



 **JBURUS** วารสารบริหารธุรกิจ
ราชมงคลสุวรรณภูมิ
JOURNAL of Business Administration
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1

มกราคม - เมษายน 2567

Vol. 1 No. 1

January - April 2024



คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ



jburus2@gmail.com



035-242-213

สารบัญ

บทความ	หน้า
สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ชุลีพร ลักขณาพิพัฒน์, จินดาภรณ์ ชาวบางงาม, โสริยา สุภาพล, ลัดดาวัลย์ สำราญ	1
คุณค่าตราสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่ง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ระพีพล ศรีมณี, นวพร รัตนบุรี	14
นวัตกรรมการศึกษาด้านการบริหารงานวิชาการเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียน ด้วยรูปแบบ SMILE Model ของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาคม เรวัฒน์ พรหมสระโ	28
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ชญพร คุณประทุม	41
คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี วรวิษญ์ สดคมขำ, ลัดดาวัลย์ สำราญ, โสริยา สุภาพล	58

สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาล ตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

WORK ENVIRONMENT THAT AFFECT THE INTENTION TO RESIGN WANG
NAM SAP SUBDISTRICT MUNICIPALITY EMPLOYEES. SI PRACHAN DISTRICT,
SUPHANBURI

ชุลีพร ลักษณะนาพิพัฒน์¹ จินดาภรณ์ ชาวบางงาม² โสรยา สุภาพล² และลัดดาวัลย์ สำราญ^{2*}

Chuleeporn Lakhapipat¹, Jindaporn Chawbangngam², Soraya Supaphol² and, Laddawan Someran²

¹มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ²มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹Rajamangala University of Technology Tawan-ok ²Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

*Corresponding Author E-mail: laddawan.s@rmutsb.ac.th, เบอร์โทรศัพท์: 0816814353

Received March 26, 2024; Revised April 17, 2024; Accepted April 18, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานทั้งหมดของเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ สุพรรณบุรี จำนวน 66 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความตั้งใจลาออกอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ ความขัดแย้งในบทบาท และรางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนความหลากหลายของงาน ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน และความอิสระในการทำงานไม่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการจัดทำนโยบายหรือกลยุทธ์เพื่อแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานคงอยู่และทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชน

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมในการทำงาน, ความตั้งใจลาออก, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

The purpose of the research article was to study the work environment that affected the resignation intentions of employees of Wang Nam Sap Subdistrict Municipality, Si Prachan District, Suphanburi Province. The researcher used a questionnaire to collect data from all employees of Wang Nam Sap Subdistrict Municipality, Si Prachan District, Suphanburi, totaling 66 people. Data analysis used descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation.

Inferential statistics included multiple regression analyses. The research findings revealed that the respondents' opinions about the overall working environment were high. The intention to resign was at a low level. Additionally, the results of the hypothesis testing revealed that the working environment, including role conflict and monetary rewards and compensation, affected the resignation intentions of Wang Nam Sap Subdistrict Municipality employees in Si Prachan District, Suphanburi Province. Regarding the variety of work, the relationship of those involved in the work, and the freedom of work, they did not affect the intention to resign of Wang Nam Sap Subdistrict Municipality employees, Si Prachan District, Suphanburi Province. We could use the research results to develop policies or strategies that enhance and develop the working environment, motivating employees to stay and work efficiently in providing services to the public.

Keywords: working environment, turnover intention, local government organization

บทนำ

การลาออกของพนักงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเสียหายขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีการศึกษาและวิจัยหลายรายงานที่เน้นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของพนักงานในการลาออก หลายปัจจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงานของพนักงาน ซึ่งอาจทำให้พนักงานมองหาโอกาสใหม่ในที่ทำงานอื่นหรือตัดสินใจลาออกจากองค์กรปัจจุบันโดยเริ่มต้นจากปัจจัยภายนอกองค์กร การเปลี่ยนแปลงของสภาพการแข่งขันในตลาดแรงงาน เช่น การเพิ่มความต้องการจากฝ่ายผู้ประกอบการ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการเปลี่ยนแปลงของกฎหมายแรงงาน เป็นต้น ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานในองค์กร ซึ่งอาจทำให้พนักงานรู้สึกไม่พึงพอใจและต้องการลาออกเพื่อมองหาโอกาสใหม่ที่ตรงกับความต้องการและความสามารถของตนเอง อาจส่งผลให้พนักงานรู้สึกไม่พอใจหรือไม่พึงพอใจกับสภาพการทำงานปัจจุบันและต้องการลาออกเพื่อมองหาสภาพการทำงานที่ดีกว่า ส่วนปัจจัยภายในองค์กร เช่น ความไม่พอใจในการปฏิบัติงาน เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ความสามารถในการทำงาน และความเหมาะสมของตำแหน่งงานมีผลต่อความพอใจและความสุขในการทำงานของพนักงาน และเมื่อพนักงานรู้สึกว่าความสามารถและความต้องการของตนเองไม่ได้รับการประเมินหรือไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเพียงพอ อาจตัดสินใจลาออกเพื่อมองหาโอกาสใหม่ที่เหมาะสมกับความสามารถและความต้องการของตนเอง ความตั้งใจลาออกของพนักงานเป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นว่าพนักงานนั้น ต้องการที่จะลาออกจากองค์กรไปเพื่อแสวงหางานใหม่ ซึ่งสาเหตุหรือปัจจัยที่ส่งผลให้พนักงานเริ่มมีความตั้งใจ ลาออกจากงานนั้นมักจะเกิดขึ้นจากความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Lambert, Hogan, & Barton, 2001; Mobley, 1982; Price, 1989) ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยลดปัญหาการลาออกของพนักงาน เพราะการลาออกนั้นส่งผลกระทบที่ใหญ่แก่องค์กร ไม่เพียงแต่ทำให้องค์กรสูญเสียคนที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพซึ่งองค์กรได้ใช้เวลาและทรัพยากรในการสรรหาและคัดเลือกมา แต่ยังเสียค่าใช้จ่ายในการสรรหา คัดเลือก และการพัฒนาบุคลากรใหม่ อันเป็นการบริหารทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการสร้างแรงจูงใจและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ีระหว่าง

พนักงานและองค์กร โดยเฉพาะในด้านความมั่นคงในอาชีพ สิทธิประโยชน์ สวัสดิการค่าตอบแทน และความเป็นส่วนตัว และต่อเนื่องจากการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม นอกจากนี้ การส่งเสริมความมั่นคงในตำแหน่งงาน การเสนอโอกาสให้กับพนักงานที่มีคุณภาพ และการสนับสนุนให้พนักงานมีความเชื่อมั่นและมุ่งมั่นในการทำงาน เป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรควรให้ความสำคัญ Klonoski (2016)

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยมุ่งหวังว่า ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานคงอยู่และทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ประชาชน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมของความตั้งใจลาออก สามารถสรุปได้ว่าความตั้งใจลาออก คือ การตั้งใจลาออกจากงานเป็นผลมาจากความรู้สึกไม่พึงพอใจในการทำงานของพนักงานต่อองค์กร ความตั้งใจนี้มาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานและความรู้สึกต่องานของพนักงาน เช่น ความไม่พึงพอใจในงานอาจทำให้พนักงานมีความตั้งใจที่จะลาออก ความตั้งใจลาออกจากงานยังแสดงถึงการค้นหาทางออกอื่นๆ เช่น การสมัครงานในบริษัทอื่นหรือการไปสัมภาษณ์งาน การลาออกอาจเกิดขึ้นเมื่อพนักงานไม่พึงพอใจในงานปัจจุบันและมีความตั้งใจที่จะหางานใหม่ นอกจากนี้ ยังมีการเชื่อมโยงระหว่างความตั้งใจลาออกกับพฤติกรรมการค้นหางานและความไม่พึงพอใจในงาน เพราะการไม่พึงพอใจในงานเป็นปัจจัยที่สำคัญในการก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะลาออกและมีผลต่อพฤติกรรมการค้นหางานใหม่ของพนักงาน ดังนั้น ความตั้งใจลาออกจากงานเป็นผลมาจากส่วนประสมที่ต่างกันของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและความรู้สึกของพนักงานในที่ทำงานปัจจุบัน (Mowday, Porter, & Steers, 2013; Nadiri & Tanova, 2010; Garnero, Arden, Griffiths, Delmas, & Spector, 1996)

นอกจากนั้น ยังทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก สามารถสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง สภาพแวดล้อมในการทำงาน หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และมีผลต่อการรับรู้ความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคลและมีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคคล เมื่อสภาพแวดล้อมในการทำงานดีก็ทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงานสูง สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กร ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพเป้าหมายของหน่วยงาน บรรยากาศในการทำงาน โครงสร้างของหน่วยงาน ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ วิธีการทำงาน ความผูกพันต่อหน่วยงาน การตัดสินใจ การให้รางวัล การอบรมพัฒนาศักยภาพ สวัสดิการ และประโยชน์เกื้อกูลเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา เป็นต้น (สนธยา เกรียงไกร ณ พัทลุง, 2558; นันทธนาดา สวามิวิสุทธิกิจ, 2559; สุกริน ทวีสุต, 2562) อีกทั้งองค์ประกอบของปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานของ Lambert et al., (2001) ประกอบด้วย

1. ความขัดแย้งในบทบาท หมายถึง องค์กรมีบทบาทวิธีการที่แตกต่างกันในการทำงานแบบเดียวกันโดยมีเป้าหมายเพื่อให้งานนั้นสำเร็จ มอบหมายงานเพิ่มโดยไม่ได้รับกำลังคนเพื่อให้งานนั้นสำเร็จ ตลอดจนพนักงานบางคนละเลยต่อภาระเบียดเบียนข้อบังคับเพื่อให้งานสำเร็จ และปฏิบัติงานโดยที่มิได้อื่นยอมรับในความสำเร็จในงานได้

2. ความหลากหลายของงาน หมายถึง องค์กรมีความหลากหลายกิจกรรมในการทำงาน และต้องใช้ความรู้ความสามารถทางทักษะที่หลากหลาย ในการเปิดโอกาสให้ได้ทำงานที่มีความแตกต่าง รวมทั้งงานที่ปฏิบัติมีโอกาสในการทำงานและที่มีขั้นตอนการทำงานที่หลากหลาย

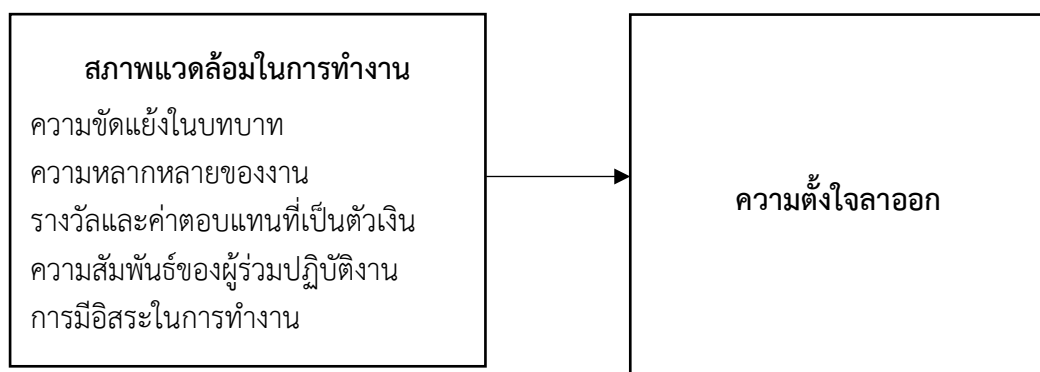
3. รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน หมายถึง พนักงานในองค์กร ได้รับค่าตอบแทนทั้งที่เป็นตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน อาจจะเป็นสิทธิประโยชน์ หรือรางวัลความยุติธรรมของระบบการบริหาร ค่าตอบแทน รวมทั้งค่าตอบแทนที่คุ้มค่ากับความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการทำงานในรูปของตัวเงิน เช่น เงินเดือน ค่าจ้างค่าตอบแทนจูงใจ ตลอดจนการพิจารณาปรับขึ้นเงินค่าจ้าง และผลประโยชน์อื่น ๆ ที่เป็นตัวเงินอย่างเหมาะสม

4. ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมปฏิบัติงาน หมายถึง องค์กรให้ความสำคัญในการทำงานร่วมกัน อย่างเป็นที่ที่มีความสัมพันธ์ในที่ทำงานเหมือนพี่เหมือนน้อง และมีการสื่อสารและพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานอย่างเปิดเผยอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานระหว่างกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานร่วมกับหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยสร้างบรรยากาศทำงานที่เต็มไปด้วยความสุขและความพึงพอใจภายในองค์กร

5. การมีอิสระในการทำงาน หมายถึง พนักงานในองค์กรสามารถใช้ดุลยพินิจตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง และมีความสามารถในการวางแผนและดำเนินการทำงานด้วยความเป็นอิสระ โดยงานที่ปฏิบัติอยู่นั้นเปิดโอกาสให้พนักงานทำงานได้อย่างอิสระ และมีอิสระในการตัดสินใจเกี่ยวกับลำดับและวิธีการทำงาน เพื่อให้งานเสร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย (เชิงปริมาณ) พื้นที่วิจัย คือ เทศบาลตำบลวังน้ำซับ ประชากร คือ พนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 66 คน (อ้างอิง, ข้อมูล ณ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สังกัด และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแบบตรวจสอบรายการ (Check list)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ได้แก่ ความขัดแย้งในบทบาท จำนวน 5 ข้อ ความหลากหลายของงาน จำนวน 4 ข้อ รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน จำนวน 6 ข้อ ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน จำนวน 5 ข้อ และความอิสระในการทำงาน จำนวน 4 ข้อ รวมเป็นจำนวน 24 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจลาออก ซึ่งเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) จำนวน 6 ข้อ

การพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) การตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามในเชิงเนื้อหาได้มีการดำเนินการตามหลักการทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปยังผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการประเมินคุณภาพ จำนวน 3 ท่าน โดยเกณฑ์การให้คะแนนได้ถูกกำหนดโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ตามวิธีการที่เสนอโดย ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจรา ชานีประศาสน์ (2547) โดยที่ค่า IOC ต้องมีค่ามากกว่า 0.67 เพื่อให้ถือว่ามีความเที่ยงตรงเพียงพอต่อการใช้งาน ผลการตรวจสอบพบว่าแบบสอบถามทั้งหมด 30 ข้อมีค่าเฉลี่ยของ IOC มากกว่า 0.67 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่เพียงพอเพื่อยืนยันว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) เพื่อแสดงความเชื่อถือได้ (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในอำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.77-0.80 อันได้แก่ 1. ความขัดแย้งทางบทบาท (0.77) 2. ความหลากหลายของงาน (0.78) 3. รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (0.78) 4. ความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน (0.78) 5. ความอิสระในการทำงาน (0.78) และ 6. ความตั้งใจลาออก (0.80) ซึ่งมากกว่า 0.70 จึงสามารถเก็บแบบสอบถามจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานทั้งหมดที่ปฏิบัติงานในเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 66 ตัวอย่าง

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และใช้สถิติในการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency; n) ค่าร้อยละ (Percentage; %) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของสภาพแวดล้อม

ในการทำงาน และความตั้งใจลาออก ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean: μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: σ) โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง น้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter (Enter Multiple Regression Analysis) โดยทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 66 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 และมีปี พ.ศ.เกิด 2523 - 2540 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 และมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 60.60 และส่วนใหญ่อยู่ในสังกัด อื่น ๆ มากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 และสุดท้ายส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.73$ และ $\sigma = 0.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$ และ $\sigma = 0.70$) เป็นอันดับที่หนึ่ง ความอิสระในการทำงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.03$ และ $\sigma = 0.52$) เป็นอันดับที่สอง ความหลากหลายของงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.87$ และ $\sigma = 0.55$) เป็นอันดับที่สาม รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.73$ และ $\sigma = 0.78$) เป็นอันดับที่สี่ และอันดับสุดท้ายคือ ความขัดแย้งในบทบาท มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.69$ และ $\sigma = 0.96$) ส่วนความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับในภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ($\mu = 2.01$ และ $\sigma = 1.17$) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของสภาพแวดล้อมในการทำงาน และความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ

ตัวแปร	μ	σ	แปลความหมาย
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.73	0.39	มาก
ด้านความขัดแย้งในบทบาท	2.69	0.96	ปานกลาง
ด้านความหลากหลายของงาน	3.87	0.55	มาก
ด้านรางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน	3.73	0.78	มาก
ด้านความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน	4.30	0.70	มาก
ด้านความอิสระในการทำงาน	4.03	0.52	มาก
ความตั้งใจลาออก	2.01	1.17	น้อย

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเส้นตรง (Multiple Regression Analysis) โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

การตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมด จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง โดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.68 - 0.67 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.50 - 1.46 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ

รวมทั้งการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างค่าตัวแปร สภาพแวดล้อมในการทำงาน ประกอบด้วย ความขัดแย้งในบทบาท (A1) ความหลากหลายของงาน (A2) รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (A3) ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน (A4) และความอิสระในการทำงาน (A5) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.12 - 0.55 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 (กลุยา วานิชย์บัญชา, 2550) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์หรือเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้

ตารางที่ 2 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ตัวแปร	A1	A2	A3	A4	A5
A1	-	0.26**	0.22**	0.38**	0.12**
A2		-	0.16**	0.37**	0.36**
A3			-	0.55**	0.32**
A4				-	0.53**
A5					-

**ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$, *ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน ความขัดแย้งในบทบาทส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี และรางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความอิสระในการทำงาน ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน และความหลากหลายของงาน ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีได้ประมาณร้อยละ 45.00 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.45 ดังแสดงในตารางที่ 3 สามารถแสดงการทำนายได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ คือ

$\hat{Y} = 3.48 + 0.61(\text{ความขัดแย้งในบทบาท}) - 0.22(\text{ความหลากหลายของงาน}) - 0.42(\text{รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน}) - 0.24(\text{ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน}) + 0.09(\text{ความอิสระในการทำงาน})$

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการทำงานส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ

สภาพแวดล้อมในการทำงาน	ความตั้งใจลาออก			t	P (sig)
	B	SE	(β)		
ค่าคงที่ (a)	3.48	1.08		3.24	0.00
1. ความขัดแย้งในบทบาท	0.61	0.14	0.50	4.43**	0.00
2. ความหลากหลายของงาน	-0.22	0.24	-0.10	-0.91	0.37
3. รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน	-0.42	0.17	-0.28	-2.53**	0.01
4. ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน	-0.24	0.24	-0.14	-1.01	0.32
5. ความอิสระในการทำงาน	0.09	0.25	0.04	0.35	0.72
Adjusted R square = 0.45 R Square = 0.49 R = 0.70 Durbin-Watson = 1.72					
Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.87 F = 11.63 P-value = 0.000**					

**ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$, *ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน ได้แก่ ความขัดแย้งในบทบาท และรางวัลและค่าตอบแทน ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1. ความขัดแย้งในบทบาทส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้มีสาเหตุจาก พนักงานเทศบาลมีวิธีการปฏิบัติ โดยที่พนักงานมีการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากความไม่เข้าใจกัน และการสร้างความไม่พอใจในการทำงานร่วมกัน เช่น บางคนชอบการทำงานแบบรวดเร็วและตัดสินใจเร็ว ในขณะที่บางคนชอบการทำงานอย่างถี่ถ้วนภายในงานชิ้นเดียวกัน จึงทำให้พนักงานมีการยอมรับและไม่ยอมรับต่อวิธีการในการปฏิบัติงานของแต่ละคนภายในเทศบาล จนทำให้พนักงานเกิดความเบื่อหน่ายในการทำงาน และคิดจะลาออก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรวี ทรัพย์เกรียงไกร (2564) ศึกษาเรื่อง ความขัดแย้งในการทำงาน และความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงานของบุคลากรในโรงไฟฟ้าแห่งหนึ่ง ในจังหวัดราชบุรีผลการวิจัย พบว่า ความขัดแย้งในการทำงานส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการลาออกจากงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑาทิพย์ ลีลาธนาพิพัฒน์ และวิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ความคลุมเครือในบทบาท

ความขัดแย้งในบทบาท และหน้าที่รับผิดชอบมากเกินไปส่งผลต่อความตั้งใจลาออกจากงานของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน พบว่า ความคลุมเครือในบทบาท และความขัดแย้งในบทบาท มีผลต่อความตั้งใจลาออกของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

2. รางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้มีสาเหตุจาก พนักงานเทศบาลรู้สึกว่าการได้จัดเตรียมรางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินอย่างเหมาะสม ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะเทศบาลเป็นหน่วยงานของภาครัฐมีงบประมาณที่จำกัดจึงไม่สามารถจัดสรรค่าตอบแทนและเงินรางวัลตามความคาดหวังของพนักงาน รวมถึงการพิจารณาปรับขึ้นค่าจ้างไม่มีความเหมาะสมเนื่องจากไม่มีการแจ้งเกณฑ์การประเมินผลล่วงหน้าทำให้พนักงานไม่สามารถเตรียมตัว หรือทำผลงานตามตัวชี้วัดขององค์กร ทำให้ผลการประเมินไม่เหมาะสมตามที่พนักงานคาดหวังซึ่งส่งผลทำให้พนักงานเกิดความไม่พึงพอใจและลาออกได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวเดือน โลหิตปุระ และชัยวัฒน์ สมศรี (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของงานหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ความก้าวหน้า และความมั่นคง ค่าตอบแทนและสวัสดิการ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดลำปางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของอิพัทธ์ กอปรตันสวัสดิ์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสภาพแวดล้อมในการทำงานความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานในบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง ผลการศึกษา พบว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกออกจากงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรทั้งในด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ความรู้ และความก้าวหน้าในงาน ความมั่นคงในการทำงาน การสนับสนุนด้านจิตอาารมณ์ และด้านการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกออกจากงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

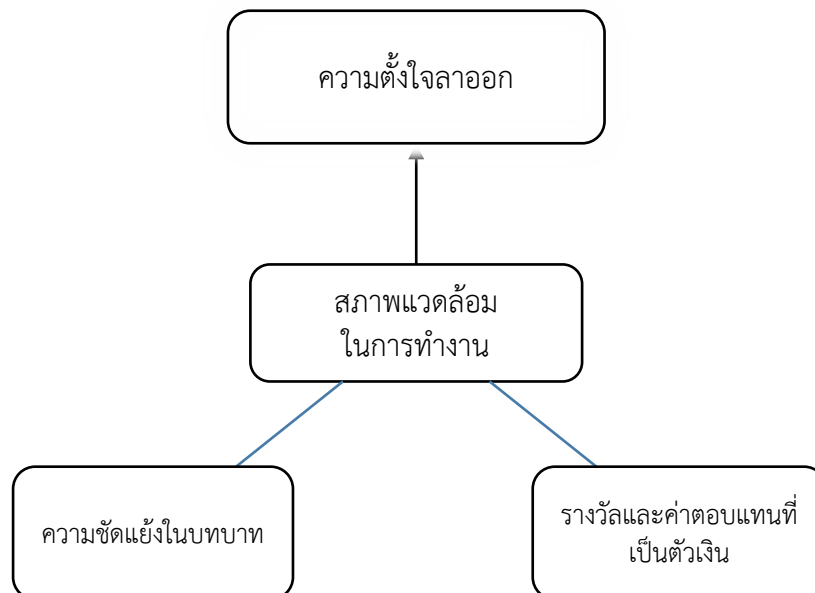
3. ความหลากหลายของงาน ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้มีสาเหตุจาก พนักงานที่รู้สึกพึงพอใจและสนุกกับงานที่ทำ อาจไม่คิดจะลาออก โดยไม่ว่างานนั้นจะหลากหลายแค่ไหนก็ตาม เมื่อพนักงานรู้สึกว่าการงานของตนมีความน่าสนใจและเข้ากับสิ่งที่ต้องการทำ มักจะมีความสุขและพร้อมที่จะทำงานต่อไป จุฑารัตน์ อันวิเศษ และจิราพร ระโหฐาน (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายบริษัทผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ที่พบว่าด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก

4. ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้มีสาเหตุจาก เนื่องจากความสัมพันธ์ที่ดีสามารถช่วยลดความไม่พึงพอใจและเสริมสร้างความพึงพอใจในการทำงาน แต่ไม่ใช่ปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจของพนักงานในการลาออกได้โดยตรง ความสัมพันธ์ที่ดีส่วนใหญ่จะช่วยให้บรรยากาศที่ทำงานดีโตและสนับสนุนการทำงานที่ดีของทีมโดยไม่เป็นทางเลือกในการตัดสินใจลาออกของพนักงานในทางลบ การลาออกของพนักงานส่วนใหญ่ก็มีสาเหตุและปัจจัยที่มากมายและซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ที่สอดคล้องกับงานวิจัยจุฑารัตน์ อันวิเศษ และจิราพร ระโหฐาน (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายบริษัทผลิต

ขึ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ที่พบว่า เพื่อนร่วมงานไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก

5. ความอิสระในการทำงาน ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้มีสาเหตุจาก ความอิสระในการทำงานอาจช่วยให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานและส่งเสริมการพัฒนาส่วนบุคคล รวมถึงเพิ่มความเชื่อมั่นในความสำเร็จของงานที่ทำ และสร้างพื้นที่ในการมีส่วนร่วมในทีมงาน ดังนั้น ความอิสระในการทำงานมีความสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นความพึงพอใจและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงาน แต่อาจจะไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการลาออกจากงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของกรภัทร รักเดช (2565) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลาออกของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์โควิด 19 ที่พบว่า ความอิสระในการทำงานไม่มีอิทธิพลต่อการลาออกของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างสภาพแวดล้อมในการทำงานและความตั้งใจในการลาออกของพนักงาน ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดคือความขัดแย้งในบทบาทและรางวัลและค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ที่มีผลต่อความตั้งใจของพนักงานที่จะลาออก สิ่งสำคัญที่ได้เรียนรู้จากการวิจัยนี้คือความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมการทำงานและความตั้งใจในการลาออกของพนักงานที่เป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับการจัดทำนโยบายหรือกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อให้พนักงานคงอยู่และให้บริการแก่ประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษา สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเทศบาลตำบลวังน้ำซับ อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้โดยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารหรือฝ่ายบุคคลควรพิจารณาการมอบหมายงานที่แตกต่างกันเพื่อช่วยให้พนักงานแต่ละคนเกิดความยืดหยุ่นในการทำงานในส่วนที่เป็นความเชี่ยวชาญของตนเอง และเกิดการยอมรับภาระงานที่เพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ของเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนพิจารณาต่อการละเลยต่อกฎระเบียบข้อบังคับ ควรจัดการฝึกอบรมที่เน้นให้ทุกคนเข้าใจและยอมรับความสำคัญของกฎระเบียบจะช่วยเพิ่มความตระหนัก และเกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ผู้บริหารหรือฝ่ายบุคคลควรพิจารณาการปฏิบัติงานเพื่อเปิดโอกาสให้พนักงานได้ทำงานที่มีความแตกต่างภายในแผนงานโดยจะช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะ และความคิดรวบถึงนวัตกรรมในการปฏิบัติงาน ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานมีการปฏิบัติงานที่หลากหลายจะช่วยเพิ่มความรู้ความสามารถทางทักษะที่หลากหลายในการปฏิบัติงาน

