหารงานภาครัฐเป็นการปฏิบัติหลังมีการกำหนดนโยบายของรัฐแล้ว เป็นส่วนที่นำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดผล ขณะเดียวกันก็มีส่วนในการกำหนดนโยบายต่างๆ ด้วย

ในอดีตการบริหารงานภาครัฐแบบเดิมๆเป็นสิ่งที่รัฐบาลให้ความสนใจอยู่ที่การให้บริการโดยผ่านหน่วยงานของรัฐ มีการกำหนดนโยบายสาธารณะ มีการบริหารงาน และมีการปฏิบัติตามนโยบาย ที่อาจมีเรื่องทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง และนักการบริหารงานภาครัฐจะเป็นเพียงผู้มีบทบาทในการปฏิบัติตามนโยบายเสียมากกว่า ผู้บริหารจะ

รับผิดชอบต่อนักการเมืองที่ถูกเลือกเข้ามาตามวิถีประชาธิปไตยมากกว่ารับผิดชอบต่อประชาชน มีเรื่องของการรายงานตามลำดับชั้นในการทำงานตามแผนงาน และโครงการต่างๆ มีการควบคุมโดยผู้บริหารระดับสูงๆต่อไป ค่านิยมสาธารณะจะเป็นเรื่องของประสิทธิภาพและการมีเหตุผล องค์กรจะดำเนินการไปด้วยระบบปิดเพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนมีจำกัด บทบาทของนักบริหารจึงเป็นเพียงการวางแผน จัดองค์กร การจัดหาบุคลากร การสั่งการ การประสานงาน การรายงานและการทำงานประมาณ ซึ่งสิ่งที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นสิ่งที่ผู้บริหารในองค์กรของรัฐต่างดำเนินการกันอยู่เป็นปกติแต่การการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่จะพบว่าประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญเป็นหัวใจของการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่นี้ เพราะประชาชนมีฐานะของการเป็นพลเมือง และการเป็นหุ้นส่วนในการดำเนินกิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญเมื่อเป็นพลเมืองและหุ้นส่วน การปรึกษาหารือ การเปิดเผยข้อมูล การมีส่วนร่วม การทำงานอย่างโปร่งใส การทำงานที่มีหลักการ การยึดหลักนิติธรรมจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นต้นมา ที่ให้ความสำคัญกับบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ที่ครอบคลุมประเด็นต่างๆทั้งหมด โดยพิจารณาได้จากการมีเจตนารมณ์ที่มุ่งส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและศักดิ์ศรีของการเป็นมนุษย์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน การตรวจสอบอำนาจรัฐ การสร้างความโปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่และส่งเสริมการกระจายอำนาจเป็นสำคัญ ทั้งนี้จึงกล่าวได้ว่ารัฐธรรมนูญฉบับนี้นอกจากมุ่งก่อให้เกิดการปฏิรูปทางการเมืองแล้วยังมุ่งให้เกิดการปฏิรูปทางการบริหารราชการแผ่นดิน โดยยึดหลักการบริหารแนวใหม่อีกด้วย อนึ่งหลักการการบริหารแนวใหม่ที่กำลังเป็นกระแสอยู่ในขณะนี้คือ การบริหารจัดการที่ดี หรือธรรมาภิบาล (Good

Governance) ซึ่งองค์ภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจและพยายามที่จะนำมาใช้เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ของการทำงานที่ดีที่สุด โดยอยู่บนพื้นฐานของการมีหลักการดังกล่าว

ธรรมาภิบาลจึงจัดเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงานและการปกครองในปัจจุบัน เพราะธรรมาภิบาลเป็นการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตั้งมั่นอยู่บนหลักการบริหารงานที่เที่ยงธรรม สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจิตสำนึกในการทำงาน มีความรับผิดชอบในสิ่งที่ได้กระทำ พร้อมตอบคำถามหรือตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและพร้อมรับผิดชอบ มีศีลธรรม จริยธรรมในการทำงาน การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมในการรับรู้ ตัดสินใจ ดำเนินการและประเมินผล ตลอดจนร่วมรับผลจากการตัดสินใจร่วมกัน มีการส่งเสริมสถานภาพหญิงชาย และการให้ความสำคัญกับกลุ่มต่างๆ รวมทั้งคนด้อยโอกาส ตลอดจนการ สร้างความเท่าเทียมกันทางสังคมในการรับโอกาสต่างๆที่ประชาชนพึงจะได้รับจากรัฐอีกด้วย ธรรมาภิบาลเป็นทั้งหลักการ กระบวนการและเป็นเป้าหมายไปในตัว การมีธรรมาภิบาลอาจนำมาสู่การมีประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ได้ในที่สุดและการมีประชาธิปไตยก็นำมาสู่การมีผลทางสังคมคือการมีการพัฒนาประเทศไปในทางที่สร้างความสงบสุขอย่างต่อเนื่องและสถาพร ตลอดจนนำมาสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งต่างๆที่เกิดขึ้นได้โดยสันติวิธี

ดังนั้น ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่ศึกษาการบริหารงานภาครัฐโดยประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา มาบูรณาการเพื่อให้เกิดธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการภาครัฐที่ดีในสังคมไทย เพราะธรรมาภิบาลไม่ใช่เรื่องใหม่แต่มีสอนอยู่ในหลักศาสนาต่างๆ อยู่แล้ว ในทางพุทธศาสนามีการสอนเรื่อง ธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการที่ดีกันมาตั้งแต่พุทธกาลแล้ว โดยหากเราพิจารณาคำสอนของพระพุทธเจ้า จะเห็นว่าเป็นหลักธรรมที่สอดคล้องกับ

เรื่องของการบริหารรัฐกิจแนวใหม่และมีการนำมาใช้ในการบริหารงานภาครัฐได้อย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวคิดในการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปใช้ในการบริหารงานภาครัฐของไทยการบริหารงานภาครัฐ

ความหมาย

การบริหารงานภาครัฐ การบริหารราชการ การบริหารรัฐกิจ ความหมายอันเดียวกัน เฉกเช่นเดียวกับคำว่ารัฐประศาสนศาสตร์ที่นิยมใช้ในแวดวงของการศึกษาในฐานะเป็นสาขาวิชาหนึ่งในภาษาอังกฤษนิยมใช้คำว่า “administration” ส่วนคำว่า “management” นั้น นิยมใช้ทางการบริหารธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามทั้ง 2 คำก็มีความหมายที่เหมือนกัน เพราะเป็นคำเหมือน (synonym) ใช้แทนกันได้ เป็นแต่มีที่นิยมใช้ต่างกัน ในวงการบริหารและวงการบริหารธุรกิจเท่านั้น (C.T. Hardwick and B.F. Landuyt, 1966)

ความหมายของคำว่า “การบริหารรัฐกิจ” (Public Administration) มี นักวิชาการ ที่ให้ความหมายของการบริหารรัฐกิจไว้ดังต่อไปนี้

Felix A. Nigro (1970) ได้ให้คำนิยาม (definition) ของคำว่า “Public Administration” ไว้ว่า หมายถึง

1. พลังของกลุ่มที่ร่วมมือร่วมแรงใจกันในหน่วยงานของราชการ
2. เป็นการดำเนินงานที่ครอบคลุมการใช้อำนาจอธิปไตยทั้ง 3 สาขา คืออำนาจบริหาร นิติบัญญัติ และตุลาการ ตลอดจนความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างอำนาจทั้งสามนั้น
3. มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายของรัฐ และดังนั้นจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการเมือง มีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายของ

รัฐ และดังนั้นจึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการเมือง

4. มีความแตกต่างในลักษณะที่สำคัญหลายประการจากการบริหารธุรกิจของเอกชนมีความแตกต่างในลักษณะที่สำคัญหลายประการจากการบริหารธุรกิจของเอกชน

5. มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับบรรดากลุ่มธุรกิจเอกชน (private groups) และบุคคลต่างๆ (individual) ในการจัดทำบริการในด้านต่างๆ ให้แก่ชุมชน (community) มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับบรรดากลุ่มธุรกิจเอกชน (private groups) และบุคคลต่างๆ (individual) ในการจัดทำบริการในด้านต่างๆ ให้แก่ชุมชน (community) มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับบรรดากลุ่มธุรกิจเอกชน (private groups) และบุคคลต่างๆ (individual) ในการจัดทำบริการในด้านต่างๆ ให้แก่ชุมชน (community)

White (1955) ได้ให้นิยามความหมายอย่างกว้างที่สุดว่าการบริหารรัฐกิจนั้นประกอบด้วยปฏิบัติการทั้งปวงซึ่งกระทำโดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้นโยบายแห่งรัฐบรรลุผลสำเร็จหรือนำมาบังคับใช้ได้ผล

Simon (1961) ได้ให้ความหมายไว้ว่าการบริหารรัฐกิจในความหมายที่ใช้กันอยู่โดยทั่วไปนั้นหมายถึงกิจกรรมทั้งปวงของฝ่ายบริหารไม่ว่าจะเป็นการปกครองส่วนกลาง การปกครองมลรัฐ หรือการปกครองส่วนท้องถิ่น ที่สำคัญก็คือไม่รวมเอางานของฝ่ายนิติบัญญัติและตุลาการเข้าไว้ด้วย (อ้างใน, คณาจารย์ภาควิชาการบริหารรัฐกิจ, 2542)

ดิณ ปรัชญาพฤทธิ (2528) กล่าวว่า “รัฐประศาสนศาสตร์ หมายถึงสาขาวิชาและ/หรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริหารงานภาครัฐบาล ในภาษาอังกฤษ คำว่า Public Administration หมายถึงสาขาวิชาการบริหารงานภาครัฐบาล ส่วน public administration หมายถึงกิจกรรม (กระบวนการ) การบริหารงานภาครัฐบาล.. ”

มุสสตี สัตยมานะ (2521) ให้ความหมายของ Public Administration ไว้ว่า Public หมายถึง ข้อราชการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐพึงปฏิบัติทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับข้าราชการพลเรือนราชการทหารของฝ่ายบริหาร รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ในการบริหารงานของฝ่ายนิติบัญญัติ และฝ่ายตุลาการ ส่วน Administration หมายถึง ความพยายามในการที่จะร่วมมือกันดำเนินการ(ปฏิบัติการ) ในองค์การใดองค์การหนึ่ง

อุทัย หิรัญโต (2526) ได้ให้ความหมายของ Public Administration ว่า “การบริหารงานของรัฐบาลหรือการบริหารงานสาธารณะ” แต่ต่อมาภายหลังแปลกันใหม่ว่าการบริหารรัฐกิจ จึงหมายถึงการดำเนินกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวกับการบริหารราชการทั้งปวงของรัฐ ทั้งในด้านพลเรือนและทหาร รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวกับฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายตุลาการ

กุลธน ธนาพงศธร (2521) อธิบายเพิ่มเติมว่า รัฐประศาสนศาสตร์กับการบริหารรัฐกิจ มิได้มีความหมายที่เหมือนกัน แม้จะแปลมาจากภาษาอังกฤษ “Public Administration” คำเดียวกัน ทั้งนี้เห็นว่าการบริหารรัฐกิจเป็นคำสามัญนาม หมายถึงกิจกรรม การบริหารงานของรัฐ ซึ่งประเทศไทยหมายถึงการบริหารราชการนั่นเอง ส่วนคำว่ารัฐประศาสนศาสตร์เป็นคำวิสามัญนาม หมายถึงสาขาวิชาเกี่ยวกับการบริหารงานของรัฐ ดังเมื่อแยกความหมายคำในภาษาไทยแล้วจึงมีความหมายและนำไปใช้แตกต่างกัน

จากความหมายของนักวิชาการดังกล่าวมา อาจสรุปได้ว่าการบริหารรัฐกิจ “ Public Administration” นั้น เป็นการดำเนินงานของทางราชการเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐที่วางไว้ เป็นกิจกรรมทั้งหลายของฝ่ายบริหารที่จะทำให้นโยบายแห่งรัฐบรรลุผล โดยรวมเอาการใช้อำนาจนิติบัญญัติและตุลาการเข้าไว้ด้วย

ลักษณะของการบริหารงานภาครัฐ

ลักษณะของการบริหารงานภาครัฐ สามารถกำหนดโดยดูจากลักษณะดังต่อไปนี้

- ด้านการบริหารงานมีลักษณะเป็นหน่วยราชการที่ปฏิบัติจัดทำเป็นเรื่องเกี่ยวกับส่วนรวมทั้งสิ้น ประชาชนทุกคนมีสิทธิ์ที่จะรับรู้ว่ารัฐบาลได้ใช้จ่ายเงินภาษีของตนไปอย่างไร เพื่อการใดบ้าง นอกจากนี้ยังมีสิทธิ์ที่จะวิพากษ์วิจารณ์การทำงานและการตัดสินใจของข้าราชการได้ด้วย

- ด้านขนาดของหน่วยงานและกิจกรรม หน่วยงานและกิจกรรมของทางราชการนั้นมีขนาดใหญ่โต และประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ มากมายหลายประการ ซึ่งไม่มีหน่วยงานเอกชนใดที่จะมีขนาดใหญ่โตเท่าไม่ว่าในด้านบุคลากรหรือขอบเขตของกิจกรรมที่ทำก็ตาม

- ด้านบุคลากร จะเห็นว่าข้าราชการของรัฐบาลนั้นมีจำนวนมากมายมหาศาล

- ด้านขอบเขตของกิจกรรม ลักษณะกิจกรรมของหน่วยงานราชการนั้นมีความสลับซับซ้อนและมีขอบเขตกว้างขวางมาก

- ด้านประสิทธิภาพของการบริหารราชการ ไม่สามารถวัดได้จากผลกำไร เพราะการดำเนินกิจการของรัฐนั้นไม่ได้มุ่งหวังกำไรการดำเนินงานบางอย่างแม้ต้องลงทุนมาก ไม่มีผลกำไรหรือขาดทุนก็ต้องทำ ทั้งนี้เพื่อหวังผลในทางคุณค่า (Values) โดยพิจารณาเอาประโยชน์สุขของประชาชน ความสงบเรียบร้อย และความเจริญก้าวหน้าของประเทศชาติเป็นสำคัญ

- ด้านระยะเวลาในการดำเนินงานและความมั่นคง การบริหารราชการโดยทั่วไปจะมีลักษณะที่มั่นคงและจะต้องดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลหรือผู้บริหารประเทศ การดำเนินกิจการของหน่วยงานราชการต่างๆ ก็ยังคงต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถหยุดๆ ทำๆ ได้ตามอำเภอใจ ทั้งนี้เพราะการบริหารราชการมีผลกระทบกระเทือน

โดยตรงต่อความเป็นอยู่และความผาสุกของประชาชน

- ด้านลักษณะที่มีความเกี่ยวข้องกับการเมือง ทั้งนี้เพราะนักบริหารงานของรัฐไม่ใช่เป็นผู้ที่มีหน้าที่เพียงเป็นผู้นำเอานโยบายไปปฏิบัติจัดทำให้บรรลุผลเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้วยังเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดนโยบายด้วย สาเหตุเพราะนักบริหารงานภาครัฐมีโอกาสได้พบเห็นปัญหาอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหน้าที่การงานของตน จึงสามารถเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานนั้น ๆ ไปตามสายงานบังคับบัญชา เพื่อให้มีการเสนอเป็นตัวบทกฎหมายต่อไป ดังนั้น กฎหมายของรัฐอาจมาจากข้อเสนอแนะของราชการส่วนหนึ่ง และมาจากสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอีกส่วนหนึ่ง จึงอาจกล่าวได้ว่า นักบริหารงานภาครัฐนั้นต้องปฏิบัติหน้าที่ของฝ่ายการเมืองด้วยในขณะเดียวกัน (ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2542)

ความสำคัญของการบริหารงานภาครัฐ

การบริหารงานภาครัฐเป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อการกำหนดนโยบายอันเป็นทิศทางในการพัฒนาแล้วส่วนนี้จึงมีส่วนสำคัญในการนำแผนให้เป็นความจริง อีกทั้งยังมีส่วนในการกำหนดนโยบาย และเป็นกลไกที่จะดำรงพัฒนาวัฒนธรรมของสังคม โดยอาจสรุปความสำคัญ ได้ดังนี้

1. การนำนโยบายของรัฐไปสู่การปฏิบัติ การบริหารงานภาครัฐเป็นการจัดทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยนโยบายของรัฐ เมื่อรัฐได้กำหนดนโยบายในการดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ขั้นตอนต่อไปคือการบันทึกนโยบายนั้นไว้เป็นลายลักษณ์อักษร อาจจะเป็นรูปของกฎหมาย ระเบียบวิธีปฏิบัติ แผนงานโครงการต่างๆ ส่วนราชการต่างๆ จะเป็นผู้นำนโยบายเหล่านั้นไปสู่การปฏิบัติ อาจจะมีหมายถึงการขยายโอกาสของสมาชิกในสังคม การเพิ่มบริการต่างๆ จากรัฐ เพิ่มการป้องกันสวัสดิภาพในด้านต่างๆ และยังมี

หมายถึงการบริหารกิจการกึ่งธุรกิจบางประเภทเพื่อ การสาธารณูปโภคเช่น การสื่อสาร ไฟฟ้า ประปา อีก ด้วย

2. การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแห่ง รัฐ โดยอธิบายได้เป็น 2 ขั้นตอนคือ

ขั้นแรก เป็นขั้นก่อนที่ฝ่ายนิติบัญญัติและ หัวหน้าฝ่ายบริหารจะตัดสินใจกำหนดนโยบาย ซึ่ง โดยทั่วไปแล้วข้อเสนอสำหรับการกำหนดตัวบท กฎหมายนั้นมาจากแหล่งต่างๆ หลายแหล่งด้วยกัน และหน่วยงานของรัฐเป็นแหล่งที่มีความสำคัญที่สุด แหล่งหนึ่ง เพราะเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจกรรม อยู่ย่อมมีข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นไม่ว่าจะเป็นความ ต้องการหรือแนวโน้ม ข้อดี ข้อเสียของโครงการเดิม และยิ่งถือว่าข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานเจ้าของ กิจกรรมมักเป็นข้อมูลที่มีอคติน้อยที่สุด

ขั้นที่สอง เป็นขั้นดำเนินงานหลังจากที่มีการ กำหนดนโยบายเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว ส่วนใหญ่ แล้วนโยบายที่กำหนดแล้วนี้ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ตายตัว ยังเป็นภาพกว้างๆ อยู่ ฉะนั้นในแง่มนนี้ ข้าราชการจะต้องเป็นฝ่ายกำหนดรายละเอียดให้กับ นโยบายอีกขั้นหนึ่ง

3. เป็นกลไกสำคัญในการดำรงไว้และพัฒนา วัฒนธรรมของสังคม การบริหารงานภาครัฐถือว่าเป็น ส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจและสังคม ฉะนั้นจึงเป็น แรงขับเคลื่อนที่จะกำหนดลักษณะกิจกรรมของ ประเทศ กิจกรรมของรัฐมีบทบาทในการกระตุ้นให้ เกิดกิจกรรมต่างๆ สืบเนื่องต่อไปอีก ซึ่งการ บริหารงานภาครัฐของแต่ละประเทศจะสะท้อนให้เห็น ความสามารถและคุณภาพของคนในประเทศ นั้นๆ ด้วย

ประเภทของการบริหารงานภาครัฐ

ตามทฤษฎีสินค้าสังคม หน่วยงานของรัฐนั้นถือ ว่า หน่วยงานของรัฐเป็นผู้จัดสรรสินค้าสังคม (Public good) เป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการที่สนอง ความต้องการของสมาชิกภายในสังคมโดยส่วนรวม มิใช่ของใครคนใดคนหนึ่ง สินค้าและบริการเหล่านี้

อาทิ บริการที่ไม่อาจมอบหมายให้เอกชนรับไป ดำเนินการได้ เป็นต้นว่าหน้าที่ในทางทหารหรือการ ป้องกันประเทศ หรือการผลิตบริการที่เป็นประโยชน์ แก่สมาชิกสังคมทุกคนไม่ว่าจะร่ำรวยหรือยากดีมีเงิน อย่างไร อาจแยกภาระงานของการบริหารงาน ภาครัฐได้คือ

1. ประเภทงานบริการ ได้แก่งานที่มี วัตถุประสงค์หลักในการผลิตสินค้าที่เป็นบริหารของ สังคมเช่น สถานศึกษา กองกำลังทหารและตำรวจ หน่วยดับเพลิง การจัดสร้างสวนสาธารณะและการ ดูแลด้านสาธารณสุขแก่ประชาชน

2. ประเภทงานควบคุมและจัดระเบียบ ได้แก่ งานที่มีวัตถุประสงค์ในการแทรกแซงกิจการในตลาด การค้าเพื่อที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นธรรมในการ แข่งขันทางการค้าระหว่างหน่วยผลิตหรือกลุ่มผู้ผลิต หน่วยงานนี้จะทำหน้าที่ควบคุมโดยการกำหนด กฎระเบียบหรือโดยกิจกรรม เช่นการออกใบอนุญาต การละทะเลเบียน การส่งเสริมการลงทุน ภายในประเทศ การดูแลเกษตรกรชาวไร่ชาวนามิให้ ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง เป็นต้น

3. ประเภทงานสนับสนุน ได้แก่งานที่ ให้บริการหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐ เช่น สำนัก งบประมาณ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพล เรือน กรมสรรพากร กรมบัญชีกลาง เป็นต้น

4. ประเภทงานสังเคราะห์และช่วยเหลือ ได้แก่งานที่ทำหน้าที่ช่วยจัดทรัพยากรให้แก่บุคคล หรือกลุ่มคนซึ่งขาดแคลนทรัพยากรหรือมีทรัพยากร ไม่เพียงพอที่จะดำรงชีพอยู่ในสังคมได้ เช่น กรม แรงงาน กรมประชาสัมพันธ์ กรมการพัฒนาชุมชน หรือสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท เป็นต้น

สำหรับการประกอบภารกิจประเภทต่างๆ ของ รัฐนี้ ควรคำนึงถึงหลัก 2 ประการคือ การให้บริการที่ เป็นที่พอใจคือ ให้ความเท่าเทียม ให้บริการในเวลาที่เหมาะสม คำนึงถึงปริมาณควบคู่กับคุณภาพ มีความ สืบเนื่องในการบริการ และควรมีการปรับปรุงการ วิธีการให้บริการแก่ประชาชนอยู่เสมอ นี่ถือว่าความ

พึงพอใจของประชาชนเป็นเป้าหมาย อีกประการหนึ่งก็คือ ต้องมีความรับผิดชอบต่อประชาชน ซึ่งถือได้ว่าความรับผิดชอบต่อประชาชนเป็นค่านิยมพื้นฐานสำหรับการบริการในสังคมประชาธิปไตย (คณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ,2535)

การบริหารงานภาครัฐของไทย

โครงสร้างการบริหารราชการไทยในปัจจุบัน การบริหารงานภาครัฐหรือการบริหารราชการของไทยในปัจจุบันมีการจัดระเบียบการบริหารราชการออกเป็น 3 ส่วนคือ การบริหารราชการส่วนกลาง (Central Administration) ซึ่งเป็นการบริหารงานของกระทรวง ทบวง กรมในส่วนกลาง การบริหารราชการส่วนภูมิภาค (Provincial Administration) ซึ่งเป็นการควบคุม กำกับดูแลการบริหารงานของหน่วยงานต่างๆ ที่เป็นสาขาหรือตัวแทน (Agent) ของกระทรวง ทบวง กรม ที่ไปปฏิบัติงานอยู่ในส่วนภูมิภาค และการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น (Local Administration) ซึ่งเป็นการกำกับดูแลและประสานการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับการกระจายอำนาจหรือโอนอำนาจให้บริหารกิจการบางอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจการของท้องถิ่น (Local Affairs) ไปดำเนินการเองโดยประชาชนในท้องถิ่น โดยมีการจัดการบริหารราชการแผ่นดิน (โกวิท วัฒนงาม, 2552)ได้ดังต่อไปนี้

1. การบริหารราชการส่วนกลาง ประกอบด้วย กระทรวง และกรมต่างๆ
 2. การบริหารส่วนภูมิภาค ประกอบด้วย จังหวัด อำเภอต่างๆ
 3. การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล การปกครองพิเศษ กรุงเทพฯ และเมืองพัทยา
- ดังมีลักษณะและขอบข่ายการบริหารที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. การบริหารส่วนกลาง

หมายถึงการบริหารราชการแผ่นดินโดยรัฐบาลกลางมีคณะรัฐมนตรีทำหน้าที่บริหารประเทศโดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้า แบ่งส่วนราชการเป็นดังนี้

- 1.1 กระทรวง มีรัฐมนตรีเป็นผู้ดูแลนโยบาย และมีปลัดกระทรวงเป็นหัวหน้าข้าราชการประจำ
- 1.2 กรม มีอธิบดีเป็นหัวหน้าในการดูแลการปฏิบัติราชการของเจ้าหน้าที่ประจำกรมต่างๆ
- 1.3 กอง มีผู้อำนวยการกองเป็นหัวหน้าในการดูแลการปฏิบัติราชการของเจ้าหน้าที่ประจำกองต่างๆ

2. การบริหารส่วนภูมิภาค

จัดการบริหารการปกครองเป็นจังหวัดต่าง ๆ จำนวน 76 จังหวัด (ไม่นับรวมกรุงเทพฯ) โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นหัวหน้า และแต่ละจังหวัดก็แบ่งเป็นอำเภอต่างๆ โดยมีนายอำเภอเป็นผู้รับผิดชอบดูแล ตำบล และหมู่บ้านต่าง ๆ

3. การปกครองส่วนท้องถิ่น

การปกครองส่วนท้องถิ่นนับเป็นการปกครองที่มีการกระจายอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นปกครองและบริหารกันเองโดยแบ่งออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ เช่น

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีนายก อบจ. เป็นหัวหน้าฝ่ายบริหาร มีสมาชิกสภา อบจ. เป็นฝ่ายตรวจสอบการใช้อำนาจของฝ่ายบริหาร

2. เทศบาล เป็นการปกครองส่วนท้องถิ่นในชุมชนเมือง แบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ

- 2.1 เทศบาลนคร

- 2.2 เทศบาลเมือง

- 2.3 เทศบาลตำบล

โดยมีนายกเทศมนตรี เป็นหัวหน้าฝ่ายบริหาร มีสมาชิกสภาเทศบาลเป็นฝ่ายตรวจสอบการใช้อำนาจของฝ่ายบริหาร

3. องค์การบริหารส่วนตำบล มีนายก อบต. เป็นหัวหน้าบริหาร มีสมาชิก อบต. เป็นฝ่ายตรวจสอบการใช้อำนาจของฝ่ายบริหาร

4. กรุงเทพมหานคร เป็นเขตการปกครองแบบพิเศษที่แตกต่างไปจากจังหวัดอื่น ๆ โดยมีผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ มาจากการเลือกตั้ง

5. เมืองพัทยา เป็นเขตการปกครองแบบพิเศษที่อยู่เฉพาะในเขตตัวเมืองพัทยาเพราะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ มีนายกเมืองพัทยา ดูแลนโยบายและมีปลัดเมืองพัทยาเป็นหัวหน้าฝ่ายข้าราชการประจำ

การบริหารงานภาครัฐที่ดีตามแนวพุทธศาสนา

การบริหารงานภาครัฐนั้นเป็นหน้าที่หลักของข้าราชการของรัฐที่ต้องรับผิดชอบตามงาน ตามความถนัดของตนเอง

ธรรมาธิปไตย หลักการแห่งการบริหารงานแนวพุทธแนวคิดธรรมาธิปไตย ไม่ใช่ระบอบการเมืองการปกครอง แต่เป็นแนวความคิดที่ถือธรรมเป็นหลักชัยแห่งการบริหารจัดการบ้านเมืองหรือองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้ามั่นคง สร้างความสามัคคีปรองดองคนในชาติและเป็นที่ยอมรับของคนทุกฝ่าย ผู้เข้ามาสู่อำนาจจะต้องเป็นผู้มีธรรม โดยธรรม และเพื่อธรรม การปกครองระบบนี้จึงไม่ใช่ทฤษฎีที่ว่าด้วยระบบการปกครอง อย่างเช่นระบบการปกครอง การบริหารทั่วไปในปัจจุบัน แม้จะเป็นรัฐหรือกลุ่มสังคม องค์กรใดที่นำหลักธรรมะไปปฏิบัติย่อมถือว่าเป็นการปกครองการบริหารแบบธรรมรัฐ เพราะธรรมรัฐเป็นระบบที่นำหลักธรรมะเข้าไปประยุกต์ใช้ในการบริหารการปกครองเพื่อประโยชน์สุขของคนในรัฐ จึงเป็นอุดมคติของมวลมนุษยชาติที่มีอารยะธรรม

ความหมายของธรรมาธิปไตย

คำว่า ธรรมาธิปไตย หมายความว่า มีธรรมเป็นใหญ่ หรือจะหมายความว่า การถือธรรมเป็นใหญ่ เป็นหลักในการบริหารจัดการ ซึ่งมาจากคำว่า ธรรม + อธิปไตย ความหมายในที่นี้ คือแนวคือใช้ธรรมะเป็น

สำคัญไม่ว่าจะเป็นระบอบ หรือตัวผู้บริหารก็จำเป็นต้องมีธรรมนำมาการบริหารจัดการทั้งสิ้น (พระครูโสภณปริยัติสุธี, 2550)

หลักการธรรมาธิปไตย

หลักธรรมาธิปไตย นั้นประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. ธรรมวิธี ผู้ทรงธรรม แนวคิดนี้ผู้ปกครองผู้บริหารต้องเป็นผู้มีคุณธรรม หรือเป็นผู้ทรงไว้ซึ่งธรรมโดยการประพฤติปฏิบัติตามธรรม หรือที่เรียกว่า ธรรมราชา

2. ธรรมนิติ ระบบที่เป็นธรรม กล่าวคือผู้ปกครองผู้บริหารต้องเข้ามาสู่อำนาจตามแบบแผน ที่สังคมได้วางเอาไว้ ซึ่งระบบดังกล่าวต้องเป็นธรรมหรือธรรมาธิปไตยในรูปแบบการปกครอง

3. ธรรมมติ มติที่เป็นธรรม กล่าวคือเป้าหมายของการบริหารปกครองต้องอยู่ที่ประชาชน คนได้ การปกครองที่จะได้รับการดูแลเอาใจใส่อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข มีมิตรภาพ ภราดรภาพ สิทธิเสรีภาพ ซึ่งผู้ปกครองสามารถสร้างวัฒนธรรมแบบแผนให้เกิดขึ้นด้วยธรรม หรือเรียกว่า ธรรมภิบาล

ธรรมาภิบาล

หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ตามที่ปรากฏในประเทศไทย มีอยู่ 6 หลักคือ

1. หลักคุณธรรม คือ ภาวะความรับผิดชอบ การยึดถือและความเชื่อมั่นในความถูกต้องดีงาม การรณรงค์เพื่อสร้างค่านิยมที่ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรที่มาจาก การแต่งตั้ง และเลือกตั้ง เข้าไปทำหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารงานในภาครัฐ ที่มีภาวะความรับผิดชอบต่อสาธารณะในเรื่องที่เกี่ยวกับการกระทำ กิจกรรม หรือการตัดสินใจใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสาธารณะ หรือการทำในนามของสาธารณะโดยมุ่งเรื่อง การจัดสรร การใช้และควบคุม อันเป็นเรื่องเกี่ยวกับระบบงบประมาณถือปฏิบัติให้ตั้งอยู่บนความซื่อสัตย์

สุจริต ความเสียสละ อดทน ขยัน หมั่นเพียร และมีระเบียบวินัย เป็นต้น

2. หลักนิติธรรม คือ การตรากฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกติกาต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสมาชิกและสังคม โดยมีการยินยอมพร้อมใจและถือปฏิบัติร่วมกันอย่างเสมอภาค กล่าวโดยสรุป คือ สถาปนาการปกครอง ภายใต้กฎหมายที่เป็นเอกภาพ มิใช่กระทำการกันตามอำเภอใจหรืออำนาจของบุคคล

3. หลักความโปร่งใส คือ การทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดเผยข้อมูล ข่าวสาร อย่างตรงไปตรงมา และสามารถตรวจสอบความถูกต้อง โดยการปรับปรุงระบบและกลไกการทำงานขององค์กรให้มีความโปร่งใส หรือเปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกนั้นคือมีระบบและกระบวนการตรวจสอบและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันและช่วยให้การทำงานของภาครัฐ ภาคธุรกิจ เอกชนและภาคประชาชน ปลอดภัยจากทุจริตคอร์รัปชันได้

4. หลักการมีส่วนร่วม คือ กระบวนการที่เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินนโยบายและควบคุมสถาบัน การจัดสรรการใช้และรักษาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เช่น การไต่สวนสาธารณะ การประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ หรืออื่น ๆ เพื่อจัดการผูกขาดทั้งภาครัฐ ภาคประชาชนและในภาครัฐ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความสามัคคี และการร่วมมือ ทั้งนี้เพื่อความเป็นเอกภาพ

5. หลักความรับผิดชอบ ผู้บริหาร ตลอดจนคณะเจ้าหน้าที่ ข้าราชการ ทั้งฝ่ายการเมือง ข้าราชการประจำ ต้องตั้งใจปฏิบัติภารกิจตามหน้าที่อย่างดีและมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งให้บริการแก่ผู้มารับบริการ เพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความรับผิดชอบไม่บกพร่องต่อหน้าที่การงานที่ตน

รับผิดชอบ และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขข้อเสียทันที และปฏิบัติหน้าที่ที่ทันกับภาวะเหตุการณ์ด้วย

6. หลักความคุ้มค่า ผู้บริหาร ต้องตระหนักว่าประเทศของเรามีทรัพยากรค่อนข้างจำกัด ดังนั้นในการบริหารจัดการ จำเป็นต้องยึดหลักความประหยัด และความคุ้มค่า ซึ่งจำเป็นต้องจุดมุ่งหมายไปที่ผู้รับบริการหรือประชาชนโดยส่วนรวม การประยุกต์หลักธรรมในพุทธศาสนากับการบริหารงานสมัยใหม่ในปัจจุบัน การบริหารงานหรือการจัดการองค์กรมีความจำเป็นต้องใช้ศาสตร์ในการบริหารงาน อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในขณะเดียวกันก็มีนักวิชาการทางตะวันตกกำลังสนใจหลักการในทางพระพุทธศาสนา มาผสมผสาน และประยุกต์ใช้กับหลักการบริหารจัดการ และเป็นแนวทางที่มีความสอดคล้องกับหลักการบริหารสมัยใหม่ได้อย่างเหลือเชื่อ ถึงแม้ว่าจะเป็นหลักธรรมคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าถึงกว่าสองพันห้าร้อยกว่าปีมาแล้วก็ตาม ดังที่ (อ้างใน : นายจรัส จันทร์แสงศรี, 2559) กล่าวไว้ว่า การบริหารงานองค์กรมีองค์ประกอบสำคัญ คือ บุคคล (man) เงิน (money) วัสดุอุปกรณ์ (materials) และ การจัดการ (management) หรือ กระบวนการทางการบริหาร (Administration) ที่นักวิชาการ ชื่อ Lather Gulicks และคณะได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหารที่เรียกว่า “POSDCORB” ไว้ 7 ประการ คือ

1. การวางแผนงาน (Planning) หมายถึง องค์กรควรจะกำหนดแผนงานกิจการ เพื่อให้ หมู่มาก หรือบุคลากรในองค์กรมีทิศทางในการปฏิบัติงานหรือทำงานร่วมกันอย่างกลมกลืนไปในทางเดียวกัน

2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดการโครงสร้างองค์กรให้มีสายบังคับบัญชา ที่คล้องตัว การเชื่อมสายบังคับบัญชาให้แน่นแฟ้น และมีความจงรักภักดีต่อองค์กร เพื่อสนับสนุนนโยบายของผู้บริหารในระดับสูงเป็นอย่างดี

3. การบริหารงานบุคคล (Staffing) การส่งเสริมและพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร

4. การวินิจฉัยสั่งการ (Directing) องค์กรต้องมีการวินิจฉัยสั่งการที่รวดเร็วแม่นยำ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริหารองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

5. การประสานงาน (Coordinating) เป็นการประสานงานในเชิงระบบในองค์กร หรือนอกระบบนอกองค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้ง ทั้งในองค์กรและนอกองค์กร

6. การเสนอรายงาน (Reporting) องค์กรจะต้องมีการตรวจสอบข้อมูลผลการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ การรายงานข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และเป็นข้อมูลที่เป็นมาตรฐาน เทียบตรง มีมาตรฐาน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาสนับสนุนข้อมูล จะทำให้การบริหารองค์กรได้อย่างแม่นยำ รวดเร็วต่อผู้บริหาร

7. การจัดทำงบประมาณ (Budgeting) องค์กรควรจัดทำระบบบัญชี และงบประมาณเป็นแบบมาตรฐาน ซึ่งสามารถตรวจสอบระบบบัญชี (Balance Sheet) ได้อย่างมีระบบในการบริหารงานองค์กร

หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่กล่าวถึงการบริหารจัดการมีอยู่มากมาย เป็นคำสอนขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ยังทันสมัยอยู่จนถึงปัจจุบันและในอนาคต แต่ในที่นี่ จะได้นำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาบางประการ ได้แก่ หลักสัปปริสธรรม ที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงไว้ในสัปปริสสูตร (พระไตรปิฎกเล่มที่ 23) อันเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงพุทธศาสตร์เพียง หลักธรรมหนึ่งเพื่อประกอบการพิจารณาว่า หลักการบริหารเชิง

พุทธศาสตร์มิได้มุ่งหวังกำไร หรือการแข่งขัน เพียงอย่างเดียว แต่ได้บรรจุหลักการที่สร้างความยั่งยืน การไม่เบียดเบียน การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสันติ มีความเมตตาต่อกัน และรู้เท่าทันโลก โดยมีได้ปฏิเสธกระแสโลกาภิวัตน์ หรือระบบทุนนิยมในปัจจุบัน แต่ให้ยึดหลักการอยู่ร่วมกันและรู้เท่าทันโลก หลักสัปปริสธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ มี 7 ประการ คือ

1. อิม มั ญ ญ ต า (Knowing the Law, Knowing the Cause) ความเป็นผู้รู้จักเหตุ คือ รู้ความจริง รู้หลักการ รู้กฎหมาย รู้กฎแห่งธรรมได้ รู้กฎหมายแห่งเหตุผล และรู้จักหลักการที่จะทำให้เกิดผล รวมความว่า การบริหารจัดการในองค์กร ผู้บริหารจำเป็นต้องพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างถูกต้อง เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รู้จักการวิเคราะห์ความจริงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อันว่า “ สิ่งทั้งหลายเกิดขึ้น ตั้งอยู่ดับไป เป็นธรรมดา “ โดยพิจารณาหลักการและเกณฑ์แห่งเหตุผลมาบริหารจัดการองค์กร

2. อัตถัญญ ตา (Knowing the Meaning, Knowing the Purpose) ความเป็นผู้รู้จักผล หรือความมุ่งหมาย คือรู้ความหมาย รู้ความมุ่งหมาย รู้ประโยชน์ที่ประสงค์ รู้จักผลที่เกิดขึ้น สืบเนื่องจากการกระทำตามหลัก หมายถึง การบริหารงานองค์กรให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ และรู้ถึงประโยชน์ขององค์กรที่นำไปสู่ความมั่นคง และไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อองค์กร ในที่นี้ก็หมายถึงการมีแผนงานที่ดี การวางแผนที่วิเคราะห์ผลกระทบด้านต่าง ๆ

3. อัตตัญญ ตา (Knowing Oneself) ความเป็นผู้รู้จักตน คือ รู้จักเราว่าเรานั้น โดยฐานะภาวะเพศ ความรู้ ความสามารถ และคุณธรรมเป็นอย่างไร และเท่าใด แล้วประพฤติให้เหมาะสม และรู้จักที่จะปรับปรุงต่อไป ในที่นี้หมายถึง รู้จักองค์กรที่เราบริหารเป็นอย่างดีว่ามีจุดด้อย จุดแข็งอย่างไร มีขีดความสามารถอย่างไร และรู้จักการปรับปรุงองค์กรให้ทันต่อเหตุการณ์ที่มีผลกระทบ รวมทั้งการบริหาร

ความแตกต่างที่จะทำให้องค์กรเป็นเลิศ มีประสิทธิภาพ และมั่นคงถาวร

4. มัตตัญญูตา (Moderation, Knowing how to be temperate) ความผู้รู้จักประมาณ คือ ความพอดีในการจ่ายโภชนาการ ในที่นี้หมายถึงการบริหารการเงิน หรือการขยายกิจการ ต้องพิจารณาให้รู้จักประมาณในความเพียงพอขององค์กร ชีตความสามารถขององค์กร ชีตความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร รวมทั้งการแข่งขันที่รอบคอบและรู้จักประมาณขีดความสามารถขององค์กร

5. กาลัญญูตา (Knowing the Proper time) ความเป็นผู้รู้จักกาล คือ รู้กาลเวลา อันเหมาะสม และระยะเวลาในการประกอบกิจ ในที่นี้หมายถึง การบริหารจัดการ จะต้องมีความเข้าใจถึงระยะเวลาที่เหมาะสม การสร้างโอกาสขององค์กรจะต้องพิจารณาถึงสถานการณ์ในเวลานั้น ๆ ว่า ควรจะดำเนินการอย่างไร อะไรควรงด อะไรควรกระทำ เวลาใดควรขยายกิจการ หรือช่วงเวลาใดที่จะบริหารองค์กรให้ประสบผลสำเร็จต่อองค์กรมากที่สุด

6. ปุริสัญญูตา (Knowing the Assembly, Knowing the Society) ความเป็นผู้รู้จัก ชุมชน คือ รู้กิริยาที่จะประพฤติต่อชุมชนนั้น ว่าควรจะทำดำเนินการอย่างไร การบริหารจัดการ จำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับองค์กรต่าง ๆ ทั้งที่เป็นพันธมิตร และคู่แข่ง การสร้างสรรค์ หรือการประสานงานกับชุมชน หรือกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อองค์กร ก็คือเข้าถึง เข้าใจ และพัฒนา เป็นการบริหารจัดการที่สร้างความสัมพันธ์ด้วยเมตตา ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อชุมชน หรือสาธารณชน จะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

7. บุคคลัญญูตา (Knowing the individual, Knowing the different individuals) ความเป็นผู้รู้จักบุคคล คือ รู้จักความแตกต่างของบุคคลว่าโดยอหยาศัย ความสามารถ และคุณธรรม ตลอดถึงรู้ในความสามารถของบุคคล และใช้มอบงานที่เหมาะสม

ให้การบริหารจัดการในการรู้จักบุคคล เปรียบเสมือนการพัฒนาและบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จะต้องมีการพัฒนา และบริหารบุคคลในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถ และภักดีต่อองค์กร มีความสามัคคี สร้างความเป็นธรรม และเสมอภาคให้แก่ บุคลากรในองค์กร รวมถึงการทำงานเป็นหมู่คณะ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ด้วยความเป็นมิตรไมตรี รวมทั้งมีความจริงใจต่อกัน

การจัดระบบบริหารราชการให้เข้มแข็งตามแนวพุทธศาสนา

ในการจัดระบบบริหารราชการให้เข้มแข็งนั้น ถือได้ว่าข้าราชการเป็นผู้ปฏิบัติงานไม่ว่าจะอยู่กระทรวง ทบวง กรม ไหน จัดว่าเป็นพนักงานของรัฐที่ทำหน้าที่บำบัดทุกข์บำรุงสุขแก่ประชาชนจึงถือว่าข้าราชการฝ่ายต่างๆ เหล่านั้นเป็นทีมงานเดียวกัน การทำงานในองค์กร หน่วยงานของตนต้องมี team work ซึ่งมีใช้มีจะความสำคัญเฉพาะด้านกีฬาเท่านั้น หากแต่มีความสำคัญในการบริหารจัดการยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างยิ่ง ทีมงานดีเท่ากับสำเร็จไปครึ่งหนึ่ง การสร้างทีมงานที่ดี สมาชิกในทีมงานต้องมีสปิริต และการจะมีสปิริตที่ดี ต้องมีสารานียธรรม ในหัวใจ

สารานียธรรม หมายถึง ธรรมเป็นที่ตั้งแห่งการให้ระลึกถึงกัน ธรรมเป็นเหตุให้ระลึกถึงกัน หลักการอยู่ร่วมกัน เป็นหลักธรรมทำให้เป็นที่รัก เป็นที่เคารพ

สารานียธรรม (States of conciliation; Virtues for fraternal living) มี 6 ประการ ดังที่(พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต) ,2540)กล่าวไว้คือ

1. ทำต่อกันด้วยเมตตา (เมตตาทายกรรม) คือ การตั้งเมตตาทายกรรมในการกลุ่มเพื่อนร่วมงาน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง คือ ช่วยเหลือกิจธุระของผู้ร่วมหมู่คณะด้วยความเต็มใจ และแสดงกิริยาอาการสุภาพ เคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง (To be amiable in deed, openly and in private)

2. พุดต่อกันด้วยเมตตา (เมตตาวจีกรรม) คือ การตั้งเมตตาวจีกรรมในกลุ่มเพื่อนร่วมงานทั้งต่อหน้าและลับหลังคือ ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์

สั่งสอน แนะนำตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกัน ทั้งต่อหน้าและลับหลัง (To be amiable in word, openly and in private)

3. คิดต่อกันด้วยเมตตา (เมตตาตามโนกรรม) คือ การตั้งเมตตาตามโนกรรมในเพื่อนมนุษย์ด้วยกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี มีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสต่อกัน (To be amiable in thought, openly and in private)

4. ได้มาแบ่งกันกินใช้ (สาธารณโภคี) คือ เมื่อได้สิ่งใดมาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อย ก็ไม่หวังไว้ผู้เดียว นำมาแบ่งปันเฉลี่ยแจกจ่าย ให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคทั่วกัน (To share any lawful gains with virtuous fellows)

5. ประพฤติให้ดีเหมือนเขา (ศีลสามัญญตา) มีศีลบริสุทธิ์เสมอกันกับคนในสังคมหรือผู้ร่วมงานทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีความประพฤติสุจริตดีงามถูกต้องตามระเบียบวินัย ไม่ทำตนให้เป็นที่รังเกียจของหมู่คณะ (To keep without blemish the rules of conduct along with one's fellows, openly and in private)

6. ปรับความเห็นเข้ากันได้ (ทัญญูสามัญญตา) คือ มีความคิดเห็นดีงามเสมอกันในผู้ร่วมงานในสังคมทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีความเห็นชอบร่วมกัน (To be endowed with right views along with one's fellows, openly and in private.)