3. ผู้บริหารหรือฝ่ายบุคคล ควรพิจารณาการปรับขึ้นเงินค่าจ้างประจำปีที่ผ่านมา รวมถึงรางวัลต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วยการปรับอัตราเงินเดือนให้มีความเหมาะสมกับผลงานของพนักงาน โดยอาจจัดทำเป็นประกาศการปรับอัตราเงินเดือนประจำปีให้กับพนักงานรับทราบ กำหนดอัตราการจ่ายโบนัสตามผลประกอบการขององค์กรและผลงานการทำงานของพนักงาน เพราะเมื่อพนักงานทุ่มเทและตั้งใจทำงานให้กับองค์กร

4. ด้านความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนร่วมปฏิบัติงาน พนักงานและเพื่อนร่วมงานควรมีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนการทำงานระหว่างกันในองค์กรโดยให้มีการสื่อสารและทำความเข้าใจในวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแนวทางในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนเห็นถึงเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกันกับผู้บริหารและช่วยกันสร้าง แนวทางการทำงานตั้งแต่ระดับองค์กร หน่วยงาน และระดับบุคคล ตลอดจนมีช่องทางการสื่อสารที่ถูกต้อง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ในการสื่อสารที่ดีเพื่อให้คนในองค์กรมีความคิดไปในทิศทางเดียวกัน

5. ผู้บังคับบัญชาและหัวหน้างานควรพิจารณาโดยการทบทวนแผนการทำงานเป็นประจำและทำการปรับปรุงตามประสิทธิภาพและปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงการแบ่งงานหรือกิจกรรมออกเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนช่วยให้มีทิศทางที่เข้าใจและเปิดโอกาสให้สามารถทำงานด้วยตนเองได้อย่างอิสระจะส่งผลให้ลดความกดดัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนงานด้วยตนเองในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความตั้งใจลาออก และการลาออกของพนักงานของพนักงานในองค์กร จะได้ข้อมูลจริงเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงองค์กร เพื่อธำรงรักษาให้พนักงานปฏิบัติงานอยู่ในระยะยาว รวมถึงควรมีการปรับปรุงเป้าหมายในการทำงานให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง

2. ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกข้อมูล หรือการสนทนาระหว่างผู้วิจัยกับผู้ลาออก หรือกำลังตั้งใจที่จะลาออกจากงาน เพื่อทำความเข้าใจเหตุผลหลักและปัจจัยสำคัญส่งผลต่อการลาออกจากงานนั้น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กรภัทร รักเดช. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลาออกของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์โควิด 19. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2553). การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ : บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- จุฑาทิพย์ สีสถานาพิพัฒน์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). ความคลุมเครือในบทบาท ความขัดแย้งในบทบาท และหน้าที่รับผิดชอบมากเกินไปส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. วารสารบัณฑิตวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 9(1), 96-107.
- จุฑารัตน์ อำนวย และจิราพร ระโหฐาน. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานเจนเนอเรชันวายบริษัทผลิตชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง. วารสารบัณฑิตวิจัย, 10(1), 205-217.
- ดาวเดือน โลหิตปุระ และ ชัยวัฒน์ สมศรี. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลาออกของพนักงานบริษัทเอกชน ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 28(1), 167.
- นันท์ธนาดา สวามิวัสุกิจ. (2559). หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงจูงใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการดำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- รุ่งรวี ทรัพย์เกรียงไกร. (2564). ความขัดแย้งในการทำงาน และความพึงพอใจในงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงานของบุคลากรในโรงไฟฟ้าแห่งหนึ่งในจังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีการวิจัย. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- สนธยา เกรียงไกร ณ พัทลุง. (2558). วัฒนธรรมองค์กรในทัศนะของพนักงานบริษัทในตำบลนิคมพัฒนา อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, จันทบุรี.
- สุกริน ทวีสุต. (2562). ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สัมพันธ์กับความสุขในการทำงานของบุคลากรเทศบาลนครหาดใหญ่. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- อิทธิพัชร กอบริตันสวัสดิ์ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. (2562). อิทธิพลของสภาพแวดล้อมในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะลาออกของพนักงานในบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 8(2), 1-17.

- Garnero, P. A. T. R. I. C. K., Arden, N. K., Griffiths, G., Delmas, P. D., & Spector, T. D. (1996). Genetic influence on bone turnover in postmenopausal twins. *The Journal of Clinical Endocrinology & Metabolism*, 81(1), 140-146.
- Klonoski, R. (2016). Defining employee benefits: A managerial perspective. *International Journal of Human Resource Studies*, 6(2), 52-72.
- Lambert, E. G., Hogan, N. L., & Barton, S. M. (2001). The impact of job satisfaction on turnover intent: a test of a structural measurement model using a national sample of workers. *The Social Science Journal*, 38(2), 233-250.
- Mobley, W. H. (1982). Employee turnover: Causes, consequences, and control. (*No Title*).
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steers, R. M. (2013). *Employee—organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. Academic Press, New York.
- Nadiri, H., & Tanova, C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry. *International journal of hospitality management*, 29(1), 33-41.
- Price, J. L. (1989). The impact of turnover on the organization. *Work and occupations*, 16(4), 461-473.
- Spector, P. E., & Jex, S. M. (1991). Relations of job characteristics from multiple data sources with employee affect, absence, turnover intentions, and health. *Journal of applied psychology*, 76(1), 46.

คุณค่าตราสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ
ซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลสุวรรณภูมิ
BRAND VALUE AND MARKETING MIX AFFECTING THE DECISION-MAKING
PROCESS FOR PURCHASING RUNNING SHOES OF STUDENTS AT
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SUVARNABHUMI

ระพีพล ศรมณี¹ นวพร รัตนบุรี¹

Raphiphon Sornmanee¹, Nawaporn Rattanaburi¹

¹มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลสุวรรณภูมิ

¹Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

*Corresponding Author E-mail: Pop_club_in_thai@hotmail.com, เบอร์โทรศัพท์: 0867650852

Received February 16, 2024; Revised April 18, 2024; Accepted April 18, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลสุวรรณภูมิ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลสุวรรณภูมิ และ 3) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลสุวรรณภูมิ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับความคิดเห็นของคุณค่าตราสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน พบว่าการตระหนักรู้ในตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า และ ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

2) ระดับความคิดเห็นของปัจจัยทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน พบว่าช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ราคา และ การส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

3) ระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีระดับมากที่สุด พิจารณารายข้อ พบว่า การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก อยู่ในระดับมากที่สุด การตระหนักถึงปัญหาการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ มีระดับมากที่สุด

คุณค่าตราสินค้าและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชวมงคลสุวรรณภูมิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณค่าตราสินค้า, กระบวนการตัดสินใจซื้อ, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This Article aimed to study 1) study the brand value influencing the Decision-Making process for purchasing running shoes among students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi 2) investigate Marketing mix affecting the decision-making

process for purchasing running shoes among students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi and 3) examine the Decision-Making process for purchasing running shoes among students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi the sample was quantitative This research is quantitative in nature, totaling 400 people. Data was collected using a questionnaire. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, and multiple linear regression;

1) The level of opinion on brand value is at the highest level, especially in terms of brand awareness, brand loyalty, perceived product quality, and brand association

2) The level of opinion on Marketing mix is at the highest level, especially in terms of distribution channels, product, price, and promotion.

3) The level of opinion about the Decision-Making process is the highest, particularly in seeking information, considering alternatives, being aware of the problem, and post-purchase behavior.

Both brand value and Marketing mix significantly influence the Decision-Making process for purchasing running shoes among students at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi at a significance at the 0.05. level.

Keywords: Brand value, Decision-Making process, Marketing mix

บทนำ

ปัจจุบันมีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีก้าวหน้าไปมาก เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตตั้งแต่ตื่นนอนตอนเช้าจนถึงเข้านอนตอนดึก ถึงเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีการอำนวยความสะดวกจำนวนมาก การออกกำลังกายเพื่อรักษาสุขภาพก็สูงขึ้นตามไปด้วย อีกทั้งแนวโน้มการใช้ชีวิตของ คนในสังคมปัจจุบันหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ทั้งกระแสของการรับประทานอาหารคลีน กระแสของการออกกำลังกาย ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นได้จากการจัดตั้งใหม่ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ ออกกำลังกาย เช่น Fitness, Sport Club, ศูนย์โยคะ ฯลฯ มีเพิ่มขึ้นทุกปี รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย เห็นได้จากการจัดกิจกรรมการวิ่งต่าง ๆ ที่จัดขึ้นทั่วประเทศและปัจจุบันกิจกรรมการวิ่งก็ได้กลายเป็นที่นิยมของคนไทย

การวิ่งถือได้ว่าเป็นการออกกำลังกายเริ่มแรกของหลาย ๆ คน เนื่องจากเป็นกีฬาที่เข้าถึงได้ง่าย มีความสะดวก ไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ที่มากมาย สามารถออกกำลังกายคนเดียวได้ และในปัจจุบันประชากรของประเทศไทยได้หันมาให้ความสนใจการวิ่งมากขึ้น ทำให้การวิ่งเป็นการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากชนิดหนึ่ง ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการวิ่งต่าง ๆ โดยการจัดให้มีสวนสาธารณะสำหรับการวิ่ง การจัดงานวิ่งมาราธอน อุปกรณ์ที่สำคัญที่สุดสำหรับการวิ่ง คือ “รองเท้าวิ่ง” การใช้รองเท้าวิ่งที่เหมาะสมกับสภาพเท้าของเรา จะช่วยให้เราวิ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันการบาดเจ็บจากการใช้งานของเท้า ข้อเท้า รวมถึงอวัยวะส่วนต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกร่างกาย การวิ่งเป็นการออกกำลังกายที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ ช่วยให้ระบบหัวใจและปอดแข็งแรง ยังเป็นการเผาผลาญไขมันส่วนเกิน ลดระดับน้ำตาลในเลือดและลดความดันโลหิต ช่วยให้ระบบ

ประสาทควบคุมกล้ามเนื้อทำงานได้ดี รองเท้ากีฬาโดยทั่วไปได้ถูกออกแบบและพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของกีฬาแต่ละประเภท โดยการวิ่งนั้นร่างกายและข้อต่อจะต้องรองรับน้ำหนัก 3 - 5 เท่าของน้ำหนักตัว รองเท้ามีขนาดความหนาของพื้นรองเท้าแตกต่างกัน เพื่อให้เหมาะสมกับรูปร่าง น้ำหนัก และรูปแบบการวิ่งของผู้บริโภค มีการเลือกใช้วัสดุคุณภาพ พัฒนารูปแบบสีส้นเพื่อความสวยงาม ทันสมัย และการพัฒนาเทคโนโลยีที่เป็นจุดเด่นแตกต่างกันของผู้ผลิตหลายราย เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการวิ่งให้ดียิ่งขึ้น

การเลือกรองเท้าสำหรับการวิ่งมีหลายเหตุผลในการเลือก เช่น สีส้น ยี่ห้อ รูปแบบ ฯลฯ แต่ละวัยจะมีการตัดสินใจซื้อไม่เหมือนกัน วัยเด็ก ส่วนมากพ่อแม่ เป็นคนตัดสินใจซื้อให้ ผู้สูงอายุ ซื้อตามสะดวก วัยรุ่นที่กำลังศึกษาเป็นกลุ่มที่มีสังคมหลากหลาย มีเหตุผลการเลือกที่หลากหลาย การพิจารณาเลือกซื้อ รองเท้ากีฬาของวัยรุ่นไม่ได้คำนึงถึงด้านผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แข็งแกร่งและมีชื่อเสียง อาจส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในขณะที่วัยเรียนที่กำลังศึกษา ซึ่งเป็นวัยเรียน ที่ส่วนมากยังไม่มียารายได้จากการทำงาน และมีบางส่วนที่มีรายได้จากการทำงานพิเศษ ซึ่งเหตุผลในการตัดสินใจซื้อรองเท้า มีความแตกต่างกัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อยู่ในกำกับของรัฐ มี 4 ศูนย์พื้นที่ 3 จังหวัด แต่ละพื้นที่มีสนามและสถานที่สำหรับการออกกำลังกาย โดยเฉพาะการเดินและวิ่ง เป็นกีฬาที่เล่นง่ายไม่ต้องมีอุปกรณ์เสริม ใช้รองเท้า เป็นอุปกรณ์ ซึ่งรองเท้ามีหลากหลายรูปแบบ หลายยี่ห้อ มีให้เลือกมากมายตามท้องตลาด เหตุผลในการเลือกก็จะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม ครอบครัว กลุ่มเพื่อน สังคม ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยฯ อยู่ต่างจังหวัด เหตุผลการตัดสินใจซื้ออาจไม่เหมือนกับนักศึกษาที่ใช้ชีวิตอยู่ในเมืองกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณค่าตราสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ รองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ โดยศึกษาแบบจำลองการสร้างคุณค่าตราสินค้าของ Aaker (1996) ใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การตระหนักรู้ในตราสินค้า ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า การภักดีของตราสินค้า และใช้ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ในการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด เพื่อทราบถึงคุณค่าตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และบริษัทผลิตรองเท้าสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลการวิจัยประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อรองเท้าวิ่ง และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

การทบทวนวรรณกรรม

องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้า

คุณค่าตราสินค้าศึกษาแบบจำลองการสร้างคุณค่าตราสินค้าของ Aaker (1996) ได้อธิบายว่าคุณค่าตราสินค้ามีองค์ประกอบดังนี้ คือ

1. การตระหนักรู้ในตราสินค้า หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อความแตกต่างของตราสินค้า เกิดจากการรู้จัก จดจำ ระลึกถึงและมีผลต่อการพิจารณาซื้อสินค้า หากลูกค้าสามารถรับรู้ถึงตราสินค้านั้นได้มาก จะมีแนวโน้มสูงที่จะซื้อสินค้านั้น การตระหนักรู้ในตราสินค้าสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 มิติคือ มิติด้านลึก และมิติด้านกว้าง (Keller, 2001) โดยมีมิติด้านลึกของการรับรู้ต่อตราสินค้า หมายถึง การที่ลูกค้าสามารถจดจำและระลึกถึงตราสินค้าได้มากน้อยแค่ไหน สามารถแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้ 1) การรู้จัก เป็นความคุ้นเคยต่อตราสินค้า ซึ่งตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักจะมีแนวโน้มในการถูกเลือกซื้อ 2) การจดจำตราสินค้า ผู้บริโภคจดจำตราสินค้าทำให้ตราสินค้าที่อยู่ในใจ โดยการจดจำตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับการตระหนักรู้ในตราสินค้า 3) การรับรู้ของตราสินค้าที่มีความโดดเด่นในใจของผู้บริโภค การสร้างการรับรู้ มี 2 แนวทาง ดังนี้ 1) การสนับสนุนการสร้างระดับการรับรู้ที่ดี 2) การบริหารตราสินค้าด้วยช่องทางต่าง ๆ 3) อำนาจครอบงำจิตใจผู้บริโภค มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เช่น ตราสินค้ามาเป็นชื่อเรียกแทนชื่อสามัญของเบหมิ้งสำเร็จรูป Keller (2001) กล่าวถึง มิติด้านกว้างของการตระหนักรู้ในตราสินค้าว่าเป็น มิติที่แสดงถึงความหลากหลายของสถานการณ์ในการซื้อหรือการใช้ตราสินค้าที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค ซึ่งตราสินค้าที่มีความโดดเด่น สูงนั้นคือตราสินค้าที่มีทั้งความลึกและความกว้างของการตระหนักรู้ ทำให้ลูกค้าสามารถนึกถึงตราสินค้านั้นได้ ดังนั้นการสร้างตราสินค้าให้มีความโดดเด่น จึงไม่ใช่แค่มีความลึกเพียงอย่างเดียวที่จะสร้างความแตกต่างให้ลูกค้าซื้อสินค้า แต่ต้องมีความกว้างของการตระหนักรู้ รวมถึงความเชื่อมโยงของตราสินค้าต่อประเภทสินค้าและความนึกคิดของผู้บริโภค

2. ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า เป็นการทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสสิ่งต่าง ๆ และมีทัศนคติแง่บวกต่อตราสินค้า โดยใช้การสร้างข่าวสารหรือพัฒนาปรับปรุงสินค้าที่อำนวยความสะดวก เพื่อให้ลูกค้าสนใจทดลองใช้และยอมรับตราสินค้า ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้ 1) การนำคุณลักษณะเด่นของสินค้า มาสัมพันธ์เชื่อมโยงกับตัวตนของตราสินค้า 2) การนำลักษณะที่จับต้องไม่ได้ มาเชื่อมโยงกับตราสินค้า 3) การนำคุณค่า มาสร้างตัวตนของตราสินค้าทั้งที่เป็นคุณค่าเชิงเหตุผลและอารมณ์ 4) การกำหนดระดับราคา ที่สูงเพื่อวางตำแหน่งสินค้าว่าเป็นสินค้าคุณภาพดี หรือให้คุณค่าทางจิตใจ 5) การวางตำแหน่งสินค้าให้เป็นสินค้าเฉพาะสำหรับการใช้งาน 6) การนำตัวตนของผู้ใช้ ทั้งตัวตนจริงหรือตัวตนสมมติมาเชื่อมโยงกับตราสินค้า 7) การนำบุคคลที่มีชื่อเสียง มาเชื่อมโยงกับตราสินค้าในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี 8) การทำให้ตราสินค้ามีลักษณะเหมือนคน 9) การบ่งบอกถึงประเภทของตราสินค้า 10) การกำหนดตัวตนขึ้นมาจากคู่แข่ง 11) การนำแหล่งกำเนิดของพื้นที่หรือประเทศ มากำหนดตัวตนของตราสินค้า 12) สามารถเป็นข้อสรุปรวมถึงตัวตนของตราสินค้าที่กระชับและได้ใจความ 13) เป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างและมีตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ 14) เป็นคุณลักษณะและคุณค่าของตราสินค้าที่ผู้บริโภครู้สึก 15) ทำให้เกิดความรู้สึกและทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า

3. การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า เป็นกระบวนการ จัดระเบียบและตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าเพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา (Kerin, Hartley and Rudelius, 2004)

เป็นการรับรู้ถึงคุณภาพและสร้างความพึงพอใจเนื่องจากคุณภาพสินค้าสามารถตอบสนองและตรงกับที่คาดหวังไว้ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาที่สูงขึ้น การรับรู้คุณภาพของตราสินค้าที่อยู่ในระดับสูงจะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ทางการตลาด ดังนี้ 1) สามารถขยายส่วนแบ่งทางการตลาด ให้เพิ่มขึ้นได้ 2) สร้างโอกาสในการทำกำไร และยอดขายของบริษัทที่สูงขึ้น 3) การรับรู้ในคุณภาพของตราสินค้าที่ดีจะทำให้การสื่อสาร ถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ 4) ความแตกต่างและตำแหน่งทางการตลาดหากคุณภาพที่ผู้บริโภครับรู้เหนือกว่าคู่แข่ง 5) การรับรู้คุณภาพของตราสินค้าที่สูง ตราสินค้านั้นจะสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง 6) ความสนใจต่อตราสินค้าของช่องทางการจัดจำหน่ายมีมากขึ้น 7) การขยายตราสินค้า โดยใช้ตราสินค้าหลักที่ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพ ขยายไปสู่ตราสินค้าอื่น ๆ

ตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพของตราสินค้า แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) คุณภาพของสินค้า 2) คุณภาพการบริการ

4. ความภักดีของตราสินค้า หมายถึง ความพึงพอใจและความนิยมซื้อสินค้าของตราสินค้าใดสินค้าหนึ่งโดยไม่ซื้อตราอื่น ความภักดีต่อตราสินค้า ประกอบด้วย ความภักดีด้านทัศนคติ เป็นความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า และความภักดีด้านพฤติกรรม เป็นการยึดมั่นและแสวงหาซื้อตราสินค้านั้นอย่างต่อเนื่องเนื่องความภักดีต่อตราสินค้า

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

กัญจนพร วงศ์ศิริสิน (2557) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

อากัสรา โสเวชภพ (2560) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มีธุรกิจทำเสนอขาย เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความต้องการของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ นั่นคือ อาจเป็นรูปแบบของสินค้าหรือการบริการ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย ยี่ห้อ ตราสินค้า คุณสมบัติ รูปแบบ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์หรือการตกแต่งสีสันทให้สวยงาม คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

Kotler (2000 อ้างใน อัจฉรา มีทองแสน 2554) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่สามารถนำเสนอขายให้แก่ตลาดเพื่อทำให้ความต้องการและความจำเป็น (ของผู้ซื้อ) ได้รับการตอบสนอง ทำให้ได้รับความพึงพอใจ

ด้านราคา

นาเดีย ดาจีตัง (2560) ราคา เป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แสดงค่าออกมาในรูปหน่วยเงินหรือหน่วยการแลกเปลี่ยนอื่นๆ โดย คำว่ามูลค่า นักการตลาดได้ให้ความหมายไว้ว่า มูลค่า หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์หนึ่งในการแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นราคาหรือมูลค่าก็เปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยด้านเวลา สถานที่บางครั้งผลิตภัณฑ์หนึ่งอาจจะมีราคาและมูลค่ามากในสถานที่หนึ่งหรือในช่วงเวลาหนึ่ง แต่ในอีกสถานที่หนึ่งหรือในช่วงเวลาหนึ่งราคาและมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นอาจจะลดน้อยลงก็เป็นได้

พิมลวรรณ หนูแก้ว (2550) ราคา เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในช่วงของการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ ซึ่งโดยปกติแล้ว ผู้บริโภคมักจะชอบผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำ นักการตลาดจึงต้องพยายามลดต้นทุนการซื้อและการเสนอขายในราคาที่ไม่แพง แต่ก็ให้อยู่ในราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย

ณัฐนันท์ โชครศรีศิริ (2558) การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายก็คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

ถนอม บริคุต (2557) การจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มองค์กรอิสระที่เกี่ยวข้องในกระบวนการนำส่งสินค้าและบริการไปถึงมือผู้ใช้หรือผู้บริโภค ซึ่งมีช่องทางการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายจะต้องทำหน้าที่สร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์นั้น เช่น ส่งสินค้าได้ถูกต้อง และตรงเวลา เป็นต้น

ชานนท์ อันสมศรี (2557) การจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม อาจจะใช้ช่องทางตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยตรง และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สุภารัตน์ กันตะบุตร (2554) การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ บางครั้งการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานในการทำการขาย ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารที่ใช้คน และบางครั้งการติดต่อสื่อสารอาจไม่ใช้พนักงานในการขาย ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายอย่างอาจจะเลือกใช้เครื่องมือใดเครื่องมือหนึ่ง หรืออาจจะใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

ณัฐพล ศรีกิตติวรรณ (2559) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการทางตลาดที่กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้วยรอบเวลาที่เร็วขึ้นด้วยปริมาณที่เพิ่มขึ้น โดยมีการกำหนดช่วงระยะเวลาสิ้นสุดของรายการไว้อย่างแน่นอน

วรรณภรณ์ สيناเจริญ (2558) การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการซื้อสินค้า แนะนำสินค้าใหม่ที่เพิ่งออกสู่ตลาด รวมถึงเพื่อเตือนความทรงจำในอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ ทั้งนี้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายวิธีซึ่งอาจจะใช้เพียงหนึ่งวิธีหรือหลายวิธีรวมกันก็ได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักวิชาการ หลายท่าน พบว่ากระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย 5 ด้านดังนี้

ด้านการรับรู้ปัญหาและความต้องการ

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องและความจำเป็นในสินค้า นักการตลาดกระตุ้นความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาดเพื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า

อีเกิล แบลคเวล แอนด์มินาร์ด Engel, Blackwell & Miniard, 1993 การรับรู้ถึงความแตกต่างของสิ่งที่ต้องการ และสิ่งที่มีอยู่ซึ่งสามารถกระตุ้นทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ

แนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านการรับรู้ปัญหาและความต้องการ หมายถึง การที่บริโภคได้รับรู้ถึงหรือตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการของตัวเอง ที่ถูกกระตุ้นจากทั้งภายนอกและภายใน

ด้านการแสวงหาข้อมูล

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553) กระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและความต้องการของตนเอง ซึ่งเมื่อปัญหาและความต้องการดังกล่าวถูกกระตุ้นในระดับที่มากพอ ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นก่อนการตัดสินใจซื้อ

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) การรับรู้ปัญหา หมายถึง การเกิดความต้องการขั้นที่หนึ่ง หลังจากนั้นเข้าสู่การค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ นักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ ต้องพยายามจัดข้อมูลข่าวสารให้ผ่านแหล่งการค้า และแหล่งบุคคลให้มีประสิทธิภาพทั่วถึงแนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านการแสวงหาข้อมูล หมายถึง การที่ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลโดยการสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข่าวสาร ต่างๆ สื่อกลาง เช่น นิตยสาร internet การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

ด้านการประเมินทางเลือก

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) ผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่โดยการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียและความเหมาะสม ทั้งเรื่องราคาและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2551) ผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกการซื้อจากลักษณะส่วนตัวของผู้บริโภค และสถานการณ์การซื้อนั้นในบางกรณีผู้บริโภคจะพิจารณาอย่างรอบคอบ และคิดอย่างมีเหตุผลแนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านการประเมินทางเลือก หมายถึง การเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียและความเหมาะสม ทั้งเรื่องราคา และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า และบริการ

ด้านการตัดสินใจซื้อ

Kotler and Keller (2012) นักการตลาดจะตั้งคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจะเป็นคำถามในเรื่องของ ใคร อะไร เมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร ทำไม ทฤษฎี 5W1H

กัลยรัตน์ โตสุขศรี (2552) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นมี 2 ด้าน ทัศนคติด้านบวกและทัศนคติด้านลบ ซึ่งมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

แนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบตราผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด การตัดสินใจซื้อที่เน้นประโยชน์ใช้สอย คุณภาพและราคาที่เหมาะสม

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องและความจำเป็นในสินค้า นักการตลาดกระตุ้นความต้องการด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาดเพื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้า

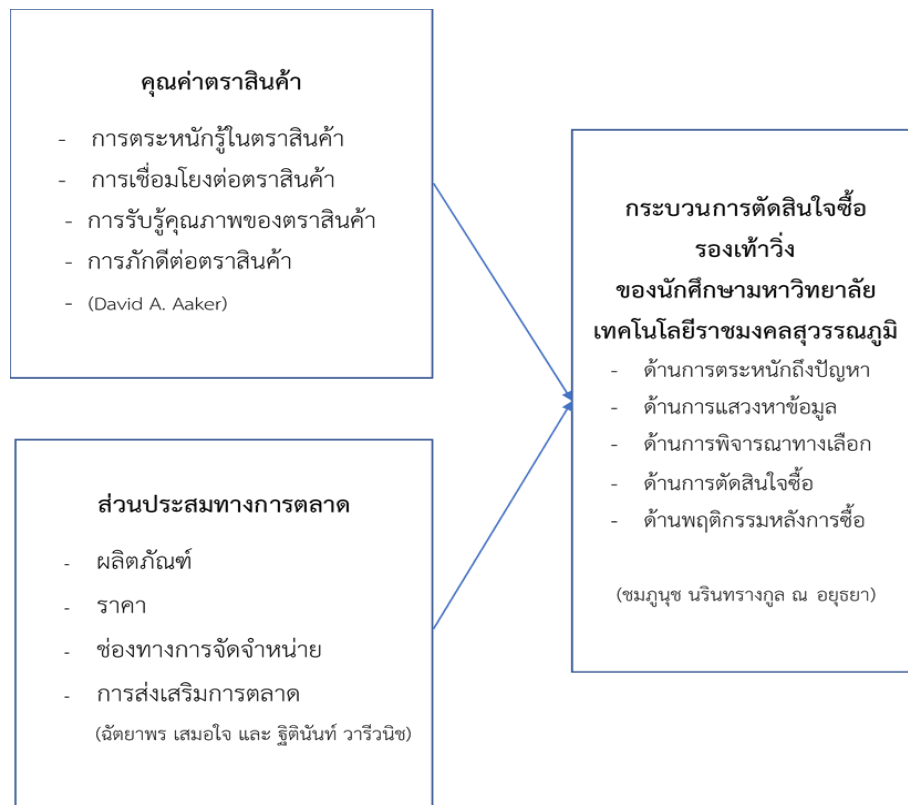
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ราช ศิริวัฒน์ (2560) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2556) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ แล้วความพอใจขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่

แนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ หมายถึง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไม่ได้สิ้นสุดลงที่การตัดสินใจซื้อ แต่จะสิ้นสุดที่พฤติกรรมหลังการซื้อว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกอย่างไรกับสินค้าหรือบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจหรือไม่ในการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ หลังการขายหรือไม่

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จำนวน 400 ตัวอย่าง ตามสัดส่วนของกลุ่มประชากร จำนวน 9,042 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2565) เก็บ Online แบบสะดวกโดยใช้แบบสอบถาม แบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษา ประกอบด้วย เพศ อายุ ชั้นปี สาขา และคณะที่ศึกษา เป็นแบบสอบถามปลายปิด ข้อคำถามเป็นแบบตัวเลือก (Check List) เพื่อง่ายต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติอธิบายด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ขั้นตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า ประกอบด้วย การตระหนักรู้ในตราสินค้า ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า ความภักดีของตราสินค้า แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) อธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) อธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่ง ประกอบด้วย พฤติกรรมหลังการซื้อ การตระหนักถึงปัญหา การพิจารณาทางเลือก การแสวงหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) อธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน พบว่า การตระหนักรู้ในตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทุกด้าน

ตารางที่ 1 แสดงคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

คุณค่าตราสินค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การตระหนักรู้ในตราสินค้า	4.77	0.28	มากที่สุด
2. ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า	4.51	0.28	มากที่สุด
3. การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า	4.52	0.25	มากที่สุด
4. ความภักดีต่อตราสินค้า	4.53	0.25	มากที่สุด
รวม	4.58	0.26	มากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทุกด้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผลิตภัณฑ์	4.69	0.29	มากที่สุด
2. ราคา	4.65	0.26	มากที่สุด
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.86	0.32	มากที่สุด
4. การส่งเสริมการตลาด	4.40	0.23	มากที่สุด
รวม	4.65	0.27	มากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการพิจารณาทางเลือก ด้านการตระหนักถึงปัญหา ด้านการตัดสินใจซื้อ มี และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทุกด้าน ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่งของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อธิบายด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.91	0.26	มากที่สุด
2. ด้านการพิจารณาทางเลือก	4.59	0.32	มากที่สุด
3. ด้านการตระหนักถึงปัญหา	4.75	0.31	มากที่สุด
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.90	0.31	มากที่สุด
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.82	0.27	มากที่สุด
รวม	4.79	0.29	มากที่สุด

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า มีระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าคุณค่าตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าวิ่ง ในทุกด้าน โดยผู้บริโภค การตระหนักในตราสินค้า มั่นใจว่าตราสินค้ารองเท้าวิ่งที่มีชื่อเสียงต้องมีคุณภาพเสมอและน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคมีความตระหนักถึงคุณภาพของรองเท้าวิ่งก่อนการตัดสินใจ ในระดับมากที่สุด เพราะคิดว่ารองเท้าที่มีคุณภาพดี จะช่วยรักษาเท้าในเวลาสวมใส่และวิ่ง ผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงประโยชน์และวิธีการเลือกรองเท้าวิ่งที่เหมาะสม ก่อนตัดสินใจซื้อส่วนมากผู้บริโภคจะศึกษาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรองเท้าวิ่ง เพื่อเป็นแนวทางช่วยในการตัดสินใจ อีกทั้งเมื่อต้องการซื้อรองเท้าวิ่งจะนึกตราสินค้าที่เป็นผู้นำในตลาด

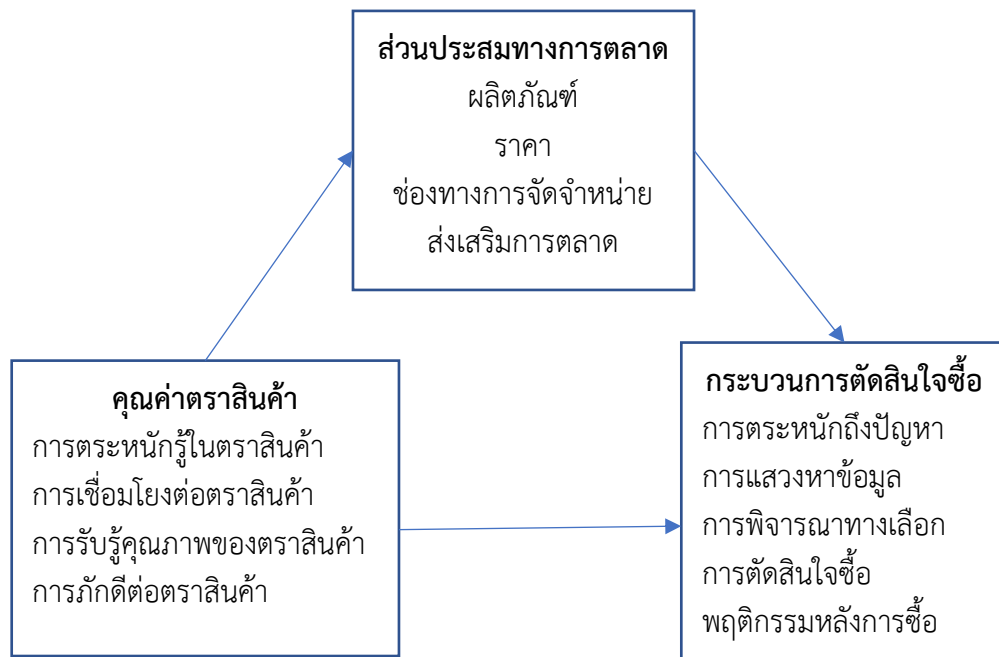
มากที่สุด มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญลักษณ์ ลิ้มทองกุล. (2556). ศึกษา การเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าตราสินค้าทางสรรพสินค้าบิ๊กซีและห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส. ผลการวิจัยพบว่า การตระหนักรู้ในตราสินค้า ด้านคุณภาพของสินค้ามีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นของนักศึกษา มีระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่น สอดคล้องกับงานวิจัย รัตนา เกี่ยม (2552) ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจการจัดกิจกรรมทางการตลาด เช่น ลดแลกแจกแถม และให้บริการอย่างประทับใจ เช่น ส่งสินค้าถึงรถ และบ้านเมื่อลูกค้าต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัย อธิพร หวังเสรีกุล (2554) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภคใน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยหลักทั้ง 4 ประการของ ผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพ ความคงทน ความนุ่มสบาย น้ำหนัก รูปแบบ ชื่อตราสินค้า ราคา กับคุณภาพ ราคา กับชื่อตราสินค้า สถานที่หรือแหล่งที่ซื้อ มีความสะดวกสบาย รวมไปถึงการส่งเสริมการขาย เรื่องของการลด ราคา มีของแถม มีบริการหลังการขาย ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ถือว่า มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภค

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นของนักศึกษา ผลการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัย บุญไทย แสงสุพรรณ (2562) ศึกษา คุณค่าของตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอน สาขาเฉพาะสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอน สาขาในห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา ผลิตภัณฑ์และบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัย อธิพร หวังเสรีกุล (2554) ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภคใน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยหลักทั้ง 4 ประการของ ผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพ ความคงทน ความนุ่มสบาย น้ำหนัก รูปแบบ ชื่อตราสินค้า ราคา กับคุณภาพ ราคา กับชื่อตราสินค้า สถานที่หรือแหล่งที่ซื้อ มีความสะดวกสบาย รวมไปถึงการส่งเสริมการขาย เรื่องของการลด ราคา มีของแถม มีบริการหลังการขาย ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ถือว่า มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬของผู้บริโภค

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาตัวแปรทั้ง 3 ตัว ในลักษณะพื้นฐาน เช่น ใช้สถิติพื้นฐาน ผลการวิจัยที่ได้รับทราบ เฉพาะค่าเฉลี่ยกับค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยได้ทดลองใช้สถิติขั้นสูง เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ เช่น สามารถสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจของธุรกิจเดียวกันหรือใกล้เคียง จึงได้โมเดลการวิจัยในเชิงสาเหตุ ที่ทำให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

บทความวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ รองเท้าวิ่งของนักศึกษาฯ เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ รองเท้าวิ่งของนักศึกษาฯ เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อ รองเท้าวิ่งของนักศึกษาฯ เป็นการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าตราสินค้า มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน การตระหนักรู้ในตราสินค้า ความภักดีต่อตราสินค้า การรับรู้คุณภาพของตราสินค้า และ ความเชื่อมโยงต่อตราสินค้า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า ปัจจัยทางการตลาด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ราคา และ การส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ มีระดับมากที่สุด พิจารณารายด้าน พบว่า การแสวงหาข้อมูล การพิจารณาทางเลือก การตระหนักถึงปัญหา การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

คุณค่าตราสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ รองเท้าวิ่งของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ รองเท้าวิ่งจากการคุณค่าตราสินค้า อยู่ใน ระดับมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ผู้ประกอบการ ผู้จัดจำหน่าย

ควรประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงคุณค่าของตราสินค้ามากยิ่งขึ้น และขยายกลุ่มลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2 ผลจากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ครั้งนี้เป็นนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยเท่านั้น ทำให้ผลการวิจัยไม่ค่อยกระจาย เพราะการตอบแบบสอบถามจะตอบเป็นกลุ่มและคล้ายตามกัน จึงทำให้ผลการวิจัยมีระดับความสำคัญสูงมาก ประกอบกับวิธีการเก็บแบบสอบถามเป็นการเก็บแบบออนไลน์ ทำให้ผู้วิจัยไม่ได้พบกับกลุ่มตัวอย่าง จึงไม่มั่นใจในผลการวิจัยที่ได้รับว่าตรงกับความเป็นจริงหรือไม่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ ความสัมพันธ์ของตัวแปร ที่สำคัญ คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ กับธุรกิจและงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการใช้ตัวแปรอิสระตัวเดิม คือ คุณค่าตราสินค้า และใช้ตัวแปรตามอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตราสินค้า เช่นเดียวกัน และการเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลการวิจัย เนื่องจากการใช้ประโยชน์หรือความนิยมของผู้บริโภค ในแต่ละช่วงวัย มีการรับรู้ตราสินค้าที่แตกต่างกัน เพื่อใช้ข้อมูลจากผลการวิจัยสะท้อนให้ผู้ประกอบการได้นำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธัญลักษณ์ ลิ้มทองกุล. (2556). *การเปรียบเทียบการรับรู้คุณค่าตราสินค้าห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีและห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- บุญไทย แสงสุพรรณ (2562). *คุณค่าของตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ* ของผู้บริโภคคาเฟ่ร้านคาเฟ่เมซอน ศึกษาเฉพาะสาขาในห้างสรรพสินค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- รัชณี ทะชัย (2564). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมอาบน้ำ* ปีในซัฟของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกริก).
- ศันสนีย์ บุญยง. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (งานวิจัยเฉพาะปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2557). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- อิทธิพร หวังเสรีกุล. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของผู้บริโภคในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย*. (การศึกษาโดยอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง).

อรนารา ดวงแข. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรม การซื้อรองเท้าฟลิปฟล็อปของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

Aaker & David A. (1996). *Building Strong Brands*. New York: The Free press.

Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.

**นวัตกรรมการศึกษาด้านการบริหารงานวิชาการ
เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนด้วย
รูปแบบ SMILE Model ของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาาคม
EDUCATIONAL INNOVATIONS IN ACADEMIC ADMINISTRATION
TO DEVELOP STUDENTS' ENTREPRENEURIAL SKILLS USING
THE SMILE MODEL OF KAIBANGRACHANWITTAYAKOM SCHOOL**

เรวัฒน์ พรหมสะโร

Rawat Promsaro

สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Buddhist Educational Administration Mahachulalongkornrajavidyalaya University

E-mail: rawat.pr@kbws.ac.th, 087-4092561

Received April 2, 2024; Revised April 22, 2024; Accepted April 22, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอนวัตกรรมการศึกษาด้านการบริหารงานวิชาการ เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนด้วยรูปแบบ SMILE Model ผู้เขียนได้ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา โดยในกระบวนการสร้างและพัฒนารูปแบบนวัตกรรม ได้ดำเนินการทดลองใช้นวัตกรรมในโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาาคม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งจากการพัฒนา พบว่า รูปแบบนวัตกรรม SMILE Model ประกอบไปด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอนหลัก คือ 1) S : Study การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล 2) M : Management การวางแผนจัดการ 3) I : Implementation การดำเนินการตามขั้นตอน 4) L : Learning Assessment การประเมินการเรียนรู้ของนักเรียน 5) E : Expansion การพัฒนาต่อยอด ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา ในระดับมัธยมศึกษา ในการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้บริหารสถานศึกษาสามารถปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของสถานศึกษาและความต้องการของผู้เรียน ซึ่งการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการสอดคล้องกับจุดมุ่งเน้นของรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมให้คนไทยในยุค 4.0 มีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในศตวรรษที่ 21 และเป็นการพัฒนาผู้เรียนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 ที่ต้องการพัฒนากำลังคนทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะความสามารถในงาน หรือขีดความสามารถตามตำแหน่งงาน ทักษะในการใช้ชีวิต การแก้ปัญหา การมีแนวคิดของผู้ประกอบการมากขึ้น

คำสำคัญ: งานวิชาการ, ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ, นวัตกรรม

Abstract

The purpose of this article is to present educational innovations in academic administration to develop students' entrepreneurial skills using the SMILE Model. The author has studied the principles, concepts, theories, and research related to development. The process of creating and developing the innovation model was carried out to try out the innovation in Kaibangrachanwitthayakom School. Khai Bang Rachan district, Singburi Province. From the development, it was found that the SMILE Model innovation model consists of 5 main steps: 1) S: Study 2) M: Management 3) I: Implementation 4) L : Learning Assessment, assessing 5) E : Expansion. The SMILE Model can be used to benefit the academic administration of secondary educational institutions in developing students' entrepreneurial skills and the school administrators can adjust it to suit the context of the school and the needs of the students. The development of entrepreneurial skills is consistent with the government's focus on promoting Thai citizens in the 4.0 era to have entrepreneurial characteristics to drive the country's economy according to the Thailand 4.0 strategy to create stability, prosperity and sustainability in 21st century. Furthermore, it contributes to the development of students in accordance with the National Economic and Social Development Plan No. 13, which emphasizes the quantitative and qualitative, especially job abilities or competencies according to job positions, life skills, problem-solving abilities, and having more entrepreneurial ideas.