หลักสาราณียธรรมที่ 6 ประการนี้ คือหัวใจของการสร้างทีมงานให้เข้มแข็ง เป็นไปเพื่อความสงเคราะห์กันและกันความกลมกลืนเข้าหากัน เป็นไปเพื่อความไม่วิวาทแห่งหมู่คณะ และเป็นไปเพื่อความสามัคคีและเอกภาพ ซึ่งผู้ปฏิบัติและองค์กรจะได้รับอานิสงส์หรือประโยชน์ 4 ประการ ด้วยกันคือ

(1) เป็นเหตุให้ ห่วงหาอาทรกัน (เป็นสาราณียะ)

(2) ทำให้เป็นคนน่าคบหาสมาคม (เป็นปิยกรรม)

(3) เป็นเหตุให้ผู้คนเคารพนับถือโดยสนิทใจ (เป็นศรัทธา)

(4) เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (เป็นเอกภาพ)

การสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรบริหารส่วนราชการตามแนวทางพุทธศาสนา

โลกปัจจุบันเป็นโลกของการแข่งขัน ทั้งภายในองค์กรและนอกองค์กร หลักธรรมที่นำไปสู่ความสำเร็จ ไม่มีเสื่อม และเป็นธรรมที่ก่อให้เกิดความสามัคคี เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เมื่อสมาชิกทุกคนสามัคคีปรองดองกัน ไม่มีทางที่คู่แข่งจะเอาชนะได้ เรียกว่าบริหารนิยมธรรม มีอยู่ 7 อย่าง คือ

อปริหานิยธรรม 7

เป็นหลักปฏิบัติขององค์กรที่ต้องการประสบความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งเกิดขึ้นจากความร่วมมือกันทั้งสองฝ่ายที่เรียกว่าเป็นทวิภาคีระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ ซึ่งถือว่าหากองค์กรใดปฏิบัติหลักพุทธธรรมนี้ก็หาความเสื่อมมิได้ เป็นหลักการความร่วมมือรับผิดชอบที่จะช่วยป้องกันเสียหาย ก่อให้เกิดความสามัคคีพร้อมเพียง ความมีส่วนร่วม ความเข้าใจกัน การสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จโดยส่วนเดียวที่เรียกว่า อปริหานิยธรรม 7 ประการ (พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต) 2539) กล่าวไว้คือ

1. หมั่นประชุมกันเนื่องนิത്യ พบปะปรึกษาหารือกิจกรรม ที่พึงรับผิดชอบตามระดับของตน โดยสม่ำเสมอ ต้องให้มีการประชุมปรึกษาหารือเป็นประจำ

2. พြื่องเพรียงกันประชุม พร้อมเพรียงกันเลิกประชุม พร้อมเพรียงกันทำกิจทั้งหลายที่พึงทำร่วมกัน ต้องเข้าประชุมและเลิกประชุมอย่างพร้อมเพรียง

3. ไม่ถืออำเภอใจใครต่อความสะดวก บัญญัติวางข้อกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ อันมิได้ตกลงบัญญัติ

วางไว้ และไม่เหยียบย่ำล้มล้างสิ่งที่ตกลงบัญญัติกันไว้แล้ว ถือปฏิบัติมั่นอยู่ในบทบัญญัติใหญ่ที่วางไว้เป็นธรรมเนียม คณาจารย์และมารยาทของที่ประชุม

4. ท่านผู้ใดเป็นผู้ใหญ่มีประสบการณ์ยาวนาน ให้เกียรติเคารพนับถือท่านเหล่านั้น มองเห็นความสำคัญแห่งถ้อยคำของท่านว่าเป็นสิ่งอันพึงรับฟัง เคารพผู้เป็นประธานและสมาชิกอาวุโสกว่า

5. ให้เกียรติและคุ้มครองกุศลสตรี มิให้มีการข่มเหงรังแก ให้เกียรติและเคารพสุภาพสตรี

6. เคารพบูชาสักการะเจดีย์ ปูชนียสถาน อนุสาวรีย์ประจำชาติ อันเป็นเครื่องเตือนความจำเราให้ทำดี และเป็นที่รวมใจของหมู่ชน ไม่ละเลยพิธี เคารพบูชาอันพึงทำต่ออนุสรณ์สถานเหล่านั้นตามประเพณี เคารพกฎระเบียบของบ้านเมืองและขององค์กร

7. จัดการให้ความอารักขา บำรุง คุ้มครอง อันชอบธรรมแก่บรรพชิต ท่านผู้ทรงศีลทรงธรรมบริสุทธิ์ ซึ่งเป็นหลักใจและเป็นตัวอย่างทางศีลธรรมของประชาชน เต็มใจต้อนรับและหวังให้ท่านอยู่โดยผาสุก ต้องจัดให้มีระบบความปลอดภัยและการรักษาสุขภาพแวดล้อมเป็นอย่างดี

อภิปรายผล

การบริหารงานภาครัฐในรูปแบบใหม่ได้นำเอาหลักการทางพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางเป็นการปรับปรุง ปฏิรูปที่ได้ประโยชน์ทั้งภายนอกและภายในจิตใจ ทั้งนี้หลักธรรมในทางพระพุทธศาสนาเป็นหลักธรรมที่มีคุณค่าและประโยชน์มากมาย ซึ่งมีทั้งหลักธรรมที่ใช้สำหรับประพฤติปฏิบัติของแต่ละบุคคล และหลักธรรมที่ใช้สำหรับการอยู่ร่วมกันของกลุ่มคนให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข โดยเฉพาะหลัก สัมปยุตธรรม สาราณียธรรม และอปปริหานียธรรมซึ่งเป็นธรรมสำหรับการปกครองที่จะช่วยป้องกันความเสื่อมนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองของหมู่คณะองค์กรหน่วยงานต่างๆ รวมถึงการปกครองระดับประเทศ

สรุป

“รัฐ” ความหมายในสมัยใหม่นั้นมิได้มีหน้าที่แต่เพียง "การปกครอง" "ป้องกันอธิปไตย" ทั้งจากภายนอกและภายในเท่านั้น แต่มีหน้าที่ในการบริหารจัดการ และมีหน้าที่ในการให้บริการ ยิ่งหลักการบริหารงานสมัยใหม่ จำเป็นต้องอาศัยวิทยาการด้านการจัดการบริหารเข้ามาสนับสนุนองค์กร เพื่อเสริมพลังการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล พัฒนาทรัพยากร - มนุษย์ (บุคคล) ขององค์กรอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ การนำเอาหลักพุทธธรรมมาอธิบายความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการอันเกี่ยวข้องกับคนและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรมที่มีคุณค่า พบได้ในสังคมมนุษย์ หรือปัจจัยแห่งสังคมในกระบวนการอาศัยซึ่งกันและกัน การพิจารณาด้วยเหตุด้วยผล รู้จักโลก รู้จักธรรมชาติ เพราะมนุษย์เท่านั้นที่จะเป็นผู้ที่บริหารจัดการองค์กรที่ดีได้ แต่หากผู้บริหารจะนำหลักการบริหารเชิงพุทธศาสตร์เข้ามาประกอบ หรือบูรณาการให้เข้ากับการบริหารงานในปัจจุบัน ก็ถือว่าเป็นแนวทางใหม่ หรือเข้าสู่มิติของการบริหารงานที่ยั่งยืน มีความมั่นคง และสร้างความเป็นธรรมต่อบุคคล หรือสังคมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรอย่างชาวนุฉลาด รวมทั้งสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ต่อการบริหารงานอย่างยั่งยืนและมั่นคง รวมทั้งจะเป็นหลักการของนักบริหารในการบริหารจัดการองค์กรของตนอย่างมีระบบ โดยที่ยังมีคุณธรรมมาประกอบในการพิจารณาบริหารจัดการด้วยอีกทางหนึ่งด้วย

ข้อเสนอแนะ

การบริหารงานภาครัฐทุกภาคส่วนควรยึดหลักธรรมาภิบาลโดยนำหลักธรรมทางพุทธศาสนาหรือศาสนาอื่นๆ มาเป็นเป็นแนวทางในการบูรณาการให้ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กุลธน ธนาพงศธร. (2522). **การบริหารรัฐกิจ**

เปรียบเทียบ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

โกวิท พวงงาม. (2552). **การปกครองท้องถิ่นไทย**, พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.

คณาจารย์ภาควิชาการบริหารรัฐกิจ. (2542). **การบริหารรัฐกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง .

คณาจารย์สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. (2535). **การบริหารราชการไทย**. เอกสารประกอบการสอนมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี: สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช.

จำรัส จันทร์แสงศรี. (2559). สืบค้นจาก

<http://www.thaifencing.org/index.php>

ดิน ปรัชญาพฤทธิ. (2528). **รัฐประศาสนศาสตร์เปรียบเทียบ**. เครื่องมือในการพัฒนาประเทศ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

นงนุช วงษ์สุวรรณ. (2543). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. จันทบุรี: อนันตศิลป์.

นิตย สัมมาพันธ์.(2529) **การบริหารเชิงพุทธ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ที่ โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์.

บุญทัน ดอกไธสง,ศ.ดร. (2537). **การจัดการองค์การ**. กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย.

มุสสดี สัตย์มานะ.(2521). **การบริหารรัฐกิจ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์

พระครูโสภณปริยัติสุธี (ศรีบรรดร ถิระมโม). (2550). **ทฤษฎีรัฐศาสตร์ในพระไตรปิฎก**.พิมพ์ครั้งที่2, โรงพิมพ์เจริญอักษร. พะเยา.

พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2539). **ธรรมบุญญชีวิต**. กรุงเทพฯ ฯ: สหธรรมิก.

พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต). (2540).

พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). **พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**. กรุงเทพฯ: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย .

ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา. (2542). **ทฤษฎีและแนวคิดทางรัฐประศาสนศาสตร์**. เอกสารอัดสำเนา. ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อุทัย หิรัญโต. (2526). **สารานุกรมศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์**. (การบริหารรัฐกิจ). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

C.T. Hardwick and B.F. Landuyt. 2 nd edit. (1966). **Administrative Strategy and Decision Making**. (Ohio South-Western Publishing Co.)

Nigro, Felix A. (1970) **Modern Public Administration**. New York: Harper & Row Publishers.

Simon, Herbert A.et. Al.(1961) **Public Administration**. New York: Alfred A. Knopf.

White, Leonard D. (1955). **Introduction to the study of Public Administration**. New York: The Macmillan Co.

การพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก

The Development Teaching Manual of the Tripitaka

พระวิสิทธี ฐิตวิสิทโธ^{1*} และ ดร.(วงศ์ไส)²
Phra Wisit Thitavisiddho^{1*} and Dr.(Wongsai)²

^{1,2} มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ วัดสวนดอก

^{1,2} Mahachulalongkornrajavidyalaya Buddhist University Chiang Mai Campus Wat Suan Dok

* Corresponding author E-mail: wisitnaja@hotmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการพัฒนาคู่มือการสอนจากพระไตรปิฎก 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก 3) เพื่อศึกษาผลการใช้คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วัดในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 วัด ประกอบด้วยวัดสวนดอกวัดศรีโสดา และวัดท่าหลุก โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่เจ้าอาวาสหรือรองเจ้าอาวาส 1 รูป พระภิกษุ/สามเณร 5 รูป ไวยาวัจกรหรือกรรมการวัด 1 คน และตัวแทนชาวบ้าน 3 คนวัดละ 10 รูป/คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 รูป/คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) คู่มือการสอนศีลธรรมโดยใช้แผนการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก (พระวินัยปิฎก พระสุตตันตปิฎก และพระอภิธรรมปิฎก) จำนวน 28 แผน 2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 3) แบบสอบถามความพึงพอใจต่อคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาคู่มือการสอนจากพระไตรปิฎกมีองค์ประกอบของแผนการสอนศีลธรรม จุดประสงค์ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเทศน์ สื่อและการประเมินผลมีความสอดคล้องกัน กิจกรรมหลังการเทศน์เน้นการมีส่วนร่วม แผนการจัดกิจกรรมเน้นหลักธรรมในพระสูตรและความยากง่ายของกิจกรรมเหมาะสมกับผู้ฟังและผู้ปฏิบัติ 2) ความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.52) ยกเว้นด้านผู้สอนและชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =3.83) 3) ผลการใช้คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก พบว่า การจัดกิจกรรมได้มีการเทศนาและบรรยายตามคู่มือการสอนสอดคล้องกับหลักธรรมของพระไตรปิฎก คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกมีความสอดคล้องกับพระธรรมในพระไตรปิฎกมากที่สุด คู่มือการสอนศีลธรรมสามารถอ่านและเข้าใจง่ายสามารถค้นคว้าหลักธรรมเพิ่มเติมได้จากพระไตรปิฎก และผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคยต่อรูปแบบการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก ส่วนกิจกรรมหลังการเทศน์นั้นผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าควรให้จัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน พระสงฆ์ได้เผยแพร่ธรรมะของพระพุทธเจ้า พระสงฆ์เป็นที่พึ่งทางจิตใจของชาวบ้าน มีการยอมรับและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการพัฒนาชุมชนในท้องถิ่นทั้งกิจกรรมทางศาสนาและกิจกรรมการบันเทิง มากขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนา คู่มือการสอนศีลธรรม พระไตรปิฎก

Abstract

The purpose of this research were 1)develop moral teaching manual of the Tripitaka 2) Study the sification using the moral teaching manual of the Tripitaka 3) Study the result of the moral teaching manual of Tripitaka.Samples group in this research included 30 persons. It received from an intentional section by 3 temples (Wat Sundok, Wat Srisoda and Wat Taluk). Each temple consisted of 1 abbot or, the abbot's deputy, 5 monks or novices, 1 temple's warden or temple's committee and 3 leaders of the village or the villagers. The instrument consisted of 1) the 28 lesson plans (Vinaya Pitaka, Sutta Pitaka, Adhidhamma Pitaka) 2) the formal interviewing 3) the questionnaires. The data analysis by standard deviation and content analysis.

The research results found that 1)The development of moral teaching manual of the Tripitaka was related with each lesson plan had components with objective, scope content, activities and outcomes, The participation of community was focus on after sermon ended. 2) The sification usage the moral teaching manual of Tripitaka the level was at the highest in every parts (\bar{x} =4.52) excepted the participation between monks and villagers the level was good (\bar{x} =3.83) 3) The results usage of the moral teaching manual of the Tripitaka found that the manual was suitable to follow, beneficial for monks and related with the Vinaya Pitaka Sutta Pitaka and Adhidhamma Pitaka. The manual's users weren't the familiar with the strategic of sermon. The participation of community should be worked by the community center hub with inculcation in people morals and right livelihood, preaching dharma and performing for people religious ceremonies from monks.

Keywords: The Development/Teaching moral/manual / The Tripitaka

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาในการวิจัย

พระไตรปิฎก คือคัมภีร์ที่เป็นคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า หรือพระธรรมวินัย คำว่า ตปิฎก ในภาษาบาลี แปลว่า ตระกร้า 3 ใบ ที่บรรจุคำสอน หมายถึง หลักคำสอน หมวดใหญ่ 3 หมวด พระธรรมวินัยเป็นศาสนา แทนพระองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า หลังจากที่พระองค์ล่วงลับไปแล้วกว่า 2550 ปี จากคำสอนที่สืบทอดกันด้วยปากเปล่า จึงได้จารึก เป็นลายลักษณ์อักษรและได้มีการสังคายนาหลายครั้ง เพื่อแสดงว่า พระไตรปิฎก เป็นบันทึกคำสอน ของพระพุทธเจ้าที่เก่าแก่ที่สุด ดั้งเดิมที่สุด สมบูรณ์ที่สุด และถูกต้องแม่นยำที่สุด ที่ยังคงมีอยู่ในปัจจุบันและเป็นแหล่งอ้างอิงขั้นสุดท้าย สามารถใช้เป็นมาตรฐาน และเกณฑ์ตัดสิน ว่าคำสอน หรือวิธีปฏิบัติเป็นจริงหรือไม่ ดังนั้นชาวพุทธทุกคนต้องมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการเผยแพร่และยังประโยชน์สุขต่อชาวโลก พระไตรปิฎกมี 3 หมวดใหญ่ ได้แก่

พระวินัยปิฎก ได้แก่ ประมวลระเบียบข้อบังคับของบรรพชิตที่พระพุทธเจ้าทรงบัญญัติไว้สำหรับภิกษุและภิกษุณีพระสุตตันตปิฎก ได้แก่ ประมวลพระสูตร หรือคำสอนที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงยกย่องไปต่างๆ ให้เหมาะกับบุคคลสถานที่ เหตุการณ์ มีเรื่องราวประกอบพระอภิธรรมปิฎก ได้แก่ ประมวลคำสอนเป็นเนื้อหาหลักวิชาล้วนๆ ไม่เกี่ยวกับบุคคลหรือเหตุการณ์ มีเรื่องราวประกอบ (ธรรมะไทย, 2559) ปัจจุบันสื่อได้เสื่อมสลายสูญหายลงไปอย่างต่อเนื่องตามสภาพของกาลเวลา เช่น จารึกของพระไตรปิฎก คัมภีร์ เอกสาร พับสาไบลานต่างๆ ซึ่งสื่อดังกล่าว มิได้มีการสำรองเก็บไว้ด้วยเหตุดังกล่าว มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ ได้จัดทำสื่อในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Full text & E-Book) เพื่อเป็นการอนุรักษ์เผยแพร่หนังสือหายากทางพระพุทธศาสนา (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539) แต่เนื่องด้วยสถานะของสังคมโลกปัจจุบันการรุกราน

ของศาสนาอื่นในดินแดนสุวรรณภูมิอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการแพร่กระจายของสื่อที่เรียกว่า “พุทธเทียม” เพิ่มมากขึ้นและชุมชนบางแห่งยังนับถือผี ทำให้ความเข้าใจในหลักธรรมคลาดเคลื่อน ประกอบกับ พระไตรปิฎกซึ่งถือได้ว่าเป็นคำสอน หลักธรรมของ พระพุทธเจ้ามิได้นำมาใช้ในชีวิตประจำวันและเกิด ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ “พระไตรปิฎกมี ชีวิต”

จากปัญหาที่ได้ศึกษาพระสงฆ์ซึ่งเป็นผู้สืบทอด พระพุทธศาสนา มุ่งในการเทศน์เพียงอย่างเดียวมิได้ นำพระไตรปิฎกมาใช้ จึงทำให้รูปแบบการสอน แบบ สากัจฉา ซึ่งเป็นวิธีการสอนหนึ่งในหลายวิธีการสอน ของพระพุทธเจ้ารวมทั้งการสอนสนทนาตามกาล ตาม มงคลสูตรที่ว่า “กาเลนธมมสากัจฉา เอตมมงคล มุตตม” กาลสนทนาตามกาลเป็นมงคลอันอุดม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2546) และการสอนแบบบรรยายของพระสงฆ์จะใช้ได้ดีใน การสอนธรรมะประจำวัน แก่ชาวบ้านให้มีความรู้ พื้นฐาน มีความรู้ความสามารถเข้าใจเนื้อหาธรรมะทำให้มีความสุขสงบทางจิตใจ รวมทั้งการใช้หลักการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ร่วมใจพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้ หลักธรรมสู่การปฏิบัติ

ดังนั้นพระสงฆ์จำเป็นต้องมียุทธวิธีในการ สอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกให้แก่ชาวบ้านที่มี ประสิทธิภาพและชาวบ้านสามารถนำหลักธรรมจาก พระไตรปิฎกที่พระสงฆ์สั่งสอนไปใช้ในชีวิตประจำวัน ได้อย่างมีความสุขด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาคู่มือการ สอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก เพื่อนำหลักธรรมปรีชาปฏิบัติ และปฏิเวธจากพระไตรปิฎกให้เป็นรูปธรรม โดยพระสงฆ์เป็นผู้สั่งสอนให้ชาวบ้านยึดถือปฏิบัติซึ่ง จะส่งผลให้ชุมชนมีความสุขสงบสุข มีการดำเนิน ชีวิตประจำวันได้ดีและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจาก พระไตรปิฎก
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้คู่มือ การสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก
3. เพื่อศึกษาผลการใช้คู่มือการสอนศีลธรรม จากพระไตรปิฎก

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ปรัชญาการศึกษา

ปรัชญาพิพัฒนนิยม(Progressivism) ปรัชญา “Pragmatism” หรือ ปรัชญา “ปฏิบัตินิยม” ซึ่งได้ แนวคิดมาจาก ชาลส์ เอส เพียซ (Charles S. Pierce) เมื่อจอห์น ดิวอี้ (John Dewey) ได้นำ แนวคิดนี้มาใช้ในการศึกษาและในกระบวนการทาง กฎหมายปรัชญาปฏิบัตินิยมให้ความสนใจอย่างมาก ต่อการ “ปฏิบัติ” หรือ “การลงมือกระทำ” ความหมายของปรัชญานี้ก็คือ “การนำเอาความคิด ให้ไปสู่การกระทำ” ได้รับความปรารถนาและเรียนรู้ จากการศึกษา การลงมือทำและการแก้ปัญหาด้วย ตนเอง พื้นฐานของการคิดที่ดี และการกระทำที่ เหมาะสม “Learning by doing” (ทิสนา เขมมณี, 2545)

ปรัชญาการศึกษาไทยตามแนวพุทธธรรม โดย พระธรรมปิฎกกล่าวว่า “ชีวิตเกิดจากรวมตัวของ องค์ประกอบต่างๆ จำนวนมาก ซึ่งจัดได้เป็น 2 ประเภท คือ องค์ประกอบทางร่างกายและจิตใจ” ซึ่ง ทุกส่วนจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาไปตาม ความสัมพันธ์แห่งเหตุปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจาก ภายในและภายนอก มีองค์ประกอบภายในจิตใจที่ เรียกว่า “สติปัญญา” จึงทำให้มนุษย์สามารถที่จะ เรียนรู้และสามารถจัดการปัจจัยแวดล้อมทั้งหลายให้ เกื้อกูลแก่การดำรงชีวิตของตนทำให้มนุษย์สามารถ หลุดพ้นจากอำนาจครอบงำ กระบวนการที่มนุษย์ เกิดการเรียนรู้โดยใช้สติปัญญา “การศึกษามี

วัตถุประสงค์เพื่อทำให้ชีวิตเข้าถึงอิสรภาพ คือ ทำให้ชีวิตหลุดพ้นจากอำนาจครอบงำของปัจจัยแวดล้อมภายนอกให้มากที่สุดและมีความเป็นใหญ่ในตัว กำหนดความเป็นอยู่ของตนให้ได้มากที่สุด”(พระราชธรรมณี, 2518 อ้างใน ทิศนา ขัมมณี, 2545)

กำหนดองค์ประกอบบนฐานของความคิดดังนี้

1. การมีความรู้ ความเข้าใจในสภาวะของสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ในการปรับตัวและสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องและการแก้ปัญหาอย่างถูกต้อง ซึ่งหมายถึงการทำลายอวิชชาโดยใช้หลักไตรสิกขา ได้แก่

ศีล คือ การประพฤติปฏิบัติถูกต้อง รู้จักยับยั้งควบคุมตัณหาให้อยู่ในขอบเขตและสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี ทำให้บุคคลอยู่ในภาวะปลอดภัยโปร่งโล่งใจ

สมาธิ คือ การวางใจแน่วแน่ มั่นคง หนักแน่น ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองประการดังกล่าวจะนำไปสู่บุคคลเกิดปัญญา

ปัญญา คือ การเห็นทางแก้ปัญหาอย่างถูกต้องและเหมาะสม เป็นทางที่เป็นไปเพื่อความดำรงอยู่ด้วยดีร่วมกัน

2. การปรับตัวเพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการดำรงอยู่ได้แก่ การพัฒนาองค์ประกอบทางด้านร่างกายให้มีสุขภาพดี แข็งแรง และการพัฒนาองค์ประกอบทางด้านจิตใจให้มีสติปัญญาและคุณธรรมมากขึ้น

3. การรู้จักและเข้าใจถึงความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของตนกับสิ่งแวดล้อมและการรู้จักปรับสิ่งแวดล้อมให้ประโยชน์แก่ตนการทำตนให้เกื้อกูลแก่สิ่งแวดล้อมและการรู้จักจัดการและสร้างสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ที่อำนวยความสะดวกแก่ชีวิตเหล่านี้ เป็นกระบวนการที่จะช่วยให้ผู้เรียนมีชีวิตเป็นอยู่อย่างดีสามารถที่จะดำรงอยู่อย่างมีความสุข มีอิสรภาพจากภาวะที่ถูกบีบคั้น ดิ้นรนและเป็นทุกข์ (พระธรรมปิฎก.อ.ปยุตโต, 2539)

สรุปพระพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานของสังคมไทย เป็นเวลาช้านานแล้วความคิดความเชื่อและการดำเนินชีวิตของคนไทยจากอดีตมาสู่ปัจจุบันมีความผูกพันอย่างแน่นแฟ้นกับพระพุทธศาสนา สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน

ทฤษฎีการเรียนรู้

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบร่วมมือ คือการเรียนรู้เป็นกลุ่มย่อยโดยมีสมาชิกกลุ่มที่มีความสามารถแตกต่างกันประมาณ 3-6 คน ช่วยกันเรียนรู้เพื่อไปสู่เป้าหมายของกลุ่ม สลาวิน (Slavin) เดวิด จอห์นสัน (David Johnson) และรอเจอร์ จอห์นสัน (Roger Johnson) ได้กล่าวถึง การเรียนรู้แบบร่วมมือมีลักษณะ ร่วมมือกันหรือช่วยเหลือกันในการเรียนรู้ คือ แต่ละคนต่างก็รับผิดชอบในการเรียนรู้ของตนและในขณะเดียวกันก็ต้องช่วยกันให้สมาชิกคนอื่นเรียนรู้ด้วย การศึกษาปัจจุบันมีการส่งเสริม การเรียนรู้แบบร่วมมือ สามารถช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดี รวมทั้งได้เรียนรู้ทักษะทางสังคมและการทำงานร่วมกับผู้อื่นซึ่งเป็นที่จำเป็นอย่างยิ่งในการดำรงชีวิตองค์ประกอบของการเรียนรู้แบบร่วมมือกัน มี 5 ประการ ดังนี้

1) การพึ่งพาและเกื้อกูลกัน กลุ่มการเรียนรู้แบบร่วมมือจะต้องมีความตระหนักว่าสมาชิกทุกคนมีความสำคัญและความสำเร็จของกลุ่มขึ้นอยู่กับสมาชิกทุกคนในกลุ่มในขณะเดียวกันสมาชิกแต่ละคนจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มประสบความสำเร็จ ความสำเร็จของบุคคลและของกลุ่มขึ้นอยู่กับกันและกัน ดังนั้นแต่ละคนต้องรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตนและในขณะเดียวกันก็ต้องช่วยเหลือสมาชิกคนอื่น ๆ ด้วย เพื่อประโยชน์ร่วมกัน การจัดกลุ่มเพื่อช่วยให้ผู้เรียนมีการพึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลกันนี้ทำได้หลายทาง เช่น การให้ผู้เรียนมีเป้าหมายเดียวกัน หรือให้ผู้เรียนกำหนดเป้าหมายในการทำงาน การเรียนรู้ร่วมกัน การให้รางวัลตามผลงานของกลุ่ม การให้งานหรือวัสดุอุปกรณ์ที่ทุกคนต้องทำหรือใช้ร่วมกัน การมอบหมายบทบาทหน้าที่ในการทำงานร่วมกันให้แต่ละคน

2) การปรึกษาหารือกันอย่างใกล้ชิดการที่สมาชิกในกลุ่มมีการพึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลกันเป็นปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกัน ในทางที่จะช่วยให้กลุ่มบรรลุเป้าหมาย สมาชิกกลุ่มจะห่วงใย ว่างใจ ส่งเสริมและช่วยเหลือกัน และกันในการทำงานต่างๆ ร่วมกัน ส่งผลให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน

3) ความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ของสมาชิก แต่ละคนสมาชิกในกลุ่มการเรียนรู้ทุกคนจะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบและพยายามทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ ไม่มีใครที่จะได้รับประโยชน์โดยไม่ทำหน้าที่ของตน

ดังนั้น กลุ่มจึงจำเป็นต้องมีระบบการตรวจสอบผลงาน ทั้งที่เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่มวิธีการที่สามารถส่งเสริมให้ทุกคนได้ทำหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มที่ที่มีหลายวิธี เช่น การจัดกลุ่มให้เล็ก เพื่อจะได้มีการเอาใจใส่กันและกันได้อย่างทั่วถึง

4) การใช้ทักษะการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และทักษะการทำงานกลุ่มย่อย การเรียนรู้แบบร่วมมือจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยทักษะที่สำคัญๆ หลายประการ เช่น ทักษะทางสังคม ทักษะการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ทักษะการทำงานกลุ่ม ทักษะการสื่อสาร และทักษะการแก้ปัญหาขัดแย้ง รวมทั้งการเคารพ ยอมรับ และว่างใจกันและกัน

5) การวิเคราะห์กระบวนการกลุ่ม กลุ่มการเรียนรู้แบบร่วมมือจะต้องมีการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของกลุ่มเพื่อช่วยให้กลุ่มเกิดการเรียนรู้และปรับปรุงการทำงานได้ดีขึ้น การวิเคราะห์กระบวนการกลุ่มครอบคลุมการวิเคราะห์เกี่ยวกับวิธีการทำงานของกลุ่ม พฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มและผลงานของกลุ่ม การวิเคราะห์การเรียนรู้กระบวนการกลุ่มนี้เป็นยุทธวิธีหนึ่งที่ส่งเสริมให้กลุ่มตั้งใจทำงาน เพราะรู้ว่าจะได้รับข้อมูลป้อนกลับและช่วยฝึกทักษะการรู้คิด คือสามารถที่จะประเมินการคิดและพฤติกรรมของตนที่ได้ทำไป

ผลดีของการเรียนรู้แบบร่วมมือ

1) มีความพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายมากขึ้น มีความพยายามที่จะเรียนรู้ให้บรรลุเป้าหมาย มีผลงานมากขึ้น มีแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีการใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพ

2) มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนดีขึ้น การเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยให้ผู้เรียนมีน้ำใจนักกีฬามากขึ้น ใส่ใจในผู้อื่นมากขึ้น เห็นคุณค่าของความแตกต่าง ความหลากหลาย การประสานสัมพันธ์และการรวมกลุ่ม

3) มีสุขภาพจิตดีขึ้น การเรียนรู้แบบร่วมมือช่วยให้มีสุขภาพจิตดีขึ้น มีความรู้สึกที่ดีเกี่ยวกับตนเองและมีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมและความสามารถในการเผชิญกับความเครียดและความผันแปรต่างๆ(ทิศนา แคมมณี, 2545)

พระไตรปิฎก ความหมายของพระไตรปิฎก พระไตรปิฎก แปลว่า 3 คัมภีร์ เมื่อแยกเป็นคำๆ ว่า พระ + ไตร + ปิฎก คำว่า “พระ” คือ เป็นคำแสดงความเคารพหรือยกย่องคำว่า “ไตร” แปลว่า สาม และคำว่า “ปิฎก” แปลว่า คัมภีร์ หรือ กระจาด ตะกร้าดังนั้น พระไตรปิฎก หมายถึง สิ่งที่รวบรวมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าไว้เป็นหมวดหมู่ไม่ให้เกิดกระจาย (ธรรมะไทย, 2559, ออนไลน์)คล้ายกระจาดหรือตะกร้าอันเป็นภาชนะใส่ของปิฎก 3 หรือ พระไตรปิฎก แบ่งออกเป็น

พระวินัยปิฎกว่าด้วยวินัยหรือศีลของภิกษุ ภิกษุณี

พระสุตตันตปิฎก ว่าด้วยพระธรรมเทศนาทั่วไป พระอภิธรรมปิฎกว่าด้วยธรรมล้วนๆ หรือ ธรรมสำคัญพระไตรปิฎก แบ่งออกเป็น วินัยปิฎก สุตตันตปิฎกและอภิธรรมปิฎก เมื่อจัดตามชื่อ จำแนกดังนี้

1) มหาวิภังค์ หรือ ภิกขุวิภังค์ ว่าด้วยศีลของภิกษุที่มาในปาฏิโมกข์

2) ภิกขุณีวิภังค์ ว่าด้วยศีลของภิกษุณี

3) ม = มหาวัดค์ แปลว่า วรรคใหญ่ แบ่งออกเป็นชั้นระกะ คือหมวดต่างๆ 10 หมวด

3) จุ = จุลวัตค์ แปลว่า วรรคเล็ก แบ่งออกเป็นชั้นระกะ คือหมวดต่างๆ 12 หมวด

4) ป = ปวิวาร หมายถึงหัวข้อเบ็ดเตล็ดต่างๆ เป็นการย่อหัวข้อสรุปเนื้อความ วินิจฉัยปัญหาใน 4 เรื่องข้างต้น

พระสุตันตปิฎก มีหัวข้อย่อแห่งสุตันตปิฎก คือ ที, ม, สัง, อัง, ขุดังต่อไปนี้

1) ที = ทีฆนิกาย แปลว่า หมวดยาว หมายถึงหมวดที่รวบรวมพระสูตรขนาดยาวไว้ส่วนหนึ่งไม่ปนกับพระสูตรประเภทอื่น ในหมวดนี้มีพระสูตรรวมทั้งสิ้น 34 สูตร

2) ม = มัชฌิมนิกาย แปลว่า หมวดปานกลาง หมายถึงหมวดที่รวบรวมพระสูตรขนาดกลางไม่สั้นเกินไป ไม่ยาวเกินไปไว้ส่วนหนึ่ง ในหมวดนี้มีพระสูตรรวมทั้งสิ้น 152 สูตร

3) สัง = สังยุตตนิกาย แปลว่า หมวดประมวล คือประมวลเรื่องประเภทเดียวกันไว้เป็นหมวดหมู่ เช่น เรื่องพระมหากัสสป เรียกกัสสปสังยุต เรื่องอินทรี (ธรรมะที่เป็นใหญ่ในหน้าที่ของตน) เรียกอินทรีสังยุต เรื่องมรรค (ข้อปฏิบัติ) เรียกมคคสังยุต ในหมวดนี้มีพระสูตรรวมทั้งสิ้น 7,762 สูตร

4) อัง = อังคุตตรนิกาย แปลว่า หมวดเรียงด้วยองค์ คือจัดลำดับธรรมะไว้เป็นหมวดๆ ตามลำดับรวมทั้งสิ้น 9,557 สูตร

5) ขุ = ขุททกนิกาย แปลว่า หมวดเล็กน้อย รวบรวมข้อธรรมที่ไม่จัดเข้าใน 4 หมวดข้างต้นมารวมไว้ในหมวดนี้ทั้งหมด เมื่อจะแบ่งโดยหัวใหญ่ก็มี 15 เรื่อง คือ

ขุททกปาฐะ ธรรมบท อุทาน อิติวุตตกะ สุตตนิบาต วิมานวัตถุ เปตวัตถุ เถรคาถา เถรีคาถา ชาดก นิทเวส ปฐีสัมภิทามคค์ อปทาน พุทธวงศ์และจริยาปิฎก

พระอภิธรรมปิฎกมีหัวข้อย่อแห่งอภิธรรมปิฎก คือ สัง, วิ, ธา, ปุ, ก, ย, ปดังต่อไปนี้

1) สัง = สังคณี ว่าด้วยการรวมหมู่ธรรมะ คือธรรมะแม้จะมีมากเท่าไร ก็อาจรวมหรือจัดเป็นประเภทๆ ได้เพียงไม่เกิน 3 อย่าง

2) วิ = วิงค์ ว่าด้วยการแยกธรรมะออกเป็นข้อๆ เช่น เป็นชั้น 5 เป็น เป็นต้นทั้งสังคณีและวิงค์นี้ เทียบด้วยคำว่าสังเคราะห์ (Synthesis) และวิเคราะห์ (Analysis) ในวิทยาศาสตร์ เป็นแต่เนื้อหาในทางศาสนากับทางวิทยาศาสตร์ มุ่งไปคนละทาง คงลงกันได้หลักการว่า ควรเรียนรู้ทั้งในทางรวมกลุ่มและแยกกลุ่ม

3) ธา = ธาตุถก ว่าด้วยธาตุ คือ ธรรมะทุกอย่าง อาจจัดเป็นประเภทได้โดยธาตุ อย่างไร

4) ปุ = ปุคคบัญญัติ ว่าด้วยบัญญัติ 6 ประการ เช่น บัญญัติชั้น บัญญัติอายตนะ จนถึงบัญญัติเรื่องบุคคล พร้อมทั้งแจกรายละเอียดเรื่องบัญญัติบุคคลต่างๆ ออกไป

5) ก = กถาวัตถุ ว่าด้วยคำถาม คำตอบ หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

6) ย = ยมก ว่าด้วยธรรมเป็นคู่ๆ บางทีจัดคู่ก็มีลักษณะเป็นตรรกวิทยา ซึ่งจะได้กล่าวถึงใน 3 ภาคย่อความแห่งพระไตรปิฎก

7) ป = ปฎฐาน ว่าด้วยปัจจัย คือสนับสนุน 24 ประการเป็นต้น (ลานพระพุทธศาสนา, 2559)

สรุปได้ว่า พระไตรปิฎก หมายถึง ตะกร้า 3 ใบ หรือ 3 คัมภีร์ ประกอบด้วย พระวินัยปิฎก พระสุตันตปิฎก และพระอภิธรรมปิฎกแยกออกเป็นองค์หมวด หมู่และหัวข้อ

วิธีการสอนของพระพุทธเจ้ามีวิธีการดังต่อไปนี้

1. แบบสากัจฉาหรือสนทนาวิธีนี้น่าจะเป็นวิธีที่ทรงใช้บ่อยไม่น้อยกว่าวิธีใดๆ โดยเฉพาะในเมื่อผู้มาเฝ้าหรือทรงพบนั้นยังไม่ได้เลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา ยังไม่รู้ไม่เข้าใจหลักธรรม ในการสนทนา พระพุทธเจ้ามักจะทรงเป็นฝ่ายถามนำคู่สนทนาเข้าสู่ความเข้าใจธรรมและความเลื่อมใสศรัทธาในที่สุดแม้ในหมู่สาวก พระองค์ก็ทรงใช้วิธีนี้ไม่น้อย และทรงส่งเสริมให้สาวกสนทนาธรรมกัน อย่าง

ในมงคลสูตรว่า “กาลเนน ธมมสากัจฉา เอต มมงคลมุตตม” การสนทนาตามกาลเป็นมงคลอันอุดม

2. แบบบรรยายวิธีการสอนแบบนี้ น่าจะทรงใช้ในที่ประชุมใหญ่ในการแสดงธรรมประจำวัน ซึ่งมีประชาชนหรือพระสงฆ์จำนวนมากและส่วนมากเป็นผู้มีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติม และหาความสงบสุขทางจิตใจวิธีการบรรยายแบบกว้างๆ

3. แบบตอบปัญหา ผู้ที่มาถามปัญหานั้น นอกจากมีความสงสัยข้องใจในข้อธรรมต่างๆ ผู้นับถือลัทธิศาสนาอื่นถามเพื่อต้องการรู้คำสอนทางฝ่ายพระพุทธศาสนาหรือเทียบเคียงคำสอนในลัทธิอื่นถามเพื่อลองภูมิ ถามเพื่อข่มปราบให้จน หรือให้ได้รับความอับอาย ในการตอบพระพุทธองค์ทรงสอนให้พิจารณาคุณลักษณะของปัญหาไว้ตามลักษณะวิธี (สำนักพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2549)

การจัดทำคู่มือความหมายของคู่มือความหมายของคู่มือไว้ว่า เป็นเอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งแก่ผู้ใช้โดยมุ่งหวังให้ผู้อ่านหรือผู้ใช้เข้าใจ และสามารถดำเนินการในเรื่องนั้นด้วยตนเองอย่างถูกต้อง(กมลพรรณ แก้วแดง,2556) ประเภทของคู่มือ ได้สรุปประเภทของคู่มือแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) คู่มือการสอนหรือคู่มือการจัดกิจกรรมเป็นคู่มือที่ให้เนื้อหาสาระความรู้และข้อเสนอนแนะเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนวิธีการสอน เช่น คู่มือการจัดกิจกรรมการส่งเสริมคุณธรรมในโรงเรียน คู่มือการอบรมหน้าเสาธง

2) คู่มือหนังสือเรียน เป็นคู่มือที่จัดทำขึ้นควบคู่กับหนังสือ

3) คู่มือการใช้สื่อหรือนวัตกรรม เป็นการเผยแพร่ผลงานของครูเพื่อให้ผู้อื่นนำไปใช้ให้ถูกต้อง (ระดับ เรื่องมาลัย,2542)

องค์ประกอบของคู่มือที่ดีนั้นต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้นำไปใช้ ช่วยต่อการทำความเข้าใจโดยประกอบไปด้วยคำชี้แจงในการใช้คู่มือ เนื้อหาเหมาะสมกับวัย

ของนักเรียนและครอบคลุมทุกด้าน ให้นำไปใช้และการแนะนำแหล่งความรู้อ้างอิงต่างๆ ตลอดจนการเสนอสื่อ อุปกรณ์ที่สอดคล้องกับเนื้อหาหรือกิจกรรม (กมลพรรณ แก้วแดง, 2556)

คู่มือมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ มีคำชี้แจงในการใช้คู่มือมีเนื้อหาสาระและคำอธิบายวิธีการหรือแนวทางการปฏิบัติ การเตรียมการเกี่ยวกับการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เข้าใจง่ายมีคำแนะนำเกี่ยวกับแนวทางการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับผู้อ่านหรือผู้นำคู่มือไปปฏิบัติได้ถูกต้อง ตลอดจนมีคำแนะนำแหล่งความรู้อ้างอิงที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาค้นคว้า (วลัยวัลล พุ่มพึ้งพุทธ, 2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือการจัดทำแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบบูรณาการสำหรับครูผู้สอนในโรงเรียนชุมชนพรบริหารธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ครูผู้สอนโรงเรียนชุมชนพรบริหารธุรกิจมีความต้องการพัฒนาตนเองในการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการอยู่ในระดับมาก มีความรู้ความเข้าใจการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการในระดับปานกลาง ผลการพัฒนาและหาประสิทธิภาพของคู่มือมีความสอดคล้องเหมาะสมด้านโครงสร้างองค์ประกอบเนื้อหาสาระ กิจกรรมของคู่มือ การจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1 และด้านเนื้อหาตามคู่มือการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1 และผลการเปรียบเทียบความรู้ความสามารถของครูผู้สอนและหลังมีความแตกต่างกัน โดยหลังการฝึกอบรมด้วยคู่มือการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 (กมลพรรณ แก้วแดง, 2556)

วิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือเสริมสร้างแรงจูงใจสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาที่ขาดแรงจูงใจ : การวิจัยแบบผสมวิธี ผลการวิจัยพบว่า

1. นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีแรงจูงใจในระดับปานกลางโดยเพศกับระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีปฏิสัมพันธ์กัน กล่าวคือ นักเรียนที่มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่ามีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักเรียนที่มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าในเฉพาะกลุ่มนักเรียนหญิงและนักเรียนชายมีระดับแรงจูงใจสูงกว่านักเรียนหญิงในเฉพาะบางระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการขาดแรงจูงใจของนักเรียน คือ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในชั้นเรียนและปัจจัยภายใน

2. กลยุทธ์ในการเสริมสร้างแรงจูงใจสำหรับนักเรียนที่ขาดแรงจูงใจ สามารถจำแนกกลยุทธ์ได้ 13 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การให้รางวัลที่เป็นรูปธรรม กลยุทธ์การตั้งระดับความคาดหวังกลยุทธ์การสื่อสารกลยุทธ์การจัดการในชั้นเรียน กลยุทธ์การสอน กลยุทธ์การแข่งขันและความร่วมมือ กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ กลยุทธ์การค้นหาความรู้ด้วยตนเอง และกลยุทธ์ในการร่วมมือกับผู้ปกครอง

3. ผลการประเมินความเหมาะสมของคู่มือพบว่า คู่มือที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบครบถ้วนสามารถนำไปใช้ในการเสริมสร้างแรงจูงใจสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาที่ขาดแรงจูงใจได้ (สุกิจ ทวีศักดิ์, 2555)

วิจัยเรื่องการพัฒนาคู่มือการจัดการกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการสำหรับครูการศึกษาออกโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า

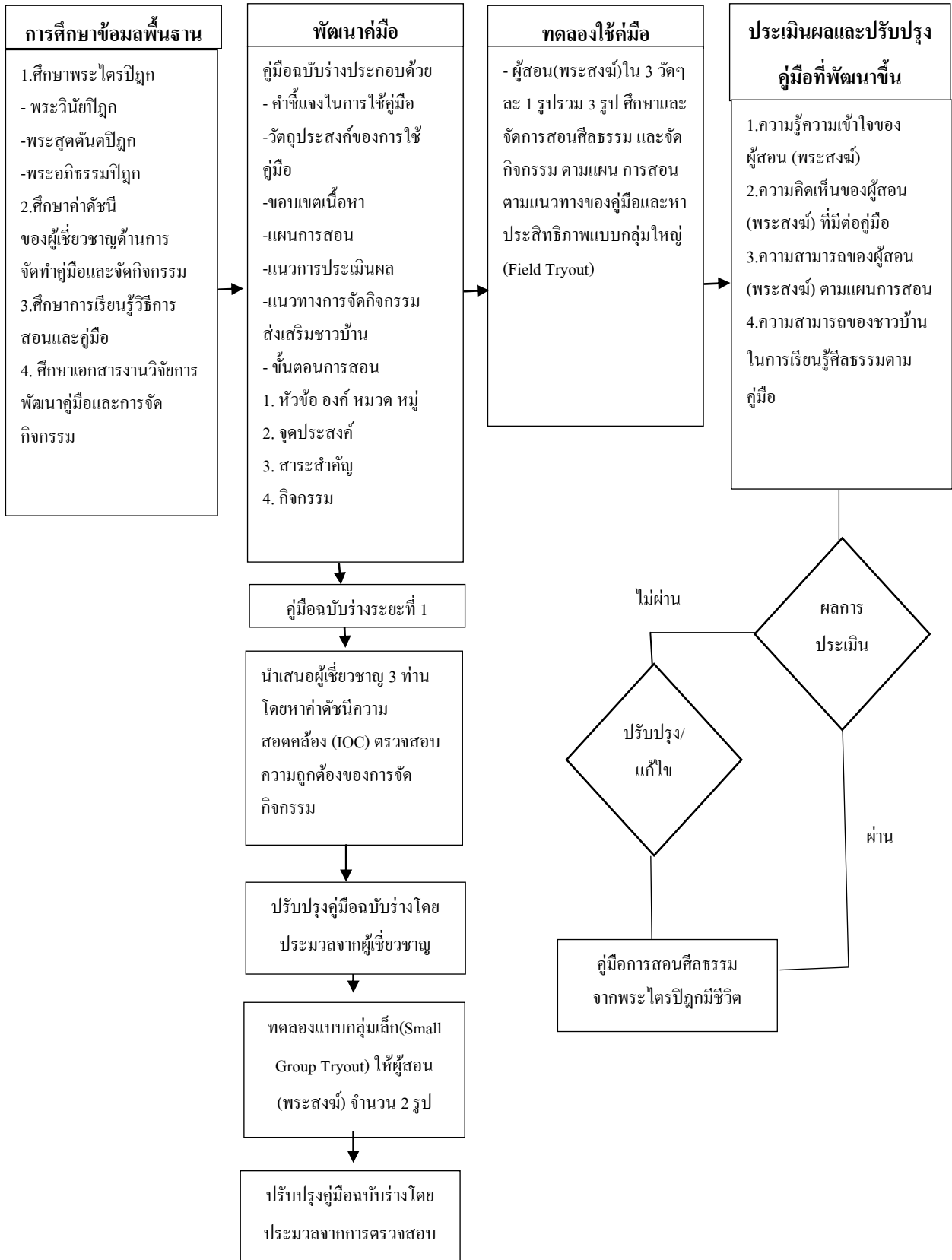
1. ครูการศึกษาออกโรงเรียนต้องการให้คู่มือการจัดการกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ มีรูปแบบที่มีการประเมินตนเองของครูก่อนและหลังการใช้คู่มือ มีคำแนะนำในการศึกษาคู่มือ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการบูรณาการและคู่มือควรมีอักษรขนาดเหมาะสม อ่านง่าย ชัดเจน มีภาพประกอบเนื้อหา

2. คู่มือประกอบด้วยคำชี้แจงการใช้คู่มือวัตถุประสงค์ ขอบข่ายเนื้อหาและคำแนะนำการศึกษาคู่มือ เนื้อหาประกอบด้วยความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการ การจัดการกิจกรรมการพัฒนาคู่มือพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการบูรณาการ และการมีส่วนร่วมในการเข้าค่ายกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการคู่มือมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์

3. ทดลองคู่มือการจัดการกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการบูรณาการ กับครูการศึกษาออกโรงเรียน พบว่า ครูการศึกษาออกโรงเรียนส่วนใหญ่ศึกษาคู่มือไปตามคำแนะนำการใช้คู่มือและปฏิบัติตามขั้นตอนการศึกษาคู่มือ

4. ผลการประเมินคู่มือด้านความรู้ความเข้าใจพบว่าครูมีความคิดเห็นว่าคู่มือมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ครูสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ (วนิดา ฤทธิ์เจริญ, 2550)

กรอบแนวความคิดของการวิจัย



วิธีการวิจัย (Research Methodology)

การศึกษาวินิจฉัยเรื่องการพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน การพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก

1.1 ศึกษาพระไตรปิฎกศึกษาพระไตรปิฎกทั้ง 3 หมวด ได้แก่ พระวินัยปิฎก พระสุตตันตปิฎก และพระอภิธรรมปิฎก พระรัตนตรัย ได้แก่พระพุทธรูป พระธรรม และพระสงฆ์ หลักธรรมของพระพุทธเจ้า กลุ่มปุถุชน กลุ่มกัลยาณชน และกลุ่มอริยชน

1.2 ศึกษาความคิดค่าดัชนีของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำคู่มือและจัดกิจกรรม

1.3 ศึกษาการเรียนรู้วิธีการสอนและคู่มือ ได้แก่ ศึกษาดำรง เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง วิธีการสอนการจัดกิจกรรม

1.4 ศึกษาเอกสารงานวิจัยการพัฒนาคู่มือและการจัดกิจกรรม ได้แก่ ศึกษาศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการพัฒนาคู่มือ หลักปรัชญา งานวิจัย วิธีการสอนของพระพุทธเจ้า จากตำรา เอกสารต่างๆ

2. พัฒนา คู่มือ การสอน ศีลธรรม จากพระไตรปิฎก

2.1 คู่มือฉบับร่างประกอบด้วยประกอบไปด้วย คำชี้แจงในการใช้คู่มือวัตถุประสงค์ขอบเขตเนื้อหา แผนการสอน จำนวน 28 แผน ประกอบด้วย หัวข้อสาระสำคัญ ขั้นตอนกิจกรรม การดำเนินกิจกรรม การประเมิน แนวการประเมินผลแนวทางการจัดกิจกรรมส่งเสริมชาวบ้านและขั้นตอนการสอน ประกอบไปด้วย หัวข้อ องค์ หมวด หมู่จุดประสงค์ สาระสำคัญ และการจัดกิจกรรม

2.2 คู่มือฉบับร่างระยะที่ 1

2.3 นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตรวจสอบความถูกต้องของการจัดกิจกรรม ได้แก่ศึกษาคู่มือฉบับร่างตรวจสอบความถูกต้อง

ของแผนการสอน แบบสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ ส่วนร่วม และการจัดประชุมกลุ่มสนทนา ให้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ตรวจสอบ เกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และวิธีการจัดประชุมกลุ่มสนทนา

2.4 ปรับปรุงคู่มือฉบับร่างโดยประมวลจากผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ หลังจากผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและให้คำแนะนำ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และประเด็นคำถามการจัดประชุมกลุ่มสนทนา ตรงตามจุดประสงค์ที่ระบุไว้หรือไม่ พร้อมกับปรับปรุงแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

2.5 ทดลองแบบกลุ่มเล็ก (Small Group Tryout) ให้ผู้สอน (พระสงฆ์) จำนวน 2 รูป ได้แก่ การทดลองใช้ครั้งที่ 1 ใช้กับวัดที่ตั้งอยู่ในเมือง และนอกเมืองอย่างละ 1 วัด รวมเป็น 2 วัด ที่มีใช้ เป็นวัดของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยใช้คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกและใช้เครื่องมือในการประเมินผล นำผลที่ได้มาปรับปรุง แก้ไข นำผลการประเมินครั้งนี้หาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

2.6 ปรับปรุงคู่มือฉบับร่างโดยประมวลจากการตรวจสอบ

3. ทดลองใช้คู่มือ

หลักจากเครื่องมือได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว นำไปให้พระสงฆ์ผู้สอนจำนวน 3 วัดๆ ละ 1 คน ศึกษาและจัดการสอนศีลธรรม และจัดกิจกรรม ตามแผน การสอนตามแนวทางของคู่มือ และหาประสิทธิภาพแบบกลุ่มใหญ่ (Field Tryout)

4. ประเมินผลและปรับปรุงคู่มือที่พัฒนาขึ้น ได้แก่ประเมินด้านความรู้ความเข้าใจของผู้สอน ด้านความคิดเห็น ของผู้สอน ที่มีต่อ คู่มือ ด้านความสามารถของผู้สอนตามแผนการสอน และด้านความสามารถของชาวบ้านในการเรียนรู้ศีลธรรมตามคู่มือ เพื่อปรับปรุง/แก้ไข ตามผลการประเมิน เพื่อให้คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกมีชีวิต

5. วิธีการจัดประชุมกลุ่มสนทนา ใช้ในการศึกษาการพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก

วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research – Par)

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ นอกจากการศึกษาเอกสารแล้วยังเน้นการวิจัยภาคสนาม (field study) และการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (PAR) ดังนั้น การกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) และผู้ร่วมปฏิบัติการ (participants) ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใน การศึกษา ประกอบด้วย

1. วัดสวนดอกพระอารามหลวง จังหวัดเชียงใหม่
2. วัดท่าหลุก จังหวัดเชียงใหม่
3. โรงเรียนพระปริยัติธรรมวัดศรีโสดา

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ใน การศึกษาประกอบด้วย การวิจัยในครั้งนั้น กวิจัยได้ใช้วิธีการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ ครอบคลุมบริบทการศึกษาวิจัย โดยมีการเจาะจง ดังนี้

1. เจ้าอาวาส/รองเจ้าอาวาส 1 รูป
2. พระภิกษุ/สามเณร 5 รูป
3. ไวยาวัจกร หรือ กรรมการวัด 1 คน
4. ตัวแทนชาวบ้าน 3 คน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากวัด วัดๆละ 10 รูป/คน จาก 3 วัด รวมทั้งสิ้น จำนวน 30 รูป/คน

เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบกับการสนทนา

กลุ่ม (Focus Group) ระดมความคิดร่วมกัน โดยมีแบบบันทึกข้อมูลเป็นสมุดบันทึกที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ ประเด็นข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล รวมทั้งบันทึกข้อสังเกตและการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตนเองในแต่ละช่วงของการลงพื้นที่เก็บข้อมูลลงพื้นที่ภาคสนามและเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเอง วิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเชิงการพรรณนา สรุปผล และนำเสนอผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า **ด้านที่ 1** การพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก ประกอบด้วย องค์ประกอบ คำชี้แจงของการใช้คู่มือ แผนการสอน ศีลธรรม วัตถุประสงค์ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรม กิจกรรมการเทศน์ สื่อ และการประเมินผล มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งมีความสอดคล้องกันและเมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า แผนการสอนมีความสอดคล้องกันทั้งเนื้อหา จุดประสงค์ กิจกรรม สื่อและการประเมินผล กิจกรรมหลังการเทศน์เน้นการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติและแผนการจัดกิจกรรมเน้นหลักธรรมในหลักสูตร มีค่าดัชนีความสอดคล้องเฉลี่ย 1.00 รองลงมา ได้แก่ สื่อ แผนภูมิ มีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหาและความง่ายของกิจกรรม เหมาะสมกับผู้ฟัง/ผู้ปฏิบัติ รวมทั้งการประเมินผล สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเฉลี่ย 0.6

ด้านที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก

ที่	รายการ	เฉลี่ย	การแปลค่า
1	ผู้สอนได้นำหลักธรรมมาใช้ในการเทศน์	4.70	มากที่สุด
2	ผู้สอนให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการตอบคำถาม	4.16	มาก
3	สื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกมีความเหมาะสม	4.66	มากที่สุด
4	ผู้สอน และชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาของชุมชน	3.83	มาก
5	ผู้สอนและชาวบ้านร่วมกันหาวิธีในการแก้ปัญหาที่ได้จากการคัดเลือกร่วมกัน	4.83	มากที่สุด
6	ผู้สอนและชาวบ้านได้กำหนดวิธีการปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาของชุมชนร่วมกัน	4.66	มากที่สุด
7	ผู้สอนและชาวบ้านได้ลงมือปฏิบัติในการแก้ปัญหาของชุมชนจนบรรลุผลสำเร็จ	4.50	มากที่สุด
8	ผู้สอนและชาวบ้าน มีการประชุมเพื่อทบทวนแก้ไข้ปัญหาของชุมชนอยู่เสมอ	4.66	มากที่สุด
9	ผู้สอนและชาวบ้านมีความภาคภูมิใจ ในความสำเร็จ/ก้าวหน้าของกิจกรรม/ โครงการของชุมชน	4.33	มากที่สุด
10	ภาพรวมของการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกและการจัดกิจกรรม/โครงการ ของชุมชนมีความสอดคล้องเหมาะสมกับหลักธรรม	4.82	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย รวม		4.52	มากที่สุด

จากตาราง พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก ส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=4.52) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่ 1 – 3 และข้อที่ 5 – 10 อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.16 – 4.83) ยกเว้นข้อ 4 ผู้สอนและชาวบ้านมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาของชุมชนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83)

ด้านที่ 3 ศึกษาผลการใช้คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎก จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 รูป/คนจำนวนต่อ วัด 10 รูป/คน ได้แก่ เจ้าอาวาส/รองเจ้าอาวาส พระภิกษุ/สามเณร ไวยาวัจกร/กรรมการวัดและผู้แทนชาวบ้าน พบว่า คู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตรปิฎกมีความสอดคล้องกับพระธรรมในพระไตรปิฎกมากที่สุด คู่มือการสอนอ่านและเข้าใจง่ายสามารถค้นคว้าหลักธรรมเพิ่มเติม ได้จากพระไตรปิฎก ส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคยกับกิจกรรมหลังการเทศน์ต้องการให้วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชน พระสงฆ์ได้เผยแพร่ธรรมะของ

พระพุทธเจ้า พระสงฆ์เป็นที่พึ่งทางจิตใจของชาวบ้าน มีการยอมรับและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งกิจกรรมศาสนา และกิจกรรมบันเทิงส่วนกิจกรรมที่แก้ไข้ปัญหาชุมชน ทุกคน มีส่วนร่วมกับการสอนแบบสาธิตเนื่องจากก่อนการเทศน์ได้มีการซักถามคำถามและชาวบ้านยังไม่กล้าคุยกับพระสงฆ์เนื่องจากยังคุ้นเคยกับการเทศน์แบบบรรยายแบบเดิม สำหรับเนื้อหาของการเทศน์ให้ตรงกับพระสูตรในพระไตรปิฎกนั้นส่วนใหญ่มีความเห็นความสอดคล้องในด้านเนื้อหาการเทศน์ ส่วนสื่อที่ใช้ประกอบการเทศน์ คือ แผนภูมินั้นมีขนาดเล็กไป แต่ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับเนื้อหาสาระในแผนภูมิและช่วยให้เห็นภาพของการสรุปความคิดรวบยอดเกี่ยวกับเรื่อง พระพุทธเจ้าสอนอะไร ได้ชัดเจนเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น ชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา เช่น การลดละเลิก อบายมุข ในชุมชน ถึงแม้มีความขัดแย้งปรากฏแต่ใช้หลักธรรมตามที่ได้รับจากการบรรยายและการเทศน์จึงปรับความเข้าใจอันดีต่อกัน และพระสงฆ์เป็นผู้นำร่วมกับผู้นำ

ชุมชน/แกนนำ/ชุมชนในท้องถิ่นได้พัฒนาท้องถิ่น
ก่อให้เกิดความสงบสุขและดำเนินชีวิตประจำวันได้ดี
และยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

1. การพัฒนาคู่มือการสอนศีลธรรมจากพระไตร
ปิฎก พบว่า องค์ประกอบสำคัญของคู่มือได้แก่
คำชี้แจง แผนการสอนศีลธรรม วัตถุประสงค์ เนื้อหา
สาระการเรียนรู้ กิจกรรม กิจกรรมการเทศน์ สื่อ
และการประเมินผลมีความสอดคล้องกัน ซึ่งสอดคล้องกับ
(วลัยวัลลภ์ พุ่มพิงพุทธ, 2554) ที่กล่าวว่า
องค์ประกอบของคู่มือที่ดีต้องมีคำชี้แจง การใช้คู่มือ
มีเนื้อหาสาระและคำอธิบาย วิธีการหรือแนว
ทางการปฏิบัติจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เข้าใจ (กมล
พรรณณ แก้วแดง, 2556) ได้สรุปองค์ประกอบของ
คู่มือที่ดีประกอบด้วยคำชี้แจงในการใช้คู่มือ เนื้อหา
เหมาะสม วิธีนำไปใช้ตลอดจนการเสนอสื่อและ
สอดคล้องกับงานวิจัยของ (กมลพรรณณ แก้วแดง,
2556)

สรุปว่า ผลการพัฒนาและหาประสิทธิภาพของ
คู่มือมีความเหมาะสมด้านโครงสร้าง องค์ประกอบ
เนื้อหาสาระ กิจกรรมของคู่มือการจัดทำแผนมีค่า
ดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และ
ผลสัมฤทธิ์มีนัยสำคัญ ทางสถิติ .05 การพัฒนาคู่มือ
การสอนศีลธรรมจำเป็นจะต้องมีความสอดคล้องกับ
องค์ประกอบของคู่มือ ซึ่งจะทำให้ผู้สอนสามารถสอน
ให้เชื่อมโยงกันและมีความต่อเนื่องขององค์ประกอบ
ซึ่งส่งผลให้ชาวบ้านสามารถรับรู้ มีความรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับหลักธรรมจากพระไตรปิฎกได้อย่างลึกซึ้ง
และสามารถนำหลักธรรมจากพระไตรปิฎกไปใช้ใน
ชีวิตประจำวันได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. ควรนำคู่มือการสอนศีลธรรมจาก
พระไตรปิฎกนี้ ให้พระสงฆ์ให้เป็นคู่มือการสอน
ชาวบ้าน ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักธรรมและจัด

กิจกรรมได้อย่างเหมาะสม สู่การปฏิบัติจริง ปรากฏ
เรียกได้ว่า “พระไตรปิฎกมีชีวิต”

2. ควรนำคู่มือการสอนศีลธรรมไปให้ชาวบ้าน
ใช้ประยุกต์กับหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา
ร่วมกันพัฒนาชุมชนท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้
เกิดชุมชนศีลธรรม

3. ควรนำคู่มือการสอนศีลธรรมจัดการอบรม
แก่ พระภิกษุสามเณร เยาวชน และชาวบ้าน ให้รู้
กระบวนการ ขั้นตอนและสามารถนำไปใช้ใน
ชีวิตประจำวันและสั่งสอนต่อไปได้

4. ควรนำไปเป็นแนวทางในการเทศน์ การ
สอนการเผยแผ่พระพุทธศาสนาและคำสอนที่แท้จริง
ตามหลักธรรมของพระพุทธศาสนาทั้งปฎิบัติปฏิบัติ
และปฏิเวธ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจาก
ได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก พระครูพิพิธสุตาทรร,
ดร. (พระมหา ดร.บุญช่วย สิริธโร), นายพิสิษฐ์
เดชวงศ์ญา และนายชินชาติ ดิยะพริษฐ์ชัยที่ปรึกษา
งานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจน
ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่
อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความ
ทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็น
อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ พระครูประวิตรวราบุญต,
ดร. เฉลิม พักอ่อน อดีตศึกษานิเทศก์เชี่ยวชาญ,
นางวิไล แสนเหมือนขวัญ, นางจินดา จิโน
อดีตศึกษานิเทศก์ชำนาญการพิเศษ, นางจุฑารัตน์
เดชวงศ์ญา ครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนอนุบาล
เชียงใหม่ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์
ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย รวมถึง
ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง
กรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่ให้ข้อมูลต่างๆ
ที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย ตลอดจนเจ้าอาวาส

รองเจ้าอาวาส พระภิกษุ สามเณร ไวยาวัจกร ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและชาวบ้านทั้ง 3 วัด คือ วัดสวนดอก วัดศรีโสดา และวัดท่าหลุกทุกรูป/ ท่านที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและขอมอบความกตัญญูตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลพรรณ แก้วแดง. (2556). **การพัฒนาคู่มือการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการสำหรับครูผู้สอนโรงเรียนชุมชนพรบริหารธุรกิจ.** ภาคนิพนธ์ ครุศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริการการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ทิศนา แคมมณี. (2545). **ศาสตร์การสอน : องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธรรมระไทย. **พระไตรปิฎก.** สืบค้น, จาก <http://dhammathai.org>.
- ประดับ เรืองมาลัย. (2542). **หลักการสอนและการเตรียมประสบการณ์ภาคปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต). (2539). **จาริกบุญ-จาริกธรรม.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สหธรรมมิก.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539).

พระไตรปิฎกภาษาไทย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ลานพระพุทธศาสนา. **พระไตรปิฎก.** (2559). สืบค้น, จาก <http://www.palungjit.org/>.

วนิดา ฤทธิเจริญ. (2550). **การพัฒนาคู่มือการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการสำหรับครูการศึกษานอกโรงเรียน.** วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต. สาขาหลักสูตรและการนิเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วลัยวัลลภ์ พุ่มพิงพุทธ. (2554). **การพัฒนาคู่มือการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยรังสิต.** สารนิพนธ์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2546). **คู่มือการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์. สำนักพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม. กรมการศาสนา. กระทรวงวัฒนธรรม. (2549). **คู่มือพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน ปีงบประมาณ 2549.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ).

สุกิจ ทวีศักดิ์. (2555). **การพัฒนาคู่มือเสริมสร้างแรงจูงใจสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาที่ขาดแรงจูงใจ : การวิจัยแบบผสมวิธี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา. ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาการศึกษา. คณะครุศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ความพึงพอใจในบริการโลจิสติกส์ด้านการบริการลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในจังหวัด เชียงราย กรณีศึกษา โฮมมี่ โดมมี่

The Satisfaction towards the Logistics service in customer service of Hotel in Chiangrai : A Case Study Homey Dormy

พิทธินันท์ สมไชยวงศ์^{1*} และ กรปภา จันทาพูน²
Pittinan Somchaiwong^{1*} and Konpapha Jantapoon²

^{1,2} อาจารย์ สังกัดสาขาวิชาการจัดการ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

^{1,2} Department of Management , Faculty of Business Administration and Liberal arts.

Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Rai

* Corresponding author e-mail: gearauto007@hotmail.com

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงรายเกิดการแข่งขันสูง ส่งผลกระทบต่อการลงทุนธุรกิจในอนาคตเหมือนกัน ซึ่งโรงแรมต่าง ๆ ในพื้นที่จึงต้องปรับตัวในการสร้างจุดเด่นในการให้บริการ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับกลุ่มลูกค้าใช้บริการเลือกที่จะใช้บริการ ดังนั้นทางผู้วิจัย จึงเลือกกรณีศึกษา โฮมมี่ โดมมี่ (Homey Dormy) เป็นที่พักขนาด 12 ห้องพัก ราคาห้องพักไม่ได้แตกต่างจากโรงแรมขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งมีการพัฒนาแบบการให้บริการในรูปแบบใหม่ เพื่อสร้างความโดดเด่น และนำเสนอใจต่อผู้ใช้บริการ เช่น รูปแบบการบริการที่ไม่เหมือนใคร สร้างโปรโมชั่นที่คุ้มค่า และประหยัดค่าใช้จ่าย รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้ ศึกษาสภาพปัญหาจากความพึงพอใจในบริการโลจิสติกส์ (Logistic) ด้านความรวดเร็ว, ด้านความสะดวกสบาย, ด้านการสื่อสาร และด้านความน่าเชื่อถือ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (analytic induction) เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพของงานบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจด้านความรวดเร็วทันเวลาในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 ระดับความพึงพอใจด้านความสะดวกสบาย ในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ระดับความพึงพอใจด้านการสื่อสารในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 จากผลการวิจัยและผลการสัมภาษณ์พบว่าปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ คือ การประชาสัมพันธ์ อย่างครบวงจรและทั่วถึง ส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เป็นต้น และการสร้างความแตกต่าง และจุดเด่นด้วยการบริการที่แปลกใหม่ สร้างประทับใจแก่ลูกค้าในครั้งแรก (First Impression) ที่มาใช้บริการสามารถดึงดูดจำนวนลูกค้าทั้งในจังหวัด และต่างจังหวัด และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตลอดทั้งมีเงินทุนเพียงพอในการพัฒนา โฮมมี่ โดมมี่ ให้มีความน่าสนใจตลอดเวลา

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, โลจิสติกส์, ธุรกิจโรงแรม

Abstract

Currently, the competition of hotel industry in Chiangrai province keeps increasing; therefore, it affects the investment in same industry. Many hotels in this area have to adapt themselves and create prominent points of services in order to be an option for visitors who use services. Therefore, the researcher has selected the case study "Homey Dormy" which is the hotel that provides accommodation for 12 rooms. The prices of room are not different from big hotels in Chiangrai province. The patterns of service are developed as new services in order to create prominent points and interesting points for clients such as different pattern of services, launching save and worthwhile promotion and promoting hotel to attract clients etc. The researcher studied problem from satisfaction of logistic services which were quickness, convenience, communication and reliability. The information was analyzed by using analytic induction. The result will be used to improve the quality of services in order to satisfy clients. The result of satisfaction's analysis about quickness of services was found that overall was at high level. The mean was 3.45. The satisfaction of convenience was found that overall was at high level and the mean was 3.53. The satisfaction of communication was found that overall was at high level and the mean was 3.50. The satisfaction of reliability was found that overall was at high level and the mean was 3.62. The result of research and interview were found that the factors that helped business to be successful was complete and thorough public relations which was supported by concerned institutes such as Tourism Authority of Thailand and Department of Tourism Promotion of Chiangrai. The prominent points with unique services created first impression from clients who use the services and can attract more clients in province and other provinces. The management was made systematically. Also, owner has enough funds for developing Homey Dormy to be always interesting.

Keywords: Satisfaction, Logistics, Hotel

บทนำ

โลจิสติกส์เป็นกระบวนการแบบบูรณาการโดยเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีเป้าหมายในการส่งมอบแบบทันเวลา (Just in Time) และเพื่อลดต้นทุนโดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า[3] (Customers Satisfaction) และส่งเสริมเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ โดยเป้าหมายที่สำคัญของโลจิสติกส์ประกอบด้วยความเร็วในการส่งมอบสินค้าและบริการ (Speed delivery) การไหลลื่นของสินค้าและบริการ (Product and Service flow) การไหลลื่นของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของการตลาด การลดต้นทุนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้า การดูแลขนส่งสินค้าการเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของการแข่งขันระบบโลจิสติกส์[2] จึงเป็นสิ่งสำคัญประการ

หนึ่งเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ

จากพฤติกรรมการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่น มุ่งเน้นการพักผ่อนที่มีความสะดวกสบาย สะอาด หรูหรา มีสไตล์ที่โดดเด่น และมีอุปกรณ์ และเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักที่ครบครัน จึงจะทำให้ธุรกิจบริการโรงแรมมีการตื่นตัวและแข่งขันกันอย่างมากในด้านราคาที่พัก รวมถึงการให้บริการในส่วนโรงแรมโฮมมี่ โดมมี่ (Homey Dormy) มีการออกแบบพัฒนาห้องพักแบบ Standard, Superior และแบบ Deluxe เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเลือกพักผ่อนตามต้องการของผู้ใช้บริการ อนึ่งจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 พบว่าจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นมีลักษณะการใช้บริการที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้บริการ

พนักงาน อาหาร ปรึกษาเกี่ยวกับเส้นทางการเดินทาง ไปยังสถานที่ต่าง ๆ และผู้เข้าพักส่วนใหญ่จะพบกับ ปัญหาเรื่องสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และในบางครั้งมี การจัดงานใกล้กับโรงแรม เช่น งานพ็อนๆ งาน อาหารท้องถิ่นประจำชาติ เป็นต้น ทำให้เกิดเสียง รบกวนผู้ที่เข้ามาพักอาศัย ซึ่งทำให้การบริการลูกค้า เกิดความไม่พอใจ และพนักงานไม่สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจได้อย่างทันท่วงทีทำให้ยังมีการร้องเรียน จากผู้เข้ารับบริการอยู่เป็นประจำ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวผู้ศึกษาจึงดำเนินการ ศึกษาความพึงพอใจในบริการโลจิสติกส์[2] ด้านการ บริการลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา โฮมมี่ โดมมี่ ต้องการทราบถึงความพึง พอใจในการบริการโลจิสติกส์ด้านการบริการลูกค้า เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพของงาน บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการโลจิสติกส์ ด้านการบริการลูกค้าของโรงแรม โฮมมี่ โดมมี่
2. เพื่อศึกษาการดำเนินงาน ปัญหาและ อุปสรรคในการดำเนินงานบริการโลจิสติกส์ด้านการ บริการลูกค้าของโรงแรม โฮมมี่ โดมมี่
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการ ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการบริการลูกค้าของโรงแรม โฮมมี่ โดมมี่

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจในบริการโลจิสติกส์ด้านการ บริการลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษา โฮมมี่ โดมมี่ ผู้ศึกษาได้ ศึกษางานวิจัยที่ เกี่ยวข้องมีดังนี้

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ (2552) ได้ให้แนวคิด เกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ (logistics) ว่าเป็นระบบที่ เกี่ยวข้องกระบวนการไหลหรือการเคลื่อนย้ายของ สินค้าและข้อมูลสารสนเทศเพื่อมีการเคลื่อนย้ายอย่าง

มีประสิทธิภาพ หรือเพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายโดยมี ต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีระดับการให้บริการแก่ลูกค้าให้ เกิดความพึงพอใจสูงสุด

คำว่า “โลจิสติกส์” ในวงการธุรกิจ หมายถึง กระบวนการวางแผน การลงมือทำ และการควบคุมที่มี ประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพ ตลอดจนประหยัด ต้นทุน ในทุกขั้นตอนของการผลิต ทั้งนี้ จุดมุ่งหมาย สูงสุดก็คือเพื่อตอบสนองให้ลูกค้าพอใจสูงสุด และมี ต้นทุนต่ำสุด

กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ ศลิษา ภมรสถิต และจักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา (2547) ได้ให้คำจำกัด ความของการจัดการโลจิสติกส์ว่า เป็นกระบวนการ วางแผน ดำเนินการและควบคุมประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพในการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ สินค้า บริการ และสารสนเทศจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการ ใช้งาน โดยมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการ ของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งรวมไปถึงกระบวนการ เคลื่อนย้ายสินค้าและบริการทั้งภาคการผลิตและภาค การบริการ ในส่วนภาคการบริการนั้นได้แก่ ส่วนงาน ภาครัฐ โรงพยาบาล ธนาคาร การค้าส่งและปลีก

พาราซูราแมน , ซีท ฮอลล์ม และแบรี (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) เกี่ยวกับการ ประเมินคุณภาพของการบริการ ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคได้ใช้ปัจจัย 10 ประการ ในการประเมิน คุณภาพของการบริการ ปัจจัยทั้ง 10 ประการนี้ได้แก่

ความสะดวก (access) หมายถึง ความสะดวก ในการใช้บริการซึ่งครอบคลุมทั้งเวลาที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่จะสามารถอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้บริโภคในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้ บริการ

การติดต่อสื่อสาร (communication) หมายถึง การสื่อสารและให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ง่ายต่อ การเข้าใจและการรับฟังความคิดเห็น ตลอดจน ข้อเสนอแนะ หรือคำติชมของลูกค้าในเรื่องต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์การ

ความสามารถ (competence) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถและทักษะที่จะปฏิบัติงานบริการได้เป็นอย่างดี

ความสุภาพ (courtesy) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในตัวลูกค้า รอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้บริโภค

ความน่าเชื่อถือ (credibility) หมายถึง ความเชื่อถือได้ และความซื่อสัตย์ขององค์กรที่ให้บริการ และตัวผู้ให้บริการเอง

ความคงเส้นคงวา (reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้สัญญาไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว

ปลอดภัย (security) หมายถึง การให้บริการที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยงหรือความเคลือบแคลงใด ๆ

ลักษณะภายนอก (tangibles) หมายถึง ลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์บุคลากรที่ให้บริการตลอดจนสื่อต่าง ๆ ว่ามีความเหมาะสม สวยงาม และทันสมัยหรือไม่

ความเข้าใจลูกค้า (understanding customers) หมายถึง การพยายามรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตลอดจนความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้า

มาริชา ไกรรุ่ง (2552) กล่าวว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ มีดังนี้ คำว่า “ความพึงพอใจ” (Satisfaction) ซึ่งมีความหมายโดยทั่ว ๆ ไปว่า ระดับ

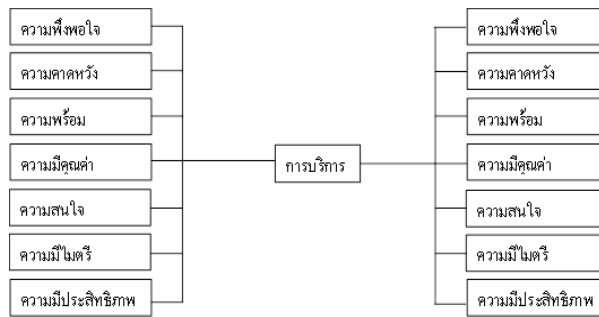
ความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจในการให้บริการซึ่งหมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ตรงกับความต้องการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 ฝ่าย

1. ความหมายที่ยึดสถานการณ์ซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังการซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้ในการวิจัยการตลาดที่เน้นแนวทางพฤติกรรมศาสตร์

2. ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลาย ๆ อย่าง เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการในระยะหนึ่ง”

ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาพการณืแสดงออกที่เกิดขึ้นจากการประเมินประสบการณ์ซื้อการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ภาพการณืที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกเกินความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจหมายถึง ภาพการณืที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ได้รับบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

สรุป ความพึงพอใจในการให้บริการ หมายความว่า ภาพการณืที่แสดงออกถึงความรู้สึกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการโดยมีองค์ประกอบของความสำเร็จ ดังรูปที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบความพึงพอใจ

จอห์น ดี.มิลเลอร์ (เทพศักดิ์ บุญยรัตน์พันธ์. 2536) ให้คำจำกัดความการวัดประสิทธิภาพการให้บริการ หมายถึง ผลการปฏิบัติงานที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน ซึ่งความพึงพอใจในการบริการให้ประชาชนสามารถพิจารณาได้จาก การให้บริการอย่างต่อเท่าเทียมกัน (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงาน โดยมีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ประชาชนทุกคน จะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการ อย่างรวดเร็วทันเวลา (Timely service) การ ให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่อย่างเหมาะสม การให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง (Continues service) หมายถึง การ ให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของ สาธารณะเป็นหลัก การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression service) หมายถึง การบริการที่มีการ ปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน หรือการเพิ่ม ประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำให้หน้าที่ ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

วิธีการวิจัย

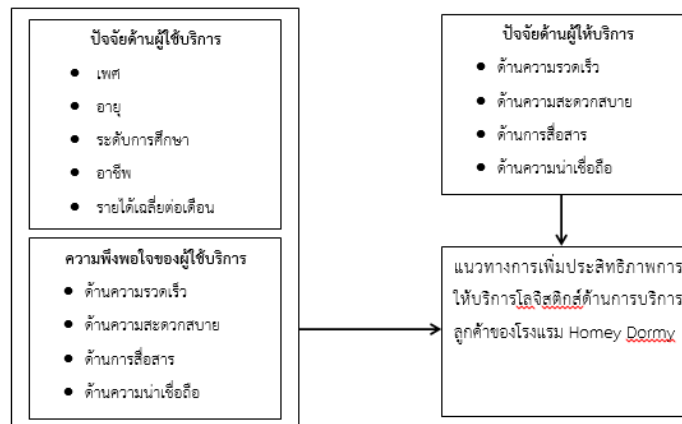
การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการศึกษาทั้งเชิง คุณภาพและเชิงปริมาณ โดยดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูล ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ

การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ใช้แบบสอบถามสำรวจ ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการฯ ด้านความรวดเร็ว ,ด้านความสะดวกสบาย ,ด้านการ สื่อสาร ,ด้านความน่าเชื่อถือและใช้แบบสัมภาษณ์แบบ มีโครงสร้าง

ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องจาก หนังสือ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์รายงานการวิจัย บทความ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นศึกษาได้แก่ข้อมูล พื้นฐานเกี่ยวกับการให้บริการ เช่น การให้บริการด้าน ความรวดเร็ว, ด้านความสะดวกสบาย, ด้านการ สื่อสาร, ด้านความน่าเชื่อถือ



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร (content analysis) เป็นการนำเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ มาวิเคราะห์และอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่ออธิบายเชื่อมโยงกับประเด็นศึกษา

2. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยจัดระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ

การแปรความหมาย ค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) เฟอร์กูสัน (Ferguson, 1981 อ้างถึงใน ชูศรี วงศ์รัตน์ 2544 หน้า 37)

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i(x_i)}{N} \quad (1)$$

โดยกำหนดให้

f_i	แทน	ความถี่ของข้อมูลในแต่ละข้อ
x_i	แทน	คะแนนของแต่ละข้อ
N	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ใช้แนวคิดของ เรนซิส ไลเคอร์ท (Rensis Likert Scale) เรียกว่า Likert Scale ลักษณะมาตรวัดประเมินค่า โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มีความพึงพอใจมากที่สุด มีความพึงพอใจมาก มีความพึงพอใจปานกลาง มีความพึงพอใจน้อย มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ตามลำดับ จึงได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น (I)} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง อธิบายการวิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะคำถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างข้อมูลเบื้องต้นของผู้ใช้บริการบริการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงรายกรณีศึกษา โฮมมี่ โดมมี่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ครอบคลุม 4 ประเด็น คือ การให้บริการ ด้านความรวดเร็ว ,ด้านความสะดวกสบาย ,ด้านการสื่อสาร และด้านความน่าเชื่อถือ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สรุปอุปนัย (analytic induction)

การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐานคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน,สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา(Alpha coefficient) ตามวิธีของ Cronbach เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น(Reliapility) ของเครื่องมือ และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติค่า T (T-test) และสถิติค่า F (F-test)

ผลการวิจัย

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ

โฮมมี่ โดมมี่ ให้บริการห้องพักแบบรายวันและรายเดือน ปรับปรุง จากอาคารหอพัก 2 ชั้นจำนวน 2 หลัง และบ้าน 1 หลัง โดยแบ่งพื้นที่บ้านเป็นส่วนต้อนรับและอาคารทั้งสองเป็นห้องพักจำนวน 12 ห้อง ประกอบไปด้วยห้องพักที่มีสไตล์การตกแต่งที่แตกต่างกันภายใต้แนวคิดรูปแมวสีดำ 2 ตัว ซึ่งแมว มีความหมายว่าเป็นแมวมหาอำนาจ เจ้าของจะได้เป็นใหญ่เป็นโต มีวาสนา และมีอักษรตัวใหญ่อยู่ด้านซ้าย และขวาของแมวทั้ง 2 ตัว คือตัวอักษรว่า “Homey Dormy” ซึ่งมีความหมายว่า “ห้องพักที่อบอุ่น”และยังมีตัวอักษรภาษาอังกฤษด้านล่างแมวทั้ง 2 ตัว คือตัวอักษรว่า “feel like home” ในภาษาไทย ตรงกับคำว่า “ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน” โดยทางโรงแรมได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ซึ่งมีความหมายดังนี้



ภาพที่ 3 ตราสัญลักษณ์ โฮมมี่ โดมมี่

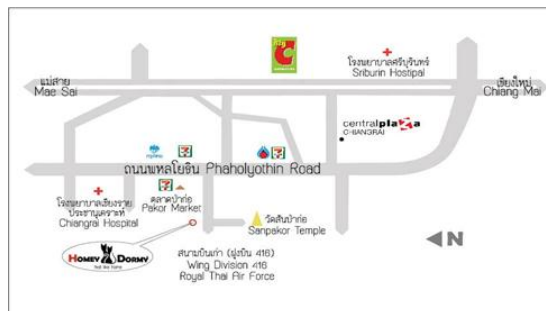
สีแดง หมายถึง ความสนุกสนาน , สีแจ่มใส

สีดำ หมายถึง ความลึกซึ้ง , ความสงบ

สีขาว หมายถึง ความเรียบง่าย , ความสะอาด

สถานที่ตั้งธุรกิจ

โฮมมี่ โดมมี่ ตั้งอยู่ที่ 147 หมู่ 13 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57000



ภาพที่ 4 แผนที่สถานที่ตั้งธุรกิจ โฮมมี่ โดมมี่

ลักษณะของธุรกิจ

โฮมมี่ โดมมี่ เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองมีห้องพักทั้งหมด 12 ห้อง และแต่ละห้องจะตกแต่งในสไตล์ต่างๆ ไม่ซ้ำกัน ซึ่งได้แบ่งห้องพักทั้งหมด 12 ห้องออกเป็น 3 ประเภท คือ Standard Room (Twin Bed) , Superior Room (Double Bed) และ Deluxe Room (Double Bed) ตารางที่ 1 แสดงสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง

1. ทีมผู้บริหารมีความรู้ ประสบการณ์ สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างคล่องตัว และรวดเร็ว
2. พนักงานมีทักษะ มีความชำนาญในการให้บริการ
3. โรงแรมมีสภาพทำเลที่ตั้งที่ดี อยู่ใจกลางเมืองอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ใกล้ศูนย์การค้า
4. โฮมมี่ โดมมี่ มีเว็บไซต์เป็นของตัวเองเพื่อเพิ่มช่องทางการโปรโมทธุรกิจให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
5. มีระบบเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการให้บริการที่แตกต่างและทันสมัย เช่น ระบบการจองออนไลน์ เป็นต้น

จุดอ่อน

1. มีพนักงานให้บริการน้อยเนื่องจากเป็นธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในกรณีที่มีผู้เข้าพักเต็มจำนวนห้อง
2. เป็นธุรกิจที่ตั้งขึ้นใหม่ การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง
3. ลานจอดรถสำหรับผู้ใช้บริการไม่เพียงพอ

โอกาส

1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดมาก ขึ้นทำให้ภาพรวมธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กได้รับผลดีและเป็นโอกาสดีในการสร้างชื่อเสียง

2. เศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน การท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวต้องมีการกำหนดค่าใช้จ่ายเพื่อไม่ให้เกิดค่าใช้จ่ายที่เกินความจำเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลางและระดับล่างมีอยู่มากที่ต้องการที่พักราคาถูกแต่ต้องการ บริการดีพฤติกรรมนี้สอดคล้องกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก เป็นอย่างยิ่ง

3. ทางจังหวัดเชียงรายมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ ทำให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์	ราคา/คืน
1. Standard Room (Twin Bed)	690 บาท
2. Superior Room (Double Bed)	890 บาท
3. Deluxe Room (Double Bed)	1,290 บาท

อุปสรรค

1. การลอกเลียนแบบแพ็คเกจจากคู่แข่ง
2. ฤดูกาลที่มีความเปลี่ยนแปลง จึงทำให้รายได้ไม่คงที่เช่น ฤดูฝนนักท่องเที่ยวเลือกอยู่ที่บ้านมากกว่า

กลุ่มเป้าหมาย (Targeting)

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก (Primary Target Market) คือนักเดินทาง บุคคลซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง, จองที่พักเอง, เดินทางเอง, สั่งจองทางตรง เช่น นักเดินทางระหว่างวันหยุด, นักเดินทางแบบประหยัด เป็นต้น
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายรอง (Secondary Target Market) คือ ท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ บุคคลซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวที่สั่งจองทางอ้อม เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก, นักท่องเที่ยวกลุ่มขนาดกลางประมาณ 20 คน เป็นต้น

แผนการประมาณการ

ตารางที่ 2 แสดงการพยากรณ์ยอดขายพยากรณ์ยอดขาย

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
Standard room	861,120	1,033,344	1,240,012	1,488,014	1,785,616
Superior room	487,720	585,264	702,316	842,779	1,011,334
Deluxe room	294,120	352,944	423,532	508,238	609,885
รวมรายได้	1,642,460	1,971,552	2,365,860	2,839,031	3,406,835

จากตารางที่ 2 แสดงผลการพยากรณ์ยอดขาย
โหลมี โคมมี 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 – 2562 จากการ

พยากรณ์พบว่า ยอดขายเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มการเข้า
พักที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการ

2. ประมาณการในการขาย

ตารางที่ 3 แสดงประมาณการในการขาย

เดือน (2558)	รายการ					
	ผู้มารับบริการ (หน่วย)			รายได้จากการให้บริการ (บาท)		
	Standard	Superior	Deluxe	Standard	Superior	Deluxe
ม.ค.	132	52	9	91,080	46,280	23,220
ก.พ.	120	60	15	82,800	53,400	38,700
มี.ค.	78	28	5	53,820	24,920	12,900
เม.ย.	144	68	13	99,360	60,520	33,540
พ.ค.	60	24	3	41,400	21,360	7,740
มิ.ย.	78	36	4	53,820	32,040	10,320
ก.ค.	90	32	6	62,100	28,480	15,480
ส.ค.	78	36	7	53,820	32,040	18,060
ก.ย.	84	32	6	57,960	28,480	15,480
ต.ค.	66	60	12	45,540	53,400	30,960
พ.ย.	138	64	13	95,220	56,906	33,540
ธ.ค.	180	96	21	124,200	85,440	54,180
รวม	1,248	548	114	861,120	487,720	294,120
รวม	2,760 คน/ปี			1,642,960บาท/ปี		

จากตารางที่ 3 แสดงประมาณการในการขายที่ได้กำหนดไว้ในปี 2558 เพื่อนำข้อมูลไปทำการพยากรณ์ยอดผู้เข้าใช้บริการในปีต่อไปเพื่อความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

1. ระดับความพึงพอใจด้านความรวดเร็วทันเวลาในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 โดยจำแนกตามลำดับความพึงพอใจอันดับแรกคือ ระดับความพึงพอใจระดับมากในด้านความกระตือรือร้นของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.57

2. ระดับความพึงพอใจด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 โดยจำแนกตามลำดับความพึงพอใจ อันดับแรกคือ ระดับความพึงพอใจระดับมากในด้านความครบครันของห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 3.69

3. ระดับความพึงพอใจด้านการสื่อสารในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 โดยจำแนกตามลำดับความพึงพอใจ อันดับแรกคือ ระดับความพึงพอใจระดับมากในด้านช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.55

4. ระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 โดยจำแนกตามลำดับความพึงพอใจ อันดับแรกคือ ระดับความพึงพอใจระดับมากในด้านพนักงานมีความชำนาญในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าโฮมมี่ โดมมี่ มีการกำหนดลักษณะการบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ใช้กลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงานในองค์กรต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และชำนาญเฉพาะด้านรวมถึงมีทักษะการทำงานที่ดี ซึ่งต้องมีผู้สอนงาน (Coach) ให้กับ

ผู้ใต้บังคับบัญชาที่แต่ละคนมีปัจจัยหรือปัญหาที่แตกต่างกันไป และมีการส่งเสริมการทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความสามัคคีกันในองค์กรและสามารถนำองค์การไปสู่ความสำเร็จได้อย่าง มีประสิทธิภาพ โดยแบ่งได้ดังนี้

หลักการบริหารและลักษณะการบริหาร

โฮมมี่ โดมมี่ เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงและมีเวลาในการทำงานคนละ 6 ชั่วโมงโดยแบ่งออกเป็น 2 ผลัด คือผลัดที่ 1 เข้างาน 08.00 น. ถึง 17.00 น. ผลัดที่ 2 เข้างาน 17.00 น. ถึง 08.00 น. พักตอนกลางวันให้ 1 ชั่วโมงโดยการผลัดเปลี่ยนกันในการพักของพนักงานพบการกระตุ้นการทำงานของพนักงานดังนี้

1. การทำงานล่วงเวลาทำงานในวันหยุด เช่นวันนักขัตฤกษ์ ได้ค่าเบี่ยเลี้ยงในอัตราเงินเดือนขึ้นต่ำ 300 บาท

2. สวัสดิการพนักงานสวัสดิการประกันสังคมเพื่อความมั่นใจในความปลอดภัย ของชีวิตที่จะได้รับการรักษาเป็นอย่างดี

3. เงินช่วยเหลือ เช่น กรณีบิดามารดาเสียชีวิตไฟไหม้บ้าน

4. ค่าคอมมิชชั่น

5. ค่าเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

การสรรหาและพัฒนาบุคลากร

1. บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรงตามสายงานโดยเฉพาะ

2. เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความกระตือรือร้นในการทำงาน

3. บุคลากรต้องมีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ มีใจรักในงานบริการ

4. บุคลากรต้องปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เสียสละและอดทน

5. บุคลากรสามารถพูดได้มากกว่า 3 ภาษา คือ ไทย อังกฤษ จีน

6. มีการประเมินและติดตามการทำงานของพนักงานแผนสำรอง/แผนฉุกเฉิน

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ

1. การประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัด เชียงราย เป็นต้น
2. การประชาสัมพันธ์และการตลาดอย่างครบวงจรและทั่วถึง
3. การสร้างความแตกต่างด้วยบริการที่แปลกใหม่ สามารถดึงดูดจำนวนลูกค้าทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด
4. สร้างจุดเด่นของ โฮมมี่ โดมมี่ และการให้บริการที่ประทับใจแก่ลูกค้าในครั้งแรก (First Impression) ที่มาใช้บริการ

5. การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ตลอดทั้งมีเงินทุนเพียงพอในการพัฒนา โฮมมี่ โดมมี่ ให้มีความน่าสนใจตลอดเวลา

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบผลสำเร็จ

1. ขาดการส่งเสริม สนับสนุน และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
2. งบประมาณการดูแลและพัฒนา โฮมมี่ โดมมี่ ไม่เพียงพอ

แผนการจัดการความเสี่ยง

โฮมมี่ โดมมี่ มีการเฝ้าระวังโดยควรจัดทำแผนความเสี่ยง โดยได้จัดทำเป็นข้อเสนอแนะเบื้องต้น ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แผนการจัดการความเสี่ยง

ปัญหา	ผลกระทบ	แนวทางแก้ไข
1. ยอดจำหน่าย ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการลดน้อยลง	อัตราการรายได้และกำไรจากการดำเนินงานธุรกิจลดลง	จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาดใหม่ ๆ และแตกต่างจากคู่แข่งตามโอกาสสำคัญต่าง ๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันพ่อ วันแม่ เป็นต้น
2. ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น เนื่องจากปัจจัยภายนอกที่เพิ่มขึ้น เช่น อัตราการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานที่สูงขึ้น	ผลตอบแทนจากการดำเนินงานน้อยลง จึงต้องมีการเพิ่มราคาห้องพักขึ้นบ้างเล็กน้อย	บริหารจัดการด้านการเงินอย่างรอบคอบและใช้สอยอย่างประหยัด รวมทั้งการลดต้นทุนการดำเนินงานที่ไม่จำเป็นลง

สรุป

ผลกระทบจากการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ส่งผลต่อการลงทุนธุรกิจโรงแรมต่างๆในพื้นที่ ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวในการสร้างจุดเด่นในการให้บริการ เพื่อเป็นทางเลือกให้กลุ่มผู้มาใช้บริการเลือกที่จะใช้บริการ ผู้ประกอบการโฮมมี่ โดมมี่ (Homey Dormy) ที่มีห้องพักขนาด 12 ห้อง คือ Standard Room(Twin Bed) ราคา690 บาท/คืน,

Superior Room(Double.Bed) ราคา890 บาท/คืน และ Deluxe Room (Double Bed) ราคา 1,290 บาท/คืน เป็นราคาค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรมขนาดเดียวกัน แต่มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการสร้างความโดดเด่น และน่าสนใจต่อผู้ใช้บริการ เช่น รูปแบบการบริการที่เพิ่มความสบายในการบริการ สร้างโปรโมชั่นที่คุ้มค่า และประหยัดค่าใช้จ่าย โดยผลการศึกษาจากความพึงพอใจ

ในบริการโลจิสติกส์(Logistic) จากการวิเคราะห์สรุปอุปนัย (analytic induction) เพื่อนำผลการศึกษาไปปรับปรุงคุณภาพของงานบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า ได้ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจด้านความรวดเร็วทันเวลาในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 ระดับความพึงพอใจด้านความสะดวกสบาย ในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ระดับความพึงพอใจด้านการสื่อสารในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือในการใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62

จากผลการวิจัย และผลการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ คือ การประชาสัมพันธ์ อย่างครบวงจรและทั่วถึง การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย เป็นต้น และการสร้างความแตกต่างและจุดเด่นด้วยการบริการที่แปลกใหม่ สร้างประทับใจแก่ลูกค้าในครั้งแรก (First Impression) ที่มาใช้บริการสามารถดึงดูดจำนวนลูกค้าทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบตรงตาม ความหมาย “Homey Dormy” ซึ่งมีความหมายว่า “ห้องพักที่อบอุ่น” และ “feel like home” ในภาษาไทยตรงกับคำว่า “ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน” และที่สามารถดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ จะต้องมีเงินทุนเพียงพอในการพัฒนา โฮมมี่ โดมมี่ ให้มีความน่าสนใจตลอดเวลา

เอกสารอ้างอิง

กมลชนก สุทธิวาหนฤพุดิ, ศลิษา ภมรสถิต และ

จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา. (2547). **การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ: ท็อป/แมคกรอ-ฮิล.

ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2552). **การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เน็ท.

มาริษา ไกรงู. (2552). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทาง กรณีศึกษา : สายกรุงเทพ – เพชรบุรี** (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73). การศึกษาเฉพาะบุคคลตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

วรวรรณ ศิลมัฐ. (2555). **การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาแก่งจังหวัดระยอง**. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2547). **คุณภาพในการบริการ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ประชาชน.

วุฒิไกร วงมศิริจิตต์ และยอดมณี เทพานนท์ (2555). **โครงการ การศึกษาระบบขนส่งแบบตอบสนองความต้องการ สำหรับภาคบริการท่องเที่ยวเมืองพัทยา**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.).

Ferguson, M. (1981). **Statistical analysis in psychology & education**. Singapore: Mc Graw-Hill. อ้างถึงใน ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). สถิติเพื่อการวิจัย (หน้า 37). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

Millet, J. D. (1954). **Management in the public service**. New York: Mc Graw-Hill. อ้างถึงในเทพศักดิ์ บุญยรัตพันธ์. (2536). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างประสิทธิผลของการนำนโยบายการให้บริการแก่ประชาชนไปปฏิบัติ กรณีศึกษา สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร (หน้า 14-15). พัฒนบริหาร ศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

Parasuraman, Z., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1985). A Conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of Marketing**. 49(Full), 41-50.

พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ
จังหวัดเชียงใหม่

Behavior and Marketing Mix's Factors that affect Tourists' Purchasing
Decision Making of Hand Woven Products from Lanna Wisdom (Karen)
Chiang Mai Province

ภาคภูมิ ภัควิภาส^{1*}
Pakphum Pakvipas^{1*}

¹ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

¹ Department of International Business Management, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna.