Keywords: Academic work, Entrepreneurial skills, Innovation

บทนำ

ประเทศไทยได้มีการกำหนดนโยบายในการบริหารประเทศ เพื่อเป็นกรอบในการพัฒนานั้นคือ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่ การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งในยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างและส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ทั้งในระดับเล็กไปจนถึงระดับรายใหญ่ วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นผู้ประกอบการที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน 3 ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในการผลิตและบริการ อีกทั้งยังมีความเป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็น ขายเป็น” สามารถเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมีศักยภาพ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2562)

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก การพัฒนากำลังคนของประเทศเพื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างที่สำคัญนั้น พัฒนาทุนมนุษย์นับว่าเป็นสิ่งแรกที่ต้องให้ความสำคัญ นั่นคือ การยกระดับการศึกษา พัฒนาระบบการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรม ด้านการศึกษา ซึ่งจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 มีเป้าหมายสำคัญในหมวดหมู่ที่ 12 คือการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ ที่ทุกช่วงวัยจะต้องได้รับการพัฒนาในทุกมิติให้สมรรถนะที่สูงขึ้น สอดคล้องกับความต้องการของภาคการผลิต มีความสามารถในการสร้างงาน และสร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ ที่มีศักยภาพในการสร้างนวัตกรรมใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2565) จะเห็นได้ว่า เป้าหมายในอนาคตของการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเป็นที่ต้องการและมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดขึ้นกับการพัฒนาประชากรทุกช่วงวัย ซึ่งวัยที่จะสามารถเรียนรู้และพัฒนาได้ดีที่สุดย่อมต้องเริ่มตั้งแต่อยู่ในโรงเรียน เพื่อปลูกฝังทักษะและฝึกฝนกระบวนการคิด กระบวนการทำงานสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ปัจจุบันการศึกษาในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาเน้นในการส่งเสริมผู้เรียน โดยมาตรฐานการเรียนรู้จากหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานนั้น กำหนดให้ผู้เรียนศึกษาใน 8 กลุ่มสาระวิชา เพื่อพัฒนาผู้เรียนเข้าสู่ระดับอุดมศึกษา ซึ่งสะท้อนผลการจัดการศึกษาได้จากการทดสอบระดับชาติ มีการมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เกิดสมรรถนะที่สำคัญคือ การสื่อสาร การคิด การแก้ปัญหา การใช้ทักษะชีวิต การใช้เทคโนโลยี (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553) แต่พบว่ายังขาดการส่งเสริมผู้เรียนในด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญและสอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน อีกทั้งทักษะการเป็นผู้ประกอบการดังกล่าวยังเป็นจุดเน้นสำคัญในยุทธศาสตร์ชาติ และถึงแม้ว่าแผนการศึกษาแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2560-2579 ได้มุ่งเน้นในด้านของทักษะและนวัตกรรม เพื่อให้เกิดอาชีพที่จะสามารถนำไปส่งเสริมให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น แต่ระบบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ยังขาดการสนับสนุนและความชำนาญในการฝึกปฏิบัติและส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการดังกล่าว จึงทำให้ผู้เรียนเมื่อจบการศึกษาแล้วไม่สอดคล้องกับความต้องการของสภาพสังคมในปัจจุบัน

โรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาคมเป็นโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดกลาง นักเรียนส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในอำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ผู้ปกครองของนักเรียนและชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรม และรับจ้าง ประกอบกับข้อมูลการจัดทำสำรวจปัจจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาคม ผู้บริหาร ครูและบุคลากรมีความต้องการให้เพิ่มทักษะที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตจริง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคม เศรษฐกิจในปัจจุบัน และสอดคล้องกับการส่งเสริมทักษะในศตวรรษที่ 21 และจากรายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา (SAR) พบว่านักเรียนที่สำเร็จการศึกษาร้อยละ 11.54 ไม่ประสงค์ศึกษาต่อเพื่อไปประกอบอาชีพ เนื่องจากนักเรียนไม่มีความพร้อมด้านทุนทรัพย์ ประกอบกับสายการเรียนที่ตนเองเรียนไม่ตรงตามความสนใจ ทางโรงเรียนจึงเล็งเห็นว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในทักษะที่จำเป็นที่จะสามารถพัฒนานักเรียนได้ สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่ให้คนในครอบครัวเพื่อสร้างรายได้ อีกทั้งนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต เป็นการเพิ่มโอกาสให้ตนในการมีทางเลือกด้านอาชีพเพิ่มเติม

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวข้างต้น การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ระบบการศึกษาต้องพัฒนาผู้เรียนและยังเป็นหนึ่งในทักษะสำคัญแห่งศตวรรษที่ 21 ดังนั้น การสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นหนึ่งในแนวทาง

การพัฒนาที่สอดคล้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในศตวรรษที่ 21 ประกอบกับในการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาเป็นงานหลักในการขับเคลื่อน การยกระดับคุณภาพของผู้เรียน จึงต้องมีการวางแผนกระบวนการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความวิจัยนี้จะนำเสนอวัตกรรมการศึกษาด้านการบริหารงาน วิชาการ เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนด้วยรูปแบบ SMILE Model เพื่อใช้เป็นแนวทาง ในการบริหารสถานศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียน

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการ

การบริหารวิชาการ เป็นกระบวนการดำเนินงานภายในสถานศึกษา ที่มุ่งพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ผ่านการจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการนำหลักสูตรไปใช้ การทำแผนการสอน การปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอน การสื่อสาร การวัดและประเมินผล การนิเทศการสอน และการบริหาร สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนดำเนินไปอย่างราบรื่น และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนและสังคม

กระทรวงศึกษาธิการ ได้กำหนดหลักการบริหารวิชาการ ไว้ 5 ประการ คือ 1) ยึดหลักให้สถานศึกษา จัดทำหลักสูตรสถานศึกษาให้เป็นไปตามกรอบหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานและสอดคล้องกับสภาพ ปัญหาและความต้องการของชุมชนและสังคมอย่างแท้จริง โดยมีครู ผู้บริหาร ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วม 2) มุ่งส่งเสริมสถานศึกษาให้จัดกระบวนการเรียนรู้ โดยถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด 3) มุ่งส่งเสริมให้ชุมชน และสังคมมีส่วนร่วมในการกำหนดหลักสูตรกระบวนการเรียนรู้ รวมทั้งเป็นเครือข่ายและแหล่งเรียนรู้ 4) มุ่งจัดการศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานโดยจัดให้มีดัชนีชี้วัดคุณภาพการจัดหลักสูตรและกระบวนการ เรียนรู้ และสามารถตรวจสอบคุณภาพการจัดการศึกษาได้ทุกช่วงชั้น ทั้งระดับเขตพื้นที่การศึกษาและ สถานศึกษา 5) มุ่งส่งเสริมให้มีการร่วมมือเป็นเครือข่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการจัดและ พัฒนาคุณภาพการศึกษา (ราชกิจจานุเบกษา, 2550)

จุดมุ่งหมายของการบริหารวิชาการอยู่ที่การสร้างนักเรียนให้มีคุณภาพ มีความรู้ มีจริยธรรม และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่ต้องการ งานวิชาการนั้นเป็นภาพความสำเร็จของโรงเรียน โดยพิจารณา จากคุณภาพของผลผลิต คือ ตัวนักเรียน ดังนั้นคุณภาพของผลผลิตจึงขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านวิชาการของโรงเรียน การบริหารวิชาการจึงเป็นภารกิจหลักที่สำคัญของผู้บริหารโรงเรียนที่จะต้อง รับผิดชอบ เอาใจใส่ พัฒนาวิชาการให้มีความก้าวหน้าเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ในอนาคต (จรูญ แก้วเอียน, 2557)

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญ ในศตวรรษที่ 21 ที่มีความจำเป็นต้องได้รับพัฒนาอย่างเร่งด่วนให้เกิดกับผู้เรียน ในการกำหนดเป็นกรอบ แนวคิดและแนวทางสำคัญในการจัดการเรียนรู้ในเนื้อหาเชิงสหวิทยาการ (Interdisciplinary) โดยมุ่ง การส่งเสริมผ่านการบูรณาการในเนื้อหาวิชาหลัก และสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ในด้านการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายรวมถึง 1) รู้วิธีการที่เหมาะสมสำหรับการสร้างตัวเลือก

เชิงเศรษฐศาสตร์ 2) เข้าใจบทบาทในเชิงเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อสังคมและ 3) ใช้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการในการยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพด้านอาชีพ เข้าไปในการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศต่าง ๆ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561) โดยทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับความสามารถในกระบวนการบ่งชี้ถึงโอกาสรวมถึงการสร้างสรรค์โอกาส และความสามารถในการหาหรือระดมทุนจากโอกาสที่ได้พบ จนสามารถพัฒนาและนำไปดำเนินจนออกมาเป็นแผนธุรกิจเพื่อให้โอกาสที่ได้พบเจอนั้นเกิดขึ้นมา และนำมาสร้างเป็นธุรกิจได้จริง นอกจากนี้ยังมีหลักฐานที่ปรากฏได้ว่ามีปัจจัยเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์ระหว่างทักษะความเป็นผู้ประกอบการกับการประสบความสำเร็จในธุรกิจ ซึ่งทักษะการเป็นผู้ประกอบการนี้สามารถที่จะมีการสอนและเรียนรู้ได้ โดยวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงผ่านการพัฒนาการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาในการทำธุรกิจจริง

ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การดำเนินกิจกรรม หรือการมีความรู้ในการที่จะสร้างธุรกิจหรือดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการถูกพิจารณา จากรูปแบบที่เฉพาะและคุณลักษณะที่มีคุณภาพในด้านการประกอบกิจการ การดำเนินงานให้สำเร็จ ในการศึกษาทักษะดังกล่าว จะกล่าวถึง ความเป็นไปได้ในการเรียนรู้การประยุกต์ใช้คุณลักษณะในการดำเนินงานการประกอบกิจการ การทำงานร่วมกัน ระหว่างสังคมชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทฤษฎีเรื่องของแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรจะเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการอธิบายคุณประโยชน์ของความสามารถของผู้ประกอบการต่อทักษะในการเป็นผู้ประกอบการในการที่จะฝึกปฏิบัติ และมีความรู้ในการก่อให้เกิดคุณลักษณะในองค์กร เช่นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้ทรัพยากรที่ทำให้ลอกเลียนแบบได้ยาก (Abdullah, Syed and Rajennd, 2019) ซึ่งทักษะการเป็นผู้ประกอบการโดยประกอบด้วย 4 ทักษะ คือ การมีความคิดสร้างสรรค์ การบริหารเวลา การสร้างเครือข่าย และการสื่อสาร

เมื่อกล่าวถึงทักษะผู้ประกอบการในบริบทของการศึกษาจะมีความคิดหลากหลาย แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ บ้างอาจกล่าวว่าผู้ที่เรียนหรือศึกษาในหลักสูตรอาจหมายถึงผู้ที่ถูกกระตุ้นให้สร้างธุรกิจหรือบริษัทของตนเอง ซึ่งอาจดูเป็นนิยามที่ค่อนข้างจำกัดมากเกินไป แต่ยังมีอีกหลายมุมมองที่มองว่าไม่จำกัดอยู่แค่ที่การสร้างองค์กรหรือบริษัท แต่ยังมองไปถึงการทำให้ผู้เรียนเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ มองหาและมุ่งไปยังโอกาสใหม่ๆ มีการทำงานแบบเชิงรุกเพื่อสามารถควบคุมสถานการณ์และโอกาสที่เกิดขึ้นรวมทั้ง สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ (Lackéus, M., 2015) ทักษะความเป็นผู้ประกอบการนั้นยังเกี่ยวข้องกับความสามารถในการสร้างสรรค์โอกาส และความสามารถในการหาหรือระดมทุนจากโอกาสที่ได้พบจนสามารถพัฒนาและนำไปดำเนินจนออกมาเป็นแผนธุรกิจเพื่อให้โอกาสที่ได้พบเจอนั้นเกิดขึ้นมา และนำมาสร้างเป็นธุรกิจได้จริง นอกจากนี้ยังมีหลักฐานที่ปรากฏได้ว่ามีปัจจัยเชิงบวกที่มีความสัมพันธ์ระหว่างทักษะความเป็นผู้ประกอบการกับการประสบความสำเร็จในธุรกิจ ซึ่งทักษะการเป็นผู้ประกอบการนี้สามารถที่จะมีการสอนและเรียนรู้ได้ โดยวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุด คือ การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงทั้งในและนอกห้องเรียน (Johnson, et al., 2015)