*Corresponding author E-mail: E-mail: artpakphum@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ตามสะดวก (Convenience Sampling Technique) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ T-Test และ F-Test (One-way Analysis of Variance ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี ในระดับการศึกษาปริญญาตรี และอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาเพื่อใช้เองซึ่งผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาคือพนักงานขายและตัดสินใจซื้อด้วยตนเองสาเหตุที่ซื้อเพราะเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาและต้องการให้แหล่งจำหน่ายหรือร้านค้ามีการ ลดแลก แจก หรือ แถม สินค้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับว่ามีการซื้อมากกว่าสามเดือนต่อครั้ง สินค้าที่ซื้อส่วนมากจะเป็นเสื้อผ้า มีการซื้อต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้งและซื้อครั้งละ 1-2 ชิ้น นอกจากนี้พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นต่อภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมาก 3 ปัจจัยได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะทางด้านผลิตภัณฑ์ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น รองลงมาคือด้านราคาซึ่งราคาจะต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถหาซื้อได้ง่าย ส่วนด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย นั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นในระดับปานกลางคือพนักงานขายแนะนำความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ

Abstract

This study aims to explore Tourists' behavior and marketing mix's factors that affect their purchasing decision making of hand woven products from Lanna Wisdom (Karen) Chiang Mai Province. Sample size of this study were 400 people who have been consumed premium pasteurized milk which determined by non-probability sampling by using Convenience Sampling Technique. Questionnaire was used as a research tool for collecting data. Several descriptive statistic were applied i.e, frequency, percentage, mean, standard deviation (SD) and Inferential Statistics were T-Test and F-Test (One-way Analysis of Variance ANOVA) The study found that majority of respondents were female who were age between 22 – 30 years old who had bachelor degree. They were private company officers and earned 5,001 – 15,000 baht per month. Additionally, most of respondents purchased hand woven products for personal used and decided by themselves because uniqueness of product which it indicate to local culture. Also, seller was an influencer for purchasing. They admitted that normally they bought cloths, spent less than 500 baht for each purchase and bought between 1 or 2 pieces at a time. They normally purchased hand woven products once in 3 months and expected to have sale promotion. . In addition, result indicated that the level of agreement toward marketing mix's factors were rated as much agree for 3 perspectives such as (1) product should maintain culture identity. (2) Price which should be appropriate and suit with quality of the product. (3) Channel of distribution, shops should be easy to be found and accessible. However, Promotion, was given a rate as neutral, but producers and sellers should emphasized on providing a good information related to product to customers.

Keywords: Consumer Behavior, Marketing Mix's Factors, Hand Woven Products from Lanna Wisdom (Karen)

บทนำ

ในปัจจุบันการสร้างการแข่งขันของชุมชนให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศโดยยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาสังคมซึ่งจะทำให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขเศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน รวมถึงการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับคนในชุมชนให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง และยังเป็นการสนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการซึ่งจะเป็นหนทางสู่การพึ่งพาตนเองได้ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555 – 2559) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560) กลยุทธ์นี้เป็นการพัฒนาเตรียมความพร้อมเชิงพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เน้นการพัฒนาสินค้าและ

บริการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการจัดการทรัพยากรท้องถิ่นของชุมชนตลอดจนการพัฒนาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นชุมชนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน จากบริบทข้างต้นทำให้เกิดวิสาหกิจชุมชน จึงก่อให้เกิดสินค้าหัตถกรรมมากมาย หัตถกรรมทอผ้าพื้นบ้านเป็นงานฝีมือที่เชื่อมโยงถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีการดำรง ชีวิตของคนพื้นบ้านในแต่ละยุคสมัย ตามกาลเวลาและการหล่อหลอมให้เหมาะสมกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม จนเป็นเอกลักษณ์ตามลักษณะของพื้นบ้านตน ภูมิปัญญา

เหล่านี้สร้างขึ้นด้วยฝีมือเชิงศิลปะเพื่อถ่ายทอดและสะท้อนคุณค่า ของชุมชนที่เป็นอยู่ลงในเรื่องราวทั้ง การ บ่งบอกลักษณะที่ตั้งของชุมชนรวมถึง วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ที่แสดงออกอย่างประณีต สวยงาม และทักษะในงานฝีมือนี้จะถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงทำให้งานศิลปหัตถกรรมการทอผ้าพื้นบ้านเป็นสิ่งบอกเล่าความเป็นมาของเชื้อ ชาติ ชุมชนนั้นได้เป็นอย่างดี (สยามรัฐรายวัน 2552)

สำหรับผ้าทอมือของชาวปะกาเกอญอ นั้น เป็นภูมิปัญญาการทอผ้า กี่เอว ด้วยเทคนิคที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะมีการสืบทอดมายาวนานกว่าร้อยปี ที่เกิดจากการสั่งสมภูมิปัญญาและความรู้และความเชี่ยวชาญในการทอผ้าโดยใช้ ผ้าที่ทำจากเส้นใยธรรมชาติ มีความประณีต และมีคุณค่า ต้องใช้ระยะเวลา ความละเอียดอ่อนในทุกขั้นตอนการผลิต ทำให้เกิดความงดงามอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแห่งเดียวในโลก ได้เป็นที่มาของแนวคิดการพัฒนาและยกระดับผ้าทอ กะเหรี่ยงขึ้นมาในรูปแบบของผลิตภัณฑ์พื้นบ้านต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวทางภาคเหนือมักจะซื้อผ้า ทอกะเหรี่ยงกลับมาเป็นของฝาก โดยกรมส่งเสริม อุตสาหกรรมสนับสนุนและส่งเสริมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้ผ้ากะเหรี่ยง เพื่อการรักษาไว้ซึ่งศิลปะการทอผ้า ด้วยกี่เอว พร้อมมุ่งหวังให้ราษฎรกะเหรี่ยงเกิดการ อนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และมี รายได้เพียงพอในการดำรงชีวิตในปัจจุบัน

เพื่อเป็นการตอบสนองต่อนโยบายการพัฒนา และเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและชาวปะ กาเกอญอ ที่ประกอบอาชีพทอผ้า จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัย สนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรม ความรู้เกี่ยวกับ สิ่ง ทอและปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสิ่ง ทอของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็น แนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมของ ชาวบ้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงกลยุทธ์ทาง การตลาดต่างไป ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่ม นักท่องเที่ยว และเป็นการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต

ชาวปะกาเกอญอให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นรวมไปถึงการ ช่วยสืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกาเกอญอ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมี ผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกา เกอญอ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา องค์ประกอบพฤติกรรมและทัศนคติต่อส่วนประสม ทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวใน การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่า ล้านนา เผ่าปกาเกอญอ จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐาน

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มี ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกา เกอญอ จังหวัดเชียงใหม่ ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญ ทางสถิติเท่ากับ 0.05

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (1987) ได้ให้ ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็น พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการ เสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะ สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็น การศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภค

สินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ชื่ออะไร ทำไม่จึงชื่อ ชื่อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน นอกจากนี้ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ยังได้กล่าวถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ว่าเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหา ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคนิยมใช้ 6W1H ซึ่งจะก่อให้เกิด ความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถหาสินค้าหรือบริการที่ดีและ สอดคล้องกับพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วย 1. ลักษณะผู้บริโภคทางด้าน ภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ 2. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 3. เพื่อตอบสนองความต้องการ ได้แก่ ทางด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา 4. บทบาทของกลุ่มอิทธิพล ได้แก่ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้ 5. โอกาสการซื้อ ได้แก่ ช่วงใดของเดือน/วันและ โอกาสพิเศษหรือเทศกาล 6. สถานที่จำหน่ายสินค้าและบริการ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายของ 7. ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

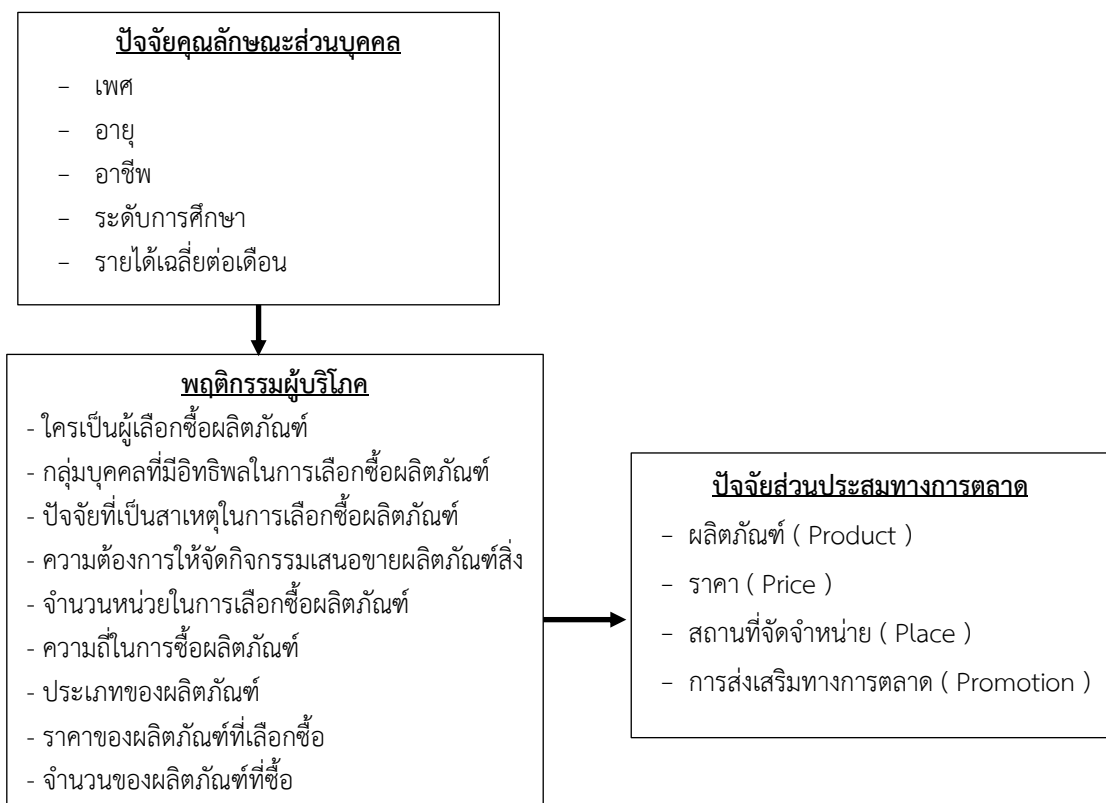
ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าคือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) (Kotler Philip, 2009) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้ หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึง

พอใจ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) (2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์(Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง (Kotler, P., & Keller, K. L, 2012) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง (3) การแข่งขัน (อดุลย์และดลยา, 2550) การจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค (Kotler, P., & Keller, K. L.2012) จึงกล่าวได้ว่า เป็นการกระจายตัวสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Etzel, walker and Stanton. 2007) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยที่เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ธุรกิจนั้นอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ

ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสาร การตลาดแบบประสมประสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นโดย บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริม การตลาดที่สำคัญ ดังนี้ (1) การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสาร เกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ บริการ ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ ผู้บริโภคได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ การบริการและ กิจกรรม ต่างๆของธุรกิจ (2) การขายโดยใช้พนักงาน ขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่าง บุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็น กลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขาย แบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์ (3)การ ส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นเครื่องมือ กระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณาอีก

รูปแบบหนึ่ง นอกจากนี้ยังถูกใช้ป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่ กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งจะออกมาเป็นในรูปแบบ ของการ ลด แลก แจก หรือ แถม (4)ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยธุรกิจเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อ ผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท (5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) เป็น การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการ ตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ ซื้อและ ทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัย ฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรง กับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ในกรณีการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มประชากรที่นักทอ้งเกี่ยวข้องในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน ดังนั้นคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความไม่น่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) แบบเทคนิคแบบบังเอิญ (Accidental Sampling Technique) จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักทอ้งที่เกี่ยวข้องที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่ ในพื้นที่ ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ แหล่งช้อปปิ้งต่างๆ เช่น ตลาดวโรรสหรือ กาดหลวง ถนนคนเดินท่าแพ ถนนคนเดินวัวลาย รวมถึง ห้างสรรพสินค้า

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนววัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อเก็บข้อมูลนักทอ้งที่เกี่ยวข้องในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักทอ้งเกี่ยวข้องในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามส่วนนี้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม โดยมาตราวัด 5 ระดับ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคือ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น

ด้วยน้อยที่สุดเป็นลำดับไปจนถึง ระดับ 5 หมายถึงระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด และใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย 5 ระดับโดยค่าเฉลี่ย 1.00- 1.80 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด และค่าเฉลี่ย 4.21- 5.00 หมายถึงมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดที่สุด โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้แล้วนำไปวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น ของเครื่องมือที่ระดับ 0.84

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่า t และค่า F โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อให้ได้ตามความมุ่งหมายตามกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด โดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมความมุ่งหมาย โดยได้นำประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ในระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 และมีอาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาทจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาเพื่อใช้เองจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 ซึ่งผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาคือพนักงานชายจำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 40.00 และตัดสินใจซื้อด้วยตนเองจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 โดยสาเหตุที่ซื้อเพราะเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และต้องการให้แหล่งจำหน่ายหรือร้านค้ามีการลดแลก แจก หรือ แถม สินค้าจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับว่ามี การซื้อมากกว่าสามเดือนต่อครั้งจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 โดยสินค้าที่ซื้อส่วนมากจะเป็นเสื้อผ้า จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.25 โดยมีการซื้อต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้งจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 และซื้อครั้งละ 1-2 ชิ้นจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.00

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นต่อภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}= 3.57, S.D. = 0.73$) ซึ่งแบ่งแต่ละด้านได้ดังนี้ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}= 3.98, S.D. = 0.82$) โดย

เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น($\bar{X}= 4.37, S.D. = 0.83$) และ ผลิตภัณฑ์สิ่งทอมีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X}=4.23, S.D. = 0.77$) (2) ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}= 3.56, S.D. = 0.94$) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับ ได้แก่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{X}= 3.71, S.D. = 0.56$) และ ราคามีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.60, S.D. = 1.01$) (3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}= 3.46, S.D. = 0.77$) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับ ได้แก่สามารถหาซื้อได้ง่าย($\bar{X}= 3.74, S.D. = 0.63$) และ มีที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม ปลอดภัย ($\bar{X}= 3.66, S.D. = 1.10$) (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยรวมของความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ที่ระดับปานกลาง($\bar{X}= 3.29, S.D. = 0.89$) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสองลำดับ ได้แก่พนักงานขายแนะนำความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้กับลูกค้า ($\bar{X}=3.66, S.D. = 0.86$) และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและมีอัธยาศัยดี ($\bar{X}= 3.64, S.D. = 0.67$)

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
ด้านผลิตภัณฑ์	0.92	0.23	0.12	0.04*	0.09
ด้านราคา	0.22	0.07	0.43	0.07	0.11
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.00*	0.00*	0.33	0.08	0.05
ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย	0.06	0.01*	0.02*	0.12	0.07

*หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (p < .05)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้านเพศ มีระดับความคิดเห็นคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ทางด้านการส่งเสริมการขาย

ที่ไม่แตกต่างกัน แต่มีระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะปัจจัยย่อยทางด้าน สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการจัดสถานที่ให้ลองสวมใส่หรือทดลองผลิตภัณฑ์สิ่ง

ทอในร้าน ที่ตั้งร้านสะดวกต่อการมาซื้อ มีที่จอดรถ เพียงพอเหมาะสมปลอดภัย และ ความชัดเจนของ ข้อมูลที่แสดงเส้นทางในระหว่างการเดินทาง เช่น ป้าย บอกรทาง แผนที่ ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้านอายุ มีระดับ ความคิดเห็นคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์และราคา ที่ไม่แตกต่างกัน แต่มี ระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในทุก ปัจจัยย่อยและด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะปัจจัยย่อยทางด้าน มีการให้ของแถม พนักงานขายแนะนำความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้กับ ลูกค้า และ รับผิดชอบต่อกรณีสินค้ามีปัญหา ที่แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางการศึกษา มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ไม่แตกต่างกันแต่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะปัจจัยย่อยทางด้าน มีการให้ของแถม มีการให้ลดราคาสินค้า และ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีอัธยาศัยที่ดี ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้านอาชีพ มีระดับ ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และทางด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ที่ไม่แตกต่างกัน แต่มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะปัจจัยย่อยทางด้าน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอมีให้เลือกหลากหลาย และ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้านรายได้ มีระดับ ความคิดเห็นคือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุก ด้านไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สรุปผลการและอภิปรายผลวิจัย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ ระหว่าง 26-35 ปี ในระดับการศึกษาปริญญาตรี และ อาชีพพนักงานบริษัท/เอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 5,001 – 15,000 บาทนั้นสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ไชยกร เลิศศรีณพงค์ (2552) ที่ ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ เกษมณี ยานะโส (2553) ที่ ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนาเพื่อใช้เองซึ่งผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจซื้อคือพนักงานขายโดยที่และตัดสินใจ ซื้อด้วยตนเองโดยสาเหตุที่ซื้อเพราะเป็นผลิตภัณฑ์สิ่ง ทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนา และยอมรับว่ามีการซื้อ มากกว่าสามเดือนต่อครั้ง โดยสินค้าที่ซื้อส่วนมากจะ เป็นเสื้อผ้า โดยมีการซื้อต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้งและ ซื้อครั้งละ 1-2 ชิ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวรรณ สุ่มมาตย์ (2551) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้า ทอพื้นเมืองของข้าราชการใน อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย และเกษมณี ยานะโส (2553) ที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยซื้อผลิตภัณฑ์และส่วนใหญ่ที่ซื้อ คือเสื้อผ้าเพื่อนำไปใช้เอง ซื้อเพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ เพื่อเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยโดยมีค่าใช้จ่าย ในแต่ละครั้งคือ 100-500 บาทและมีความไม่แน่นอน ในการซื้อหรือไม่เลือกซื้อตามแบรนด์ มีความถี่ในการ

ซื้อคือน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี อย่างไรก็ตามผลการผล การศึกษานั้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤดี ธี ระวนิช (2551) ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อ/ การใช้จ่ายผ้าฝ้ายทอมือเป็นเครื่องแต่งกายของสตรีทั่วไป พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าฝ้ายทอมือนั้น เป็นการซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยและส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสิ่งทอจากภูมิ ปัญญาชนเผ่าล้านนา เผ่าปกากะญอ จังหวัด เชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ระดับความ คิดเห็นต่อภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดอยู่ที่ระดับมากสามปัจจัยได้แก่ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย และในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการส่งเสริมการจัด จำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยกร เลิศ ศรีณพงษ์ (2552) และ ฤดี ธีระวนิช (2551) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และทางด้านราคา อยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับ งานวิจัยของ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร (2549) ที่กล่าว ว่ากลยุทธ์การตลาดผ้าฝ้ายทอมือนั้นปัจจัยการตลาด ด้านคุณภาพการบริการมีความ สัมพันธ์กับปริมาณ การผลิต ปริมาณการขาย รายได้จากการขายและ กำไรจากการขาย

ข้อเสนอแนะ

จากศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า กลุ่ม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิ ปัญญาชนเผ่าล้านนาเพื่อใช้เองซึ่งผู้มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อคือพนักงานขายและตัดสินใจซื้อด้วย ตนเองโดยสาเหตุที่ซื้อเพราะเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิ ปัญญาชนเผ่าล้านนา และยอมรับว่ามีการซื้อมากกว่า สามเดือนต่อครั้ง โดยสินค้าที่ซื้อส่วนมากจะเป็น เสื้อผ้า โดยมีการซื้อต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้งและซื้อ ครั้งละ 1-2 ชิ้นดังนั้น ผู้ขายควรตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้ มีความเหมาะสม โดยที่ผู้ขายควรมีความรู้และ ความสามารถในการอธิบายคุณสมบัติของตัว ผลิตภัณฑ์ของให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ในส่วน

ของประสมทางการตลาดนั้นสามารถเสนอแนะได้ดังนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรผลิตสินค้าให้มีความ หลากหลายมากขึ้นโดยที่ต้งเน้นการออกแบบของ ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น และเหมาะสมแก่ โอกาสแก่กลุ่มลูกค้าที่จะใช้ ซึ่งในการนี้ผู้ผลิตควรมี การนำการจัดการองค์ความรู้มาใช้ในการจัดเก็บ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะมีหลากหลายมากขึ้นตาม ความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายทาง อาชีพ และเน้นในด้านการใช้วัตถุดิบที่มาจาก ธรรมชาติและมีคุณภาพ (2) ด้านราคา พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นในระดับมาก ดังนั้น ควรเน้นให้ความสำคัญด้านราคาที่เหมาะสมกับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์ราคาตามระดับ ราคาและคุณภาพ (Price-quality Pricing Strategy) เช่น กลยุทธ์คุณภาพเกินราคา (Good-Value Strategy) เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวและทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อซ้ำใน อนาคต (3) ด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายควรเน้นให้ ความสำคัญในการมีช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าที่ ง่ายต่อนักท่องเที่ยวในการเข้าถึง เช่น แหล่งช้อปปิ้ง ต่างๆ หรืองานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งานส่งเสริม สินค้า OTOP งานแสดงสินค้าหัตถกรรมในจังหวัด เชียงใหม่ เป็นต้น นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นในด้านความ สะดวกในการเดินทางมาซื้อ ความสะอาดของร้านและ การจัดตกแต่งร้าน เพื่อเป็นการตอบสนองความ ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน ทางด้านอายุในการเข้าถึงแหล่งสินค้า เป็นการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้า (4) ด้านการส่งเสริมการ ขายผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรมุ่งกลยุทธ์เกี่ยวกับการ บริการลูกค้าทั้งทางด้านการให้ข้อมูลเนื่องจาก ผลิตภัณฑ์สิ่งทอภูมิปัญญาชนเผ่าล้านนานั้นเป็น ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นดังนั้นจึงมีความ จำเป็นที่ผู้ขายจะต้องทราบถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์รวม ไปถึงการให้ความสำคัญกับให้บริการและมีอัธยาศัยที่ ดีเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในทุกกลุ่ม อีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และ ดร. รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร ที่ให้คำปรึกษาแนะนำที่ช่วยสนับสนุนบทความนี้ผ่านการแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์ และคณะกรรมการธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ ที่มีส่วนช่วยให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2549). **กลยุทธ์การตลาดผ้าฝ้ายทอมือ**. ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ.
- กรวรรณ สุ่มมาตย์. (2551). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองของข้าราชการในอำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- เกษมณี ยานะโส. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไชยกร เลิศศรีณยพงศ์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559, จาก http://www.odd.go.th/files/FilesFolders/Documents/bbd8512c-6c40-4776-bc4c-734fa4f733d7__O.pdf.

- ฤดี ธีระวนิช. (2551). **พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ การใช้ผ้าฝ้ายทอมือเป็นเครื่องแต่งกาย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.
- สยามรัฐรายวัน 2552. **วิสาหกิจชุมชน สร้างฐานการพัฒนา**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559, จาก <http://www.siamrath.co.th/web/>.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์ อิน บิสซิเนส เวิร์ด.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค Consumer Behavior**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. (2007). **Marketing**. 14th ed. Boston: McGraw – Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). **Marketing management**. 14th ed. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazer. (2000). **Consumer Behavior**. 7th ed. New Jersey: Prantice Pearson Hall.

การสื่อสารทางการตลาดและความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์ต่อ
การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Marketing Communications and Technology Satisfaction related to
Buying Decision byLINE Application of Smart Phone's Users

ชุติกานุญณ์ เล้าสกุล^{1*}, ปราชญ์ พวงเงิน² และ วสุธิดา นุริตมนต์³
Chutikan Laosakul^{1*}, Prach Phaungngern² and Wasutida Nurittamont³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2,3} Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi

*Corresponding author E-mail: Dororodoku@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ ผลการศึกษาที่ได้ ผู้ประกอบการที่เสนอขายสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์

คำสำคัญ : การสื่อสารทางการตลาด ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี การตัดสินใจซื้อ โปรแกรมไลน์

Abstract

The purpose of this study aimed to describe the factors related to buying decision through application LINE of smart phone users in PhraNakhon Sri Ayutthaya province. The questionnaire as a tool to collect information from 400 participants who are consumers using application LINE and analyzed data by statistics. The result shows that marketing communication and technology satisfaction are related to buying decision through application LINE of smart phone users. The outcome of the study should be a guideline for online retailers by Application LINE development operation and establish competitive advantage in the online retailing business market.

Key words: Marketing communications, Satisfaction Technology, Buying Decision, Application LINE

บทนำ

ในสังคมยุคโลกาภิวัตน์เทคโนโลยีการสื่อสารช่วยทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมสะดวกสบายมากขึ้นช่องว่างในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีขนาดเล็กลง ทำให้ผู้คนที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ง่าย ด้วยการพัฒนารูปแบบของเทคโนโลยีที่พกพาผู้ใช้อยู่ตลอดเวลาอย่างสมาร์ตโฟน (Smartphone) ทำให้ผู้ใช้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารมากกว่าการสนทนาผ่านทางโทรศัพท์ โดยการสนทนาบนโปรแกรม ที่ถูกพัฒนาขึ้น รูปแบบของโปรแกรมสำหรับการการสนทนาผ่านข้อความนั้น มีหลายแบบ เช่น Chat on, Message, Facebook Messenger, WhatsApp, BlackBerry Messenger รวมทั้งโปรแกรมหนึ่งที่มีจำนวนผู้ใช้ทั่วโลกเกินกว่า 400 ล้านคน คือ “โปรแกรมไลน์” ด้วยความแรงของกระแสสมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้นได้ถูกออกแบบให้เข้ากับเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันทั้งรูปลักษณะภายนอกจอยหน้าจอสัมผัสและฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายรวมทั้งยังสามารถรองรับโปรแกรมต่างๆ ได้อย่างมากมายจึงทำให้เกิดการสร้างโปรแกรมต่างๆ ไม่หยุดหย่อนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนทั้งในด้านของการติดต่อสื่อสารด้านธุรกิจด้านการศึกษาและด้านความบันเทิง จึงทำให้ผู้คนได้รับความสะดวกสบายเพราะสามารถใช้ประโยชน์จากสมาร์ตโฟนได้ทุกที่ทุกเวลาไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลกก็ตามซึ่งสอดคล้องกับชีวิตของคนในยุคปัจจุบันโดยเฉพาะในสังคมเมืองที่มีแต่ความรีบร้อนของผู้คน (ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์, 2554)

ในทางการตลาดโปรแกรมไลน์ นับเป็นช่องทางที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับนักการตลาดในยุคที่โทรศัพท์มือถือถือกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้บริโภค เนื่องจากการทำตลาดบนโปรแกรมไลน์มีลักษณะแปลกใหม่และพิเศษ นั่นคือ รูปแบบของกิจกรรมการขายที่แตกต่าง โดยเฉพาะกิจกรรมออกอากาศ (On Air) และ การทำกิจกรรม

นอกจากนี้นักการตลาดยังสามารถส่งสารไปยังผู้บริโภคได้หลายรูปแบบ ได้แก่ สติกเกอร์ คลิปเสียง คลิปวิดีโอ รูปภาพ โพสต์เตอร์ ข้อความ การส่งลิงค์ (Link) เป็นต้น ทำให้ข่าวสารมีความน่าสนใจมากขึ้นรวมทั้งเนื้อหาที่มีลักษณะกระชับ และเข้าใจง่ายส่งผลให้การใช้โปรแกรมไลน์เป็นเครื่องมือทางการตลาดทั้งในธุรกิจเล็กและธุรกิจใหญ่โดยใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เนื่องจากสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง นอกจากนี้ยังสามารถสร้างตราสินค้าบนโปรแกรมไลน์โดยการสร้าง บัญชีทางการของผู้ประกาศ (Official Account) (ธัญญาธิราช อภิกุลวาราศิษฐ์, 2556)

ในปัจจุบันโปรแกรมไลน์เป็นโปรแกรมสำหรับการสนทนาผ่านเครือข่ายไร้สาย บนทุกระบบของสมาร์ตโฟนที่เป็นช่องทางหนึ่งของการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่ง่ายต่อผู้ใช้งาน ผู้บริโภคมีการเลือกซื้อสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้นผ่านช่องทางโปรแกรมไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ผู้บริโภคและผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เริ่มหันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อขายสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว สร้างความพึงพอใจ และความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์และในปี 2558 มีจำนวนบัญชีผู้ใช้ไลน์ 560 ล้านบัญชีทั่วโลกจำนวนผู้ใช้ไลน์ในไทย 33 ล้านบัญชี เป็นอันดับ 2 รองจากญี่ปุ่น ที่เป็นต้นกำเนิดของโปรแกรมไลน์ (สืบค้นจาก <http://www.dailynews.co.th/it/273115>)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการสื่อสารทางการตลาดและความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดธุรกิจบนโปรแกรมไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การทบทวนวรรณกรรม

สำหรับงานการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาด ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ ของผู้ใช้โปรแกรมไลน์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า หาข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น ตำรา รายงานการวิจัย เอกสาร โดยจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยต่างๆ นั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537) ให้ความหมายไว้ว่าการสื่อสารทางการตลาด หมายถึงกิจกรรมในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจ โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของแผนการตลาดของธุรกิจ ในการสื่อสารทางการตลาดนั้น อาจจะใช้สื่อผ่านภาพ (Imagery) ถ้อยคำ (Word) หรือ สัญลักษณ์ (Symbol) ก็ได้ แต่ทั้งนี้การสื่อสารการตลาดนั้น นักการตลาดจะต้องสื่อสารได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยอาจใช้วิธีการโน้มน้าวจิตใจ กระตุ้นความต้องการเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ซึ่งจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด นอกจากนี้ เสรีวงษ์มณฑา (2540) ได้ให้คำนิยามการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการไว้ว่าเป็นกระบวนการของการพิจารณาแผนงานของการติดต่อสื่อสารทางการตลาดที่ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งหวังให้เกิดผลสำคัญคือช่วยกระตุ้นการขาย (Sale) และสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การสื่อสารทางการตลาดคือองค์ประกอบที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ โดยกิจกรรมการสื่อสารการตลาดประกอบด้วย การโฆษณาการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้การสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึงความรู้สึกของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้เกิดความชอบ ความสบายใจ และเป็นความรู้สึกที่บรรลุถึงความต้องการประภายดาว (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่วิชัย (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้น

ได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกันซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าความพึงพอใจ คือองค์ประกอบที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ แนวคิดความพึงพอใจประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือ และความสะดวก/รวดเร็ว โดยในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดให้ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

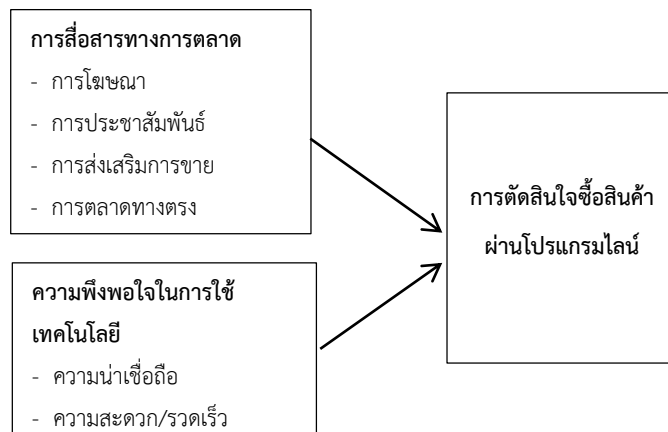
การตัดสินใจซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของ สถานการณ์ ซึ่งถ้านักการตลาดสามารถทำความเข้าใจและเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภค การกระจายสินค้าและสร้างความยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545)

Schiffman and Kanuk (1994) ได้ ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสอง

ทางเลือกขึ้นไปพฤติกรรมผู้บริโภคจะ พิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การค้นหาหรือการวิเคราะห์สาเหตุที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อทราบถึงลักษณะการสื่อสารทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดวิธีการสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสม และสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างดี อีกทั้งยังสามารถจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าและบริการ จนอาจเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยการซื้อซ้ำและบอกต่อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อทดสอบการสื่อสารทางการตลาดและความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสามารถนำเสนอกรอบแนวคิดในการศึกษา ได้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดและความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในการซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์และอาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ทั้งหมด ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาโดยได้เลือกใช้แบบสอบถาม ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีบังเอิญ ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน ถึงเดือนพฤศจิกายน 2558 ซึ่งก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้นั้น ได้ดำเนินการทดลองใช้แบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบ์ชอัลฟา (Cronbach's alpha) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งพบว่าค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.72-0.86ซึ่งมากกว่าเกณฑ์พิจารณา 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษา

สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งใช้ในการบรรยายประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ผลการวิจัย

สำหรับผลการศึกษากการสื่อสารทางการตลาดและความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง(ทั้งหมดเคยซื้อผ่านไลน์หรือไม่) ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.30มีอายุอยู่ในช่วง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.30 เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.00มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.30 ใช้ระบบปฏิบัติการ IOS ในการเข้าถึงโปรแกรมไลน์คิดเป็นร้อยละ 48.00ช่วงเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้โปรแกรมไลน์คือ 18.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.30เวลาโดยเฉลี่ยต่อวันที่ใช้โปรแกรมไลน์คือ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 1 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การสื่อสารทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านโฆษณา	4.12	1.10	มาก
2. ด้านประชาสัมพันธ์	3.98	1.29	มาก
3. ด้านส่งเสริมการขาย	4.04	1.30	มาก
4. ด้านการตลาดทางตรง	4.00	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาพบว่าทุกตัวแปรมีการรับรู้ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้

ดังนี้ ด้านโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านการตลาดทางตรง มีค่าเฉลี่ย 4.00 และด้านประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลรวมระดับความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความน่าเชื่อถือ	4.16	1.56	มาก
2. ความสะดวก/รวดเร็ว	4.08	1.35	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงระดับความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาพบว่าทุกตัวแปรมีการรับรู้ในระดับมาก โดยสามารถ

เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.16 และความสะดวก/รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การตัดสินใจซื้อ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
คิดว่าจะซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ทุกครั้งที่มีโอกาส	4.21	.69	มากที่สุด
การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์สร้างความสะดวกสบายมากกว่าเดินทางไปซื้อณจุดขาย	4.09	.70	มาก
การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	4.04	.81	มาก
การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์สามารถตอบสนองความต้องการได้	4.09	.76	มาก
การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์สามารถเลือกสินค้าเช่นสิรูปแบบขนาดและราคาได้ตรงตามความต้องการ	4.02	.81	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาพบว่าตัวแปรส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับ

มาก โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คิดว่าจะซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ทุกครั้งที่มีโอกาส มีค่าเฉลี่ย 4.21 การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์สร้างความสะดวกสบายมากกว่าเดินทางไปซื้อณ

จุดขายและการซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์สามารถตอบสนองความต้องการได้ มีค่าเฉลี่ย 4.09 การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 4.04 การซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์และ

สามารถเลือกสินค้าเช่นสิรูปแบบขนาดและราคาได้ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.02ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการตลาด ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี และการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์

ตัวแปร	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์	การส่งเสริมการขาย	การตลาดทางตรง	ความน่าเชื่อถือ	ความสะดวก/รวดเร็ว	การตัดสินใจซื้อ
การโฆษณา	1	.41**	.49**	.46**	.36**	.29**	.76**
การประชาสัมพันธ์		1	.59**	.41**	.37**	.31**	.64**
การส่งเสริมการขาย			1	.52**	.27**	.37**	.74**
การตลาดทางตรง				1	.34**	.26**	.71**
ความน่าเชื่อถือ					1	.42**	.78**
ความสะดวก/รวดเร็ว						1	.79**
การตัดสินใจซื้อ							1

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = .76$, $r = .64$, $r = .74$ และ $r = .71$ ตามลำดับ) และปัจจัยความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ และความสะดวก/รวดเร็ว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = .78$, $r = .89$ ตามลำดับ)

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยได้กำหนดปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการศึกษา

ครั้งนี้คือ การสื่อสารทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้ผลการศึกษารูปได้ว่าการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสอดคล้องกับการศึกษาของวรวิรัตน์สิทธิ, เขาวีโรจนแสงและประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช(2555) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการสื่อสารทางการตลาดด้านการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อทั้งนี้ หากผู้ประกอบการต่างๆ ที่เสนอขายสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารทางการตลาด ด้าน

การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย
ย่อมสนับสนุนให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ นำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน
ทางการตลาดในธุรกิจที่ขายสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์

ปัจจัยความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี
ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ และความสะดวก/
รวดเร็ว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน
โปรแกรมไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
สอดคล้องกับการศึกษาของธัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์
และอิทธิกร ขำเดช (2554) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของ
ผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งพบว่าผู้บริโภคมี
ความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากการซื้อ
สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดความสะดวกสบาย
และรวดเร็วมากกว่าการซื้อสินค้าจากร้านค้าทั่วไป
ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการต่างๆ ที่เสนอขายสินค้าผ่าน
โปรแกรมไลน์ให้ความสำคัญต่อความสะดวก/รวดเร็ว
ในการซื้อสินค้าให้แก่ผู้บริโภคได้ ย่อมสนับสนุนให้
ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำมาซึ่ง
ความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดในธุรกิจที่
ขายสินค้าผ่านโปรแกรมไลน์ สามารถนำผลจากการ
วิจัยไปใช้วางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ ในการขาย
สินค้าผ่านโปรแกรมไลน์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้านี้ได้รับการสนับสนุนจากคณะ
บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในการดำเนินการ
วิจัย โดยให้การสนับสนุนด้านต่างๆ จนทำให้
การศึกษาค้นคว้านี้สำเร็จได้ด้วยดี รวมถึงได้รับความ
อนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง
ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วินิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ:
สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่
7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจและมัทนียาสมมิ. (2545).
พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์. (2554). ความพึงพอใจของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
ประโยชน์ของสมาร์ตโฟน (การศึกษาเฉพาะ
บุคคลปริญญาโทบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรี
นครินทร์วิโรฒ, สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2558,
จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/
123456789/356/1/tamonwan_kanya.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/356/1/tamonwan_kanya.pdf).
- ธัญญพัทธ์ อภิกุลวราดิษฐ์. (2556). สารพัดวิธี
Online Marketing. กรุงเทพฯ: วิตตี้กรุ๊ป.
ธัญญพัทธ์ เกตุประดิษฐ์ และอิทธิกร ขำเดช. (2554).
วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการ
บริหารธุรกิจ กรณีศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตของ
ผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้น 1
พฤศจิกายน 2558, จาก [http://www.thaie
journal.com/?cat=10](http://www.thaiejournal.com/?cat=10).
- ประกายดาว ดำรงพันธ์. (2536). ความพึงพอใจของ
ลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ:
กรณีศึกษาศูนย์ธุรกิจสะพานขาว
ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. (เศรษฐศาสตร์
ธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วีรรัตน์ สิทธิ, เขาวโรจนแสงและประภาศรีพงษ์ธนา
พานิช. (2555). กรณีศึกษาการสื่อสารทาง
การตลาดที่มีต่อพฤติกรรมตัดสินใจเลือก
ซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร:
วิทยานิพนธ์/ปริญญาโท.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). ความพึงพอใจและ

การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของ
ประชากรในหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อน
รัชชประภา (เขื่อนวชิราลงค์) จังหวัด
สุราษฎร์ธานี.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). การบริหารการโฆษณา

และการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการค้า

การตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิสิทธิ์
พัฒนาจำกัด.

หนังสือพิมพ์เดลินิวส์, “ไลน์” เผยผู้ใช้งานทั่วโลก

ทะลุ 560 ล้านคนพร้อมเปิดบริการใหม่

(ออนไลน์):

<http://www.dailynews.co.th/it/273115>

(1 พฤศจิกายน 2558)

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk.

(1994). **Consumer Behavior**. 5th ed.

Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall.

ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการบริการกับการ
เลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ ผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา

Relationship between Centric and Service Quality to Online Booking
Service Movie Ticket of Teenage in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.

กาญจนาวดี สำลีเทศ^{1*}, สุรพล สังข์โสพล² และ วสุธิดา นุริตมนต์³

Kanchanawedee Samleetes^{1*}, Suraphon Sungkasophon² and Wasutida Nurittamont³

^{1,2,3} คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2,3} Faculty of Business Administration and Information Technology , Rajamangala University of
Technology Suvarnabhumi

*Corresponding author E-mail: samleetes@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการบริการกับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ ผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์จำนวน 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น(Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบริการจองตั๋วหนังผ่านระบบออนไลน์และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง คุณภาพการให้บริการ การเลือกใช้บริการ

Abstract

The purpose of this study aimed to describe the relationship between customer centric, service quality and online booking service a movie ticket. The questionnaire as a tool to collected information, non-probability sampling and purposive sampling. The 400 Teenages in Phra Nakhon Sri Ayutthaya province are sample and analyzed by Pearson Correlation Coefficient. The result found that customer centric and service quality have related on online booking service a movie ticket. The outcome of study should be guideline to online booking a movie ticket development and establish competitive advantage in business.

Key word: Customer Centric, Service Quality, Online Service

บทนำ

ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในปัจจุบันมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาโรงภาพยนตร์ให้เป็นระบบมัลติเพล็กซ์ รวมถึงมีบริเวณพื้นที่ให้บริการร้านค้าต่างๆ นอกเหนือจากโรงภาพยนตร์ที่ให้บริการเพื่อความบันเทิง และผ่อนคลายความเครียดจากปัญหาในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์ยังเป็นธุรกิจที่สามารถขยายตัวได้ แม้จะต้องเผชิญกับปัจจัยลบต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมืองอย่างในปัจจุบัน โดยผู้ประกอบการในตลาดต่างมีการขยายสาขากันอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจโรงภาพยนตร์ทวีความรุนแรงมากขึ้นตามไปด้วย จนผู้ประกอบการแต่ละรายโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดต่างเร่งปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการที่ทันสมัย เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ ยังได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ มาใช้เพื่อขยายหรือรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนเองไว้ และเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้เหนือคู่แข่ง อาทิเช่น การอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการซื้อและจองตั๋วชมภาพยนตร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (วิทยา ตันติธรรมผาติ, 2551) สังคมในยุคปัจจุบันกำลังพัฒนาเข้าสู่มิติใหม่ อินเทอร์เน็ตนับเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีนำสมัยที่มีผลต่อการดำรงชีวิตของสังคมมนุษย์ การเติบโตของปริมาณผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นทำให้ธุรกิจการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ขยายตัว เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้า (วันรักษ์ มีงมณีนาคิน, 2550)

อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นศูนย์กลางแห่งทรัพยากรที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ทันที ซึ่งหากสามารถนำประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต

มาทำการแก้ไขปรับปรุง จะทำให้ได้รับประโยชน์ในการดำเนินงานจองตั๋วภาพยนตร์ได้อย่างมากมาย เกิดความสะดวกรวดเร็วในการจองตั๋วภาพยนตร์แก่ผู้บริโภค ลดต้นทุนในการดำเนินการให้กับผู้ใช้บริการ โรงภาพยนตร์ได้เป็นอย่างมาก ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตรองรับการประยุกต์ใช้งานหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การรับส่งข่าวสารระหว่างกัน การพูดคุยกัน การเรียกข้อมูล และข่าวสารที่เก็บจากเว็บไซต์ต่าง ๆ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสื่อคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ความทันสมัยของบุคคล คุณลักษณะของอินเทอร์เน็ต คือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้รายได้ต่อเดือน และความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้ในอนาคต กล่าวคือ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง และมีค่าใช้จ่ายต่ำ (ณัฐมณฑน์ เวชชะพิสิฐ, 2551)

ทั้งนี้ธุรกิจต่างมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง คือการยึดเอาลูกค้าเป็นศูนย์กลางและแนวทางในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเหล่านั้น โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้าง “ความพึงพอใจ” ให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจที่ว่านี้ มีองค์ประกอบอยู่หลายอย่าง เช่น ลูกค้าต้องการสินค้าคุณภาพที่มีคุณภาพดี ราคาขอมเยว่ สงมอบตรงเวลา เป็นต้น องค์กรจึงต้องเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าให้ชัดเจนมากที่สุด จึงจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ (Customer Focus การมุ่งเน้นที่ลูกค้า เป็นความอยู่รอดอย่างยั่งยืนของทุกๆ องค์กรความรู้การตลาด. ออนไลน์)

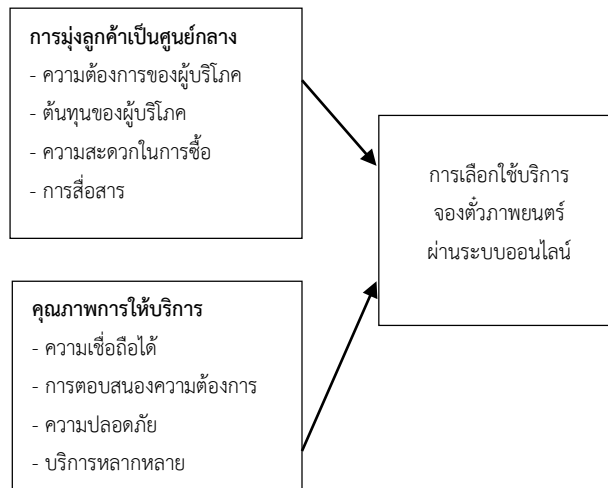
และที่สำคัญการบริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ (Service Quality) มิใช่เป็นการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้ลูกค้า แต่เป็นการส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายที่ได้รับบริการไปแล้วเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การ

บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ เราต้องหาสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย กับการลงทุนให้เจอ ซึ่งการบริการอย่างมีคุณภาพ จะต้องพิจารณาหลาย ๆ มุมประกอบกันให้ได้สมดุล ดังนี้ การบริการอย่างมีคุณภาพ คือ การส่งมอบบริการตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย และธุรกิจอยู่รอด (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. ออนไลน์)

จากความสำคัญที่กล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลางและคุณภาพการบริการ กับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อจะได้นำผลงานการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาการใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อทดสอบความสัมพันธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการให้บริการกับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งสามารถนำเสนอกรอบแนวคิดในการศึกษา ได้ดังนี้



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการมุ่งลูกค้า คุณภาพการให้บริการ และการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการมุ่งลูกค้ามีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทบทวนวรรณกรรม

สำหรับงานการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการบริการกับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ ผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า หาข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น รายงานการวิจัย เอกสาร โดยจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ นั้นสามารถสรุปได้ ดังนี้

การมุ่งลูกค้า (Customer Centric)

เอกชัย คุ่มทอง (2551) กล่าวว่า การมุ่งลูกค้า คือ การยอมรับว่าลูกค้าคือผู้ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ

เป็นอันดับแรก และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ นั้นลูกค้าจะเป็นศูนย์กลางธุรกิจ การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าดังกล่าวผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการต้องตระหนักอยู่เสมอว่าผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการคือพระราชา โดยมีเป้าหมายหลักของธุรกิจคือการเพิ่มผลกำไรให้แก่ธุรกิจในระยะยาว พยายามผลิตสินค้าหรือจัดให้มีการบริการให้ได้ในปริมาณที่มากที่สุด

การทำธุรกิจที่เน้นที่ตัวลูกค้าเป็นศูนย์กลาง Customer Centric คือ การรู้จัก และ เข้าใจ ความรู้สึกของลูกค้ามากกว่าการเน้นที่จะเสนอขาย แต่สินค้าและบริการ สมัยนี้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการทำธุรกิจ โดยโฟกัสที่ความต้องการของลูกค้า เพราะลูกค้ามีโอกาสในการการเลือกสินค้าและบริการมากขึ้น หากเราทำธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้า โอกาสที่เราจะชนะใจและได้เข้ามาเป็นลูกค้าก็คงจะยาก ดังนั้น Customer Centric จึงเป็นการทำธุรกิจที่ทุกคนในองค์กรต้องทำความเข้าใจ เห็นความสำคัญ และการมีส่วนร่วม โดยจุดประสงค์คือ มุ่งที่จะชนะใจลูกค้า และมีเป้าหมายในการทำเพื่อการรักษาลูกค้าให้อยู่กับเรานานๆ Customer Lifetime Value ให้เกิด Loyalty และ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตแบบยั่งยืน (ชนะใจลูกค้าด้วย customer centric.ออนไลน์)

คุณภาพการบริการ (Service Quality)

วรัชยา ศิริวัฒน์ (2547) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง ความรู้ความเชี่ยวชาญของการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำของการให้บริการ ได้รับความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากผู้ให้บริการ ให้บริการตรงต่อเวลา ให้บริการที่รวดเร็ว ระบบการให้บริการครบถ้วนสมบูรณ์และทันสมัยในการบริการ

นายิกา เด็ดขุนทด (2549) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่า หมายถึงความสัมพันธ์

ระหว่างความคาดหวังต่อบริการของลูกค้ากับการรับรู้บริการที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นการได้รับบริการตามที่คาดหวังหรือสูงกว่าหรือต่ำกว่าที่คาดหวังก็ได้

พิมล เมฆสวัสดิ์ (2550) ให้ความหมายของคุณภาพบริการ หมายถึง การส่งมอบบริการที่ดีเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ ลักษณะทางจิตวิทยาโดยใช้แรงงานมนุษย์เพื่อสนองตอบความต้องการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ มีความประทับใจด้านบวก และอยากกลับมาใช้บริการอีก รวมทั้งอยากบอกต่อไปถึงผู้อื่นในทางที่ดี ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริการที่ดีด้วย

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2551) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ว่าหมายถึงความสอดคล้องกับความต้องการผู้รับบริการ ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของผู้รับบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการแล้ว