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)

การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เป็นรูปแบบกระบวนการของการจัดการเรียนการสอน โดยการสอนสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในชั้นเรียนมากที่สุด มุ่งเน้นให้เกิดการลงมือปฏิบัติจริง โดยมีครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำ ดูแล คอยเป็นที่ปรึกษา ทำหน้าที่เป็นโค้ชและพี่เลี้ยง (Coach & Mentor) ซึ่งครูจะต้องพยายามในการหาเทคนิคและรูปแบบวิธีการจัดการเรียนรู้ใหม่ ๆ และแหล่งเรียนรู้ที่มีความหลากหลายเพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ด้วยการใช้สติปัญญา การคิด วิเคราะห์ เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ บ่งบอกถึงการมีสมรรถนะสำคัญในศตวรรษที่ 21 มีทักษะวิชาการ ทักษะชีวิต และทักษะวิชาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562)

Active Learning เป็นการจัดการเรียนรู้ตามแนวคิดการสร้างสรรคทางปัญญา ซึ่งมุ่งเน้นไปที่กระบวนการเรียนรู้มากกว่าเนื้อหาวิชา เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงระหว่างความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ หรือสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตนเอง ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยมีสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ที่เป็นเครื่องมือในการ กระตุ้น หรืออำนวยความสะดวก ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่เป็นกระบวนการคิดขั้นสูง (Higher order thinking) นั่นคือ ผู้เรียนมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และการประเมินค่า จากกิจกรรมที่ปฏิบัติ ส่งผลให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ ได้ (สถาพร พงษ์พิบูล, 2558) โดยนักวิชาการได้นิยามความหมายของการเรียนรู้เชิงรุก ดังนี้

ดิเรก พรสีมา (2559) มีความเห็นว่า Active Learning คือ การจัดกิจกรรมการสอนที่มีช่วยให้ผู้เรียนแต่ละคนมีความกระตือรือร้นกับการเรียนรู้ เกิดการคิดค้นหาความรู้และคำตอบอยู่ตลอดเวลา (Active Learner) โดยกิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดขึ้นนั้นเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับคำว่า Work-based Learning หรือ Work-integrated Learning จะเป็นผลทำให้นักเรียนและครูค้นพบความรู้ใหม่ สร้างสรรคความรู้ใหม่ และสร้างนวัตกรรมใหม่ได้ ผู้เรียนจะต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้โดยเน้นให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้จากการแก้ปัญหาจากการลงมือกระทำด้วยตนเอง

มหาวิทยาลัยทักษิณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (2561) ได้ให้ความหมายว่า การเรียนเชิงรุก คือ การเรียนที่เน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับการเรียนการสอนกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดขั้นสูง (Higher -Order Thinking) ด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินค่า ไม่เพียงแต่ฟัง ผู้เรียนต้องอ่าน เขียน ถามคำถาม อภิปรายร่วมกันและลงมือปฏิบัติจริง โดยต้องคำนึงถึงความรู้เดิมและความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ผู้เรียนจะถูกเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้ไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้

วารินทร์พร ฟันเฟื่องฟู (2562) สรุปว่า การจัดการเรียนรู้ Active Learning เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นบทบาทและการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ในแต่ละกิจกรรมที่ทำผู้เรียนจะต้องได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง โดยครูทำหน้าที่ให้คำแนะนำ คอยชี้แนะ กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการปฏิบัติ หรืออำนวยความสะดวก เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียน และการนำเสนอข้อมูลจากการค้นพบ

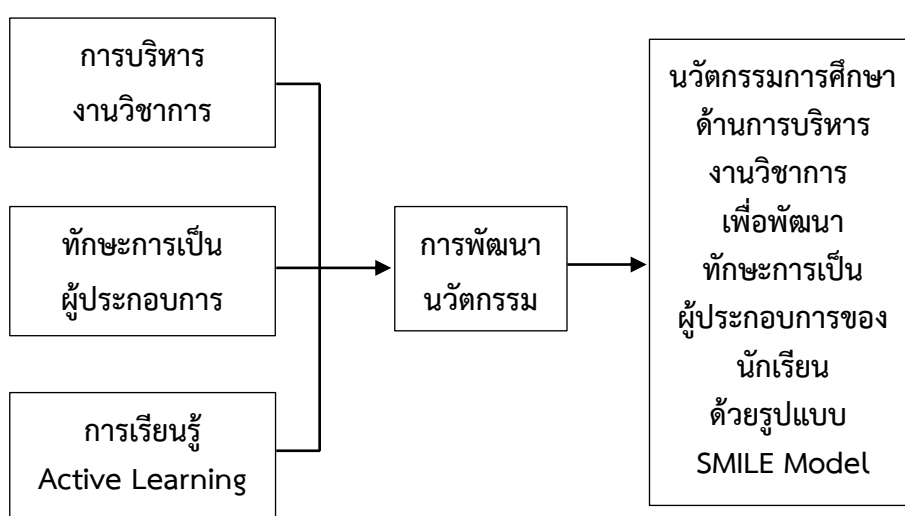
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2562) ได้ให้ความหมายของการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) คือ การเรียนที่เน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์กับการเรียนการสอน กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิดขั้นสูง (Higher-Order Thinking) ด้วยการวิเคราะห์ สังเคราะห์และประเมินค่า ไม่เพียงแต่เป็นผู้ฟัง ผู้เรียนต้องอ่าน เขียน ตั้งคำถามและถาม อภิปรายร่วมกัน ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริง โดยต้องคำนึงถึง

ความรู้เดิมและความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ ทั้งนี้ผู้เรียนจะถูกเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้ไปสู่การมีส่วนร่วมในการสร้างความรู้

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) คือ กระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนลงมือปฏิบัติจริง เพื่อกระตุ้นทักษะการคิดขั้นสูงผ่านการลงมือทำจากกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกคอยดูแลให้คำแนะนำ และออกแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงระดับความรู้เดิมของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถต่อยอดองค์ความรู้ในการสร้างความรู้ใหม่ได้

กรอบแนวคิดในการพัฒนา

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาคม (SWOT Analysis) โรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาคมได้จัดทำวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์ ในการวางแผนการดำเนินงาน ซึ่งวิสัยทัศน์ของโรงเรียน คือ “มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพ การศึกษาควบคู่คุณธรรม มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการและทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 บนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ผู้เขียนจึงได้ศึกษาแนวคิดการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียน จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ พบว่าการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุกที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมได้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นรูปแบบที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะผู้ประกอบการ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้เขียนได้กำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรม คือการบริหารงานวิชาการ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ดังภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการพัฒนา

ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบนวัตกรรม SMILE Model

นวัตกรรมการศึกษาด้านการบริหารงานวิชาการ เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนด้วยรูปแบบ SMILE Model ของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาคมได้ดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา จำนวน 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย (Research: R₁) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (Analysis: A) เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานความต้องการจำเป็นที่เกี่ยวข้อง หลักการแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการและศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างรูปแบบการส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development: D₁) การออกแบบและพัฒนา (Design and Development : D&D) เป็นการพัฒนาสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างรูปแบบการส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และการสร้าง ตรวจสอบ พัฒนา และหาคุณภาพของร่างรูปแบบการบริหารจัดการและศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐาน ในการสร้างรูปแบบการส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัย (Research: R₂) ทดลองใช้ (Implementation : I) เป็นการทดลองใช้ รูปแบบ SMILE Model มุ่งองค์ประกอบขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1. หลักการ 2. วัตถุประสงค์ 3. ขั้นตอนของรูปแบบประกอบด้วย ขั้นที่ 1 S : Study (การศึกษา ค้นคว้า หาข้อมูล) ขั้นที่ 2 M : Management (การวางแผนจัดการ) ขั้นที่ 3 I : Implementation (การดำเนินการตามขั้นตอน) ขั้นที่ 4 L : Learning Assessment (การประเมินการเรียนรู้ของนักเรียน) ขั้นที่ 5 E : Expansion (การพัฒนาต่อยอด) 4. ปัจจัยความสำเร็จ 5. การวัดและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา (Development: D₂) ประเมินผล (Evaluation: E) เป็นการประเมินประสิทธิผลของรูปแบบ โดยรวบรวมข้อมูลจากการประเมินผลรูปแบบการส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และการสร้าง ตรวจสอบ พัฒนา และหาคุณภาพของร่างรูปแบบการบริหารจัดการและศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐาน ในการสร้างรูปแบบการส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

รูปแบบนวัตกรรม SMILE Model

การพัฒนารูปแบบนวัตกรรม SMILE Model เป็นรูปแบบการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาเขต อำเภอบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เพื่อให้นักเรียนได้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยเน้นการเรียนรู้ที่ปฏิบัติจริง (Learning by doing) ผ่านการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยผู้เขียนได้ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการและศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐาน ในการสร้างรูปแบบการส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการกรอบแนวคิดในการพัฒนาข้างต้น ซึ่งได้ทดลองใช้ในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาเขตและพัฒนาเป็นรูปแบบนวัตกรรมที่สมบูรณ์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล (Study : S) เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านทักษะอาชีพให้นักเรียนโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาเขตมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านทักษะอาชีพ แล้วเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นสารสนเทศ นำมาวิเคราะห์และวางแผนการจัดการ

ขั้นที่ 2 การวางแผนจัดการ (Management : M) เป็นการวางแผนการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ โดยประชุมวางแผนร่วมกันกับคณะครู และกรรมการสถานศึกษา เพื่อให้แผนการจัดการมีประสิทธิภาพสูงสุดและเป็นไปด้วยความราบรื่น

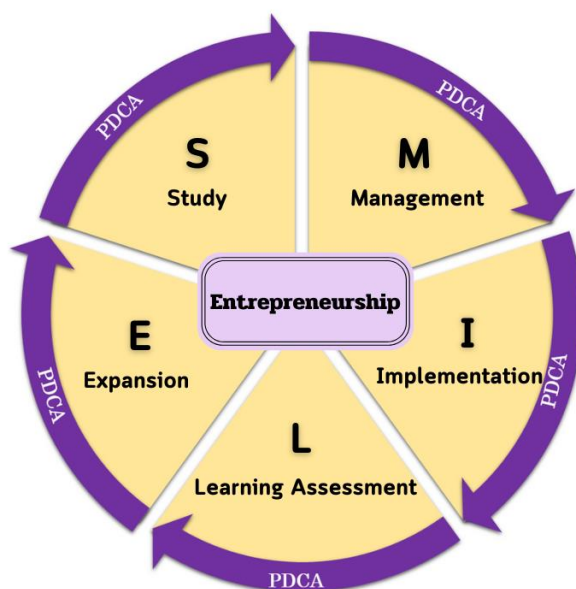
ขั้นที่ 3 การดำเนินการตามขั้นตอน (Implementation : I) ดำเนินการตามแผนการจัดการและขั้นตอนที่กำหนดไว้ โดยมีการตรวจสอบการดำเนินการเป็นระยะ เป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้อำนวยการ คณะครู และนักเรียน

ขั้นที่ 4 การประเมินการเรียนรู้ของนักเรียน (Learning Assessment : L) เป็นขั้นตอนการดำเนินการตรวจสอบประเมินการเรียนรู้ของนักเรียน เพื่อประเมินทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านทักษะอาชีพผ่านแบบสังเกตพฤติกรรม และแบบประเมินตนเอง

ขั้นที่ 5 การพัฒนาต่อยอด (Expansion : E) เป็นขั้นตอนของการทบทวนปฏิบัติสิ่งที่ได้เรียนรู้แลกเปลี่ยน และนำผลที่ได้มาศึกษาแนวทางเพื่อพิจารณาจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา ซึ่งจะเป็นแนวทางในการดำเนินงานและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านทักษะอาชีพต่อไป

ในการดำเนินงานทั้ง 5 ขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะต้องมีการควบคุมคุณภาพของการทำงานด้วยวงจร PDCA โดย P (Plan) คือ ขั้นตอนการวางแผน ครอบคลุมถึงการกำหนดกรอบหัวข้อ ที่ต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน D (Do) คือ ขั้นตอนการปฏิบัติ การลงมือทำ และมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้ ในขั้นตอนนี้ต้องตรวจสอบระหว่างการปฏิบัติด้วยว่าได้ดำเนินไปในทิศทางที่กำหนดไว้หรือไม่ C (Check) คือ ขั้นตอนการตรวจสอบ การประเมินผลที่ได้รับจากการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และ A (Action) คือ ขั้นตอนการปรับปรุงแก้ไข ซึ่งหากผลของการตรวจสอบหากพบว่าในกระบวนการทำงานเกิดความผิดพลาด ทำให้งานที่ออกมาไม่ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ให้ดำเนินการแก้ไขปัญหาลักษณะปัญหาที่ค้นพบ

จากขั้นตอนข้างต้น สามารถสรุปเป็น Model ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงรูปแบบนวัตกรรม SMILE Model

สรุป

การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนด้วยรูปแบบนวัตกรรม SMILE Model เป็นกระบวนการในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนมีทักษะการเป็นผู้ประกอบการผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอนหลัก คือ 1) การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล 2) การวางแผนจัดการ 3) การดำเนินการตามขั้นตอน 4) การประเมินการเรียนรู้ของนักเรียน 5) การพัฒนาต่อยอด โดยผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนจะต้องร่วมกันขับเคลื่อนการดำเนินงานทั้ง 5 ขั้นตอนไปพร้อม ๆ กัน อีกทั้งต้องประเมินผลการดำเนินงานแต่ละขั้นตอนด้วยกระบวนการ PDCA เพื่อให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด และเกิดการพัฒนาปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ โดยปรับให้เข้ากับบริบทของโรงเรียน บริบทของผู้เรียนเป็นสำคัญ