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2552) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการ คือ การดำเนินการให้บริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า (หรือเกิดความคาดหวังของลูกค้าในการดำเนินการของคุณภาพการบริการนั้นต้องดำเนินการในพื้นที่ที่สำคัญที่สุดขององค์กรซึ่งก็คือพื้นที่ที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการขององค์กร เป็นผู้บอกว่าดีหรือไม่ดี ควรใช้บริการต่อหรือไม่

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2554) กล่าวถึงการบริการที่มีคุณภาพว่าการบริการที่มีคุณภาพมักมีองค์ประกอบหลักอันได้แก่ ผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ คือ ความเชื่อถือได้(Reliability) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า(Responsiveness) ความปลอดภัย(security) และ บริการที่หลากหลาย(Various services)โดยทั้ง 4 องค์ประกอบมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

การเลือกใช้บริการ

ไพโรพนา ศรีเสน (2544) กล่าวว่า การเลือกใช้บริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ขณะที่ พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) ได้กล่าวว่า หลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ ได้ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน ทั้งยังให้ความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคลหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ดังนั้น ผู้ให้บริการโรงภาพยนตร์จึงต้องแสวงหาปัจจัย

ต่างๆมาใช้ในการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันแก่ธุรกิจ โรงภาพยนตร์ สำหรับการศึกษานี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการเลือกใช้บริการ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุงลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการบริการกับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ ผ่านระบบออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในครั้งนี้เป็นการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วงอายุระหว่าง 15-25ปี มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 116,512 คน(จากระบบสถิติทางการทะเบียนออนไลน์) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางของ Yamane (ประกายรัตน์ สุวรรณและอมรวิทย์ วิเศษสงวน, 2555 :431) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยได้แบบสอบถามแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน ถึง เดือนพฤศจิกายน 2558 ซึ่งก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้นั้นได้ดำเนินการทดลองใช้แบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบด้วยวิธีทางสถิติ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบ

รชอัลฟา (Cronbach's alpha) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งพบว่าค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.72-0.93ซึ่งมากกว่าเกณฑ์พิจารณา 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษา

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามนั้น เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินการตอบข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลทั้งหมดจะถูกผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลไว้สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งใช้ในการบรรยายประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ ค่า สัม ป ระ ส ธิ ท ธิ

สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

สำหรับผลการศึกษากการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการให้บริการกับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.84 มีอายุอยู่ในช่วง 21-25ปี คิดเป็นร้อยละ 49.80 มีการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.02 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 74.01 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 12,501-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.82

ตารางที่ 1 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลางของผู้ใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง	\bar{x}	S.D.	
1. ความต้องการของผู้บริโภค	4.30	0.48	มากที่สุด
2. ต้นทุนของผู้บริโภค	4.38	0.51	มากที่สุด
3. ความสะดวกในการซื้อ	4.33	0.48	มากที่สุด
4. การสื่อสาร	4.41	0.46	มากที่สุด
รวม	4.36	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนของผู้บริโภค ความสะดวกในการซื้อ และการสื่อสารของผู้ใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อพิจารณาพบว่าทุกตัวแปรมีความคิดเป็นอยู่ในระดับมากที่สุดโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

การสื่อสารมีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือต้นทุนของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนความสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.33 และความต้องการของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 4.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัย และบริการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

คุณภาพการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	
1. ความเชื่อถือได้	4.34	0.46	มากที่สุด
2. การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค	4.40	0.48	มากที่สุด
3. ความปลอดภัย	4.25	0.52	มากที่สุด
4. บริการที่หลากหลาย	4.41	0.48	มากที่สุด
รวม	4.35	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อถือได้ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัย และบริการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อพิจารณาพบว่าทุกตัวแปรมีความคิดเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถ

เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บริการที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ย 4.40 ส่วนความเชื่อถือได้มีค่าเฉลี่ย 4.34 และความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมีราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์ มีความรวดเร็วกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์มีความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ และมีสิทธิพิเศษให้แก่ผู้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

การเลือกใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	
1. มีราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์	4.35	0.59	มากที่สุด
2. มีความรวดเร็วกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์	4.34	0.55	มากที่สุด
3. มีความน่าเชื่อถือ	4.34	0.67	มากที่สุด
4. มีคุณภาพ	4.34	0.66	มากที่สุด
5. มีสิทธิพิเศษให้แก่ผู้บริการ	4.44	0.66	มากที่สุด
รวม	4.36	0.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมีราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์ มีความรวดเร็วกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์ มีความน่าเชื่อถือ มีคุณภาพ และมีสิทธิพิเศษให้แก่ผู้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ เมื่อพิจารณาพบว่าทุกตัวแปรมีความคิดเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถ

เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีสิทธิพิเศษให้แก่ผู้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ มีราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ มีความรวดเร็วกว่าการซื้อหน้าโรงภาพยนตร์ มีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนมีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ย 4.34 และมีคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 4.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และคุณภาพการให้บริการกับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

ตัวแปร	ความต้องการของผู้บริโภค	ต้นทุนของผู้บริโภค	ความสะดวกในการซื้อ	การสื่อสาร	ความเชื่อถือได้	การตอบสนองความต้องการ	ความปลอดภัย	บริการที่หลากหลาย	การเลือกใช้บริการ
ความต้องการของผู้บริโภค	1	0.369**	0.514**	0.373**	0.370**	0.317**	0.426**	0.242**	0.475**
ต้นทุนของผู้บริโภค		1	0.397**	0.286**	0.319**	0.367**	0.212**	0.375**	0.342**
ความสะดวกในการซื้อ			1	0.428**	0.407**	0.350**	0.409**	0.298**	0.382**
การสื่อสาร				1	0.339**	0.312**	0.309**	0.394**	0.388**
ความเชื่อถือได้					1	0.371**	0.418**	0.304**	0.443**
การตอบสนองความต้องการ						1	0.339**	0.327**	0.343**
ความปลอดภัย							1	0.158**	0.454**
บริการที่หลากหลาย								1	0.338**
การเลือกใช้บริการ									1

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง คุณภาพการให้บริการและการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์โดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า การมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ประกอบไปด้วย ความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนของผู้บริโภค ความสะดวกในการซื้อ และการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ($r = 0.475$, $r = 0.342$, $r = 0.382$, $r = 0.388$ ตามลำดับ) ส่วนคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัย และบริการที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ($r = 0.443$, $r = 0.343$, $r = 0.454$, $r = 0.338$ ตามลำดับ)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ประกอบด้วย ความต้องการของผู้บริโภค ต้นทุนของผู้บริโภค ความสะดวกในการซื้อ และ

การสื่อสาร มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01สอดคล้องกับแนวคิดวิจัยของ ศรีนวล พลับเจริญสุข(2553)ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านวัสดุก่อสร้าง ซึ่งพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างที่มีองค์ประกอบผ่านเกณฑ์การพิจารณา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองจังหวัดนครสวรรค์สูงสุด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านความสะดวกในการซื้อ รองลงมา กลยุทธ์ด้านความต้องการของผู้บริโภค กลยุทธ์ด้านต้นทุนของผู้บริโภค และกลยุทธ์ด้านการสื่อสาร ตามลำดับ ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ความสะดวกในการซื้อ เป็นการคำนึงถึงความสะดวกสบายของลูกค้าเป็นสำคัญทั้งนี้ หากธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่ให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ มีการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ควรให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค คำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภค สร้างความสะดวกในการซื้อ และมีการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ย่อมนำมาซึ่งการใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

สำหรับคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความปลอดภัย และบริการที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับแนวคิดวิจัยของ พาฝัน ใจแสน(2553)จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการระบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวของสำนักงานพาณิชย์จังหวัด จากผลการวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูงสุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าการให้บริการของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดีทุกด้าน ได้แก่ ความรู้ความชำนาญ การเข้าถึงบริการ การบริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง ความเต็มใจ ความพร้อมในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือ และการบริการที่หลากหลาย ทั้งนี้หากธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่ให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ยึดหลักคุณภาพการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความน่าเชื่อถือ มีการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค คำนึงถึงความปลอดภัย รวมถึงการมีบริการที่หลากหลาย ย่อมนำมาซึ่งการใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง คุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อการเลือกใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ควรให้ความสำคัญต่อการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการที่ผู้บริโภคสามารถเลือกที่นั่งสำหรับชมภาพยนตร์ตาม

ความต้องการผ่านระบบออนไลน์ ทักษะภาพภายในโรงภาพยนตร์มีความหรูหรา ทันสมัย มีการคำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ราคาอย่างชัดเจน รวมถึงช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สร้างความสะดวกในการซื้อซึ่งขั้นตอนในการซื้อตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ไม่มีความซับซ้อน และมีการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคสามารถติดต่อสอบถามข้อมูลผ่าน Social Network ได้ตลอดเวลา ย่อมนำมาซึ่งการใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

2. บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ ควรให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค โดยการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลและบริการที่ถูกต้องทุกครั้งที่ใช้บริการซื้อตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ มีการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการที่ผู้บริโภคสามารถจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังคงคำนึงถึงความปลอดภัย โดยการใช้ระบบ QR Code เพื่อเป็นหลักฐานในการยืนยันการใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการมีบริการที่หลากหลาย โดยที่ผู้บริโภคสามารถชำระค่าบริการผ่าน Counter Service หรือ บัตรเครดิตได้ตามความต้องการ ย่อมนำมาซึ่งการใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ผ่านระบบออนไลน์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้านี้ได้รับการสนับสนุนจากสาขาวิชาการตลาด และคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในการดำเนินการวิจัย โดยให้การสนับสนุนด้านต่างๆ จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี รวมถึงได้รับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง.

กัลยา วานิชย์บัญชา.(2549). การใช้ SPSS for

Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่

8. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ. คณะพาณิชยศาสตร์
และการบัญชี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนะใจลูกค้าด้วย customer centric. (2558).

สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558, จาก
www.digitalmarketing.com.

ณัฐมณฑน์เวชชาติพิสิฐ. (2551). พฤติกรรม

การเปิดรับข้อมูล. รายงานการวิจัย
เศรษฐศาสตร์บัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นายิกา เดิดขุนทด. LibQUAL+TM เครื่องมือ

ประเมินคุณภาพบริการห้องสมุดยุคใหม่.

อินฟอร์เมชั่น. 13(2),70-84. กรกฎาคม -
ธันวาคม, 2549.

ประกายรัตน์ สุวรรณ, และอมรวิทย์ วิเศษสงวน.

(2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
โปรแกรม SPSSเวอร์ชัน 20. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์บริษัท วีพริ้นท์ (1991) จำกัด.

พงษ์เทพ สันติพันธ์. (2546). ความพึงพอใจของ

ลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้าน
พร้อมที่ดินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ใน
เขตกรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมมาธิราช. นนทบุรี.

พาฝัน ใจแสน. (2553). คุณภาพการให้บริการระบบ

เบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว ของสำนักงานพาณิชย์
จังหวัดอุทัยธานี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ
ธนบุรี.

พิมล เมฆสวัสดิ์. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.

กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วน จำกัดสามลดา.

พิสิษฐ์ พิพัฒน์โกคากุล. (2552). ความพึงพอใจของ

ลูกค้าต่อการใช้บริการของโรงแรมอบลแกรนด์
จังหวัดอุบลราชธานี. มหาสารคาม: การศึกษา
ค้นคว้าด้วยตนเอง. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พิสิษฐ์ พิพัฒน์โกคากุล. การบริการอย่างมีคุณภาพ

(Service Quality). สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม
2558, จาก [http://www.impressionconsult.](http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/161-service-quality.html)

[com/web/index.php/articles/161-service-quality.html](http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/161-service-quality.html).

ไพโรพนา ศรีเสน. (2544). ความคาดหวังของผู้รับบริการ

ต่อคุณภาพการบริการในงานผู้ป่วยนอก

โรงพยาบาล คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.

ระบบสถิติทางการทะเบียน. จำนวนประชากร
แยกอายุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้น
เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2558, จาก

http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php.

วีรัชยา ศิริวัฒน์. (2547). การประเมินประสิทธิภาพ

การให้บริการของงานบริการการศึกษาคณะ
รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วารสาร
วิจัย. 7(2), 149.

วิทยา ตันติธรรมชาติ. (2551). วิวัฒนาการธุรกิจโรง

ภาพยนตร์. รายงานการวิจัย. เศรษฐศาสตร์
บัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2551). การวางแผนและ

พัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. จำนวน 2,000 เล่ม.
พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.

ศรีนวล พลับเจริญสุข. (2553). กลยุทธ์ทางการตลาด

ในมุมมองของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัด
นครสวรรค์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

เอกชัย คุ่มทอง. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

ซื้อของตลาดนัด มหาวิทยาลัยหัวเฉียว

เฉลิมพระเกียรติ. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิม
พระเกียรติ.

Customer Focus การมุ่งเน้นที่ลูกค้า เป็นความ

อยู่รอดอย่างยั่งยืนของทุกๆ องค์กรความรู้

การตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2558,

จาก [http://thaimarketing.in.th/2015/](http://thaimarketing.in.th/2015/02/09/customer-focus/)

[02/09/customer-focus/](http://thaimarketing.in.th/2015/02/09/customer-focus/).

ระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง
ตำบลโหล่งขอดอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่
The Suitable Management for Ban Luang Community Microfinance
Institute Lang khot Distric, Chiangmai Province

เสรษฐสุดา ปรีชานนท์^{1*}, จำเรียน ชัยยงค์², สวัสดิ์ หากิน³, พงจงวาด ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา⁴,
อัญชรินทร์ เลิศประกอบกิจ⁵ และ นพพล ฟูแสง⁶
Setasuda Prechanont^{1*}, Jamrian Chaiyong², Sawad Hakin³, Pajongwad Palakawong Na Ayudhya⁴
Ancharin Lertprakopkij⁵ and Noppon Foosang⁶

^{1,3,4,5,6} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

^{1,3,4,5,6} Faculty of Business Administration and Liberal Art Rajamakala University of Teachnology Lanna

² สถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

² Ban Luang Community Microfinance Institute Lang khot Distric, Chiangmai Province

*Corresponding author E-mail: setasuda@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการจัดการของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง และเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมสำหรับสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง โดยกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และแจกแบบสอบถาม เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสอบถาม และ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ(SWOT) และศึกษาระบบการควบคุมภายใน การจัดการ การเงิน และบัญชี พบว่าจุดแข็งที่สำคัญของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวงคือ แหล่งที่ตั้งอยู่ในภายในหมู่บ้านซึ่งสะดวกต่อการติดต่อและทำธุรกรรม ส่วนจุดอ่อนที่สำคัญคือยังไม่มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม นอกจากนั้นระเบียบของสถาบันการเงินยังไม่สอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง จึงได้มีการปรับปรุงระเบียบสถาบันการเงินให้เหมาะสมกับบริบทชุมชนและสอดคล้องกับการปฏิบัติงานจริง ได้มีการพัฒนาระบบการควบคุมภายใน ระบบบัญชี และการเงิน มีการออกแบบเอกสาร ประกอบการบันทึกรายการบัญชีต่าง นอกจากนั้นทางสถาบันการเงินได้มีการนำโปรแกรมสำหรับสถาบันการเงินและกองทุนหมู่บ้าน(MBS & MGL) มาใช้ควบคุมการบันทึกด้วยมือ เนื่องจากบุคลากรยังขาดทักษะด้านคอมพิวเตอร์จึงมักเกิดปัญหาและความผิดพลาด ดังนั้นเพื่อลดปัญหาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นควรจัดให้มีการอบรมและพัฒนาทักษะด้านคอมพิวเตอร์แก่บุคลากร นอกจากนี้สถาบันการเงินชุมชนเป็นการบริหารงานโดยคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้อาศัยในชุมชนที่ยังขาดความรู้ในด้านการบริหารการเงิน ดังนั้นจึงได้เสนอให้มีการให้ความรู้ด้านการบริหารการเงินของสถาบันการเงิน วิเคราะห์สถานะทางการเงินและ ความเสี่ยงของสถาบันการเงิน เพื่อจะได้นำมาพัฒนาสถาบันการเงินให้เกิดความมั่นคงที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : สถาบันการเงินชุมชน, กองทุนหมู่บ้าน, การบริหาร

Abstract

The purposes of this research are to study the management for Ban Luang Community Microfinance Institute and to develop the suitable management for Ban Luang Community Microfinance Institute.

The data were collected by an in-depth interviews and questionnaires. Data were analyzed by descriptive method. In the analysis of the business environment (SWOT) and the system of internal control, financial management and accounting found that critical strengths of Community Microfinance Institute is located in the village, which facilitate communication. The major weakness is that there is no proper system of internal control. In addition, the regulation of Community Microfinance Institute is not in line with actual practice. It has developed a system of internal control and financial accounting system. In addition, the Community Microfinance Institute have used MBS & MGL programs. Because staff lack computer skills so often caused problems and mistakes. Therefore, to reduce errors that occur should provide training and skills development of computer. In addition, the Community Microfinance Institute is managed by a board of directors who are living in communities where there is a lack of knowledge in the field of financial management. Therefore, it is proposed to provide knowledge on the management of Community Microfinance Institute. Analysis of the financial condition and Risks of Community Microfinance Institute. Community Microfinance Institute will have to be developed to achieve lasting stability.

Keyword: Community Microfinance, Village Fund, Management

บทนำ

จากวิกฤติการณ์ต้มยำกุ้งเมื่อปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจหลายประการ ทำให้เกิดผลกระทบต่อเนื่องถึงสภาวะการจ้างงานของประชาชนทั้งในเขตเมืองและชนบท ในช่วงเวลานั้นรัฐบาลต้องปรับแผนพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจดังกล่าว และได้มีการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหา นอกจากนี้รัฐบาลได้ออกนโยบายต่างๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาจากฐานรากหญ้าเป็นสำคัญ ซึ่งโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ เป็นหนึ่งโครงการที่มีแนวคิดในการส่งเสริมให้เกิดการบริหารจัดการภายในชุมชน หากมีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดสวัสดิการชุมชนตามมา เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ในปีพ.ศ. 2544 ได้มีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ซึ่งเป็นองค์การมหาชนตาม

พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ พ.ศ. 2544 (สำนักงานเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2546) โดยมียุทธศาสตร์ให้ทุกหมู่บ้านจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง และได้รับการจัดสรรเงิน กองทุนละ 1,000,000 บาท โดยแต่ละกองทุนที่ได้รับการจัดสรรเงิน จะถูกบริหารงานโดยคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนของกลุ่มองค์กรประชาชน และประชาชนในหมู่บ้านหรือชุมชน ซึ่งลักษณะการบริหารจัดการเงินกองทุนเพื่อให้เกิดการพัฒนาหรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนของแต่ละกองทุนจะแตกต่างกันไปตามบริบทของชุมชน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการให้สมาชิกกองทุนในชุมชนกู้ยืมเงินในอัตราดอกเบี้ยต่ำ (สรุปผลประชุมคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ครั้งที่ 12/2548 วันที่ 27 พฤษภาคม 2548) ที่ผ่านมา ผลการดำเนินงานของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองที่น่าพอใจเป็นอย่างมาก ซึ่งดูจากรายงานผลการชำระหนี้เงินกู้สูงถึงร้อยละ 93.85 (วิทยา ไชยเทพ, 2551) จึงทำให้เกิดการ

พัฒนารูปแบบองค์กรกองทุนหมู่บ้านให้เป็นนิติบุคคล ตาม พ.ร.บ. กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ 2547 และพัฒนาเป็นสถาบันการเงินชุมชน (ธนาคารหมู่บ้าน) โดยรัฐบาลได้มอบหมายให้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน พัฒนากองทุนหมู่บ้านที่มีความพร้อมในการจัดตั้งเป็นธนาคารหมู่บ้าน

บ้านหลวง หมู่ที่ 6 ตำบลโหล่งซอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนขนาดใหญ่มีประชากรทั้งหมด 459 หลังคาเรือนรวม 1,366 คน โดยคนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำสวนผลไม้ (มะม่วง ลำไย) กระจ่างม้นฝรั่ง ข้าวโพดอ่อนโดยหมู่บ้านได้มีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านขึ้นในปี 2544 ซึ่งช่วงเริ่มต้นกองทุนมีสมาชิก 250 คน มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การออมเงิน สัจจะรายเดือน การให้สินเชื่อ ในปัจจุบันกองทุนได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นนิติบุคคลตาม พ.ร.บ. กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ทะเบียนเลขที่ 1623 ต่อมา คณะกรรมการของกองทุนมีแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการบริหารกองทุนให้เป็นระบบและต้องการส่งเสริมในคนในชุมชนรู้จักการออมเงิน และเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2549 ได้เริ่มเปิดบริการในรูปแบบของสถาบันการเงินชุมชน ใช้ชื่อว่า “สถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง หมู่ที่ 6 ตำบลโหล่งซอด” การบริหารงานเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของสถาบันการเงินชุมชน ซึ่งประยุกต์จากระเบียบข้อบังคับการบริหารงานของกองทุนหมู่บ้าน บริการต่าง ๆ ของสถาบันการเงินประกอบด้วย บริการรับฝากเงิน ให้บริการสินเชื่อ บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค และบริการโอนเงิน ซึ่งคนในชุมชนส่วนใหญ่มาใช้บริการ อีกทั้งมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เช่น ธนาคารออมสิน และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทำให้สถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง หมู่ที่ 6 ตำบลโหล่งซอด มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นอีกในอนาคตปัจจุบันมีลูกค้าเงินฝากทั้งประเภทเงินฝากประจำ และ เงินฝากออมทรัพย์ รวมมูลค่า

ประมาณ 17,000,000 บาท และมีการให้สินเชื่อกับคนในชุมชน รวมมูลค่าประมาณ 14,000,000 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2556) และในปี 2555 สถาบันการเงินชุมชนมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน 600,000 บาท จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ทีมบริหารของสถาบันการเงินชุมชนต้องกลับมาพิจารณาถึงความพร้อมและศักยภาพของตนเอง เพื่อรองรับการเจริญเติบโตขององค์กรในอนาคต

จากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นพบว่าทางสถาบันการเงินชุมชนมีเอกสารทางการเงินที่ยังขาดการจัดเก็บและการจัดการอย่างเป็นระบบ ระบบการบริหารงานสถาบันการเงินยังไม่เหมาะสม เช่น ระเบียบข้อบังคับสถาบันการเงินยังไม่สอดคล้องกับบริบทชุมชน ไม่มีการจัดการด้านการควบคุมภายใน ระบบการจัดการเงินสดยังไม่รัดกุม บุคลากรของสถาบันการเงินชุมชนขาดความรู้ความเข้าใจด้านบัญชี ขาดระบบบัญชีที่เหมาะสมกับการขยายตัวสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้การจัดทำรายงานทางการเงินของสถาบันการเงินไม่สมบูรณ์จึงทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลในรายงานทางการเงินไปใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจได้ เนื่องจากส่วนใหญ่ระบบการจัดการเป็นรูปแบบชุมชนโดยใช้ความไว้วางใจในความซื่อสัตย์ของทีมบริหาร และมีเงินหุ้นที่เป็นเงินลงทุนจำนวนน้อย จากสภาพปัญหาดังกล่าว ทีมวิจัย เห็นว่าทางสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวงควรมีการเพิ่มเติมในด้านการวางระบบควบคุมภายใน การป้องกันความเสี่ยงในการบริหาร การวางระบบการบริหารงานบุคลากรที่ชัดเจน ระบบบัญชีและการเงิน รวมถึงการวิเคราะห์ด้านการลงทุนเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคตจากการหารือร่วมกันของทีมผู้บริหารงานของสถาบันการเงินชุมชน และ ทีมวิจัย จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ จึงเกิดความคาดหวังที่จะให้การดำเนินงานวิจัยร่วมกันครั้งนี้ เป็นการศึกษาาร่วมกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่สร้างความเข้าใจเพื่อเป็น

แนวทางในการพัฒนารูปแบบการบริหารงานที่เหมาะสมต่อบริบทของสถาบันการเงินชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวงหมู่ 6 ตำบลโหล่งซอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมสำหรับสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวงหมู่ 6 ตำบลโหล่งซอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชน

กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง (พระราชบัญญัติกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง พ.ศ.2547) หมายถึงทุนที่เกิดขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล โดยรัฐได้จัดสรรเงินอุดหนุนให้แก่หมู่บ้านและชุมชนเมือง แห่งละ 1 ล้านบาท สำหรับเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อให้ท้องถิ่นมีความสามารถในการบริหารจัดการเงินกองทุน โดยมีแนวทางการดำเนินงานกองทุนตามระเบียบคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ว่าด้วยการจัดตั้งและบริหารกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ พ.ศ. 2544

สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ได้ให้หลักการพัฒนากองทุนเป็น “สถาบันการเงินชุมชน” โดยรัฐบาลได้มีคำแถลงว่าจะพัฒนาระบบการเงินที่สนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากจากกองทุนหมู่บ้านที่มีความพร้อมสู่ธนาคารหมู่บ้าน ที่ให้โอกาสประชาชนเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างยั่งยืนสำหรับสถาบันการเงินชุมชน หมายถึง สถาบันการเงินของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นโดยกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเพื่อให้บริการทางการเงินที่สามารถตอบสนองความต้องการแก่ประชาชนในชุมชน ซึ่งขาดโอกาสใน

การเข้าถึงและใช้บริการทางการเงินของสถาบันการเงินทั่วไป ตามวัตถุประสงค์ หลักเกณฑ์ มาตรฐาน และรูปแบบ ซึ่งคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชน ดังนี้

1. แหล่งเก็บออมเงินที่มีความมั่นคง ปลอดภัย และมีผลตอบแทนที่เหมาะสม
2. แหล่งเงินทุน เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและบรรเทาความเดือดร้อนทั้งในระดับบุคคล ครัวเรือน และชุมชน
3. เสริมสร้างสวัสดิการ และสวัสดิภาพของชุมชน
4. เสริมสร้างวินัยทางการเงิน และให้คำปรึกษาทางการเงินแก่ชุมชน
5. เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ร่วมกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมชุมชน โดยกิจกรรมของสถาบันการเงินชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

เนตรพัฒนา ยาวีราช (2546) ได้ให้คำนิยามของการจัดการสมัยใหม่ หมายถึงกระบวนการที่ผู้บริหารปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ โดยอาศัยบุคลากรและทรัพยากรการบริหาร ซึ่งประกอบด้วยหน้าที่ 4 ด้านดังต่อไปนี้

1. การวางแผน หมายถึง การเลือกวิธีการทำงานเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์การและกำหนดว่าจะทำงานนั้นอย่างไรการวางแผนเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จขององค์การในอนาคตอันใกล้ในระยะสั้น และระยะยาว
2. การจัดองค์การ หมายถึง การนำเอาแผนงานที่กำหนดไว้มากำหนดหน้าที่สำหรับบุคลากรหรือกลุ่มบุคคลที่จะปฏิบัติภายในองค์การเป็นการเริ่มต้นของกลไกในการนำเอาแผนงานไปสู่การปฏิบัติบุคลากรในองค์การได้รับการมอบหมายงานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายโดยงานของแต่ละบุคคล

หรือกลุ่มต่างประสานสอดคล้องกันสู่ความสำเร็จขององค์กร

3. การนำ เกี่ยวข้องกับการจูงใจภาวะผู้นำและการสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรเพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการวัตถุประสงค์ของการนำคือการเพิ่มผลผลิตขององค์กรโดยผ่านแนวคิดทางด้านทำให้ความสำคัญกับคนมากกว่าการให้ความสำคัญกับงาน

4. การควบคุม หมายถึง หน้าที่ทางการจัดการสำหรับผู้บริหารในการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้เป็นมาตรวัดผลการทำงานในองค์กร รวมทั้งการวัดผลการทำงานในปัจจุบันเพื่อให้มีมาตรฐาน

แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชี

ชาวลิขี พงศ์ผาติโรจน์(2552) ให้คำนิยาม “การบัญชี” คือ ศิลปะของการเก็บรวบรวม บันทึก จำแนกและทำสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในรูปตัวเงินผลงานขั้นสุดท้ายของ การบัญชี คือการให้ข้อมูลทางการเงินซึ่งเป็นประโยชน์แก่บุคคลหลายฝ่ายและผู้สนใจในกิจกรรมงบการเงิน

แนวคิดเกี่ยวกับระบบบัญชี

วิไล วีระปรีย และจงจิตต์ หลีกภัย (2549) ได้ให้ความหมายของระบบบัญชี ระบบบัญชี คือระบบการจัดการเก็บข้อมูลทางการเงิน อันประกอบด้วยแบบฟอร์ม หรือเอกสารต่างๆบันทึกทางการบัญชี รายงานตลอดจนวิธีการและ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้นำมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การดำเนินงานและการเงินของกิจการแห่งใด แห่งหนึ่งให้แก่ฝ่ายจัดการ เพื่อช่วยให้ฝ่ายจัดการ สามารถปฏิบัติหน้าที่อันที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนให้ลุล่วงไปด้วยและเพื่อเสนอข้อมูลแก่บุคคล ภายนอก ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการนั้น เช่น ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ และส่วนราชการ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายใน

ณัฐพร พันธุ์อุดม (2549) ได้ให้ความหมายของการควบคุมภายใน หมายถึง กระบวนการ ซึ่งได้รับการออกแบบไว้โดย คณะกรรมการบริษัท ผู้บริหาร

ขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้เกิดความมั่นใจ อย่างสมเหตุสมผลในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ด้านการดำเนินงาน การควบคุมภายในมุ่งหมายให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และคุ้มค่า ด้วยการกำกับการใช้ทรัพยากรทุกประเภทขององค์กร

2. ด้านการรายงานการทางการเงิน รายงานหรืองบการเงิน ต้องมีความเชื่อถือได้ และทันเวลาเพื่อให้เป็นรายงานที่น่าเสนอข้อมูลสนเทศ ที่มีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณา และการตัดสินใจทางธุรกิจ

3. ด้านการปฏิบัติให้เป็นไปตาม กฎ ระเบียบ และนโยบาย การปฏิบัติงาน สอดคล้องหรือเป็นไปตามบทบัญญัติ หรือข้อกำหนดของกฎหมาย นโยบาย ข้อบังคับ ระเบียบ โครงการ หรือแผนงาน เพื่อป้องกันมิให้เกิดผลเสียหายใดๆ จากการละเว้นการปฏิบัติ ให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบ เหล่านั้น

แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงิน

สุมาลี (อุณหะนันท์) จิระมิตร (2547) ได้ให้สรุปหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงิน ประกอบด้วย 3 เรื่องดังนี้

1. หน้าที่วางแผนทางการเงินการวางแผนทางการเงินนั้น ผู้บริหารการเงินต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- การวิเคราะห์ทางการเงิน
- การวางแผนกำไร
- การพยากรณ์ทางการเงิน การจัดทำงบการเงิน และงบกระแสเงินสด

2. หน้าที่บริหารสินทรัพย์หรือจัดสรรเงินทุนซึ่งประกอบไปด้วยเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

- การพิจารณาการลงทุน
- การพิจารณาการลงทุนภายใต้ความไม่แน่นอน
- การบริหารทุนหมุนเวียน
- การบริหารเงินสดและหลักทรัพย์
- การบริหารลูกหนี้
- การบริหารสินค้าคงเหลือ

3. หน้าที่จัดหาเงินทุนเมื่อ ผู้บริหารงานการเงิน
ควรมีความรู้ความเข้าใจเรื่องต่างๆดังนี้

- ตลาดการเงิน
- แหล่งเงินทุนระยะสั้น
- แหล่งเงินทุนระยะยาว
- นโยบายเงินปันผล
- โครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินลงทุนและควรมีความสัมพันธ์อันดีกับแหล่งเงินทุน

ประมวลผลแนวคิด

การดำเนินการระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของสถาบันการเงินชุมชนเป็นการดำเนินงานภายใต้การนำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการที่ประกอบไปด้วยการวางแผนการจตุตคการ และการจุงใจภาวะผู้นำรวมทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การดำเนินงานภายใต้ระบบบัญชีที่เหมาะสม ตลอดจนการควบคุมระบบพร้อมทั้งนำแนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงินที่ประกอบไปด้วยหน้าที่วางแผนทางการเงิน เช่น การวิเคราะห์ทางการเงิน การวางแผนกำไร การพยากรณ์ทางการเงิน การจัดท่างบการเงินและงบกระแสเงินสด รวมทั้งหน้าที่บริหารสินทรัพย์หรือจัดสรรเงินทุน เช่น การพิจารณาการลงทุน การพิจารณาการลงทุนภายใต้ความไม่แน่นอน การบริหารทุนหมุนเวียน แหล่งเงินทุนระยะยาวนโยบายเงินปันผลโครงสร้างเงินทุนและต้นทุนเงินลงทุน การบริหารลูกหนี้การบริหารสินค้าคงเหลือ ตลอดจนหน้าที่จัดหาเงินทุนเมื่อได้มีการวางแผนธุรกิจ เช่น ตลาดการเงิน แหล่งเงินทุนระยะสั้น การบริหารเงินสดและหลักทรัพย์โดยนำหลักวิชาการดังกล่าวมาบูรณาการร่วมกับ แนวคิดการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง หมู่ 6 ตำบลโหล่งซอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิถุณณา พรมประเสริฐ (2554) ได้ศึกษาศักยภาพของการเป็นสถาบันการเงินชุมชนอย่างยั่งยืนบ้านใหม่พัฒนา ตำบลเวียง อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาศักยภาพด้านโครงสร้างแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน และด้านคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน ผลการศึกษาศักยภาพด้านโครงสร้างของสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน พบว่าสมาชิกมีศักยภาพในการใช้บริการในระดับปานกลาง มีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันการเงินชุมชนในระดับดี และมีศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ของสถาบันการเงินชุมชนในระดับดี ผลการศึกษาด้านโครงสร้างของคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนพบว่า การบริหารสถาบันการเงินชุมชนของคณะกรรมการ มีศักยภาพในการบริหารงานในระดับดี ด้านความรู้ความเข้าใจคณะกรรมการมีศักยภาพในระดับดี และศักยภาพในการมีส่วนร่วมกับสถาบันการเงินชุมชนในระดับดี การศึกษาศักยภาพด้านผลการดำเนินงาน พบว่าสมาชิกมีการฝากเงินเพิ่มขึ้นมีศักยภาพในระดับดี สำหรับการกู้ยืมเงินมีสัดส่วนการกู้ยืมลดลง มีศักยภาพในการกู้ยืมระดับดี นอกจากนี้สถาบันการเงินชุมชนไม่พบปัญหาหนี้ค้างชำระ มีการติดตามตรวจสอบการชำระคืนเงินกู้ยืมอย่างต่อเนื่อง แสดงว่าสถาบันการเงินชุมชนมีศักยภาพด้านผลการดำเนินงานในระดับดี

นิกร ศิริอุดม (2552) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนบ้านหนองบัวโคก หมู่ที่ 1 ตำบลหนองบัวโคก อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่าสถาบันการเงินได้รับการยอมรับในระดับดี เมื่อพิจารณาการบริหารจัดการแยกเป็นรายด้าน 3 ด้าน พบว่า ด้านที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดคือ ด้านการบริหารงบประมาณเงินทุนและทรัพยากรคิดเป็นร้อยละ 91.3 และน้อยที่สุดด้านความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการและการให้บริการสมาชิกคิดเป็น

ร้อยละ 89.4 ปัญหาอุปสรรคที่พบคือ ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ขาดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันการเงินอื่น ขาดการตรวจสอบและประเมินผลไม่ได้รับการสนับสนุนจากภายนอก

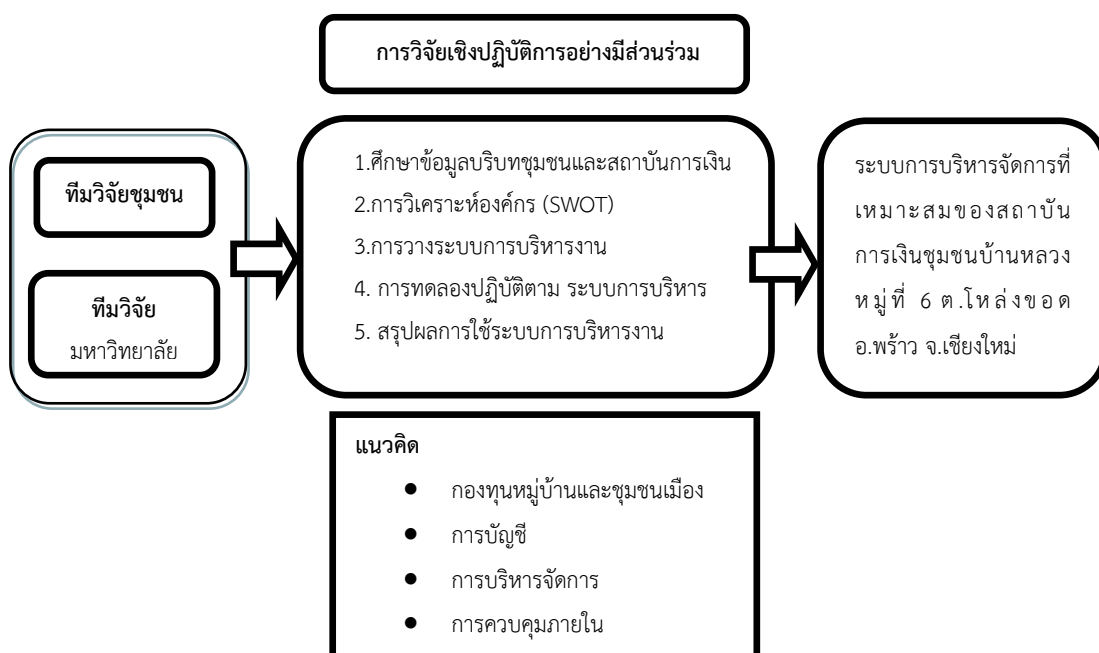
กมลลักษณ์ ดิษยนันท์ (2545) ได้ศึกษาศักยภาพและปัญหาในการจัดการกองทุนหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า คณะกรรมการและสมาชิกยังขาดความรู้เรื่องกองทุนหมู่บ้านในหลาย ๆ ด้าน และมีความเข้าใจไม่ตรงกัน มีการแจ้งข่าวสารแก่สมาชิกน้อยเกินไป คณะกรรมการบางท่านมีตำแหน่งทางสังคมที่ต้องรับผิดชอบมากเกินไป ทำให้ไม่มีเวลาดูแลกองทุนอย่างเต็มที่ คณะกรรมการยังขาดความรู้ความสามารถ ขาดความชำนาญในการพิจารณาเงินกู้และแบ่งสัดส่วนการกู้เงินให้เหมาะสม รวมถึงการจัดทำบัญชี และคณะกรรมการส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการกองทุน ระเบียบต่าง ๆ ของกองทุนฯ ความพร้อมในการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านมีน้อยและขาดการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงานของรัฐบาลและคณะกรรมการ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดพลาด

บุศรา คงศักดิ์ (2546) ได้วิจัยเรื่องการใช้ระบบบัญชีกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ : กรณีศึกษา อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้จัดทำบัญชีมิได้มีพื้นฐานความรู้การจัดทำบัญชีโดยตรงมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับสมุดบัญชีและเอกสารที่ใช้ในการบันทึกบัญชี และยังขาดความเข้าใจในการบันทึกรายการให้ถูกต้อง เนื่องจากการฝึกอบรมในเบื้องต้นมีระยะเวลาจำกัดผู้

เข้ารับการอบรมไม่เข้าใจศัพท์ทางการบัญชี นอกจากนี้การจัดทำบัญชีตามคู่มือการจัดทำบัญชีและรายงานมีค่าใช้จ่ายสูงและไม่สะดวกต่อการจัดเก็บเอกสาร

ปริญญา ชีวะเกตุ (2545) ได้วิจัยเรื่องแนวปฏิบัติทางบัญชีสำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง : กรณีศึกษา กองทุนหมู่บ้านและชุมชนในเขตตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองในเขตตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีกองทุนหมู่บ้านทั้งหมด 14 กองทุนและชุมชนทั้งหมด 1 กองทุน แต่ละแห่งมีคณะกรรมการทั้งหมด 9-15 คนดำเนินการบางหมู่บ้านอาจมีผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษาเพิ่มเติม กองทุนหมู่บ้านและเขตพื้นที่นี้ทั้งหมดได้รับการพิจารณาจัดสรรจำนวนหมู่บ้านละ 1 ล้านบาทแล้วแต่งวดอนุมัติของการจัดสรรกองทุนหมู่บ้านไม่เหมือนกัน เนื่องจากมีการจัดตั้งกองทุนไม่พร้อมกันและเมื่อได้รับเงินจัดสรรแล้วบางหมู่บ้านได้มีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกองทุนคือ การปล่อยเงินกู้ให้กับสมาชิกของกองทุน เพื่อนำไปใช้จ่ายในกิจกรรมคือ การพัฒนาอาชีพ การสร้างงาน การสร้างรายได้ ลดรายจ่ายและการบรรเทาเหตุฉุกเฉินวงเงินขอกู้ให้เป็นไปตามแต่ละแห่งกำหนด แต่การอนุมัติเงินกู้อย่างหนึ่งสูงสุดไม่เกิน 50,000 บาท เงื่อนไขและวิธีการแต่ละแห่งให้เป็นไปตามแต่ละกองทุนหมู่บ้านแต่ละแห่งกำหนด กองทุนหมู่บ้านแต่ละแห่งเมื่อมีการปล่อยเงินกู้และรับชำระหนี้จากลูกหนี้แล้วก็มีการปล่อยกู้อย่างอื่นต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมซึ่งขอบเขตของการวิจัย ได้แก่ การศึกษาประเด็นบริบทชุมชน การศึกษาข้อมูลสถาบันการเงิน และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารสถาบันการเงินชุมชน การเงิน และบัญชี ทดลองใช้ระบบที่พัฒนาร่วมกันและสรุปผล โดยมีการดำเนินงานร่วมกับทีมวิจัยชุมชน (คณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน) โดยในแต่ละกิจกรรมจะมีใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาประเด็นบริบทชุมชน การศึกษาข้อมูลสถาบันการเงิน รวบรวมข้อมูลโดยการประชุม พูดคุยเพื่อปรึกษาหารือกันระหว่างทีมวิจัยในการวางแผนงาน และสรุปผล การสัมภาษณ์เชิงลึก การใช้แบบสอบถาม การสังเกต การให้คำแนะนำ การสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากคณะกรรมการของสถาบันการเงินจำนวน 10 คน

การใช้แบบสอบถาม โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือสมาชิกและผู้ที่ใช้บริการสถาบันการเงินชุมชน ทั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนและนอกชุมชน จำนวน 500 คน ได้แบบสอบถามกลับคืนจำนวน 425 ชุดคิดเป็นร้อยละ 85 ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากคณะกรรมการของสถาบันการเงินโดยใช้การสนทนากลุ่ม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของสถาบันการเงิน โดยได้แบ่งประเด็นการออกแบบสัมภาษณ์เป็น 3 ประเด็นคือ

ประเด็นที่ 1 เป็นประเด็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนของคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชนใน 6 ด้านคือ ด้านบริหารงานทั่วไปและการจัดการองค์กร ด้านกฎระเบียบและข้อบังคับ ด้านการเงินและบัญชี ด้านงานบริการสมาชิกได้แก่ เงินให้กู้ยืม เงินรับฝาก และ

หุ่นเรือนหุ่น ด้านที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และด้านการควบคุมการใช้โปรแกรมระบบบัญชีคอมพิวเตอร์

ประเด็นที่ 2 เป็นประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลด้านธุรกิจของสถาบันการเงินชุมชน

ประเด็นที่ 3 เป็นประเด็นของปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการของสถาบันการเงินชุมชน

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย แล้วเทียบกับเกณฑ์การประเมินค่าการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยตามหลักการของลิเคอร์ท 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale) ตั้งแต่ 1 (ไม่พอใจ) จนถึง 5 (พอใจมากที่สุด)

2. กิจกรรมที่เกี่ยวกับ การพัฒนาระบบการบริหารสถาบันการเงินชุมชน ระบบการเงิน และบัญชี ใช้การประชุม พูดคุยเพื่อปรึกษาหารือกันระหว่างทีมวิจัยในการวางแผนงาน และสรุปผล การปฏิบัติงานร่วมกับทีมวิจัย การสังเกต การให้คำแนะนำ

3. กิจกรรมที่เกี่ยวกับ การทดลองและติดตามการใช้ระบบการบริหารจัดการ ใช้การประชุม พูดคุยเพื่อปรึกษาหารือกัน ระหว่างทีมวิจัย การปฏิบัติงานร่วมกับทีมวิจัย การสังเกต การให้คำแนะนำ

4. กิจกรรมที่เกี่ยวกับ การสรุปผล การทำประชาคมสมาชิกสถาบันการเงินชุมชน และ การนำเสนอต่อชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ใช้การประชุม พูดคุยเพื่อปรึกษาหารือกัน ระหว่างทีมวิจัย การปฏิบัติงานร่วมกับทีมวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ทีมวิจัยชุมชน ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการสถาบันการเงินชุมชน และ เจ้าหน้าที่สถาบันการเงินชุมชน

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลบริบทชุมชน และข้อมูลสถาบันการเงิน

สถาบันการเงินชุมชนฯ เปิดบริการเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2459ระบบการบริหารงานเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของสถาบันการเงินชุมชนซึ่งประยุกต์จากระเบียบข้อบังคับการบริหารงานของกองทุนหมู่บ้าน คณะกรรมการดำเนินงานสถาบันชุมชนบ้านหลวง แบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย ประกอบด้วยหน่วยงานที่ปรึกษาคณะกรรมการสถาบันการเงิน และฝ่ายบริหารสำนักงาน สถาบันการเงินชุมชนมีวัตถุประสงค์คือ ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงินของคนในชุมชน เป็นแหล่งทุนหมุนเวียนของสมาชิก และสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของคนในชุมชน สถาบันการเงินชุมชนได้ยึดหลักการทำงานที่ว่า “ประหยัด อดออม พร้อมคุณธรรม นำสู่การพัฒนา” บริการต่างๆ ของสถาบันการเงินประกอบด้วย บริการรับฝากเงิน ให้บริการสินเชื่อ บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค และบริการโอนเงิน เวลาทำการของสถาบันการเงินคือ ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 8.00 น. ถึง 15.00 น และ วันเสาร์ เวลา 8.00 น. ถึง 12.00 น.

ปัจจุบันมี เงินฝากประจำ และ เงินฝากออมทรัพย์ รวมมูลค่า 20,026,371.60 บาท และมีกำไรให้สินเชื่อกับคนในชุมชน รวมมูลค่าประมาณ 15,157,663 บาท (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มกราคม 2557) และในปี 2556 สถาบันการเงินชุมชนมีกำไรสุทธิจากการดำเนินงาน 674,634 บาท ซึ่งได้จัดสรรเป็นเงินสวัสดิการ เงินปันผลสมาชิก และสาธารณประโยชน์

ระบบการเงิน และบัญชี ของสถาบันการเงินชุมชน มีการจัดทำบันทึกทางการเงินและการบัญชีตามหลักเกณฑ์ของกองทุนหมู่บ้าน กระบวนการจัดเก็บเอกสาร และ บันทึกบัญชีเป็นรูปแบบบัญชีรายรับ รายจ่ายทั่วไปโดยใช้เกณฑ์เงินสด (Cash Basis) ไม่มีการบันทึกตามหลักการบัญชีคู่ (Double Entry System) การบันทึกรายการฝากเงินและถอน

เงิน มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งมีโปรแกรมสำเร็จรูป (Program M-Fit) สำหรับช่วยในการเก็บข้อมูล และประมวลผล การรับฝากเงิน คิดดอกเบี้ย ถอนเงิน และมีการสรุปรายงานทางการเงินในรูปแบบงบการเงินทุก ๆ สัปดาห์ และสิ้นปี ซึ่งรายงานทางการเงินประกอบไปด้วยงบกำไรขาดทุน และงบดุล

ผู้รับผิดชอบด้านการเงิน และการบัญชี ของสถาบันการเงิน ๗ ประกอบด้วย

1. คณะกรรมการซึ่งจะมีหน้าที่กำหนดนโยบายด้านการเงิน และการบัญชี กำกับดูแล อนุมัติ สั่งการ
2. ผู้จัดการ ทำหน้าที่ ควบคุมการดำเนินงานด้านการเงิน และการบัญชีให้เป็นไปตามนโยบายของสถาบัน
3. พนักงาน ซึ่งมีอยู่ 1 คน ทำหน้าที่ เป็นผู้รับฝากเงิน รับชำระเงินกู้ ให้บริการเงินโอน ถอนเงิน ดูแลเงินสดประจำวัน และจัดทำบันทึกทางการเงิน และการบัญชีข้างต้น

ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยเก็บจากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกและผู้ที่ใช้บริการสถาบันการเงินชุมชน ทั้งที่อาศัยอยู่ในชุมชนและนอกชุมชน จำนวน 425 คนมีดังนี้ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 251 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 ระดับการศึกษา ประถมศึกษาประกอบอาชีพเกษตรกรมากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาคือ รับจ้างทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 37.2 และร้อยละ 68.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสมาชิกสถาบันการเงินโดยใช้บริการด้านการเงินฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 และสาเหตุที่ใช้บริการที่สถาบันการเงินนี้อันดับที่ 1 คือ ความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1

ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง ได้เทียบคะแนน ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ "ความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการ" มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และในระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ "สถานที่ทำการ

เหมาะสม สะดวกในการใช้บริการ" มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านการบริการสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย 4.12 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ระดับความพึงพอใจต่อการบริหารงานของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง ได้เทียบคะแนนค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ "คณะกรรมการบริหารงานมีความโปร่งใส ซื่อสัตย์" มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมีความพึงพอใจมากที่สุด และในระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ "การเผยแพร่ผลการดำเนินงานให้สมาชิกทราบอย่างสม่ำเสมอ" มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ส่วนระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านการบริหารงานของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย 4.14 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (หมายเหตุ เฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสถาบันการเงิน บ้านหลวง ต.โหล่งขอด)

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากแบบสอบถาม และจากการประชุม พูดคุยเพื่อปรึกษาหารือกันระหว่างทีมวิจัยได้นำข้อมูลมาที่ได้นำทั้งหมดมาวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนและอุปสรรคขององค์กร ได้ผลดังนี้

จุดแข็งคือ สถาบันการเงินมีที่ตั้งภายในหมู่บ้าน มีความมั่นคงของสถาบันการเงินมีการให้บริการหลากหลายมีสวัสดิการต่างๆในการเพิ่มความสะดวกแก่ลูกสมาชิก มีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าสถาบันการเงินอื่น ๆ ส่วนอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่น ๆ และคณะกรรมการสถาบันการเงินเป็นบุคคลภายในหมู่บ้านที่มีความน่าเชื่อถือ

จุดอ่อนคือไม่มีระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสม ไม่มีการสำรองข้อมูลทางการเงินและบัญชี ไม่มีระบบป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยผู้ไม่มีอำนาจหน้าที่สัญญาที่สำคัญไม่ได้ถูกเก็บในที่ปลอดภัยและเป็นระเบียบ ผู้จัดทำบัญชีไม่มีความรู้ด้านการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตำแหน่งที่พนักงานประจำอยู่ในจุดซึ่ง

สามารถเข้าถึงได้ง่าย คณะกรรมการสถาบันการเงินไม่มีความรู้เรื่องการบัญชีการเงินระเบียบข้อบังคับของสถาบันการเงินไม่ได้สอดคล้องกับการปฏิบัติจริง สถาบันการเงินไม่ได้มีการทำประกันในกรณีทรัพย์สินถูกโจรกรรม และอาคารสถาบันการเงินไม่ได้ทำประกันอัคคีภัย

โอกาสคือไม่มีคู่แข่งชั้นได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงานและสมาชิกในชุมชนมีความเข้มแข็งสามัคคี และมีความเชื่อมั่นในสถาบันการเงิน

อุปสรรคคือ สมาชิกเกือบทั้งหมดมีอาชีพเกษตรกรรมซึ่งผลผลิตขึ้นอยู่กับปัจจัยธรรมชาติที่ไม่สามารถควบคุมได้ จึงทำให้อาจมีผลต่อยอดเงินฝากและการจ่ายชำระคืนเงินกู้ อีกทั้งรายได้จะไม่เป็นรายได้ ประจำเดือนแต่จะเป็นตามฤดูกาลเกี่ยวเกี่ยว

การพัฒนากระบวนการบริหารสถาบันการเงินชุมชน ระบบการเงิน และบัญชี

จากการศึกษาข้อมูลบริบทชุมชน และข้อมูลสถาบันการเงิน และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT ที่มีวิจัยได้ร่วมกันพัฒนาระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมของสถาบันการเงินชุมชน ดังนี้

1. ทบทวนผังโครงสร้างการบริหารงาน และกำหนดหน้าที่ (Job Description)
2. ปรับปรุงระเบียบสถาบันการเงินเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน
3. กำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการเงินและการบัญชี โดยเพิ่มระบบการควบคุมภายใน
4. การพัฒนาระบบสารสนเทศ
5. พัฒนาคำความรู้เกี่ยวกับการบริหารการเงินให้คณะกรรมการ
6. พัฒนาความรู้เกี่ยวกับการบัญชีให้ผู้ปฏิบัติงาน

ระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของสถาบันการเงินชุมชน เป็นดังนี้

โครงสร้างการบริหารงาน

โครงสร้างองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย ประกอบด้วย หน่วยงานที่ปรึกษา คณะกรรมการสถาบันการเงิน และฝ่ายบริหารสำนักงาน มีหน้าที่ดังนี้

หน่วยงานที่ปรึกษา : มีหน้าที่ให้คำปรึกษาด้านการบริหารงานด้านเครือข่ายการดำเนินงานและด้านกฎหมายตลอดจนให้ข้อเสนอแนะในเชิงที่เป็นประโยชน์ต่อนโยบายการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนบ้านหลวง

คณะกรรมการสถาบันการเงิน: มีหน้าที่กำหนดข้อบังคับ ระเบียบ นโยบายกำหนดนโยบายและพิจารณาดำเนินการในเรื่องการฝากเงิน การกู้ยืมเงิน การให้เงินกู้ การฝากเงินและการลงทุนของสถาบันการเงินควบคุมดูแลการดำเนินงานทั่วไปในเรื่อง การจัดประชุม การรักษาทรัพย์สินของสถาบันการเงินให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยโดยมีแบ่งบุคลากรเป็นประธาน รองประธาน เลขานุการเหรัญญิกและคณะกรรมการดำเนินงาน

ฝ่ายบริหารสำนักงาน :ดำเนินงานตามนโยบายวัตถุประสงค์ ระเบียบ ของสถาบันการเงิน เกี่ยวกับการรับฝาก ถอน การกู้ การจัดทำบัญชี การเก็บรักษาสินทรัพย์ของสถาบันการเงินฯ

โดยมีแบ่งบุคลากรเป็นผู้จัดการสถาบันการเงินฯ รองผู้จัดการสถาบันการเงินฯ เลขานุการ เหรัญญิก เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า

ระเบียบสถาบันการเงิน

ระเบียบสถาบันการเงินที่ปรับปรุงใหม่ มีการปรับเกี่ยวกับคุณสมบัติและสิทธิของสมาชิกสามัญวิสามัญ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า เพิ่มเติมรายละเอียดเกี่ยวกับหุ้น ปรับปรุงข้อกำหนดเกี่ยวกับการฝาก ถอนเงิน การกู้เงิน การเก็บรักษาเงินสดและการเบิกจ่ายเงินสดของฝ่ายบริหารสำนักงาน ปรับข้อกำหนดและอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ ปรับข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณสมบัติและค่าตอบแทนพนักงานประจำสถาบันการเงิน และปรับปรุงข้อกำหนดเกี่ยวกับ การเงินและการบัญชี การจัดสรรกำไรของสถาบันการเงิน

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

การรับฝากเงิน	การจ่ายเงินกู้	การรับชำระเงินกู้	ค่าใช้จ่าย	การลงทุน
สมาชิกกรอก ใบนำฝาก ใบถอนเงิน	สมาชิกกรอก เอกสารขอู้	สมาชิกแจ้งความจำนง ขอชำระหนี้เงินกู้	เอกสารขอเบิกเงิน ค่าใช้จ่าย	คณะกรรมการ พิจารณาการลงทุน
พนักงานตรวจสอบ และบันทึกข้อมูล ในระบบคอมพิวเตอร์	คณะกรรมการ พิจารณาอนุมัติ	พนักงานตรวจสอบ สัญญา และ บัญชีลูกหนี้รายตัว	ผู้จัดการตรวจสอบ	จ่ายเงิน หรือ ถอนเงิน จากธนาคาร
รับเงิน จ่ายเงิน	จ่ายเงินกู้ ออกเอกสารจ่ายเงินกู้	รับชำระหนี้เงินกู้ ออกเอกสารรับชำระ	จ่ายเงิน	รับเอกสารการจ่าย ลงทุน
	พนักงานบันทึก จ่ายเงินกู้ใน บัญชีลูกหนี้รายตัว	พนักงานบันทึก รับชำระหนี้เงินกู้ใน บัญชีลูกหนี้รายตัว	รับเอกสารการจ่ายเงิน จากผู้เบิก	
สิ้นวัน	สิ้นวัน	สิ้นวัน	สิ้นวัน	สิ้นวัน
สรุปยอดเงินสด รับ-จ่าย ในสมุดเงินสด	สรุปยอดเงินสด จ่าย ในสมุดเงินสด	สรุปยอดเงินสด รับ ในสมุดเงินสด	สรุปยอดเงินสด จ่าย ในสมุดเงินสด	สรุปยอดเงินสด จ่าย ในสมุดเงินสด
ผู้จัดการตรวจสอบ	ผู้จัดการตรวจสอบ	ผู้จัดการตรวจสอบ	ผู้จัดการตรวจสอบ	ผู้จัดการตรวจสอบ
สิ้นเดือน	สิ้นเดือน	สิ้นเดือน	สิ้นเดือน	สิ้นเดือน
สรุปยอด การฝากเงิน การถอนเงิน จัดเตรียมเอกสารเพื่อ บันทึกบัญชี	สรุปยอด การจ่ายเงินกู้ จัดเตรียมเอกสารเพื่อ บันทึกบัญชี	สรุปยอด การรับชำระหนี้เงินกู้ จัดเตรียมเอกสารเพื่อ บันทึกบัญชี	สรุปยอด ค่าใช้จ่าย จัดเตรียมเอกสารเพื่อ บันทึกบัญชี	สรุปยอด จ่ายลงทุน จัดเตรียมเอกสารเพื่อ บันทึกบัญชี

กำหนดให้ทุกสิ้นวันพนักงานจะต้องทำรายงาน
นำส่งเงินสดเพื่อเก็บรักษาในตู้নিরภัย และ บันทึกการ
นำส่งในสมุดนำส่งเงินโดยมีผู้จัดการตรวจสอบและ

อนุมัติ และทุกเดือนกำหนดให้มีการประชุม
คณะกรรมการสถาบันการเงินเพื่อรายงานผลการ
ดำเนินงานประจำเดือน

เอกสารและสมุดบัญชีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

การรับ-ฝากเงิน	การจ่ายเงินกู้	การรับชำระเงินกู้	ค่าใช้จ่าย	การลงทุน
.สำเนาใบนำฝาก	1. เอกสารใบขอกู้	1. สมุดเงินสด	1. เอกสารขอเบิก	1. เอกสารอนุมัติ
. สำเนาใบถอนเงิน	2. สัญญาเงินกู้	2. บัญชีลูกหนี้รายตัว	ค่าใช้จ่าย	ลงทุน
.โปรแกรมสำเร็จรูป	3. เอกสารจ่ายเงินกู้	3.สรุปรายยอดการรับ	2. สมุดเงินสด	2. สมุดเงินสด
การฝากถอน	4. สมุดเงินสด	ชำระเงินกู้	3. หลักฐานการ	3. หลักฐานการ
. สมุดเงินสด	5. บัญชีลูกหนี้รายตัว	ประจำเดือน	จ่ายเงิน	จ่ายเงิน
.สรุปรายยอด	6.สรุปรายยอดการจ่าย		4.สรุปรายยอดค่าใช้จ่าย	4.สรุปรายยอดจ่ายลงทุน
การฝาก ถอน	เงินกู้ประจำเดือน		ประจำเดือน	ประจำเดือน
ประจำเดือน				

เพื่อให้เป็นไปตามหลักการควบคุมภายในที่ดี เรื่องการแบ่งแยกหน้าที่ จึงตกลงกันว่าสถาบันการเงินชุมชนจะส่งเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีทั้งหมดให้สำนักงานบัญชีภายนอกจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามหลักการบัญชีคู่ และจัดให้มีการรายงานทางการเงินที่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี และจัดให้มีการตรวจสอบบัญชีและแสดงความเห็นจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

ระบบสารสนเทศ

เนื่องจากสถาบันการเงินชุมชนฯ ได้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงระบบโปรแกรมการเงินและบัญชี โดยเดิมที่ได้อาศัยระบบ M-Fit เป็นโปรแกรม MBS & MGL ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดยธนาคารออมสิน จึงต้องมีการโอนถ่ายข้อมูลจากระบบเดิม ดังนี้ ปรีนทร์ รายงาน ณ วันสิ้นเดือนก่อนการยกยอดจากระบบเดิม (M-Fit)

1. ทีมวิจัยมทร.ล้านนา เข้าสอบทานรายละเอียดตามข้อที่ 1 โดยตรวจสอบตามแนวทางของมาตรฐานการสอบบัญชี
2. ทีมถ่ายโอนระบบดำเนินการถ่ายโอนข้อมูลจากระบบเดิม (M-Fit) เข้าสู่ระบบใหม่ (MBS & MGL) โดยได้รับการช่วยเหลือจากทีมธนาคารออมสิน ฝ่ายสินเชื่อองค์กรชุมชน และทีมงานจากบริษัท มิกซ์ โพร แอดวานซ์ จำกัด มาช่วยศิรัยละเอียดการยกยอด

3. ทีมวิจัยมทร.ล้านนา ตรวจสอบรายละเอียดจากระบบใหม่ (MBS & MGL) โดยปรีนทร์รายงานจากระบบใหม่ (MBS & MGL) เพื่อสอบทานยอดในระบบใหม่

พัฒนาความรู้ของคณะกรรมการและบุคลากร

เนื่องจากบุคลากรยังขาดความรู้ทางการบัญชีและทักษะด้านคอมพิวเตอร์จึงมักเกิดปัญหาและความผิดพลาด ดังนั้นเพื่อลดปัญหาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้จัดให้มีการอบรมและพัฒนาทักษะด้านบัญชีและคอมพิวเตอร์ให้แก่บุคลากร นอกจากนี้สถาบันการเงินชุมชนเป็นการบริหารงานโดยคณะกรรมการ ซึ่งเป็นผู้อาศัยในชุมชนที่ยังขาดความรู้ในด้านการบริหารการเงิน ดังนั้นจึงได้จัดการอบรมความรู้ด้านการบริหารการเงินของสถาบันการเงิน การวิเคราะห์สถานะทางการเงินและ ความเสี่ยงของสถาบันการเงินให้แก่คณะกรรมการสถาบันการเงินฯ

อภิปรายผล

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการวิจัย ทีมวิจัยได้คำนึงถึงอีกภาคส่วนที่สำคัญ คือ สมาชิกสถาบันการเงินฯ ซึ่งถึงแม้ว่าสมาชิกสถาบันการเงินฯ จะไม่ได้เข้ามามีบทบาทในทีมวิจัยหลักในการดำเนินงานวิจัย แต่สมาชิกสถาบันการเงินฯ จะเป็นกลุ่มที่ช่วยสะท้อนข้อมูลการดำเนินงานของสถาบันฯ

และให้ข้อคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริหารจัดการของสถาบันการเงิน

เมื่อเริ่มต้นโครงการวิจัย คณะกรรมการสถาบันการเงิน ได้มีการประชาสัมพันธ์ถึงรายละเอียดโครงการ ทำให้ช่วงระยะเวลาที่ทีมวิจัยลงพื้นที่ เราได้รับการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากชุมชน โดยทางสมาชิกของสถาบันการเงินฯ ได้มีส่วนสำคัญในการสะท้อนข้อมูลและให้ข้อเสนอแนะในช่วงการเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการบริหารงานและการบริการต่าง ๆ ของสถาบันการเงิน ก่อนการปรับปรุงระบบบริหารจัดการตามโครงการวิจัย ซึ่งจากการเก็บแบบสอบถาม สมาชิกของสถาบันการเงินมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระบบการบริหารอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาตามประเด็นพบว่า ประเด็นการประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข้อมูลแก่สมาชิกได้ความพึงพอใจต่ำที่สุด ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ การศึกษาในลักษณะที่คล้ายคลึงกันกับสถาบันการเงินฯ และ กองทุนหมู่บ้านของชุมชนอื่น ๆ ของนิกร ศิริอุดม (2552) ซึ่งพบว่าสถาบันการเงินได้รับการยอมรับในระดับดี และปัญหาอุปสรรคที่พบคือ ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง และสอดคล้องกับการศึกษาของ กมลลักษณ์ ดิษยนันท์ (2545) ซึ่งพบว่า คณะกรรมการ มีการแจ้งข่าวสารแก่สมาชิกน้อยเกินไป และจากการ

การสัมภาษณ์เชิงลึก จากคณะกรรมการของสถาบันการเงินเกี่ยวกับระบบบัญชีและการเงินของสถาบันการเงิน พบว่า ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับบัญชีไม่มีความรู้ด้านการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องซึ่งผลการศึกษา ดังกล่าวสอดคล้องกับ การศึกษาในลักษณะที่คล้ายคลึงกันกับสถาบันการเงินฯ และ กองทุนหมู่บ้านของชุมชนอื่น ๆ ของกมลลักษณ์ ดิษยนันท์ (2545) ซึ่งพบว่า คณะกรรมการขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชี และการศึกษาของ บุศรา คงศักดิ์ (2546) พบว่า ผู้จัดทำบัญชีมิได้มี

พื้นฐานความรู้การจัดทำบัญชีโดยตรงมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติจริงเกี่ยวกับสมุดบัญชีและเอกสารที่ใช้ใน

การบันทึกบัญชีและยังขาดความเข้าใจในการบันทึกรายการให้ถูกต้อง

ระบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมของสถาบันการเงินชุมชนที่ทีมวิจัยร่วมกันพัฒนาขึ้น เป็นการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการของ เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2546) ที่ประกอบไปด้วยการวางแผนการจัดองค์การ และการจูงใจภาวะผู้นำรวมทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล มีการจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มีการตรวจสอบและควบคุมการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ และควบคุมการปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถาบันการเงิน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายในของ ณิชพร พันธุ์อุดม (2549) มีการจัดทำระบบการจัดการเก็บข้อมูลทางการเงิน อันประกอบด้วยแบบฟอร์ม หรือ เอกสารต่างๆบันทึกทางการบัญชี ที่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ ระบบบัญชีของ วิไล วีระปรีย และจงจิตต์ หลีกภัย (2549) อย่างไรก็ตามการพัฒนาระบบบริหารจัดการยังต้องคำนึงถึงบริบทของชุมชนและต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

ระยะเวลาดำเนินโครงการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ระยะ โดยระยะแรกทีมวิจัยได้ศึกษาการบริหารจัดการรูปแบบเดิมของสถาบันการเงินฯ ส่วนระยะที่ 2 เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาพัฒนาระบบการบริหาร ซึ่งในการพัฒนาระบบการบริหารสถาบันการเงินชุมชน ระบบการเงิน และบัญชี ทีมวิจัยได้นำผลการศึกษาการบริหารจัดการรูปแบบเดิมมาปรับปรุง เพิ่มเติม โดยนำแนวคิดจากทฤษฎีการจัดการ แนวคิดเกี่ยวกับการบัญชี ระบบบัญชี และแนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายใน มาประยุกต์เพื่อให้เป็นรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมตามบริบทของชุมชน ซึ่งผลตอบรับของโครงการวิจัยนี้จากชุมชน ในเวทีสรุปข้อมูลและการทำประชาคมกับสมาชิกดีมาก ทีมวิจัยได้รับคำขอบคุณและการชื่นชมจากสมาชิกในการปรับปรุงครั้งนี้ ซึ่งการพัฒนาระบบการบริหารจัดการฯ ทำให้สมาชิก รู้สึกอุ่นใจและมั่นใจในสถาบันการเงินมากขึ้น

บทเรียนจากโครงการวิจัย

จากการกระบวนการดำเนินงานวิจัย ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในหลายมิติ เช่นสมาชิกสถาบันการเงินฯ เกิดการเรียนรู้ในบทบาทของผู้มีส่วนได้เสียต่อสถาบันการเงิน และบทบาทของสมาชิกในชุมชน ในการตอบแบบสอบถาม คณะกรรมการเกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสถาบันการเงิน ฯ มีความต้องการพัฒนาให้เติบโตด้วยความมั่นคง การทำงานเป็นทีม การคิดแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ส่วนนักวิจัย(อาจารย์) เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับ การทำวิจัยร่วมกับชุมชนต้องปรับตัวให้เข้ากับบริบทชุมชน การถ่ายทอดความรู้เชิงวิชาการและประยุกต์ให้เป็นรูปธรรมสู่ชุมชน

ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยและงานพัฒนา

ในมุมมองของนักวิชาการและนักวิจัย อาจกล่าวได้ว่าโครงการนี้ประสบความสำเร็จในระดับเริ่มต้นเท่านั้นที่สามารถสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบให้แก่ชุมชนได้ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ทีมคณะกรรมการสถาบันการเงินฯ ต้องมีการใช้กระบวนการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบนี้ อย่างต่อเนื่อง ไม่จบการเรียนรู้ไปพร้อมกับงานวิจัยนี้ โดยคณะกรรมการสถาบันการเงินฯ สามารถใช้ความรู้นี้ไปประยุกต์กับการทำงานได้อีกหลายรูปแบบ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ระบบการบริหารจัดการของสถาบันการเงินฯ ที่ได้ในครั้งนี้อาจต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนที่เปลี่ยนไปในอนาคต และหากระบบการบริหารงานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะก่อให้เกิดความยั่งยืนในสถาบันการเงินและชุมชนสืบไป

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น และได้รับคำแนะนำเป็นอย่างดี จากศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ทีมวิจัยต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งและที่ชขาดเสียมิได้ คือ ทีมวิจัยชุมชน(คณะกรรมการสถาบันการเงินฯ) ผู้นำกลุ่มทุกท่าน สมาชิกสถาบันการเงินชุมชนฯ บ้านหลวงหมู่ 6 ตำบลโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ และอีกหลายภาคส่วน ที่ได้ให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนการดำเนินงานของโครงการวิจัยนี้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กมลลักษณ์ ดิษยนันท์. (2545). ศักยภาพและปัญหาในการจัดการกองทุนหมู่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระระดับปริญญาโท. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เขาวลัย พงศ์ผาติโรจน์. (2552). หลักการบัญชีขั้นต้น. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณัฐพร พันธุ์อุดม. (2549). แนวทางการควบคุมภายในที่ดี. กรุงเทพฯ:ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- นิกร ศิริอุดม.(2552). การบริหารจัดการสถาบันการเงินชุมชนบ้านหนองบัวโคก หมู่ที่ 1 ตำบลหนองบัวโคก อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่นขอนแก่น.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราช. (2546). การจัดการสมัยใหม่ (Modern management). กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอ็กซ์เพรส.

บุศรา คงศักดิ์. (2546). การประยุกต์ใช้ระบบบัญชี
กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ :
กรณีศึกษา อำเภอท่าปลาจังหวัดอุตรดิตถ์.
การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต. บัณฑิต
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปรีชญา ชีวะเกตุ. (2545). แนวปฏิบัติทางบัญชี
สำหรับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง :
กรณีศึกษา กองทุนหมู่บ้านและชุมชนในเขต
ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
การค้นคว้าแบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต. บัณฑิต
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วนิดา กุลสุ. (2545). ระบบบัญชีที่เหมาะสมของ
กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ :
กรณีศึกษา อำเภอเมือง จ.น่าน. การค้นคว้า
แบบอิสระบัญชีมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วันฉนิภา พรหมประเสริฐ. (2554). ศักยภาพของการ
เป็นสถาบันการเงินชุมชนอย่างยั่งยืน บ้านใหม่
พัฒนา ตำบลเวียง อำเภอเวียงป่าเป้า
จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าแบบอิสระ
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิทยา ไชยเทพ. (2551). การประเมินผลการ
ดำเนินงานโครงการธนาคารหมู่บ้านป่าไผ่
กลางอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.
การค้นคว้าแบบอิสระรัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต. (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์)
บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วินิจ บัวเจริญ. (2548). การศึกษาความพร้อมของ
กรรมการกองทุนในการดำเนินงานกองทุน
หมู่บ้านและชุมชนเมือง กรณีศึกษา อำเภอ
บางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาสังคมศาสตร์เพื่อ
การพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.

วิไล วีระปรียะ. (2549). ระบบบัญชี. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริพร ศิริปัญญาวัฒน์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการ
ดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองใน
ภาคเหนือ. รายงานภาวะเศรษฐกิจการเงิน
ภาคเหนือ. เชียงใหม่: ธนาคารแห่งประเทศไทย,
สำนักงานภาคเหนือ.

The Marketing Mix of Exhibition and Shopping Center for Traditional Lanna Products that Suitable for Tourists, Case of Lamphum Province

Kamolthip Kamchai¹, Ratthanan Pongwiritthon^{2*}, Pakphum Pakvipas³
and Sutheemon Chongesiroj⁴

¹ Faculty of Management Sciences Chiang Mai Rajabhat University

^{2,3} Faculty of Business Administration and Liberal Art, Rajamangala University of Technology Lanna

⁴ Faculty of Humanities and Social Sciences, Payap University

* Corresponding author. E-mail: dr_tok2029@hotmail.com

ABSTRACT

This research aims to study on the marketing mix of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products that suitable for tourists. Quantitative analysis was applied for this research and questionnaire was designed as research tools for collecting primary data. Population were 400 Thai tourists who travel to Lamphun province. The results shown that majority of the tourists were male, age between 21-30 years old and hold bachelor degree. Most of them worked as private company's employees which earned between 10,001-20,000 baht per month. In addition majority of the respondents gave rate as highly needed to all marketing mix factors of exhibition and shopping center for traditional Lanna products which were as follows place and distribution channel factor, product factor, price factor and the promotion factor respectively. The results of coefficient evaluation on tourists' satisfactions on developing the design of exhibition and shopping center for traditional Lanna products based on Kano model also indicated that the exhibition and shopping center should have modern technology facility, having appropriate interior design that suit to the atmosphere of exhibition and shopping center, and signs and maps clearly shown the location of the shops in the exhibition and center. The result of the hypothesis testing found that there were no significant different between demographic information classified by gender, age, education, occupation and income of tourists towards average mean of level of need of marketing mix factors of exhibition and shopping center.

Keywords: Marketing Mix, Marketing Model, Traditional Lanna products

Introduction

Lamphun is a province in the Chiang Mai – Lamphun Twin Cities Development Project which cooperates with Five Chiangs Strategy as well as The Greater Mekong Subregion Economic Cooperation Program. Lamphun has many producers which their products

have a huge international market demand such as wood carving, hand woven fabric, silk mantles, fresh longan, and dry longan which has no competitor in the near future. Since a while ago, Lamphun has focused on promoting traditional Lanna products in the whole manufacturing processes and be able

to distribute lots of products to the market and becomes well known as handicraft makers and distributors. However, Lamphun still faces marketing development problem as they do not have the proper market or exhibition center that big enough to support as distributed center of quality products which has affordable space. As a result, they have to deliver their products to sell in other area which of course affected for both higher transportation cost and time. As a legend handed down for more than 1,400 years refer to this ancient town as Hariphunchai. Lamphun still retain its enchanting ambience of a small but old community. In addition there were well known for traditional Lanna products such as hand-made cotton Fabric that also very much preferred by tourists. Pha Mai Yok Dok is an elaborately woven material in traditional method. And Wood-carving products are made from soft-wood into animal figurines, dolls, utensils and decorative items. However, there was no exhibition and shopping center for Traditional Lanna Products in Lamphun which it was difficult for tourists to purchase those traditional culture products. Therefore, research aim to explore marketing mix of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products case of Lamphun which would beneficial to community enterprise and also small and medium enterprise who producing traditional products. Moreover, if this project exist it would improve Lamphun economy which it can be linked to the other tourist attractions of Lamphun that already

established for traditional Lanna products outlet which will become Lamphun Landmark In this study, the researchers aim to study the marketing mix and building design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products that suitable for tourists. The study would like to check if the building will be built according to the needs of tourists and this project can be community sustainable business in the future.

Literature review

1.) Concept of Perception

Perception is occur when there is the external stimulation or information inputs through the exposure stage and then there is the data transmission or information inputs pass the sensation then get through the brain or attention stage. After that the brain will generate understanding on the meaning or comprehension stage. All these stages are the completion of recognition or perception process condition so perception is for both psychological and behavioral conditions which show the understanding and feeling in people's mind through the senses. In other words, perception is the psychological elements that influence the attitudes and behavior of each person. The ability to recognize each environmental aspect is depending on the ability of the innate and experience of each person. Perception has to be chosen and be willing to recognize. Elements that influence each person's

perception are including intensity, size, contrast and movement. A person perceives something when it is associated with the personal attention and personal values. When people are willing to recognize, they will prepare for the incoming act or behavior (Mowen and Minor, 2001, p. 63).

2.) Concept of Attitude.

Attitude means the combination or remix of believes that arising from the perception of anything or any specific situations. The results of this believe will determine the trend of person into satisfaction and dissatisfaction. Characteristic of the attitude consist of two types which are the satisfaction that result from person's perception as positive attitude and attitudes that express in form of dissatisfaction as negative attitude (Rokeach, 1970, p.112).

According to the psychologists, components of attitude have been proposed in three concepts as follows (P. Suwan, 1993, p 3-4; Krech, 1962; Rosenberg & Havland, 1960, pp. 1-5; Triandis, 1971, pp. 7-11).

1. Knowledge component which are knowledge, believe, idea and personal's opinion from perception.

2. Affective component in both positive and negative way which is a condition of the feeling that occurred after the perception.

3. Behavioral component which are trends or readiness of person to behave after the perception about the behavior or trend of behavior.

Therefore, it can be concluded that all three components; knowledge component, affective component and behavioral component, are all relevant to each other. As knowledge component is the base of attitude or affective the person and then express in terms of satisfaction or dissatisfaction, likes or dislikes. Such this feeling can affect expression of each person. In other words, attitude determines person's behavior and each person often behave to express their attitude.

3.) Kano's Model Analysis

This research uses Kano's model to study customer's needs to be able to well understand the needs of customers. Kano's model Developed by Dr. Noriaki Kano, Japanese professor in the field of quality management (Kano, 1984). Kano's model is used to design and develop the products as customers' satisfaction towards the products really relating to the ability to meet the needs of customers which has to be the most satisfied level. Defect that causes customers dissatisfaction must be minimized. In all collectively, this means the quality of the product. However, due to the customers' behavior and expectation toward the products are different in term of function, format, factor which also change rapidly over time, the analysis part also become more difficult as shown in Kano's model Figure 1.

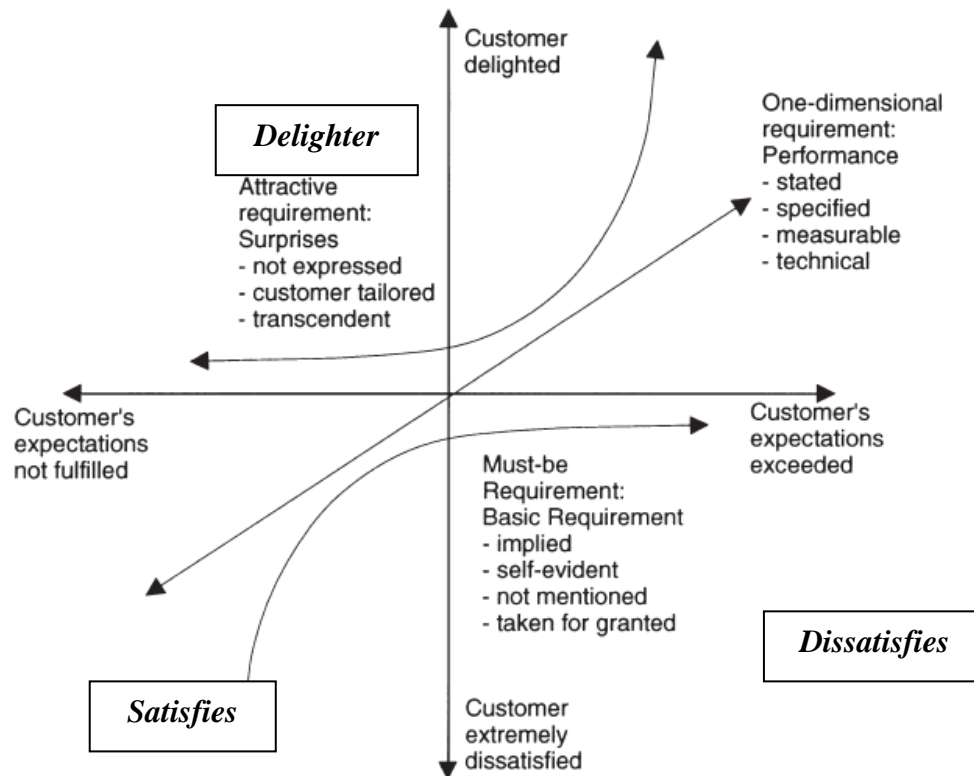


Figure 1 Kano's Model Source: Berger, 1993,
Kano's Methods for Understanding Customer – Defined Quality.

Kano's model divided the quality of products into three parts.

1. Dissatisfies, this characteristics of quality that customers expect which they can either inform or not inform. However, if this characteristic is missing, customers will become dissatisfied immediately. For example, the quality of the product, wallet should have nice seam with no defect on the leather or TV should have correct manual and all buttons are able to use. All these things are very important to customers. By the way, the operator can check their customers' complaint through the customer service center or dealers because if the

products cannot meet customers' need, they will complaint immediately.

2. Satisfies, this is the characteristic of quality that customers prefer to have in the product. The more of this characteristic in the products, the more customers' satisfaction will be toward the product. For example, the faster speed of computers, Microsoft Office that easier to use, more memory capacity of mobile phone or quicker customer service. After customers satisfy in any products, they will then consider other aspects later such as lower price on the similar product and so on.

3. Delighter, this quality characteristic will allow customers surprise or exceed their

expectation because customers do not have any expectation at the beginning. By the way, if the product lack of this characteristic, it does not affect any negative feeling on customers. In business perspective, this characteristic is an important variable that making a difference to the product. For example, reading light at the rear car seat, cup holder in a car or even rapidly changing product such as mobile phones. Customers can be delighted from multi-language smart phone which can play music, can take a photo, can use as organizer as well as support operation system and applications. All these features add lots of value to the products. However, in the future the competitors may develop products that will make these special features become customer standard expectation immediately such as nowadays mobile phone that taking photo and play music become standard feature or standard expectation.

Kano's model that can divided into three parts which are Dissatisfies, which is a part of product that must not missing, Satisfies, which is a part that need to develop more and more to impress customers, and Delighter, a part that will surprise customers which the designers and developers have to work on to create the outstanding features of the products towards customers which will of course can increase sales and customers.

Kano's model analysis process is divided into three stages. The first stage is to

identifying customer needs by start from voice of customer. In general, customers need could be known by word spoken directly to show what they need. Normally, these customers' needs would be no order in concepts arrangement or the choice of vocabulary, then the information quite mix and not organize. Sometime the information also includes customers' complaining on what they do not like. All these information is very useful in interpreting to use to design and develop the products. In general, voice of customer can be collected from methods, such as direct inquiries from customers, questionnaire, team brainstorming, and direct observation from customer who uses the products and so on. To do this operation, cooperation of several department is needed to collect information such as design team, research and development team, marketing team, as well as engineering team may be required if the products need some technical information. The second stage is creating Kano's questionnaire. After get voice of customers, development team should separate voice of customers into each part according to three product quality of Kano's model then categorize each important characteristic and create the questionnaire as shown in Table 1. When know the answer, then the next step is to bring the answer of two questions to combine as in Kano's evaluation table as in Table 2 by Y axis is the answer in positive part and X axis is the answer in negative part.

Table 1: Positive Question and Negative Question of Kano’s Model

Functional from question	Answer
What would you feel if the product has this characteristic? (Positive Question)	1.) Like 2.) Must be 3.) Neutral 4.) Live with 5.) Dislike
What would you feel if the product do not has this characteristic? (Negative Question)	1.) Like 2.) Must be 3.) Neutral 4.) Live with 5.) Dislike

Table 2: Evaluation of Kano’s Model

Customer Requirements		Dysfunctional (negative question)				
		1.) like	2.) must be	3.)neutral	4.) live with	5.) dislike
Functional (positive question)	1.) like	Q	A	A	A	O
	2.) must be	R	I	I	I	M
	3.) neutral	R	I	I	I	M
	4.) live with	R	I	I	I	M
	5.) dislike	R	R	R	R	Q

Remark A (attractive) is the part to attracting customer

O (one-dimensional) is the part that makes customer satisfy

M (must-be) is the part that product must has it

Q (questionable) is the part that should be concerned as it is in the part of dissatisfactory

R (reverse) is unwanted part so it needs to be improved

I (indifferent) is the part that makes no different for customer’s feeling

The interpretation from Table 2 assessment of Kano’s model can be done as this example; suppose that the answer of table 1 from both Positive Question is Like and Negative Question is Neutral, then the

result from table 2 is A or this demand is functions to attract customers. The last stage is evaluation and interpreting. After interpreting the results of step 2, then the results has to be evaluated the needs of

customers by evaluate from frequency response of customers as show in table 3. From table 3, it can be seen that the demand for the products with feature 1 is equal to M (49.3%) or function is required for

product feature 2 is equal O (45.1%) which this function is to make customer satisfied and features 3 is equal A (63.8%) which function to attract customers.

Table 3: Result Evaluation and Interpreting example

Demand for the product	A	O	M	I	R	Q	Total	Classification
Feature 1	7	32.3	49.3	0.5	5.4	5.5	100%	M
Feature 2	10.4	45.1	30.5	11.5	1.3	1.2	100%	O
Feature 3	63.8	21.6	2.9	8.5	0.7	2.5	100%	A

Rule to evaluate M>O>A>I uses in case the demand for product is difficult to decide or the result is not clear. To apply the rule to evaluate M>O>A>I is very useful as the first requirement that should be improved in product is the first part that is very intense towards the feeling which is M that refers to this function is required for the product in order to prevent dissatisfaction which also the most important and need to be improved. Then followed by the second, third and fourth which is O, A, and I respectively. That means after resentment, it is necessary to find the key to satisfied customer and then create customer delight. Normally, if the product can create customer delight for 2-3 factors, then product's development is well performing in a certain level.

Customer Satisfaction Coefficient is the calculation to calculating the level of

customers' satisfaction or dissatisfaction which is very important to understand satisfaction level of customers towards the product. Sometime, the results of product evaluation are from different markets then give the different results and will be too difficult to analysis. Therefore, the mean of the impact towards customer is very useful by using equation to find the mean of customer satisfaction level as follows (Sauerwein E., 1997):

$$\text{Satisfaction} = (A+O)/(A+O+M+I)$$

$$\text{Dissatisfaction} = (O+M)/((A+O+M+I)x(-1))$$

The satisfaction is between 0-1, if the mean is closer to 1, it refers to customers are very satisfied. On the other hand, for dissatisfaction, if the mean is closer to -1, it refers that the factor affects a lot of dissatisfaction.

Table 4: Example of the Coefficient estimates on Satisfaction and Dissatisfaction

Demand for the product	A	O	M	I	Satisfaction (A+O)/ (A+O+M+I)	Dissatisfaction (O+M)/ ((A+O+M+I) x (-1))
Feature 1	7	32.3	49.3	0.5	0.44	-0.92
Feature 2	10.4	45.1	30.5	11.5	0.57	-0.78
Feature 3	63.8	21.6	2.9	8.5	0.88	-0.25

From Table 4, it can explain that in negative question, demand for product feature 1 will reflect very dissatisfaction level -0.92 if the product misses the feature. While in positive question, feature 1 will affect customer not much satisfaction as it is only 0.44.

4.) Business Marketing Mix Concept

McCarthy and Perreault (1996, pp. 46-49) mentioned about marketing mix that consists of 4'Ps which are Product, Price, Place and Promotion. These 4'Ps are important to plan the marketing mix. Some of it is more important than others but still there is

nothing that will stand alone. When the marketing mix has been developed, decision-making process on various factors become similar and then indicated that these factors are all important. When consider marketing mix wider, it clearly shows that the product itself create customers' satisfaction. The channel to place the products in the location where customers easily access the promotion is the way to communicate with target customers. The products also have been designed and planned for consumer. The price set from estimation of recently consumers' purchasing behavior.

Table 5: Strategy Decision Areas Organized by the Four Ps

Product	Price	Place	Promotion
1. Physical good	1. Objectives	1. Objectives	1. Objectives
2. Service	2. Flexibility	2. Channel type	2. Promotion blend
3. Features	3. Level over product	3. Market exposure	3. Salespeople (Kind,
4. Benefits	life cycle	4. Kinds of middleman	Number, Selection,
5. Quality level	4. Geographic terms	5. Kinds and locations	Training, Motivation)
6. Accessories	5. Discounts	of stores	4. Advertising (Targets,
7. Installation	6. Allowances	6. How to handle	Kinds of ads, Media
8. Instructions		transporting and	type, Copy thrust,
9. Warranty		storing	Prepared by whom)
10. Product lines		7. Service levels	5. Sales promotion
11. Packaging		8. Recruiting	6. Publicity
12. Branding		middleman	
		9. Managing channels	

Source: McCarthy and Perreault, Jr., 1996, Basic Marketing: A Global Managerial Approach (p. 46, 12th ed.)

There are several ways to create satisfaction to target customers and consumers such as different sizes and shapes of product, including quality level of the product, adjustable service level, various size, color or material of packaging, branding and changeable warranties. Moreover, publicity and advertising from newspapers, magazines, radio, television, billboards can

be used according to budget of each company. Manufacturer or supplier can make their consideration on the price of the product that can be increased or decreased. Many organizations make their marketing decision, from many factors, using the concept of marketing mix within their organization

Research framework

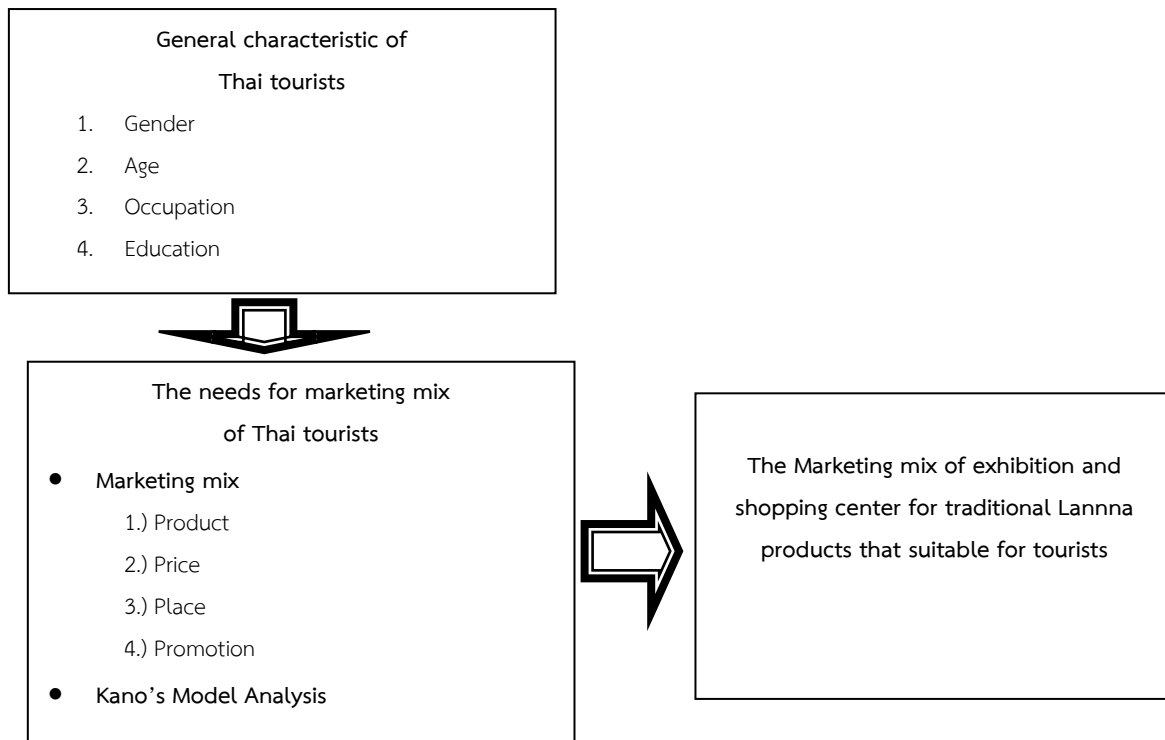


Figure 2: Research framework

Research Methodology

1. Population and sample. Population in this research is the group of tourists who traveled by both their private car and bus to visit Lamphun which consider as unknown population. Therefore sample size from calculation were 400. The convenience sampling technique was applied. This research also uses judgment sampling which chose suitable sample to the purposes of the study. The sampling data was collected from tourist attractions in Lamphun province.

2. Research tools. The quantitative data was gathered by using questionnaires. Questionnaire was created based on the research objective and framework which divided in to three parts. The first part is

about general information of Thai respondents including gender, age, education, occupation and income per month. The second part is the information about the needs of marketing mix among Thai tourists towards the design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products. This part uses 5 rates Rating Scale or Likert Scale to rate the questions which the scale was from level 1 refers to Strongly disagree to level 5 refers to Strongly agree. The criterion for interpretation of 5 levels of mean by using mean between 1.00 - 1.80 as Strongly disagree and mean between 4.21 - 5.00 as Strongly agree. The last part was about the needs for style and quality of products among Thai tourists toward the

design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products based on the concept of Kano's model. The questionnaire of this part is 5 level rating scales which level 1 means Dislike until level 5 means like.

3. Data analysis. Data analysis and statistics used in this research are quantitative analysis, descriptive statistics by using frequency and percentage. Standard deviation and statistical significance tested by t-Test, One Way ANOVAs and Kano's model analysis to achieve the objectives of the research which also base on the relevant concepts and theories.

4. Research hypothesis. There was no significant different between demographic information classified by (gender, age, education, occupation and monthly income) and average mean of attitude toward marketing mix of the design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products at 0.05 level.

Research Finding

This research aims to study on marketing mix of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products that suitable for tourists conduct the research on the population, sample and tools. Data collection and analysis found that Thai tourists are male 67.50% and female 32.50% with age between 21-30 years old, 31-40 years old, 41-50 years old and over 50 years old as 36.50%, 37.90%, 15.30%, and 10.30% respectively. Education levels were bachelor degree, higher than bachelor degree, and

high school or diploma as 74.40%, 14.80% and 10.80% respectively. For occupation, the respondents work as private company's employees, government officers/employees of state enterprises, own business, and students as 45.00%, 22.70% 22.20%, and 10.30% respectively. Average monthly incomes are the range from 10,001-20,000 baht, less than 10,000 baht, 20,001-30,000 baht and more than 30,000 baht as 39.90%, 28.60%, 18.2% and 13.30% respectively.

The needs of marketing mix of Thai tourists towards exhibition and shopping Center for traditional Lanna products, in product perspective was in high levels (\bar{X} = 3.92, S.D. = 0.633). The three highest levels are quality and standard of the product (\bar{X} = 4.21, S.D. = 0.798), variety of type and design of products (\bar{X} = 4.11, S.D. = 0.834), and age and duration of storage of the product (\bar{X} = 3.93, S.D = 0.706). In term of price, found out that overall price are in high levels (=3.79, S.D. =0.624). The three highest levels are price can be bargain \bar{X} = 4.17, S.D. = 0.624), price of product suitable for quality and standard (\bar{X} = 3.99, S.D. = 0.722) and price tag is clearly show (\bar{X} = 3.82, S.D. = 0.833). For place and distribution channel found out that overall are in high levels (\bar{X} = 4.01, S.D. = 0.799). The three highest levels are orderly in product arrangement (\bar{X} =4.06, S.D. = 0.768), sufficient parking for the building (\bar{X} = 3.97, S.D. = 1.044), and location of the building is easy to find and to travel to (\bar{X} = 3.97, S.D. = 0.910). In term of promotion, it found out that overall are in high levels (\bar{X} = 3.65, S.D. =

0.810). The three highest levels are special discount for regular customers (\bar{X} = 3.62, S.D. = 0.924), special discount and free give offer (\bar{X} = 3.79, S.D. = 0.928) and provide

advertising via different media such as radio, newspaper and banner (\bar{X} = 3.78, S.D. = 0.902). All finding as shown in Table 6

Table 6: Mean, standard deviation, and level of need for the marketing mix of design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products according to Four Ps marketing mix. mix.

Marketing mix factors	\bar{X}	S.D.	Level of need
1. Product	3.92	0.633	High
2. Price	3.79	0.624	High
3. Place	4.01	0.799	High
4. Promotion	3.65	0.810	High
Overall level	3.84	0.717	High

The needs of marketing mix of Thai tourists towards exhibition and shopping Center for traditional Lanna products using Kano's model shows that majority of tourists' needs classified in type O which has to create customers satisfaction. The needs for 1.) Variety of the shops 2.) Food centers or restaurant inside the building 3.) Supermarket or convenience store inside the building 4.) The layout is easy to understand and find the shops 5.) Nice atmosphere, well

decorated and has clear concept design 6.) Cleanliness of the building 7.) Sufficient clean toilet for the building 8.) ATM available 9.) Well space prepare for customers 10.) Well space prepare for customers and 11.) Sign or map that show the location of each shop is clearly show in the building, all these needs can categorize as A type which has duty to attract Thai tourists by high technology availability inside the building.

Table 7: Tourists' need on exhibition and shopping Center for traditional Lanna products according to Kano's model concept

The needs of tourists on the building	A	O	M	I	R	Q	Total	Categorize by the needs of tourists
1. Variety of the shops	17	39	7	20	7	10	100%	O
2. Food centers or restaurant inside the building	13	32	14	15	13	13	100%	O
3. Supermarket or convenience store inside the building	9	35	10	12	17	17	100%	O
4. The layout is easy to understand and find the shops	12	36	15	17	11	9	100%	O
5. Nice atmosphere, well decorated and has clear concept design	25	35	9	8	14	9	100%	O
6. Cleanliness of the building	12	47	21	10	3	7	100%	O
7. Sufficient clean toilet for the building	7	49	7	17	13	7	100%	O
8. High technology availability inside the building	39	23	9	8	14	7	100%	A
9. ATM available	18	31	13	15	11	12	100%	O
10. Well space prepare for customers	15	33	12	14	11	15	100%	O
11. Sign or map that show the location of each shop is clearly show in the building	16	44	10	13	7	10	100%	O

Remark A (attractive)	is the part to attracting customer
O (one-dimensional)	is the part that makes customer satisfy
M (must-be)	is the part that product must has it
Q (questionable)	is the part that should be concerned as it is in the part of dissatisfactory
R (reverse)	is unwanted part so it needs to be improved
I (indifferent)	is the part that makes no different for customer's feeling

After classifying the needs of Thai tourists, the needs of products have to be evaluated by rule of M>O>A>I. In case that the needs on the products are difficult to decide or no clear, the use of rule M>O>A>I is very useful. The first need that must improve or the first part of product that strongly reflect Thai tourists' feeling towards the exhibition center is the need of M type. As shown in Table 7 is the needs of the exhibition center according to the concept of Kano's model to prevent customers' dissatisfaction on the exhibition center which is the most important part that need to be improved. Then followed by the second, third, and fourth part which are type O, A, and I respectively. It means when reduce dissatisfaction, it is important to find the needs that will make tourists satisfy by make them impress and want to come back in the

future. Normally, if the product can make consumers feel positive and impress in product with 2-3 factors, it can say that the product was improved and perform well in a certain extent. The needs that can create customers' satisfaction from high to low levels are high technology available in the building, nice atmosphere, well decorated and has clear concept design, and sign or map that show the location of each shop is clearly show in the building were scale as 0.78, 0.78 and 0.72 respectively. For the needs towards the center that can cause dissatisfaction if its missing from high to low levels are cleanliness of the building, sufficient clean toilet for the building, and supermarket or convenience store inside the building were represented dissatisfy as -0.76, -0.70 and -0.68 respectively as Table 8 and Figure 3.

Table 8: Customer Satisfaction Coefficient towards exhibition and shopping Center for traditional Lanna products

The needs of tourists on the building	A	O	M	I	Categorize by the needs of tourists	Satisfaction level $(A+O)/(A+O+M+I)$	Dissatisfaction level $(O+M)/((A+O+M+I) \times (-1))$
1. Variety of the shops	17	39	7	20	O	0.67	-0.55
2. Food centers or restaurant inside the building	13	32	14	15	O	0.61	-0.62
3. Supermarket or convenience store inside the building	9	35	10	12	O	0.67	-0.68
4. The layout is easy to understand and find the shops	12	36	15	17	O	0.60	-0.64
5. Nice atmosphere, well decorated and has clear concept design	25	35	9	8	O	0.78	-0.57
6. Cleanliness of the building	12	47	21	10	O	0.66	-0.76
7. Sufficient clean toilet for the building	7	49	7	17	O	0.70	-0.70
8. High technology availability inside the building	39	23	9	8	A	0.78	-0.41
9. ATM available	18	31	13	15	O	0.64	-0.57
10. Well space prepare for customers	15	33	12	14	O	0.65	-0.61
11. Sign or map that show the location of each shop is clearly show in the building	16	44	10	13	O	0.72	-0.65

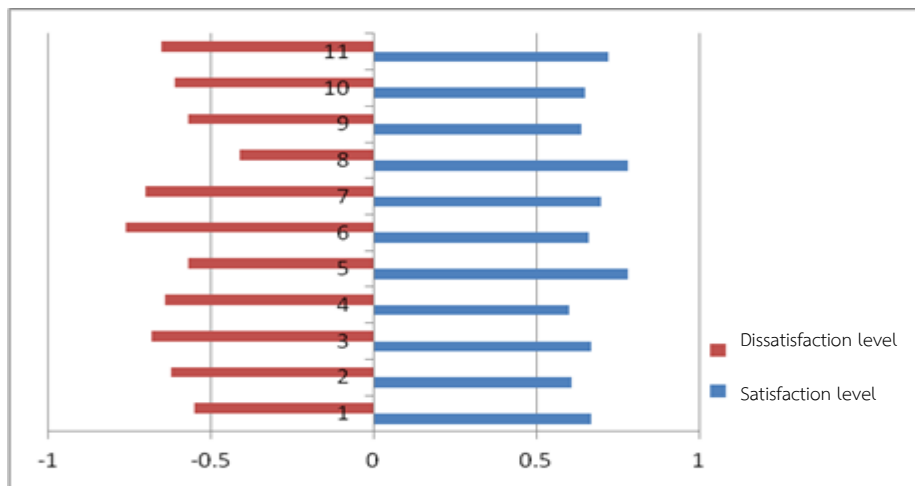


Figure 3: The effects of product's roll on satisfaction and dissatisfaction

From the test on general relationship of Thai tourists that categorize by personal characteristics including gender, age, education, occupation and income, result the needs for marketing mix on the exhibition center that no difference at significance level of 0.05.

Summary and Discussion

General information of Thai tourists as respondents, most of them are male, age between 21-30 years old, bachelor degree graduated, work as private company's employees and average income per month is between 10,001-20,000 baht. The needs of tourists on marketing mix for exhibition center are all in high levels including product, price, place and promotion. The needs of marketing mix that is the most needs for Thai tourists is in term of place and channel of distribution which are products are tidily place on the shelf, parking area available for customer, and location of the

shops are easier to find and easy to travel to. Marketing mix are also important in Kano's model achievement which consistent with the research of Orn-anong Boonwan (2011) as the results showed that the marketing mix influence customers on purchasing One Tambol One Product (OTOP) with overall in high level. It is also consistent with the results of Ketsarin Chomtrakarn (2008) who studied on marketing mix factors that affecting consumers on purchasing One Tambol One Product (OTOP) in Samut Prakan. Both researchers found that marketing mix factors are all in high level and if categorize by each type of marketing mix, place will be the most important factor as customers give important concern to the convenience location that easy to find and easy to travel to in high level. Product factor should focus on new design, concern more on quality with suitable price and should be more publicized. Moreover, it should be more study on other factors of marketing mix

with more specific details in various areas. It should be also has more advertising via radio, newspaper, and banner in order to apply the results of the comparative study and to improve the efficiency consumers behavior.

The design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products give an important on satisfaction of Thai tourist who would visit the center by focusing on high technology that available in the center, nice atmosphere, well decorated and has clear concept design, and sign or map that show the location of each shop is clearly show in the building. As a result, the building has been designed to meet the needs of visitors.

Suggestion

Marketing mix model and design of exhibition and shopping Center for traditional Lanna products that sustainable and suitable for tourists should focus on participation of the management of both public and private sectors in 3 points which are 1.) to determine the development pattern of exhibition and shopping center for traditional Lanna products with the processes as follows: 1.1) set the vision, 1.2) mission, 1.3) evaluate stakeholder and 1.4) strategies for development. 2.) To create management team from public sector, private sector and community to get the same commitment and support to the product literally by buildup love and unity of

all stakeholders. Also create faith on leaders and group of leaders for the building management to achieve knowledge sharing to create powerful idea on the basis of cultural, traditional, lifestyle and local wisdom. And 3.) Provide cooperation activities to promote the concept of participation principle and good governance principle.

Acknowledgment

This research was financial supported by a research project funded of Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai. Thanks to academic scholars, professors and Thai tourists who travel to Lamphun, and all people who involved with this research. Thanks to the researchers' family who have contributed to the work until done with great success.

References

- Boonwan, O. (2011). **Marketing Mix Affecting Buying Behavior of OTOP Products in Narathiwat Province**. Graduate Studies. Yala Rajabhat University.
- Chomtrakarn, K. (2008). **Marketing Mix Factors Influencing on Consumer Buying Behavior of OTOP Products, Samutprakarn Province**. Office of Academic Resources and Information Technology. Dhonburi Rajabhat University.
- Kano, N. (1984). Attractive Quality and Must-be Quality. **Hlnshitsu**. 14(2), 39-48.

- Krech, D., Crutchfield, R.S., Ballachey E.L. (1962). **Individual in Society**. Tokyo: McGrae-Hill Kogakusha Ltd.
- McCarthy, E. J., & Perreault, W. D., Jr. (1996). **Basic marketing: A global managerial approach**. (12th ed.). Chicago: Irwin.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2001). **Consumer Behavior**. (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Rokeach, Milton. (1970). **Beliefs, Attitudes and Values**. San Francisco: Jossey Basso, Inc.
- Rosenberg, R.J. and Hovland, C.I. (1960). **Attitude Organization and Change: And Analysis of Consistency Among Attitude Components**. Westport: Greenwood Press.
- Sauerwein, E., (1997). **The Kano Model: How to delight your customers**. International Working Seminar on production Economics, Innsbruck/Igls/Igls/Austria, February 19-23 1996, 313-327.
- Spencer, H. (1985). **A renewed appreciation**. London: Sage.
- Triandis, Hary C. (1971). **Attitude and Attitude Chang** New York: John Wiley and Sons.

แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ถนนเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-
สะเมิง จังหวัด เชียงใหม่

Guidelines for Tourism Development of the Highway (route) 1096 Mea
Rim-Samoeng, Chiang Mai Province

สุธีมนต์ ทรงศิริโรจน์^{1*}, ภาคภูมิ ภักดีภาส², รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร³, กมลทิพย์ คำใจ⁴ และ สุพจน์ อาวาส⁵
Sutheemon Chongesiriroj^{1*}, Pakphum Pakvipas² and Rattthanon Pongwiritthon³,
Kamonthip Kamsai⁴ and Suput Arvart⁵

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ

^{2,3} คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

^{4,5} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Payap University

^{2,3} Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna

^{4,5} Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

* Corresponding Author. E-mail: chongesiriroj@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 5A และ ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม – สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คนที่มาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่บนถนนเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มสุ่มแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ t-test และ One way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนสัญชาติไทยและชาวต่างชาติจำนวนเท่ากัน ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี รายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-25,000 บาท ผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีผลต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 5A พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.75) และด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.51) มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.40) ด้านเส้นคมนาคม (\bar{X} = 3.16) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.94) และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) เพศแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 5A ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction) แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (2) อายุ รายได้ และสัญชาติแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว 5A ทุกด้านไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว ถนนเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง

ABSTRACT

The study of the tourism development of the highway (route) 1096 Mea Rim-Samoeng, Chiang Mai Province. Objective were first, to study the demographic of Thai tourists and foreign tourists. Second, to investigate Thai tourists and foreigner tourists attitude towards the 5A's of tourism. Finally to explore guidelines for tourism development of the highway (route) 1096 Mea Rim-Samoeng, Chiang Mai Province. Sample size of this study were Thai and foreign tourists who visit attractions on the highway (route) 1096 Mea Rim-Samoeng, Chiang Mai province a total of 400 samples which calculated by using formular from W.G. Cochran at 95% confident. Non-probability sampling was applied by using Convenience Sampling Technique. Several descriptive statistic were applied i.e, frequency, percentage, mean, standard deviation (SD) and Inferential Statistics were T-Test and F-Test (One-way Analysis of Variance ANOVA).

The findings indicated that number of Thai and foreign tourists were equal. Most population were female, age between 21-30 years old which they earn 20,001-25,000 baht per month. The result from agreement's level of Thai and foreigners tourists towards to the 5A's of tourism founds indicated that respondent gave a rate as agree to Attraction (\bar{X} = 3.75) and Accommodation (\bar{X} = 3.51). The othe factors such as Activity (\bar{X} = 3.40), Amenit (\bar{X} = 3.16) and accessibility (\bar{X} = 2.94) were gave a rate as neutral respectively. In addition, result of hypothesis found that 1) there was significant different between demographic information classified by gender and average mean of agreement towards Attraction at 0.05 level. 2) There were no significant different between demographic information classified by age, income, and nationality and average mean of agreement towards 5A's of tourism at 0.05 level.

Keywords: Guidelines for tourism development, Highway (route) 1096 Mea Rim-Samoeng

บทนำและความสำคัญ

ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่สมาคมอาเซียนในปลายปีพุทธศักราช 2558 ที่ผ่านมามีสมาชิกทั้ง 10 ประเทศโดยมีประเทศไทยเป็นหนึ่งในนั้นประชาสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน มุ่งเน้นพัฒนาความเจริญทางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีวิทยาศาสตร์ และการบริหารร่วมมือด้านอุตสาหกรรมเกษตรกรรม การศึกษาและร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศส่วนภูมิภาค รัฐบาลจึงมีนโยบายให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบิน (Hub) ของภูมิภาคและมีนโยบายให้ชาวต่างชาติสามารถขยายเวลาอยู่อาศัยในประเทศไทยและได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ออกเป็น ยุทธศาสตร์ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างสังคมแห่งวัฒนธรรม ความรู้ ภูมิปัญญา จิตสาธารณะ

และพัฒนาด้านศักยภาพคนให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ดำรงความเป็นทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพลังสะอาด ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความมั่นคงปลอดภัยและความสงบสุขของประชาชน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างประสิทธิภาพ ความโปร่งใสเป็นประชาธิปไตยและเป็นธรรมในการบริการ (สำนักงานศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่, 2556) ฉะนั้นเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อเชียงใหม่และพื้นที่ใกล้เคียงจำเป็นต้องทำการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม และเชิงสร้างสรรค์ดึงดูดใจสามารถเข้าถึงได้ทั้งกายภาพ แนวคิดและประเพณี วัฒนธรรม การมีที่พักอาศัยหรือที่พักผ่อนหย่อนใจที่ดีพอสมควร การมีกิจกรรมที่เป็นทั้งเชิงวัฒนธรรมและเป็นไปตามธรรมชาติท้องถิ่น และมีความสะดวก

ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวสูงเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านโบราณสถานโบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นจำนวนมากมีขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวนอกจากนี้เชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน(กลุ่มล้านนา) และยังสามารถขยายเส้นทาง การท่องเที่ยวไปยังอนุภาคลุ่มน้ำโขงได้ทั้งหมดจากศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพร้อมทุกด้านทำให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อที่จะทำให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอาเซียนขึ้นมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ต่างๆอย่างเป็นระบบ เช่นการขยายสนามบินเชียงใหม่ให้เป็นสนามบินนานาชาติเพื่อให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค (Aviation Hub) การปรับปรุงเส้นทางคมนาคมทางบกหลายเส้นทาง เช่นโครงการขยายเส้นทางรถไฟเชียงใหม่ – เชียงราย เพื่อสร้างเครือข่ายการคมนาคมการค้าและการท่องเที่ยวโครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการรถไฟความเร็วสูงเชียงใหม่ - กรุงเทพฯ โครงการขยายผิวการจราจรจังหวัดเชียงใหม่ – เชียงราย เป็นสี่ช่องจราจร นอกจากนี้ยังมีศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา เป็นต้น (คณะนักศึกษาศาสตราจารย์ อเอก สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2549)

โดยในจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายในหลายอำเภอ เช่น อำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางความเจริญทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็น เศรษฐกิจ สังคม การปกครอง การศึกษา การคมนาคม และอื่นๆ และถือว่าเป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ และมีขนาดเมืองใหญ่ เจริญเป็นอันดับที่ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร มีสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวก

ครบครัน อำเภอหางดง ห่างจากอำเภอเมือง 14 กิโลเมตร มีการลงทุนจำนวนมาก ในด้านการพาณิชย์ ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจบริการการท่องเที่ยว โรงแรม-รีสอร์ท ที่พัก และเป็นอำเภอที่รองรับความเจริญของอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อขยายลงไปทางตอนใต้ของเชียงใหม่, อำเภอจอมทอง ห่างจากอำเภอเมืองเชียงใหม่ 57 กิโลเมตร เป็นอำเภอที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ เพราะในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเดินทางมากกว่า 1 ล้าน 7 แสนคน และมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง อาทิ เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ น้ำตกแม่กลาง วัดพระธาตุศรีจอมทอง หอดูดาวที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย เป็นต้น ปัจจุบันอำเภอจอมทองมีการลงทุนจำนวนมาก เพิ่มมากขึ้นในปี พ.ศ. 2550 บ้านจัดสรร ห้างสรรพสินค้า อำเภอแม่แตง เป็นอำเภอที่มีการลงทุนในด้านการพาณิชย์ โรงแรม รีสอร์ท เป็นอำเภอที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวกับหลายอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน และผู้วิจัยจึงได้เลือกอำเภอแม่ริม เพราะอำเภอแม่ริม ห่างจากอำเภอเมือง 16 กิโลเมตร เป็นอำเภอที่รองรับความเจริญของเชียงใหม่เพื่อขยายไปสู่ทางตอนเหนือของเชียงใหม่ ปัจจุบัน อำเภอแม่ริม ยังมีเขตที่เป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญหลายอย่าง อาทิเช่น สนามสมโภชเชียงใหม่ 700 ปี ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น และยังเป็นแหล่งลงทุนสำคัญสำหรับธุรกิจ การพาณิชย์ โรงแรม รีสอร์ท ที่ได้ชื่อว่า อำเภอแม่ริม เป็นอำเภอที่มีรีสอร์ทมากที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ เพราะอำเภอแม่ริม มีสถานที่พักผ่อนตามธรรมชาติที่ใกล้เมืองเชียงใหม่มากที่สุด อำเภอแม่ริม อยู่ทางตอนบนของตัวเมืองเชียงใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวและมีสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวคือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยที่อำเภอแม่ริม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายอีกทั้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดเชียงใหม่ และยังเป็นทางผ่านไปยังอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน (Guideubon, 2559)

อีกทั้งตลอดเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แมริม-สะเมิง ที่มีระยะทางความยาวกว่า 35 กิโลเมตร และมีแหล่งท่องเที่ยวตลอดเส้นทาง ได้แก่ พระตำหนักดารารัถย์ โบออร์คิด-บัตเตอร์ฟาร์ม คุ่มเสืออาณาจักรเสือ (Tiger Kingdom) กระเหรี่ยงคอยาว แมริม สวนสายน้ำออร์คิด Wild Asia (โซว์จระเข้) เมาร์ทเทนออร์คิด ฟาร์มงู คิงคอบบร้า ฟาร์มงูแม่สา The Monkey Center (ศูนย์ฝึกลิง) X-Center บันจีจัมพ์ และขับรถ ATV สวนกล้วยไม้แมริม ฟาร์มจระเข้แมริม สวนสัตว์แมลงสยาม (Siam Insect Zoo) โรงเรียนลิงแมริม น้ำตกแม่สา กระเหรี่ยงคอยาว

บ้านโค้งหลวง ปางช้างแม่สา สวนพฤกษศาสตร์สิริกิติ์ สวนอุนเอดน ม่อนแจ่ม ม่อนม่วนโครงการหลวงหนองหอย เอราวัณรีสอร์ท และน้ำตกแม่ยี่ม ด้วยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากจึงทำให้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ให้ความสนใจไปเที่ยวชมเป็นอย่างมาก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการเปรียบเทียบข้อมูลจากสถิติของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2553-2557 จากรากฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวเชิงตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) (tourismthailand.org/marketingdatabase)

Internal Tourism in Chiang Mai
Year: 2014

Type of Data	2010	+/- (%)	2011	+/- (%)	2012	+/- (%)	2013	+/- (%)	2014	+/- (%)
Visitor	5,040,917		5,661,673	12.31	6,570,642	16.05	7,089,792	7.90	8,665,502	22.23
Thai	3,345,629		3,622,511	8.28	4,378,320	20.86	4,747,887	8.44	6,064,177	27.72
Foreigners	1,695,288		2,039,162	20.28	2,192,322	7.51	2,341,905	6.82	2,601,325	11.08
Tourist	3,944,415		4,377,739	10.99	5,138,371	17.37	5,590,080	8.79	6,928,155	23.94
Thai	2,465,328		2,528,793	2.57	3,148,442	24.50	3,463,116	9.99	4,560,660	31.69
Foreigners	1,479,087		1,848,946	25.01	1,989,929	7.63	2,126,964	6.89	2,367,495	11.31

ภาพที่ 1 เปรียบเทียบข้อมูล จากสถิติของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553-2557

ดังจะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีอย่างต่อเนื่อง โดยข้อมูลล่าสุดนั้นในปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6,928,155 คน เพิ่มขึ้นอัตราการร้อยละ 23.94 (องค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้า เพื่อนำมาแนะแนวทางในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแมริม - สะเมิง 1096 เพื่อเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ นอกจากนี้ยังตอบสนองกับนโยบายของจังหวัดเชียงใหม่ ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความมั่งคั่งอย่างยั่งยืนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยอีกประการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แมริม - สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อศักยภาพการท่องเที่ยว 5A เส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แมริม - สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แมริม - สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม - สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อศักยภาพการท่องเที่ยว 5A เส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม - สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม - สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมุ่งศึกษาด้านศักยภาพการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 5A องค์ประกอบหลัก คือ ด้านสิ่งที่ดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Amenity) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่าง ๆ (Activity) (Dickman, 1996)
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ เส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม- สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

วิธีการดำเนินงาน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน จึงเลือกใช้การคำนวณสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ร้อยละ 5

$$n = \frac{(p)(1-p)(z)^2}{(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม 0.50.

z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ = 0.05

แทนค่าจากสูตรที่ใช้
$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เท่ากับ 400 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น แบบโควตา (Quota Sampling) ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวนอย่างละ 200 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Closed ended Questions) แบ่งออกเป็นส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว เส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยยึดหลักองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 องค์ประกอบคือ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction) เส้นทางคมนาคม (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) และกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้โดยการลงพื้นที่ศึกษาในเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่เส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ และสถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่ ในระหว่างวันที่ 12 - 20 มีนาคม 2559

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลต่างๆ ที่ได้ศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมจาก แนวความคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิจัย บทความวิชาการ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package Social Sciences) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistical) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้วิเคราะห์สมมติฐาน ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่าง คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน

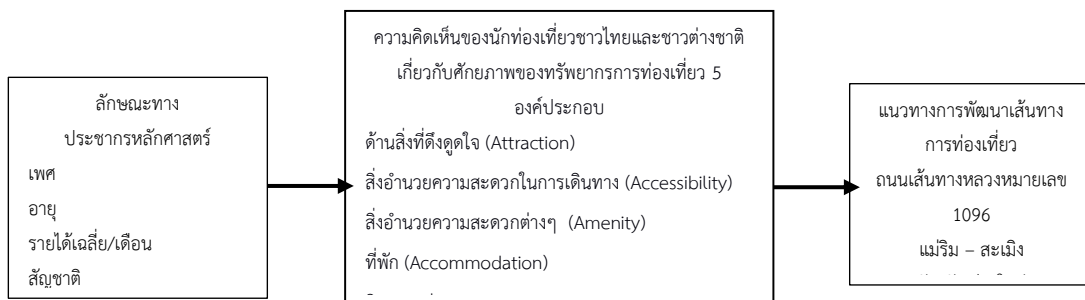
และใช้สถิติ (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบ สมมติฐานความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอายุ ต่อค่าเฉลี่ยรวมของ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว 5A

สมมติฐานการวิจัย

H0: ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมี ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A ไม่แตกต่างกัน

H1: ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมี ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (51.5%) สัญชาติไทยและต่างชาติ มีจำนวนเท่ากัน (50.0%) อายุระหว่าง 21-30 ปี (39.5%) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท (19.8%)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อถนนเส้นทางหลวงหมายเลข 1096 แม่ริม-สะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยว 5A ในระดับมาก มี 2 ปัจจัยได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการ

ท่องเที่ยว (Attraction) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก มี 4 ปัจจัยย่อยได้แก่ มีแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 มีทัศนียภาพที่ดีสามารถดึงดูดใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 มีภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 มีการอนุรักษ์ธรรมชาติเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 สถานที่ท่องเที่ยวที่เงียบสงบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และมีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพอากาศปลอดโปร่งแจ่มใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 และด้านที่พักใน

แหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 พบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มี 5 ปัจจัยย่อยได้แก่ ที่พักให้เลือกหลากหลายแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 มีจำนวนที่พักให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ที่พัก มีการต้อนรับและดูแลนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ที่พัก มีความสะอาดถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และพบว่ามึระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง มี 2 ปัจจัยย่อย ได้แก่ ที่พักมีราคาเหมาะสมต่อคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และที่พักมีความปลอดภัย เช่น มีกล้องวงจรปิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มี 4 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้อย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีการจัดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 มีการจัดกิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่อนุรักษ์วัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และมีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวอย่างสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และพบว่ามึระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มี 3 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีการกำหนดข้อปฏิบัติในการเข้าร่วมกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 มีการจัดงานตามฤดูกาลที่มีเอกลักษณ์หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 มีการกำหนดเวลาให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมตามฤดูกาลอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ด้านเส้นทางคมนาคม (Accessibility) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับมาก มี 1 ปัจจัยย่อยได้แก่สภาพถนนเอื้อต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และระดับความระดับปานกลางมี 6 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีเส้นทางที่สามารถเข้าถึงได้หลายทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 มีเส้นทางคมนาคมที่ใช้สัญจรได้สะดวกทุกฤดูกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 มีเส้นทางกา

ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 มีความปลอดภัยในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 มีรถประจำทางพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และมีแสงสว่างเพียงพอในยามค่ำคืน ค่าคืนตลอดเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 พบว่ามีระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อยู่ในระดับปานกลาง มี 6 ปัจจัยย่อย ได้แก่ มีร้านอาหารเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 มีที่จอดรถเพียงพอต่อจำนวนรถของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 มีเอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 มีร้านค้าให้บริการ อาหาร และ เครื่องดื่มที่ถูกสุขลักษณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ห้องน้ำสะอาดและมีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 มีร้านขายยา บัมน้ำมัน และ ตู้ ATM ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 และพบว่ามึระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีสถานที่พยาบาลที่น่าเชื่อถือและเพียงพอในยามฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ

H0 : ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A ไม่แตกต่างกัน

H1 : ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) เพศแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยว 5A ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (Attraction) แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ (2) อายุ รายได้ และสัญชาติแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยว 5A ทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุช่วงระหว่าง 21-30 ปี และมี สัดส่วนที่เท่ากันของสัญชาติไทยและต่างชาติ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ซึ่งแตกต่างจาก ผลการศึกษาของ (1) หยกทิพย์ และในสิงห์ (2554) “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของ ชาวภูไท บ้านห้วยทึบ อำเภอโคกศรีสุพรรณ จังหวัด สกลนคร” ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น ด้านเพศหญิง อายุช่วงระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา อาชีพ เกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท (2) ยุทธการ ไวยอาภา (2555) “การจัดการ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นด้านเพศหญิง อายุ 21 -30 ปี อาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยว 5A ผลการศึกษาพบว่า พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว และ ด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านเส้นทางคมนาคม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งผลการศึกษาแตกต่างจาก ยุทธการ ไวยอาภา (2555) “การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่” ที่พบว่ามีระดับความคิดเห็นใน ระดับมาก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A ใน ด้าน สิ่งดึงดูดใจมากที่สุด โดยมีปัจจัยย่อย ประกอบด้วย มีแหล่งธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ดังนั้น

ทางชุมชนและผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนได้เสีย โดยรอบถนน 1096 แมริม-สะเมิง ควรมีการกำหนด กฎเกณฑ์ แนวทางปฏิบัติร่วมกันในการช่วยรณรงค์ อนุรักษ์ธรรมชาติให้อุดมสมบูรณ์อยู่เสมอ เพื่อดึงดูดใจ ให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวในครั้งต่อไป

2. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A ในด้านเส้นทางคมนาคม (การเข้าถึง) มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง ดังนั้นควรพัฒนาและ ปรับปรุงเกี่ยวกับแสงสว่างที่ใช้ในการเดินทางให้ เพียงพอตลอดเส้นทาง และเพิ่มป้ายสัญญาณจราจร เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการเดินทางของ นักท่องเที่ยว และควรเพิ่มจำนวนรถประจำทางเพื่อ ให้บริการในช่วงฤดูการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อศักยภาพ 5A ใน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความคิดเห็นใน ระดับปานกลาง เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มห้องน้ำสาธารณะให้เพียงพอกับจำนวน นักท่องเที่ยว และเพิ่มจุดบริการตู้ ATM และสถานี บริการน้ำมันนักท่องเที่ยวและสถานพยาบาลที่น่าเชื่อถือที่ ให้บริการในยามฉุกเฉิน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเชียงใหม่ ผู้ตอบ แบบสอบถาม รวมถึงคณะทำงาน ผู้ช่วยวิจัย นักศึกษา ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล ให้การสนับสนุน คอยให้ คำปรึกษาและช่วยเหลือติดต่อประสานงานในด้าน ต่างๆ กระทั่งงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยฯ ยังหวังใจเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยนี้จักเป็นประโยชน์ในมิติด้านวิชาการแก่ หน่วยงานนักวิชาการ นักวิจัย คณาจารย์และนิสิต นักศึกษา

บรรณานุกรม

- กฤษณทลี เวชสาร. (2545). การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.
- กุลวดี ละม้ายเงิน. มปป.(2552). เอกสารประกอบการสอน รายวิชาวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.
- กัลยรัศม์ ทิณณ์รัตน์. (2557: บทคัดย่อ) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2559.
- ไกด์อุบล. (2551). 10 อันดับแรกของ 24 อำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ ถือว่าเป็นอำเภอที่มีขนาดของเมือง ความเจริญ ที่สุด เรียง ตั้งแต่ อันดับ ที่ 1-10 ดังต่อไปนี้. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.guideubon.com/web/viewtopic.php?t=1358>.
- โครงการสัมมนาปริญญาเอก. ความพร้อมของเชียงใหม่ ต่อการเป็น HUB ของการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียน. (2549). คณะนักศึกษาปริญญาเอก. สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.mju.ac.th/jobs_news/DR_CM/index.html.
- ทัตดาว บุญปัญญาโรจน์. (2545: บทคัดย่อ). แนวทางการบริหารการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอุทยานภูชี้ฟ้าตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. (2544). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเอ็กซ์เปอร์เน็ทจำกัด.
- นนุช ภัทราคร. (2538). สถิติการศึกษา. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์และปกเจริญผล.

- บุษบา สิทธิการ. (2555 : บทคัดย่อ) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงของ. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2559.
- ประพัทธ์ชัย ไชยนอก. (2553: บทคัดย่อ) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2559.
- ปติวรรดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. 2551. เครื่องมือการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.oknation.net/blog/mawbin/2008/12/01/entry-5>.
- ปิยะพงศ์ มั่นกลั่น. (2554). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2559, จาก <http://igi.library.tu.ac.th/thesis/st/0407/03chapter2.pdf>.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. (2553). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง 4. พิมพ์ครั้งที่ 1. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุทธการ ไวยอาภา. (2556: บทคัดย่อ). การจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2559.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, ดิเรก ศรีสุข และ ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์. (2535). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์ และ กวิน วงศ์ลีตี. (2555). การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในประเทศ กรณีศึกษาที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สืบค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <http://www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/655/1/071-55.pdf>.

- สิทธิพร ศิริอั้งการ และคณะ .(2549). พฤติกรรม การรับฟังรายการวิทยุเสียงธรรมเพื่อ ประชาชน FM 103.25 MHz (บ้านตาด) ของ ประชาชนในจังหวัดอุดรธานี. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://www.siangdham.com/solar/index.php?option=com_content&view=article&id=224:2010-01-20-08-14-06&catid=68:2010-01-24-11-51-18&Itemid=200.
- สำนักงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2559, จาก http://www.tourismchiangmai.org/th/page-about_us/About-Us/.
- หยกทิพย์ และโนสิงห์. (2554: บทคัดย่อ). แนวทางการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมของชาวภูไท บ้านห้วยทึบ อำเภอ โศภศรีสุพรรณ จังหวัดสกลนคร. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2559.
- องค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). สถิติ นักท่องเที่ยวในประเทศ (รายจังหวัด). สืบค้น เมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621.
- อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2553). เอกสารประกอบการ บรรยาย วิชาการเบียบวิธีวิจัยขั้นสูง. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://www.gotknow.org/posts/400149>.
- จังหวัดปทุมธานี. 2553. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Eco_Pla_Man/Porntip_K.pdf.
- Cochran, W.G. (1977) . **Sampling Techniques**. 3d ed. New York : John Dickman. (1996). **ด้านศักยภาพการท่องเที่ยว มี องค์ประกอบหลักที่สำคัญ 5A**. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559, จาก<http://www.exmba.buu.ac.th/research/Bangsaen/Y-MBA%2012-1750645/ch2.pdf>.
- Wiley and Sons Inc. Cronbach, Lee. J. (1990). **Essentials of Psychology Testing**. 5th ed. New York : Harper Collins Publishers Inc.

**การจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุม
งบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3**
**Budget Management by Using Management Information System and
Budget Control for Finance and Accounting of
The Chiangmai 3 Highway**

ลัดดาวัลย์ ผ่องพักตร์^{1*} และ กรวีร์ ชัยอมรไพศาล²
Laddawan Phongpak^{1*} and Korraevee Chaiamonphaisal²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

^{1,2} Faculty of Management Chiangmai Rajabhat University

*Corresponding Author. E-mail: amm_aun1525@hotmail.com , pokpok50@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการด้านงบประมาณ ประสิทธิภาพ และสภาพปัญหาอุปสรรค โดยใช้ระบบสารสนเทศ เพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ ของงานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับสารสนเทศด้านงบประมาณ จำนวน 10 คน ประกอบด้วยผู้บริหาร จำนวน 4 คน หัวหน้างาน จำนวน 4 คน และผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 2 คน ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์ และสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเอง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การบรรยายและพรรณนาสรุปเป็นประเด็น

ผลการวิจัยพบว่า การจัดการด้านงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 มีทั้งหมด 6 ขั้นตอน ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล กระบวนการประมวลผล การเก็บรักษาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้ ซึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในปฏิบัติงานสามารถอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบัน สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ และยังสามารถนำไปใช้เป็นรายละเอียดประกอบกับรายงานในระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐ (Government Fiscal Management Information System : GFMS) นอกจากนี้ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การวิเคราะห์ และการตัดสินใจได้ทันที ทำให้การบริหารงานด้านงบประมาณมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

ด้านประสิทธิภาพในการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ พบว่า (1) ช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ (2) ช่วยลดขั้นตอนการทำงานทำให้ประหยัดทรัพยากรด้านเวลา (3) ช่วยในการตรวจสอบการดำเนินงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้หรือไม่ (4) ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อหาวิธีควบคุม ปรับปรุงและแก้ไขปัญหา (5) ช่วยผู้บริหารในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และการวางแผนปฏิบัติการ และ(6) ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสะดวกในการแก้ไข ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงข้อมูลและฐานข้อมูล

สภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้ระบบสารสนเทศด้านงบประมาณเข้ามาช่วยในการดำเนินงานของผู้บริหาร หัวหน้างาน และผู้ปฏิบัติงาน พบว่า ปัญหาด้านฮาร์ดแวร์ เป็นคอมพิวเตอร์รุ่นเก่าล้าสมัย ซึ่งผู้บริหารควรจัดสรรงบประมาณจัดซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้มีคุณภาพสูงขึ้น ปัญหาด้านซอฟต์แวร์ เกิดจากโปรแกรม Microsoft Excel ที่นำมาใช้งานไม่ตอบสนอง ปัญหาด้านข้อมูลและฐานข้อมูล พบว่า ในช่วงแรกฐานข้อมูลของผู้ปฏิบัติงานได้สร้างไว้ มีข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล และในบางครั้งข้อมูลที่ได้มีข้อผิดพลาด คำนวณไม่ถูกต้องเนื่องจากรุ่นของโปรแกรมที่ใช้ไม่สอดคล้องกับรุ่นของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้โปรแกรมยังมีข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันโดยอัตโนมัติ ด้านข้อมูลและฐานข้อมูล ไม่เป็นปัจจุบัน ควรมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหลังจากทำการบันทึกรายการแล้วทุกครั้ง รวมถึงควรสำรวจความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลด้านงบประมาณก่อนจัดฐานข้อมูล ปัญหาด้านกระบวนการในการบริหารการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ พบว่าผู้บริหารและหัวหน้างานยัง

ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทั้งหมด เนื่องจากถูกจำกัดในด้านการแบ่งปันข้อมูล นอกจากนี้ระบบสารสนเทศยังไม่มีระบบการป้องกัน ทำให้บุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย ด้านระบบเครือข่าย การจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณได้ใช้ระบบเครือข่ายแบบเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกันในระยะจำกัด (Local Area Network : LAN) ในการดำเนินงาน หากคอมพิวเตอร์เครื่องหลักเกิดความเสียหายจะทำให้เครื่องลูกข่ายที่อยู่ในระบบไม่สามารถเรียกดูข้อมูลได้ ดังนั้น ผู้ใช้ข้อมูลและผู้ปฏิบัติงานควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในระบบสารสนเทศให้มากขึ้น และควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณเพิ่มเติมอยู่เสมอ

คำสำคัญ : การจัดการงบประมาณ,ระบบสารสนเทศ

ABSTRACT

The purpose of this research is to study management on budget, Efficiency and problems and obstacles in information management on budget, finance and accounting, at the Chiang Mai 3 Highway District, as a qualitative research. Population and samples in the research include those having knowledge on, expert at, and concerning with information on budget, totaling 10 persons, comprising 4 executives, 4 supervisors and 2 practitioners. Data was collected by observation and interview with using the questionnaire created by the researchers to be analyzed, with use of descriptive summary as issues.

The research result found that there were 6 steps of information management on budget, finance and accounting, 3rd Chiang Mai Highway District, as follows: data collection, data examination, data processing, data storage, data analysis, and data application. Applying the information technology to help performance could facilitate data storage and processing well. As a result, it was accurate and reliable and updated and able to facilitate working much, reduced redundancy and delayed of operation which was not flexible in processing, could access to the information required quickly and also could be used as details supplementary to the report in Government Fiscal Management Information System (GFMS). In Addition, the executives could use the data to define strategy, planning, analysis, and decision making immediately, allowing the budget management to be efficient and effective more.

Efficiency in budget management by using management information system and budget control found (1) help to data user can access the information that they need quickly and timely (2) reduce work procedures and save time resource (3) help to determine whether it meets the targets set by the government or not (4) help to administrators can analyze problems or obstacles arise to find out how to improve (5) control and troubleshooting and help to administrators to define strategic, goals and operational planning and (6) help to a worker with ease to improve the information and databases.

Problems and obstacles found in applying the information system on budget to help operation of the executives, superiors and practitioners are similar as follows: Problem on hardware- the computers was obsolete that the executives should allocate budget to produce the ones with higher quality; problem on software-it was from the Microsoft Excel used did not respond since the version of software used was not in line with model of the computer. In addition, the software also was limited in interconnecting automatically, The problem on data and database were found that initially, the database created by the practitioners was not correct and updated, which the executives should reiterate the practitioners to record carefully and there should be examination on correctness of data after recording every time, and the practitioners should survey demands of users of data on budget before making database. The problem on process on management of disbursement of budget was found that the executives and supervisors could not access data wholly since they were limited on sharing of data. The information system also had no protection system, so that those who did not concern to could access to the data easily on network system on information system on budget, they used Local Area Network (LAN) to operate. If the main computer is damaged, the clients in the system could not view data as well. So, the data users and practitioner should study and try to understand data in the information system more. And there should be regularly training to provide knowledge on information management on budget additionally.

Keywords: Budget Management, Management Information System

บทนำ

ในปัจจุบันโลกเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสารสารสนเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทางภาครัฐและเอกชนจะต้องนำมาใช้ในการตัดสินใจ เพื่อความถูกต้องและรวดเร็ว ดังนั้น องค์การต่าง ๆ จึงจำเป็นที่จะต้องรวบรวมข้อมูลมาจัดทำฐานข้อมูลเพื่อบริหารจัดการระบบสารสนเทศสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การให้ง่ายและสะดวกในการตัดสินใจ (ประสงค์ ประณีตพลกรัง, 2541, น.11) ระบบสารสนเทศเป็นเสมือนเครื่องมือชิ้นสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานขององค์การได้เป็นอย่างมาก และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารให้สูงขึ้น (สัลยุทธ์ สว่างวรรณ, 2545, น.10) ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์การต่าง ๆ ต้องนำระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการมาพัฒนาใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะขององค์การ

จากเดิมหน่วยงานภาครัฐได้จัดทำบัญชีระบบบัญชีเกณฑ์เงินสด แต่เนื่องจากไม่สามารถรับรู้ถึงสถานะทางการเงินที่แท้จริง กรมบัญชีกลางซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการควบคุมกำกับ การจัดทำบัญชีจึงได้ปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบบัญชีเกณฑ์คงค้างด้วยมือ (Manual) และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 หน่วยงานภาครัฐได้เข้าสู่ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS : Government Fiscal Management Information System) แต่ยังคงจัดทำระบบบัญชีเกณฑ์คงค้างด้วยมือ (Manual) โดยทำขึ้นเป็นระบบคู่ขนานกัน (กระทรวงการคลัง กลุ่มระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์, 2550) ซึ่งในปัจจุบัน กรมบัญชีกลางได้พัฒนาระบบ GFMS โดยใช้วิธีนำเข้าข้อมูลผ่านทาง Web Online ทำให้ได้รับความสะดวกและคล่องตัวในการปฏิบัติงาน สามารถเรียกรายงานในระบบงานต่าง ๆ ที่เป็นปัจจุบันได้แบบทันที จึงได้กำหนดให้ส่วนราชการทุกแห่งยกเลิกการจัดทำบัญชีเกณฑ์คงค้างด้วยมือ

(Manual) นับตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป ตามหนังสือกรมบัญชีกลาง ที่ กค 0423.3/ว.384 ลงวันที่ 18 ตุลาคม 2556 (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข กลุ่มคลังและพัสดุ, 2558)

งานการเงินและบัญชี ขวางทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 ได้จัดทำทะเบียนคุมเงินงบประมาณด้วยมือควบคู่กับการบันทึกรายการในระบบ GFMS นับตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ.2548 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากรายงานที่ได้จากระบบ GFMS เป็นรายงานในภาพรวมจะแสดงรายการเงินงบประมาณแต่ละประเภทในภาพรวม ซึ่งไม่สามารถแสดงรายละเอียดของงบประมาณแต่ละประเภทตามที่ผู้บริหารต้องการทราบได้ ดังนั้น ทางแขวงฯ จึงมีนโยบายให้งานการเงินและบัญชี จัดทำทะเบียนคุมควบคู่ไปด้วยโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการจัดการด้านงบประมาณ เพื่อความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ มีความทันสมัยและความเป็นปัจจุบันของข้อมูล จึงได้มีการนำโปรแกรม Microsoft Excel เข้ามาใช้ในการจัดการด้านงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวางแผนบริหารจัดการ การวิเคราะห์และประเมินผล ตั้งแต่ปลายปีพ.ศ. 2553 จนถึงปัจจุบัน

ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีราคาถูกลง คุณภาพประสิทธิภาพการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ชุดคำสั่งงาน มีความหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานได้ทุกรูปแบบ สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกไม่ยุ่งยาก ทำให้ความนิยมของการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นเครื่องมือของระบบสารสนเทศมากขึ้น ระบบสารสนเทศจะทำงานได้ตามวัตถุประสงค์จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ (ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2548, น.18-19; ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง, 2550, น.6-16) คือ (1) ฮาร์ดแวร์ (2) ซอฟต์แวร์ (3) ข้อมูลและฐานข้อมูล (4) กระบวนการ(5) ระบบเครือข่าย (6) บุคลากร ส่วนการดำเนินการจัดระบบสารสนเทศ โดยทั่วไปมีขั้นตอนการดำเนินงาน 6 ขั้นตอน (กรมวิชาการ, 2544ก, น.22-31) คือ (1) การรวบรวมข้อมูล (2) การ

ตรวจสอบข้อมูล (3) การประมวลผลข้อมูล (4) การจัดเก็บข้อมูลและสารสนเทศ (5) การวิเคราะห์ข้อมูล และ (6) การนำข้อมูลไปใช้

จากงานวิจัยของอภิญา ธงไชย (2550) พบว่าระบบงบประมาณโดยเกณฑ์พึงรับ - พึงจ่าย ลักษณะ 3 มิติที่คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นำมาใช้ มีความซับซ้อนมาก ดังนั้น ทางคณะฯ จึงมีการพัฒนาขั้นตอนและวิธีการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแผ่นดิน การสร้างทะเบียนคุมเงินงบประมาณแผ่นดิน การสร้างแบบรายงานข้อมูลเงินงบประมาณแผ่นดินโดยการนำโปรแกรม Microsoft Excel มาช่วยในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลและรายละเอียดที่สอดคล้องกับระบบใหม่ที่มหาวิทยาลัยนำมาใช้ รวมทั้งกำหนดขั้นตอนและวิธีการใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการปฏิบัติงานแทนระบบมือ ตามรูปแบบที่ต้องการใช้งาน จนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี สามารถให้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วนและสอดคล้องตรงกับข้อมูลในระบบงบประมาณ 3 มิติของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และช่วยให้การปฏิบัติงานรวดเร็วกว่าการใช้ระบบมือ นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการบริหารงาน สามารถช่วยให้ผู้บริหารนำข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศมาช่วยในการวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงาน

นพมาศ อุพันทา (2555) พบว่าสภาพปัญหาของการบริหารจัดการสารสนเทศเพื่อการจัดสรรงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงมะแลงที่พบ (1) ด้านระบบประมวลผลรายการผู้บริหารใช้ประโยชน์จากข้อมูลระบบสารสนเทศไม่เต็มที่บุคลากรขาดทักษะในการบันทึกข้อมูลและเพิกเฉย (2) ด้านระบบการรายงาน ผู้บริหารไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารงานด้านต่างๆ ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ บุคลากรที่รับผิดชอบเกิดความไม่ยอมทำและไม่เข้าใจขั้นตอนการรายงานทำให้ระบบรายงานล่าช้าเกิดความเสียหายในการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาซ้ำซ้อนได้ (3) ด้านระบบ

สนับสนุนการตัดสินใจ ได้รับรายงานข้อมูลสารสนเทศที่ล่าช้าการนำไปใช้งานไม่ทันในการจัดทำงานงบประมาณรายจ่ายประจำปี ทำให้การจัดสรรงบประมาณไม่ตรงตามความต้องการของประชาชนเกิดความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับท้องถิ่นได้ บุคลากรไม่บันทึกข้อมูลเป็นปัจจุบัน ผู้บริหารไม่เห็นประโยชน์ของการใช้งานข้อมูลสารสนเทศ (4) ด้านระบบสารสนเทศสำนักงานอุปกรณ์ไม่เพียงพอ ที่มีอยู่ล้าสมัย ระบบเครือข่ายมีปัญหา สัญญาณอินเทอร์เน็ตยังขาดความเสถียรจำนวนผู้ใช้มีมาก บุคลากรขาดความรู้ความสามารถในการใช้ระบบเทคโนโลยี ขาดการประสานงานกันในหน่วยงาน แนวทางในการแก้ไขการบริหารจัดการสารสนเทศเพื่อการจัดสรรงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงมะแลง พบว่า (1) ด้านระบบประมวลผลรายการ ควรพัฒนาความรู้ความเข้าใจและทักษะของบุคลากร บันทึกข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน ถูกต้อง และเชื่อถือได้ กำหนดบุคลากรรับผิดชอบงานด้านสารสนเทศ จัดหาอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศให้เพียงพอ (2) ด้านระบบงาน ส่งเสริมให้บุคลากรและผู้บริหารเรียนรู้การใช้ข้อมูลสารสนเทศให้เกิดประโยชน์ได้จริง (3) ด้านระบบสนับสนุนการตัดสินใจ ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรและผู้บริหาร ให้มีความรู้ และทักษะในการใช้งานระบบสารสนเทศที่ถูกต้อง (4) ด้านระบบสารสนเทศสำนักงาน จัดสรรงบประมาณด้านวัสดุอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งพัฒนาความรู้ความสามารถ ทักษะให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานด้านการบริหารงบประมาณของหน่วยงานจึงมี ความตระหนักในการที่จะนำระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการมาใช้เพื่อวางแผนและการตัดสินใจในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งเพื่อให้การจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณของแขวงฯ มีประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าเพื่อดำเนินการพัฒนาและสำรวจสภาพปัญหาและอุปสรรคของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงบประมาณอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการที่เหมาะสม มาใช้จัดการสารสนเทศด้านงบประมาณของแขวง ฯ ให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณงานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3
3. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะแขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3

ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (ณรงค์โพธิ์พุกขานันท์, 2550, น.185) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับสารสนเทศด้านงบประมาณ ของแขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 ซึ่งมีจำนวน 10 คน ประกอบด้วยผู้บริหารแขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 จำนวน 4 คน หัวหน้างาน แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3

จำนวน 4 คน และผู้ปฏิบัติงาน งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 จำนวน 2 ท่าน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนามุ่งศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 โดยมีประเด็นสำคัญในการนำเสนอ ตามหัวข้อต่อไปนี้ (1) ศึกษาการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ โดยประยุกต์จากแนวคิดการจัดการ ของอุษา พันธุ์ศิริ (2552, น.37) และคณินิจ พรหมเนตร (2554, น.81) โดยกล่าวถึงกระบวนการจัดการที่สำคัญ 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย การเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล กระบวนการประมวลผล การเก็บรักษาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำข้อมูลไปใช้ (2) การศึกษาประสิทธิภาพการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ โดยประยุกต์จากแนวคิดของณรงค์ แก้วกัญญา (2555, น.23) ที่กล่าวถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศไว้ว่าระบบสารสนเทศทำให้องค์กรปฏิบัติงานได้รวดเร็วขึ้น ช่วยประหยัดต้นทุน ช่วยในการวางแผน การตัดสินใจ การควบคุมการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานได้ถูกต้องเหมาะสม (3) การศึกษาปัญหาและอุปสรรคการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ โดยประยุกต์จากแนวคิดองค์ประกอบของระบบสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ของทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2548, น.18-19) และศรีสมรึก อินทุจันทร์ยง (2550, น.6-16) ประกอบด้วย ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านข้อมูลและฐานข้อมูล ด้านกระบวนการ ด้านระบบเครือข่าย และด้านบุคลากร

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับศึกษาการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 โดยแบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้ (1) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ปฏิบัติงาน งานการเงินและบัญชี จำนวน 2 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการปฏิบัติงานการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ (2) แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหาร และหัวหน้างาน จำนวน 8 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการบริหารงานการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ

2. การบันทึกภาคสนามเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้สำหรับบันทึกรายละเอียดที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนาระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลัก การบันทึกในสมุดบันทึกของผู้วิจัยจะช่วยให้บันทึกความจำ

ของผู้วิจัยทำให้สามารถนำข้อมูลมาเรียบเรียงในขณะวิเคราะห์ข้อมูล

3. การค้นคว้าจากงานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารทางราชการ ตำราหรือเอกสารเกี่ยวกับสารสนเทศด้านงบประมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 2 ชุด และสำหรับผู้บริหารและหัวหน้างาน จำนวน 8 ชุด พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสาร

2. แจกแบบสัมภาษณ์ให้กับผู้บริหาร หัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงาน และขอความร่วมมือในการตอบกลับภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสัมภาษณ์

3. เมื่อครบกำหนด ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการตอบกลับทั้งหมด

4. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ และสภาพปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งแนวทางในการแก้ไข ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอด้วยวิธีการบรรยายและพรรณนาวิเคราะห์เป็นประเด็น

ผลการวิจัย

สภาพ การดำเนินงาน การจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 ได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนระบบควบคุมการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ

แผ่นดินในปีงบประมาณ 2553 เพื่อให้ได้ข้อมูลทางการเงินที่สอดคล้องกับระบบการบริหารการเงินการคลังภาครัฐ (Government Fiscal Management Information System : GFMS) ซึ่งได้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ ตั้งแต่ปลายปีงบประมาณ พ.ศ.2553 – 2557 โดยการนำโปรแกรม Microsoft Excel 2010 มาใช้ในการพัฒนาระบบการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ และการสร้างฐานข้อมูลให้มีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน ในช่วงปลายปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 แทนการใช้ทะเบียนคุมการรับ – จ่ายเงินงบประมาณแผ่นดินด้วยมือ เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่ใช้งานง่าย สะดวก และสามารถประมวลผลได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ ชัดเจน และรวดเร็วกว่าการใช้มือในการปฏิบัติงาน งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 ได้ดำเนินการปรับปรุงระบบการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแผ่นดินให้อยู่ในรูประบบฐานข้อมูล โดยได้นำโปรแกรม Microsoft Excel 2010 เมื่อสร้างฐานข้อมูลที่มีความสมบูรณ์แล้ว งานการเงินและบัญชีจะทำการบันทึกข้อมูลการรับและจ่ายเงินงบประมาณแผ่นดิน โดยมีขั้นตอนหรือวิธีการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลการรับ – จ่ายเงินงบประมาณแผ่นดิน โดยทำการจัดเก็บข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูล 3 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลการรับโอนเงินงบประมาณแผ่นดิน จากกองการเงินและบัญชี กรมทางหลวง แหล่งข้อมูลการเบิกจ่ายเงินงบประมาณแผ่นดิน จะได้รับเอกสารประกอบการเบิกจ่ายต่าง ๆ จากงานพัสดุและสัญญา และแหล่งข้อมูลเบิกจ่ายเงินในระบบ GFMS ข้อมูลในส่วนนี้งานการเงินและบัญชีเป็นผู้จัดทำและรวบรวมเอกสารทั้งหมดด้วยตนเอง เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในแฟ้มข้อมูลแล้ว ควรทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาก่อน เมื่อทำการตรวจสอบแล้วพบว่าข้อมูล

ผิดพลาดจะทำการแก้ไขปรับปรุงให้ถูกต้อง และทำการตรวจสอบใหม่อีกครั้ง แต่หากตรวจสอบแล้วไม่พบข้อผิดพลาดใด ๆ จะดำเนินการบันทึกข้อมูลในทะเบียนคุมเงินงบประมาณต่อไป

2. การตรวจสอบข้อมูล เป็นการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ และความเป็นปัจจุบันของข้อมูลที่ได้ทำการบันทึกไว้ในทะเบียนคุมเงินงบประมาณ ทะเบียนคุมผูกพันงบประมาณ และทะเบียนคุมเงินประจำงวด โดยดำเนินการดังนี้ (1) ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของข้อมูลโดยการใส่สูตรคำนวณหาผลต่างของข้อมูลในทะเบียนคุมทั้ง 3 ทะเบียน หากมีผลต่างเกิดขึ้นในช่องดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามีการบันทึกข้อมูลผิดพลาด ซึ่งจะทำการเปรียบเทียบจากยอดรวมทั้งสิ้นของทะเบียนคุมเงินแต่ละประเภท (2) มีการกำหนดการแจ้งเตือนในกรณีการบันทึกข้อมูลผิดพลาด

3. กระบวนการประมวลผล เกี่ยวกับการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ เป็นการนำข้อมูลที่มีอยู่แล้ว หรือข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมและตรวจสอบมากระทำเพื่อให้ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไปจนเกิดผลลัพธ์ตามที่ต้องการ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ ได้ งานการเงินและบัญชีได้สร้างฐานข้อมูลไว้เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งมีฐานข้อมูลที่อยู่ในรูปของทะเบียนคุมอยู่ 3 ทะเบียน ได้แก่ ทะเบียนคุมเงินงบประมาณ ทะเบียนคุมผูกพันงบประมาณ และทะเบียนคุมเงินประจำงวด ซึ่งจัดทำขึ้นโดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่ใช้งานง่าย สะดวกในการบันทึกข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล การประมวลผลข้อมูลในทะเบียนคุมทั้ง 3 ทะเบียน มีลักษณะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน ดังนี้ (1) ทะเบียนคุมเงินงบประมาณ จะเป็นทะเบียนคุมที่มีรายละเอียดครบถ้วนมากที่สุด มีการแสดงรายละเอียดแยกตามประเภทของงบประมาณแผ่นดิน เพื่อนำไปใช้ในการวางแผน การบริหารงาน และการตัดสินใจด้านงบประมาณแผ่นดิน (2)

ทะเบียนคุมผูกพันงบประมาณ เป็นทะเบียนคุมที่จะแสดงรายละเอียดแยกตามประเภทของเงินงบประมาณแผ่นดิน โดยแต่ละงบประมาณจะแสดงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการพิจารณาการจัดสรรเงิน การโอนถัวจ่าย และการขอเงินเพิ่มเติม (3) ทะเบียนคุมเงินประจำงวด เป็นทะเบียนคุมที่งานการเงินและบัญชีใช้ในการบริหาร จัดสรรเงินงบประมาณโดยรวม ซึ่งทะเบียนคุมนี้จะทำให้ทราบว่างบประมาณแต่ละประเภทมีการใช้จ่ายเงินไปแล้วเท่าไร และมียอดคงเหลือเท่าไร เพียงพอแก่การใช้จ่ายในอนาคตหรือไม่ อย่างไร

4. การเก็บรักษาข้อมูล งานการเงินและบัญชีมีการจัดเก็บข้อมูลทั้งในรูปแบบแฟ้มเอกสาร เอกสารสิ่งพิมพ์และแฟ้มอิเล็กทรอนิกส์ในคอมพิวเตอร์ และทำการสำรองข้อมูลที่มีอยู่ในคอมพิวเตอร์โดยใช้แฟลชไดรฟ์ (Flash Drive) เป็นประจำทุกวัน เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหรือเสียหาย รวมทั้งจะดำเนินการพิมพ์เอกสารจัดเก็บไว้ปีละ 1 ครั้ง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการตัดสินใจในการบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นงานการเงินและบัญชีได้นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากมีข้อมูลด้านงบประมาณจำนวนมาก เป็นวิธีทางที่สะดวก รวดเร็ว แต่ต้องคอยระวังในเรื่องของข้อมูล กล่าวคือ ข้อมูลด้านงบประมาณที่ได้รับหลังจากการประมวลผลข้อมูลแล้ว จะเป็นสารสนเทศที่มีคุณภาพซึ่งผู้ปฏิบัติงานสามารถนำข้อมูลดังกล่าวจัดทำรายงานนำเสนอแก่ผู้บริหารได้ เพื่อให้ผู้บริหารนำรายงานที่ได้มาใช้ในการประกอบในการวางแผนงาน กลยุทธ์ และการตัดสินใจในการบริหารงานด้านงบประมาณแผ่นดินว่าเงินงบประมาณแผ่นดินมีเพียงพอที่จะใช้จ่ายตลอดปีงบประมาณหรือไม่ หรือควรจะทำการโอนถัวจ่าย หรือของงบประมาณเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร นอกจากนี้ยังนำข้อมูลมาใช้ในการรายงานผลการใช้จ่ายเงินงบประมาณแผ่นดินแก่คลังจังหวัดเชียงใหม่

เป็นประจำทุกสิ้นเดือน ว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กระทรวงการคลังได้กำหนดไว้หรือไม่ อย่างไร หากต่ำกว่าเป้าหมาย จะต้องจัดเตรียมข้อมูลเพื่อทำการชี้แจงเหตุผลที่ต่ำกว่าเกณฑ์ด้วย

6. การนำข้อมูลไปใช้ เป็นการนำข้อมูลที่ได้วิเคราะห์แล้วไปใช้ประกอบการตัดสินใจตามวัตถุประสงค์การใช้ การนำข้อมูลไปใช้เป็นการนำข้อมูลที่วิเคราะห์แล้วไปใช้ประกอบการตัดสินใจตามวัตถุประสงค์การใช้ ข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลเป็นสารสนเทศที่มีความหมายชัดเจน มีความกะทัดรัด ตรงต่อความต้องการและสะดวกต่อการนำไปใช้ โดยงานการเงินและบัญชีมีการนำเสนอข้อมูลทั้งในรูปแบบเอกสารรายงาน และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้งานการเงินและบัญชีได้ใช้สารสนเทศด้านงบประมาณในการจัดทำรายงานส่งให้กับทางกรมทางหลวงและสำนักงานคลังจังหวัดเชียงใหม่เป็นประจำทุกเดือน ประจำไตรมาส และประจำปี เพื่อรายงานความคืบหน้าการใช้จ่ายเงินงบประมาณว่าเป็นไปตามแผนที่กรมทางหลวงและสำนักงานคลังจังหวัดเชียงใหม่กำหนดไว้หรือไม่

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ประสิทธิภาพในการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ งานการเงินและบัญชี แขวงทางหลวงเชียงใหม่ที่ 3 สามารถสรุปลำดับความสำคัญของประสิทธิภาพในการจัดการงบประมาณ จากมากไปน้อยได้ดังนี้ (1) ช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ (2) ช่วยลดขั้นตอนการทำงานทำให้ประหยัดทรัพยากรด้านเวลา (3) ช่วยในการตรวจสอบการดำเนินงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดไว้หรือไม่ (4) ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อหาวิธีควบคุม ปรับปรุงและแก้ไขปัญหา (5) ช่วยในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และการวางแผนปฏิบัติการ (6) การจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบฐานข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานมี

ความสะดวกในการแก้ไข ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงข้อมูล และฐานข้อมูล

สภาพปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้ระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ เข้ามาช่วยในการดำเนินงานของผู้บริหาร หัวหน้างาน และผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังนี้ (1) ปัญหาด้านฮาร์ดแวร์ เป็นคอมพิวเตอร์รุ่นเก่าล้าสมัย ประมวลผลช้า มีหน่วยความจำน้อย การทำงานไม่เสถียร ซึ่งผู้บริหารควรจัดสรรงบประมาณจัดซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ให้มีคุณภาพสูงขึ้น (2) ปัญหาด้านซอฟต์แวร์ เกิดจากโปรแกรม Microsoft Excel ที่นำมาใช้งานไม่ตอบสนอง เนื่องจากรุ่นของโปรแกรมที่ใช้ไม่สอดคล้องกับรุ่นของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้โปรแกรมยังมีข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันโดยอัตโนมัติ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องทำการบันทึกข้อมูลซ้ำ ทำให้เสียเวลาในการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรเลือกใช้ซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมกับฮาร์ดแวร์ที่มีอยู่ และควรจัดหาซอฟต์แวร์สำเร็จรูปในรูปแบบออนไลน์ ที่สามารถเรียกดูข้อมูลได้ตลอดเวลา (3) ปัญหาด้านข้อมูลและฐานข้อมูล พบว่า ในช่วงแรกฐานข้อมูลที่ผู้ปฏิบัติงานได้สร้างไว้ มีข้อมูลไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ข้อมูล และในบางครั้งข้อมูลที่ได้มีข้อผิดพลาด คำนวณไม่ถูกต้อง ไม่เป็นปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้บริหารอาจมีการตัดสินใจที่ผิดพลาด และส่งผลเสียต่อหน่วยงานได้ ซึ่งผู้บริหารควรกำชับให้ผู้ปฏิบัติงานตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล หลังจากทำการบันทึกรายการแล้วทุกครั้ง รวมทั้งผู้ปฏิบัติงานควรสำรวจความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลด้านงบประมาณก่อนจัดทำฐานข้อมูล (4) ปัญหาด้านกระบวนการในการบริหารการเบิกจ่ายเงินงบประมาณ พบว่าผู้บริหารและหัวหน้างานยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทั้งหมด เนื่องจากถูกจำกัดในการแบ่งปันข้อมูล นอกจากนี้ระบบสารสนเทศยังไม่มีระบบการป้องกัน ทำให้บุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ดังนั้น ผู้บริหารควรมี

การกำหนดรหัสการเข้าใช้งานระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ และควรมีนโยบายให้ผู้ปฏิบัติงานแบ่งปันข้อมูลให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วในการเรียกใช้ข้อมูล (5) ปัญหาด้านระบบเครือข่าย การจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณได้ใช้ระบบเครือข่ายแบบเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกันในระยะจำกัด (Local Area Network : LAN) ในการดำเนินงาน หากคอมพิวเตอร์เครื่องหลักเกิดความเสียหายจะทำให้เครื่องลูกข่ายที่อยู่ในระบบไม่สามารถเรียกดูข้อมูลได้เช่นกัน ดังนั้น ควรมีการติดตั้งเครื่องสำรองไฟ เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหายหากเกิดไฟฟ้าดับ และควรหมั่นตรวจสอบสภาพการใช้งานของอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นประจำสม่ำเสมอ (6) ปัญหาด้านบุคลากร ผู้บริหารขาดความสนใจและไม่ให้ความสำคัญกับระบบสารสนเทศอย่างจริงจังเท่าที่ควร ผู้ปฏิบัติงานบันทึกข้อมูลผิดพลาด ขาดความระมัดระวัง รอบคอบ บันทึกข้อมูลไม่ครบถ้วน ขาดการตรวจทานความถูกต้อง ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานควรใช้ความระมัดระวัง รอบคอบในการปฏิบัติงาน ตรวจทานความถูกต้องทุกครั้งหลังบันทึกข้อมูลเสร็จ นอกจากนี้ผู้ใช้ข้อมูลและผู้ปฏิบัติงานควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ในระบบสารสนเทศให้มากขึ้น และควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณเพิ่มเติมอยู่เสมอ

การอภิปรายผล

1. จากการศึกษาการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการบริหารและปฏิบัติงานสามารถอำนวยความสะดวกในเรื่องการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลได้เป็นอย่างดี และในการวางระบบสารสนเทศทำให้การจัดการและการประมวลผลข้อมูลทำได้ถูกต้อง สะดวกและรวดเร็วขึ้น ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ และเป็นปัจจุบัน

ทำให้ผู้ที่ต้องการใช้งานสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนงาน วิเคราะห์งาน และตัดสินใจด้านงบประมาณได้อย่างมั่นใจ ทำให้การดำเนินงานด้านงบประมาณมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจากระบบเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศินี ถนอมถิน (2553) ที่กล่าวว่า การจัดการระบบสารสนเทศด้านงานคลังและพัสดุ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สามารถอำนวยความสะดวกในการลดความซ้ำซ้อน และความล่าช้าของการดำเนินงานที่ยังไม่มีความคล่องตัวในการประมวลผลสามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ได้จากสารสนเทศมาช่วยในการกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์และกระบวนการวางแผนการดำเนินงาน เพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจเลือกใช้ระบบการบริหารงบประมาณที่เกิดประโยชน์ และมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. จากการศึกษาด้านประสิทธิภาพในการจัดการงบประมาณ โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารและควบคุมงบประมาณ พบว่าการบริหารการเบิกจ่ายเงินงบประมาณโดยใช้ระบบสารสนเทศด้านงบประมาณเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน ช่วยในการตรวจสอบข้อมูล ทำให้ข้อมูลเกิดความถูกต้อง เชื่อถือได้ และเป็นปัจจุบัน รวมทั้งมีความสะดวกรวดเร็วในการติดตาม สืบค้น เรียกดูข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและยังช่วยลดขั้นตอนในงานทำให้ประหยัดทรัพยากรด้านเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณรงค์ แก้วกัญญา (2555) ได้สรุปประโยชน์ของระบบสารสนเทศไว้ว่าระบบสารสนเทศมีประโยชน์ต่อองค์กรโดยทำให้องค์กรปฏิบัติงานได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลในแง่การประหยัดต้นทุน ส่วนในด้านการจัดการระบบสารสนเทศมีประโยชน์ต่อการบริหารงานการปฏิบัติงาน คือ ใช้ประกอบการวางแผน การตัดสินใจ การควบคุมการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง

เหมาะสม สามารถกำหนดแนวทางในอนาคต นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเป็นการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน และเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญ

3. จากการศึกษาวิจัยได้ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ การที่หน่วยงานนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานทำให้สามารถแก้ไขปัญหारेื่องต่าง ๆ ได้ ซึ่งได้แก่ การดำเนินงานที่ยังไม่มีความคล่องตัว มีความล่าช้าในการประมวลผล มีข้อผิดพลาดจากการบันทึกข้อมูล การประมวลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้ผู้บริหารได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง อาจทำให้ตัดสินใจผิดพลาดได้ ซึ่งระบบใหม่ช่วยให้ผลลัพธ์ที่ได้มีความถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้มากขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากการบันทึกทะเบียนคุมด้วยมือ ช่วยลดข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากตัวผู้ใช้งาน เนื่องจากผู้ใช้งานอาจขาดความระมัดระวัง ไม่รอบคอบในการปฏิบัติงาน และช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิตต์อารีย์ กนกนิรันดร (2550) ที่กล่าวว่า การจัดทำด้วยมือทำให้รายงานการเงินไม่สามารถวัดผลการดำเนินงานที่แท้จริงและรวดเร็วได้ การวิเคราะห์ระบบมีความเป็นไปได้ทั้งทางด้านเทคโนโลยีการปฏิบัติการ สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานแทนระบบเดิม การออกแบบและเขียนโปรแกรม มีลักษณะการใช้งานที่มีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้งาน การทดสอบและการใช้ระบบ โปรแกรมสามารถช่วยลดขั้นตอนการทำงานเกิดความถูกต้อง สะดวกต่อการใช้งาน และสามารถเป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจของผู้บริหารได้รวดเร็ว ทันต่อเวลา และการบำรุงรักษาระบบ หากเกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ สามารถแก้ไขได้ และสามารถสำรองข้อมูลต่างๆ ไว้เพื่อป้องกันข้อมูลสูญหาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณจำเป็นต้องกำหนดจุดประสงค์ และคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับเป็นสำคัญ

2. ในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงการวางแผนการดำเนินงาน ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายเพื่อการลงทุน

3. การจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณที่แล้วเสร็จจะต้องมีการทดสอบเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ผู้บริหาร ควรมีส่วนร่วมในการนำโปรแกรมที่ได้จากการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณไปใช้ประโยชน์เพื่อการบริหาร

2. หน่วยงานทั่วไปที่มีการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณคล้ายกันกับหน่วยงานที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุงและดัดแปลงประยุกต์ใช้ให้เข้ากับหน่วยงานของตนต่อไปได้

3. หน่วยงานต่าง ๆ สามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณเพื่อการบริหารและปฏิบัติงานในด้านอื่น ๆ ได้อีก นอกจากด้านการบริหารงบประมาณ

4. การจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณเป็นรูปแบบรายงาน โครงสร้างการดำเนินงาน สามารถนำไปพัฒนาให้เป็นรูปแบบรายงานต่าง ๆ ได้ตามต้องการของผู้บริหาร

5. ควรมีการประเมินผลการดำเนินงานของการนำระบบสารสนเทศด้านงบประมาณมาใช้ เพื่อให้ทราบถึงความเหมาะสม และปัญหาในการดำเนินงาน อีกทั้งเพื่อให้ทราบถึงการดำเนินงานว่าสัมฤทธิ์ผล และมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จหรือไม่ อย่างไร

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการจัดการระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศด้านงบประมาณที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการด้านงบประมาณ

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณในแนวทางหลวงภายใต้สังกัดกรมทางหลวง

3. ควรมีการศึกษาปัญหาของขั้นตอนในการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ

4. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบสารสนเทศด้านงบประมาณ

5. ควรมีการศึกษาความคุ้มค่าของการนำการจัดการระบบสารสนเทศด้านงบประมาณมาใช้ต่อไป โดยศึกษาทั้งข้อดี และข้อเสีย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง. กลุ่มระบบบริหารการเงินการคลัง

ภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์. (2550). **ความเป็นมา**

และความสำคัญของระบบ GFMS. สืบค้นจาก

<http://www.gfmis.go.th>.

เกศินี ถนอมถิน. (2553). **การจัดการสารสนเทศ**

ด้านงบประมาณ งานคลังและพัสดุ คณะ

มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐ

ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คณิงนิจ พรหมเนตร. (2554). **การพัฒนาระบบ**

เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหาร

สถานศึกษา. วิทยาลัยการอาชีพเชียงราย. วิทยาลัย

อาชีวศึกษาเชียงราย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จิตต์อารีย์ กนกนิรันดร. (2551). การพัฒนาระบบสารสนเทศในส่วนงบประมาณ พัสดุ การเงิน และบัญชี : กรณีศึกษาหอনিทรรศการ ศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญามนุษยศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณรงค์ แก้วกัญญา. (2555). การพัฒนาระบบสารสนเทศงานกิจการนักเรียนโรงเรียนโนนไทยคุรุอุปถัมภ์ อำเภอโนนไทย จังหวัดนครราชสีมา. มหาสารคาม : การค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2548). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : แชนพอร์ พรินติ้ง.
- นพมาศ อุพันทา. (2555). การบริหารจัดการสารสนเทศเพื่อการจัดสรรงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลบึงมะแลง อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดอุบลราชธานี. ขอนแก่น : การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ประสงค์ ประณีตพลกรัง. (2541). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศรีสมรภัค อินทุจันทร์ยัง. (2550). ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์บริการวิชาการ. (2547). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศปี พ.ศ.2548-2552. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมัย คัจฉะภา. (2555). การพัฒนาระบบบริหารงบประมาณของโรงเรียนบ้านใหม่หนองบัว อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : การค้นคว้าอิสระปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สัลยุทธ์ สว่างวรรณ. (2545). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข กลุ่มคลังและพัสดุ. (2558). การตรวจสอบรายงานการเงินของหน่วยงานภาครัฐในระบบ GFMS. สืบค้นจาก <http://ops.moph.go.th/public/>.
- สุคนธา จันทร์เขียว. (2553). การพัฒนาระบบงานงบประมาณ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. นครปฐม : การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อภิญา ธงไชย. (2550). การวิเคราะห์และพัฒนาระเบียบคู่มือการเบิกจ่ายงบประมาณแผ่นดิน. คณะมนุษยศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุษา พันธุ์ศิริ. (2552). การจัดระบบสารสนเทศในงานกิจการนักเรียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพัทลุง. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2554). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ศึกษาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในเขตพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

A Study of Bookkeeping of the Cooperative Employees Accounting in the Royal Project Areas in Chiang Mai

กิรณา ยี่สุนแซม^{1*}
Kirana Yeesoosam^{1*}

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

¹ Faculty of Management Chiangmai Rajabhat University

* Corresponding author e-mail: -

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ และเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงจำนวน 80 คน ระหว่างเดือนธันวาคม 2558 – เดือนมีนาคม 2559 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ผลการศึกษา พบว่า ด้านการดำเนินการวางรูปแบบบัญชี ส่วนใหญ่ยังไม่มีการจัดการเกี่ยวกับเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีทั้งรายการรับจ่าย และไม่มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลทำให้ไม่สามารถสรุปผลการดำเนินงาน และสถานะการเงินของสหกรณ์ในแต่ละเขตพื้นที่ได้ ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการจัดทำบัญชีที่ได้จากงานวิจัย คือ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้พนักงานของสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงทั้งหมด สามารถบันทึกรายการค้าเบื้องต้น ในสมุดบัญชีได้อย่างถูกต้อง ง่าย และเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติงานจริง สามารถสรุปผลการดำเนินงาน และสถานะการเงินได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดทำบัญชี, สหกรณ์

Abstract

The objectives of this research was about the bookkeeping of the cooperative employees in the royal project areas in Chiang Mai and to improve it. It is a qualitative research in which the data was collected from the population sampling of the 80 cooperative employees in the royal project areas from December 2015 to March 2016. This research employed analytic induction in the data analysis. The study found that, in most of the accounting operation, there was no systematic management in the documents, the ledgers, and the accounting. Consequently, there was also no the current operating performance according to the participatory management systems consisted of organization structure and segregation of duty, operation procedure and all other areas of the financial status. A suggestion from the research is to organize a workshop which gives employees knowledge and understanding about cooperative accounting. Therefore, the royal project's cooperative employees can keep their books correctly and properly and they can apply the knowledge to real situations accurately, and finally are able to gain the current operating performance and financial status with the most effective sustainability.

Keywords : Bookkeeping, Cooperatives

บทนำ

สหกรณ์ เป็น “สมาคมที่เป็นอิสระของกลุ่มคนที่สมัครใจเข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อสนองความต้องการและเป้าหมายทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพวกเขา โดยการเป็นเจ้าของร่วมกันและดำเนินการบริการแบบประชาธิปไตย” คำว่า สหกรณ์จึงมีความหมายกว้างกว่าสหกรณ์เกษตร สหกรณ์ออมทรัพย์ ฯลฯ ที่จดทะเบียนภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรฯ ระบบสหกรณ์ดีกว่าทุนนิยม ในแง่ที่ว่าสมาชิกเป็นทั้งเจ้าของและผู้ให้บริการ จึงลดการเอาเปรียบหากำไรเกินควรของนายทุนพ่อค้าคนกลางไปได้ และเป็นระบบบริหารที่เป็นประชาธิปไตยมากกว่าระบบการถือหุ้นในบริษัทภายใต้ระบบทุนนิยม เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์แต่ละคนมีเสียงในที่ประชุมใหญ่ 1 เสียงเท่ากัน การปันผลกำไรยังจ่ายตามหุ้นที่ถือและตามกิจกรรมที่สมาชิกดำเนินการกับสหกรณ์ รวมทั้งสหกรณ์หลายแห่งยังจ่ายเงินปันผลกำไรส่วนหนึ่งให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนด้วย (วิทยาการ เชียงกุล, 2550: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงมากที่สุด และประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวเขาซึ่งพื้นที่ทำการเกษตรอยู่บนพื้นที่สูง การจัดหาเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการประกอบอาชีพนั้นจึงหายาก จึงมีการจัดตั้งสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงขึ้น เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ปลูกพืชผัก จังหวัดเชียงใหม่มีการจัดตั้งสหกรณ์และดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันจำนวน 39 แห่ง และกลุ่มเตรียมสหกรณ์ 1 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยสหกรณ์การเกษตรทั้งหมด(สำนักงานสหกรณ์, 2558: ออนไลน์) ถึงแม้ว่าการดำเนินการของสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงจะอยู่ภายใต้การดูแลควบคุมของสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่และมีการตรวจสอบการดำเนินงานโดยสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์เชียงใหม่ แต่ยังไม่พบว่ามีการจัดการเกี่ยวกับเอกสาร การบันทึกรายการรับจ่าย การจัดทำบัญชีอย่างเป็นทางการ ซึ่งส่งผลให้สหกรณ์ไม่ทราบถึงผลการดำเนินงาน และสถานะทางการเงินที่แท้จริง (เสาวนีย์พรหมเมือง, 2558)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า งานด้านการจัดทำบัญชีถือว่าเป็นงานที่สำคัญงานหนึ่งในการดำเนินงานของสหกรณ์ ผู้มีหน้าที่ในการจัดทำบัญชีควรมีความรู้ความสามารถและความเข้าใจในหลักการจัดทำบัญชี จะสามารถช่วยให้เกิดความถูกต้อง แม่นยำ และป้องกันความผิดพลาดในการบันทึกบัญชี โดยได้มีการทดลองให้พนักงานสหกรณ์ได้ฝึกปฏิบัติจริง และจัดทำงบการเงินเพื่อเปรียบเทียบงบการเงินก่อนและหลังจากผ่านกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดทำบัญชีแบบมีส่วนร่วม จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะพัฒนาศักยภาพการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงจังหวัดเชียงใหม่ โดยการบูรณาการหลักการบัญชีแบบมีส่วนร่วม เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพทำให้องค์กรอยู่ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี ระบบบัญชี และการปฏิบัติทางบัญชีของสหกรณ์

1. ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีทั่วไปและระบบบัญชี

การบัญชี (Accounting) คือ การจดบันทึก รายการค้าของกิจการ การจัดจำแนกรายการค้า ออกเป็นหมวดหมู่รวมทั้งสรุปผลการดำเนินงาน และฐานะการเงินของกิจการโดยใช้หน่วยเงินตรา โดยสรุปขั้นตอน ของการบัญชี ได้ดังนี้ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2554: ออนไลน์)

หลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป (Generally Accepted Accounting Principle) หมายถึงหลักการ

บัญชีที่ทุกคนยอมรับนำไปปฏิบัติในการทำบัญชี ฝ่ายบริหารของกิจการมีหน้าที่จะต้องจัดทำงบการเงินที่ต้องแสดงฐานะการเงิน ผลการดำเนินงาน และกระแสเงินสดของกิจการโดยถูกต้องตามที่ควรตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ซึ่งกิจการจะสามารถระบுவางการเงินที่จัดทำขึ้นเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปก็ต่อเมื่องบการเงินนั้น เป็นไปตามข้อกำหนดทุกข้อในมาตรฐานการบัญชีที่นำมาปฏิบัติ และเป็นไปตามการตีความทุกประเด็นของคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชี (อรุณี อย่างธารา และคณะ, 2555)

ระบบบัญชี (Accounting System) คือ ระบบการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินอันประกอบด้วยแบบฟอร์มหรือเอกสารทางการเงินที่เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี สมุดบัญชี ตลอดจนเครื่องมือ และวิธีการในการบันทึกบัญชีที่นำมาใช้ในการรวบรวมประกอบการบริหารงาน รวมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน การจัดทำรายงานที่ช่วยให้ฝ่ายบริหารมีข้อมูลและสารสนเทศประกอบการบริหารงาน รวมทั้งให้ข้อมูลกับทั้งผู้ใช้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกกิจการ องค์ประกอบที่สำคัญของระบบบัญชี ประกอบด้วย การควบคุมภายใน (Internal Control) เอกสารประกอบการบันทึกบัญชี (Source of Document) สมุดบัญชี (Book of Account) การบันทึกบัญชี (Accounting Entry) และการจัดทำรายงานทางการเงิน (Financial Statement)

องค์ประกอบของระบบบัญชี ซึ่งต้องมีระบบการควบคุมภายในทางการเงินและบัญชีเป็นกรอบในการดำเนินการ ระบบบัญชีประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ขั้นตอนที่ 1 เอกสารเริ่มต้นทางการบัญชี
- ขั้นตอนที่ 2 การจัดแบ่งหมวดหมู่รายการ
- ขั้นตอนที่ 3 การบันทึกสมุดรายวัน
- ขั้นตอนที่ 4 การบันทึกบัญชีแยกประเภท
- ขั้นตอนที่ 5 การจัดทำงบทดลอง

ขั้นตอนที่ 6 การจัดทำรายงานทางการเงิน

การทำบัญชีจะมีกระบวนการเริ่มต้นตั้งแต่เอกสารทางการค้า นำมาวิเคราะห์รายการค้าเพื่อจำแนกหมวดหมู่ของผลกระทบว่ามีผลต่อสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้เจ้าของอย่างไร จึงนำมาบันทึกบัญชี สุดท้ายจึงทำการสรุปเป็นงบการเงิน ดังนั้นการทำบัญชีจะเป็นกระบวนการที่ทำซ้ำ ๆ กันทุก ๆ งวดบัญชี ซึ่งเรียกว่า “วงจรบัญชี”

วงจรบัญชี หมายถึง ขั้นตอนของกระบวนการทางบัญชีที่ทำให้ได้มาซึ่งงบการเงินในรอบระยะเวลาปีบัญชีหนึ่งๆ วงจรบัญชีนั้นจะเริ่มจากการวิเคราะห์รายการค้า หรือเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ การบันทึกรายการในสมุดรายวันทั่วไป การผ่านรายการไปยังสมุดบัญชีแยกประเภททั่วไป การจัดทำงบทดลอง การปรับปรุงและแก้ไขข้อผิดพลาดในสมุดรายวันทั่วไปและผ่านรายการไปยังบัญชีแยกประเภทที่เกี่ยวข้อง การจัดทำงบทดลองหลังการปรับปรุง การจัดทำงบการเงิน (งบกำไรขาดทุน งบแสดงฐานะการเงิน การปิดบัญชีในสมุดรายวันทั่วไปและผ่านบัญชีแยกประเภทที่เกี่ยวข้อง และการจัดทำงบทดลองหลังการปิดบัญชี เพื่อหายอดคงเหลือยกไปของสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้เจ้าของ และนำไปเปิดบัญชีในปีบัญชีถัดไป (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ, 2555)

การจัดทำบัญชีตามแนวการจัดทำบัญชีของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์

เพื่อให้สหกรณ์ มีระบบการจัดการข้อมูลทางการเงินการบัญชี การจดบันทึกข้อมูลทางการเงินเป็นไปในแนวทางเดียวกัน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์จึงได้จัดทำคู่มือบัญชีของวิสาหกิจชุมชนขึ้น เป็นการจัดทำบัญชีอย่างง่าย เหมาะสม เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นชาวบ้านซึ่งอาจไม่มีความรู้ความเข้าใจทางด้านกรจัดทำบัญชีและสามารถนำแนวทางการบันทึกบัญชีตามที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์จัดทำ ไปใช้ประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจของตนได้

แนวทางในการปฏิบัติเบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดการด้านการเงินการบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1.การควบคุมภายใน โดยมีการแบ่งแยกหน้าที่ ดังนี้ มอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบงานด้านการเงิน 1 คน และงานด้านบัญชี 1 คน เพื่อเป็นการควบคุมภายในด้านการเงินการบัญชีที่ดี และป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น

2.การจัดทำเอกสารทางการเงิน ทุกครั้งที่วิสาหกิจชุมชน ได้รับเงินการรับเงินทุกรายการ ต้องจัดทำเอกสารการรับเงิน คือ ใบเสร็จรับเงินของวิสาหกิจชุมชน ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเมื่อเป็นผู้รับเงินจะต้องลงลายมือชื่อรับเงินด้วยทุกครั้ง สำหรับการใช้ออกเอกสารการรับเงินให้ใช้การเรียงตามลำดับเลขที่และใช้ต่อเนื่องไปจนกว่าจะหมดเล่มนั้น ๆ จึงจะขึ้นเล่มใหม่ต่อไป

3.การจัดทำเอกสารการจ่ายเงิน การจ่ายเงินทุกครั้ง วิสาหกิจชุมชนต้องขอใบเสร็จรับเงินจากผู้รับเงินหรือผู้ขาย หรือในกรณีผู้รับเงินไม่มีใบเสร็จรับเงิน เช่น การจ่ายค่าพาหนะ ให้ผู้รับเงินจัดทำใบเบิกเงินของวิสาหกิจชุมชน โดยระบุรายละเอียดการจ่ายเงิน พร้อมทั้งให้ผู้รับเงินและผู้จ่ายเงินลงลายมือชื่อรับเงินในใบเบิกเงินด้วย

4.วิสาหกิจชุมชน ต้องจัดทำบัญชีทุกวันที่มีรายการเงิน ทุกวันที่รายการรับ จ่ายเงินเกิดขึ้น วิสาหกิจชุมชนต้องนำข้อมูลจากเอกสารการรับ - จ่ายเงินมาบันทึกไว้ในสมุดบัญชีต่าง ๆ ให้ครบถ้วน

5.การเก็บรักษาเงิน เอกสารการรับ - จ่ายเงิน และสมุดบัญชี วิสาหกิจชุมชน ควรเก็บรักษาเงินสดไว้เพียงเท่าที่จำเป็นต้องใช้จ่าย ส่วนที่เกินความต้องการควรนำฝากธนาคาร การเก็บรักษาเงินสดควรมอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบและเก็บรักษาไว้ในที่มั่นคงปลอดภัย

6.เอกสารประกอบการลงบัญชี ประกอบด้วย ใบเสร็จรับเงิน ใบเบิกเงิน ใบขายเชื่อและใบจ่าย วัตถุประสงค์

7.สมุดบัญชี ประกอบด้วย สมุดเงินสด สมุดบันทึกรายการทั่วไป สมุดบันทึกต้นทุนกำไรและสมุดบัญชีย่อยต่าง ๆ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการจัดทำบัญชีและสภาพปัญหาและอุปสรรคของสหกรณ์ในเขตพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์การจัดทำบัญชีจากประสบการณ์ ความรู้ความสามารถของพนักงาน และจริยธรรมในการทำงาน มาปรับประยุกต์ใช้การจัดทำบัญชีตามแนวทางของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการจัดทำบัญชีแบบมีส่วนร่วมและปลูกฝังให้ผู้ปฏิบัติงานมีความซื่อสัตย์ โดยมุ่งทำการศึกษาโดยตรงจากพนักงานของสหกรณ์ในเขตพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการจัดทำ ควบคุม และเก็บรักษาเอกสารทางการเงิน รวมถึงสามารถปิดบัญชีประจำวัน และจัดทำงบทดลองเป็นประจำทุกเดือนได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยใช้การวิจัยในรูปของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ทำการสนทนากับฝ่ายบริหารผู้ตรวจบัญชีสหกรณ์ และพนักงานสหกรณ์ในเขตพื้นที่โครงการหลวง จังหวัดเชียงใหม่ ในลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Face to face interaction) เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง โดยกำหนดโครงสร้างและคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนทำการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป (Appleton, 1995) เริ่มจาก (1) การถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด ชนิดคำต่อคำ (Transcribing

Interview) (2) การจัดเตรียมข้อมูล (Data management) (3) การให้รหัส (Coding) จัดหมวดหมู่ข้อมูล (Categoring) หรือการทำดัชนีข้อมูล (Indexing) (4) การทำข้อสรุปชั่วคราวและการตัดทอนข้อมูล (Memoing data reduction) (5) การเสนอข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และการนำเสนอ (Displaying data for analysis and presentation) และ(6) การประมวลผล สรุปข้อเท็จจริง และการพิสูจน์บทสรุป (Drawing and verifying conclusions)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานสหกรณ์ในเขตพื้นที่โครงการหลวง จำนวน 80 คน ประกอบด้วย ฝ่ายบริหารผู้ตรวจบัญชีสหกรณ์ จำนวน 39 คน และพนักงานสหกรณ์ จำนวน 41 คน จากจำนวนสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่โครงการหลวงจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด 39 แห่ง และกลุ่มเตรียมสหกรณ์ 1 แห่ง ทำการรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม 2558- เดือน มีนาคม 2559

ผลการศึกษา

การศึกษาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวง พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงมากที่สุด ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวเขา ซึ่งพื้นที่ทำการเกษตรอยู่บนพื้นที่สูง การจัดหาเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ ทำให้การจัดตั้งสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงขึ้น เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ปลูกพืชผัก จังหวัดเชียงใหม่มีการจัดตั้งสหกรณ์และดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันจำนวน 39 แห่ง และกลุ่มเตรียมสหกรณ์ 1 แห่ง เป็นสหกรณ์การเกษตรทั้งหมด พบว่ายังไม่มีการจัดการเกี่ยวกับเอกสารการบันทึกบัญชีทั้งเอกสารภายนอกและ

เอกสารภายใน รวมถึงสมุดบัญชีสำหรับการบันทึกรายการรับจ่าย และไม่มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลทำให้ไม่สามารถสรุปผลการดำเนินงาน และสถานะการเงินของสหกรณ์ในแต่ละเขตพื้นที่ได้ ด้านผู้จัดทำบัญชีของสหกรณ์แต่ละแห่ง ยังไม่มีความเข้าใจในระบบบัญชีและการบันทึก เนื่องจากเอกสารประกอบการลงบันทึกบัญชีและสมุดบัญชีต่าง ๆ มีความซับซ้อนและยุ่งยากในการจัดทำเพื่อการบันทึกข้อมูล การนำข้อมูลไปวิเคราะห์ ควบคุม และตัดสินใจ ตลอดจนไม่มีเวลาจัดทำบัญชีหรือทำอย่างต่อเนื่อง

แนวทางในพัฒนาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวง รวมทั้งเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ ในกลุ่มสหกรณ์ จำนวน 39 แห่ง และกลุ่มเตรียมสหกรณ์ 1 แห่ง โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการ ความสำคัญ และประโยชน์ของการจัดทำบัญชี รวมถึงกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึก คุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต โดยการบูรณาการแบบมีส่วนร่วมร่วมกับผู้บริหารและพนักงานของสหกรณ์ ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนแนวคิด ร่วมกันออกแบบสมุดบัญชีที่เกี่ยวข้อง แบบฟอร์มต่างๆ ให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน ในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อให้พนักงานสามารถจัดทำ ควบคุม และเก็บรักษาเอกสารทางการเงิน เช่น การเบิก การจ่าย การรับเงิน สำหรับนำมาประกอบการบันทึกบัญชีได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ช่วยป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดทำงบการเงินของพนักงานสหกรณ์ รวมถึงสามารถปิดบัญชีเป็นรายวัน รายเดือน ให้คณะกรรมการตรวจทาน และสามารถจัดทำงบทดลองเป็น ประจำทุกเดือน เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการสหกรณ์ได้อย่างถูกต้อง สะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่แท้จริงของสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การอภิปรายผล

การจัดทำบัญชีของพนักงานสหกรณ์ ในเขตพื้นที่โครงการหลวง ด้านการบริหารงานต่างๆไปพบว่าไม่ได้มีการแบ่งส่วนงานและกำหนดหน้าที่การทำงานบัญชีเพื่อการปฏิบัติงานด้านการรับเงิน การจ่ายเงินที่ชัดเจน การบันทึกสมุดบันทึกรายการทั่วไป สมุดบันทึกรายรับ-รายจ่าย พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีคือ ผู้จัดทำบัญชีไม่มีคุณสมบัติด้านบัญชีและขาดงบประมาณในการจัดจ้างพนักงานบัญชี ทำให้การจัดทำบัญชีต้องอาศัยสมาชิกที่มีความรู้เกี่ยวกับการรับ-จ่ายเงินมาเป็นคนจัดทำ ซึ่งการบันทึกบัญชีได้มีเจ้าหน้าที่จากกรมตรวจบัญชีสหกรณ์คอยให้คำแนะนำในการบันทึกบัญชี ซึ่งการจัดทำบัญชีเกี่ยวกับด้านรับ-ด้านจ่ายเงิน พนักงานสหกรณ์ก็สามารถจัดทำบัญชีได้ ส่วนที่การบันทึกบัญชีมีความซับซ้อน ต้องอาศัยตัวเลขจากสมุดเงินสดรับ-จ่ายมาบันทึกบัญชีผู้จัดทำบัญชียังไม่สามารถจัดทำได้ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิพาดา ชำนาญ (2554) และวัชร อำนวยวัฒน์ (2554) ประกอบกับการที่พนักงานและสมาชิกสหกรณ์ไม่มีเวลาในการจัดทำบัญชี เนื่องจากมีภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในการดำเนินการเป็นผู้ผลิตเป็นหลัก การจัดทำบัญชีจึงต้องอาศัยเวลาหลังจากที่ดำเนินกิจกรรมหลักมาทำความเข้าใจและมาคัดลอกข้อมูลจากแบบบันทึกต่างๆ มาลงในสมุดบันทึกบัญชีที่ยังไม่มีความเข้าใจที่ชัดเจนถูกต้อง

ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินงานวิจัยข้างต้น ส่งผลให้พนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวง แต่ละพื้นที่สามารถจัดทำบัญชี สรุปผลการดำเนินงานของสหกรณ์ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และมีประสิทธิภาพ ซึ่งสร้างความสะดวก รวดเร็วให้แก่สำนักงานส่งเสริมสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ ในการสรุปผลการดำเนินงานของสหกรณ์โดยรวม และช่วยลดความ

ผิดพลาดจากการตรวจสอบงบการเงินให้แก่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์

สำนักงานส่งเสริมสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำความรู้ ในการปฏิบัติงานของพนักงานสหกรณ์ที่ได้รับจากการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ไปพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของสหกรณ์ในการปฏิบัติงาน โดยสอดแทรกเทคโนโลยีในเรื่องของการจัดทำโปรแกรมสำเร็จรูปที่เหมาะสมให้แก่พนักงานสหกรณ์ในพื้นที่โครงการหลวงตามรูปแบบของระบบบัญชีในลำดับต่อไป เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการตรวจสอบข้อมูล ความถูกต้อง และข้อผิดพลาดต่างๆ รวมทั้งสามารถทำการสรุปผลการดำเนินงานของกลุ่มสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2549). **คู่มือการจัดทำบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วน จำกัด เจ.เอ็น.ที.
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2554). **คู่มือบัญชีของวิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ.เอ็น.ที.
- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2557). **แนวทางในการปฏิบัติงานโครงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน. 2557**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2557, จาก <http://www.cad.go.th/>.
- จัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช**. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิชาเอกการบัญชี. มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิพาดา ชำนาญ. (2554). **การจัดทำบัญชีธุรกิจชุมชนภายใต้โครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขต อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่**. รายงานการค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เบญจมาศ อภิสิตธีรปัญญา. (2555). **หลักการบัญชี**. กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์ ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์.
วัชร อำนวยวัฒน์. (2554). **ปัญหาและอุปสรรคในการ** วิทยาการ เชียงกุล. (2550). **สหกรณ์**. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://witayakornclub.wordpress.com/2007/09/23/ระบบสหกรณ์-ทางเลือกที่>.
วิภาวี ศรีคะ. (2547). **การจัดทำบัญชีธุรกิจชุมชน** ภายใต้โครงการ **หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน** **จังหวัดเชียงใหม่**. รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาบัญชืมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานสหกรณ์. (2558). **ข้อมูลสหกรณ์**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2559. จาก <http://webhost.cpd.go.th/cmcoop/central1.html>.
เสาวนีย์ พรหมเมือง. **เจ้าพนักงานส่งเสริมสหกรณ์** **จังหวัดเชียงใหม่**. (29 ธันวาคม 2558). สัมภาษณ์.
อรุณี อย่างธารา และคณะ. (2555). **การบัญชี** **การเงิน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ **มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.