การนำนวัตกรรมไปใช้

จากการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาด้านการบริหารงานวิชาการ เพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักเรียนด้วยรูปแบบ SMILE Model ของโรงเรียนค่ายบางระจันวิทยาเขตได้มีการนำไปใช้ โดยผ่านการดำเนินงาน 3 รูปแบบ คือ การจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SMILE Model ตามสายการเรียนรู้ การจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SMILE Model บูรณาการในกลุ่มสาระการเรียนรู้ 8 กลุ่มสาระ และการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SMILE Model โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SMILE Model ตามสายการเรียนรู้ คือ สายการเรียนรู้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (คหกรรม-อุตสาหกรรม) ขั้นที่ 1 เป็นการศึกษาบริบทของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อนำมาวิเคราะห์จัดการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนเกิดทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมในปัจจุบันตามสายการศึกษาคหกรรม อุตสาหกรรม ขั้นที่ 2 วางแผนการดำเนินงานจัดทำหลักสูตรที่สอดคล้องกับสายการเรียนรู้คหกรรม-อุตสาหกรรม โดยมุ่งเน้นทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และวางแผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ขั้นที่ 3 มีการนิเทศ ติดตาม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้อำนวยการ คณะครู และนักเรียน ขั้นที่ 4 ประเมินการเรียนรู้ของนักเรียน เพื่อประเมินทักษะการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรม และแบบประเมินตนเอง ขั้นที่ 5 จัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้และร่วมกับผู้มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจโดยตรง เพื่อนำผลที่ได้มาศึกษาแนวทางเพื่อพิจารณาจุดเด่น และจุดที่ควรพัฒนา

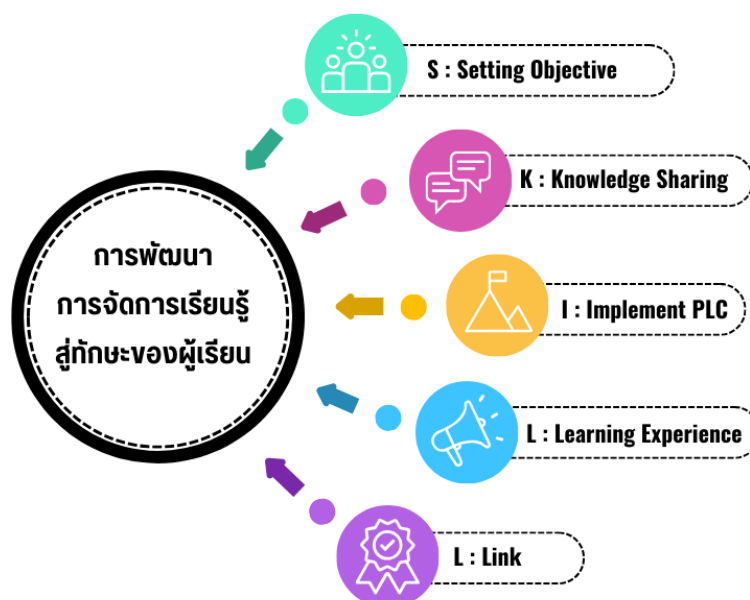
2. การจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SMILE Model บูรณาการในกลุ่มสาระการเรียนรู้ 8 กลุ่มสาระ ขั้นที่ 1 ศึกษาทักษะของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อนำมาเชื่อมโยงความรู้และทักษะของแต่ละกลุ่มสาระที่เหมาะสมกับแต่ละรายวิชา 1) กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ มุ่งเน้นด้านลักษณะการสื่อสาร และการสร้างเครือข่าย 2) กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษาฯ กลุ่มสาระการเรียนรู้ศิลปะ และกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษา มุ่งเน้นด้านลักษณะการมีความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการสร้างเครือข่าย 3) กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ มุ่งเน้นด้านลักษณะการบริหารเวลา และการมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ 4) กลุ่มสาระ การเรียนรู้การงานอาชีพ มุ่งเน้นการจัดการเรียนรู้ที่เป็นการสร้างองค์ความรู้ และการปฏิบัติจริง ขั้นที่ 2 วางแผนการดำเนินงาน โดยประชุมวางแผนร่วมกันของคณะครูในแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ในการวิเคราะห์หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน ออกแบบหน่วยการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะการเป็น

ผู้ประกอบการ ชั้นที่ 3 ดำเนินการตามแผนการจัดการและขั้นตอนที่กำหนดไว้ โดยมีการตรวจสอบการดำเนินการเป็นระยะ ชั้นที่ 4 ตรวจสอบและประเมินการเรียนรู้ของนักเรียนผ่านแบบทดสอบ ชั้นที่ 5 จัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่มสาระการเรียนรู้และบูรณาการระหว่างกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อทบทวนการจัดการเรียนการสอนของครูแต่ละคน แลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและนำผลที่ได้มาศึกษาแนวทางเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น

3. การจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ SMILE Model โดยบูรณาการผ่านกิจกรรมส่งเสริมความเป็นเลิศทางวิชาการ ชั้นที่ 1 ศึกษาและสำรวจความต้องการของชุมชนในด้านทรัพยากร เพื่อนำข้อมูลมาจัดทำกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้สอดคล้องต่อความต้องการของชุมชน ชั้นที่ 2 ผู้บริหาร ครู คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง และผู้ประกอบการในชุมชนประชุมร่วมวางแผน เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ กิจกรรมคาร์แคร์ กิจกรรมกระดังงาคาเฟ่ กิจกรรมชม ชิม ช้อป กิจกรรมสหกรณ์โรงเรียน กิจกรรมฐานการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชั้นที่ 3 การตรวจสอบการดำเนินการเป็นระยะ มีการนิเทศ ติดตาม เป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้อำนวยการ คณะครู นักเรียน และผู้ปกครอง ชั้นที่ 4 ประเมินทักษะการเป็นผู้ประกอบการผ่านแบบสังเกตพฤติกรรม และแบบประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง ชั้นที่ 5 มีการนำผลการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เผยแพร่สู่ชุมชนและหน่วยงานอื่น เพื่อสร้างเครือข่ายให้กับโรงเรียน รวมถึงทบทวนการจัดกิจกรรมและโครงการและนำผลที่ได้มาศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาต่อยอดการดำเนินงาน

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้เขียนได้เกิดองค์ความรู้ในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้สู่ทักษะของผู้เรียน โดยใช้รูปแบบคำว่า “SKILL” ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่

S : Setting Objective หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์การพัฒนา ผู้บริหารและผู้สอนจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายของการพัฒนา เพื่อให้มีทิศทางในการวางแผนว่าจะมีกระบวนการในการพัฒนาอย่างไรบ้าง ซึ่งต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้เรียนและสามารถตอบโจทย์ในการพัฒนาผู้เรียนให้เต็มศักยภาพ

K : Knowledge Sharing หมายถึง การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ในขั้นตอนของการพัฒนาผู้สอน จำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อนำข้อสังเกตที่ได้จากการจัดการเรียนการสอนของแต่ละคนมาปรับใช้ ซึ่งอาจจะมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในโรงเรียนและนอกโรงเรียนควบคู่กันไปด้วย

I : Implement PLC หมายถึง การทดลองใช้กระบวนการ PLC เมื่อมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้แล้วนั้น ครูผู้สอนสามารถวางแผนที่จะนำข้อมูลที่ได้จากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ไปปรับให้เข้ากับรายวิชาของตนเอง เพื่อที่จะพัฒนาผู้เรียนไปตามธรรมชาติของรายวิชา

L : Learning Experience หมายถึง การร่วมเรียนรู้ เป็นการดำเนินการโดยผู้บริหารและครูมีส่วนร่วมในการดำเนินการนิเทศการเรียนการสอน มีการแลกเปลี่ยน เทคนิควิธีการ ในการทำงานและการจัดการเรียนรู้ เพื่อเป็นการสะท้อนและให้คำแนะนำซึ่งกันและกันในการจัดการเรียนการสอน

L : Link หมายถึง การเชื่อมโยง การประเมินผลและการขยายผล เป็นการนำผลการประเมินตนเองของสถานศึกษามาใช้ในการพัฒนากระบวนการบริหาร กระบวนการเรียนการสอน เพื่อปรับปรุงพัฒนาระบบงานอย่างต่อเนื่อง และเผยแพร่ขยายผลให้กับโรงเรียนอื่น ๆ นำไปปรับใช้

รูปแบบ SKILL สามารถนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานตามบริบทของโรงเรียน เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้ให้แก่ผู้เรียน ซึ่งในกระบวนการของรูปแบบนี้มีการทำงานแบบมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย มีการนำข้อมูลจากการดำเนินงานมาพัฒนาอย่างเป็นระบบ สามารถนำมาเป็นสารสนเทศในการวางแผนพัฒนาโรงเรียน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุม สหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา. (16 พฤษภาคม 2550). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 124 ตอนที่ 24 ก หน้า 29 – 36.
- จรรณี แก้วเอียน. (2557). *เทคนิคการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา กลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติสำหรับผู้บริหารมืออาชีพ*. สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์.
- ดิเรก พรสีมา. (2559). *ครูไทย 4.0 กระทรวงศึกษาธิการ*. สืบค้น 6 มิถุนายน 2565, จาก <http://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID>.
- มหาวิทยาลัยทักษิณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. (2561). *แนวปฏิบัติที่ดีการเรียนการสอนเชิงรุก (Active Learning)*. ม.ป.ท.
- วารินทร์พร ฟันเฟื่องฟู. (2562). การจัดการเรียนรู้ Active Learning ให้สำเร็จ. *วารสารวไลยลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(1), 135 – 145.

สถาพร พงษ์พิบูล. (2558). *เอกสารประกอบการฝึกอบรม “คุณภาพผู้เรียนเกิดจากกระบวนการเรียนรู้”*.

สระแก้ว: คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). *แนวทางการนิเทศเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ตามนโยบายลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้*. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). *การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurship Education* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: บริษัท 프리ควานกราฟฟิค จำกัด.

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566—2570)*. สืบค้น 6 มิถุนายน 2565, จาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF

Abdullah Al Mamun, Syed Ali Fazal and Rajennd Muniady. (2019). Entrepreneurial knowledge , skills, competencies and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 29-48.

Johnson, D. S., Snowden, D. N., Mukhuty, D. S., Fletcher, B., & Williams, P. T. (2015). *Entrepreneurship Skills: literature and policy review*. (BIS RESEARCH PAPER NO. 236). N.P.: Hull University Business School.

Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education what, why, when, how*. OECD.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร
FACTORS INFLUENCING THE RESEARCH ACTIVITIES OF ACADEMIC PERSONNEL
AT NARESUAN UNIVERSITY

ชญาพร คุณประทุม

Chayaporn Kunpratun

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan university

Corresponding Author, E-mail:Chayapornk9@gmail.com, เบอร์โทรศัพท์ 0956391555

Received March 16, 2024; **Revised** April 23, 2024; **Accepted** April 24, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการทำวิจัยและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ทำวิจัยภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากปี พ.ศ.2560 -2564 จำนวน 145 คน โดยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการศึกษาสามารถพิจารณาเหตุผลที่บุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนเรศวรทำวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่ทำวิจัยเพราะตระหนักถึงภาระหน้าที่เป็นคณาจารย์ระดับสูงสุด รองลงมาคือต้องการทำผลงานเพื่อขอเลื่อนตำแหน่งวิชาการ และอันดับต่ำสุดคือการสร้างสรรค์งานวิจัย เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการและแก้ปัญหาของสังคมและประเทศชาติ และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ ในมหาวิทยาลัยนเรศวร ในระดับมาก จำนวน 5 ด้านคือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน, ด้านทักษะเชิงวิจัยของบุคลากร, ด้านลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ, ด้านงบประมาณในการทำวิจัย และด้านทัศนคติต่อการทำวิจัย ขณะที่อีก 5 ปัจจัย คือ ด้านระยะเวลาในการทำวิจัย ด้านการเห็นคุณค่าในตัวเอง ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำวิจัย และด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยนเรศวรในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่ามหาวิทยาลัยควรส่งเสริมและผลักดันให้บุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนเรศวรขอรับทุนวิจัยแหล่งทุนภายนอก โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักวิจัยอาวุโสและนักวิจัยรุ่นใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้การขอรับทุนจากแหล่งทุนภายนอก และแลกเปลี่ยนเทคนิคการเขียนขอรับทุนจากแหล่งทุนภายนอก

คำสำคัญ: การทำวิจัย, บุคลากรสายวิชาการ, มหาวิทยาลัยนเรศวร

Abstract

The objective of this research was to examine the opinions on research and factors influencing the research activities of academic personnel at Naresuan University. The study adopts a quantitative research approach, using questionnaires to collect data from academic personnel at Naresuan University who have conducted research within the 5 years period from 2017 to 2021. The sample size is 145 individuals, selected through purposive sampling. Data analysis is conducted using descriptive statistics, including frequencies, percentages, means, and standard deviations. From the results of the study, it was possible to consider the reasons why academic personnel at Naresuan University did research. It was found that most did research because they were aware of their responsibilities, which was the highest score. Second is wanting to do work to request academic promotion. and the lowest ranking is research creativity. For the benefit of academic work and solving problems of society and the nation and the important factors influencing the research activities of academic personnel at Naresuan University at a high level are identified in 5 aspects: advancement in job position, research skills of personnel, job responsibilities, research budget, and attitude towards research. Additionally, five other factors, including research duration, self-perceived value, support from the organization, research environment, and materials, equipment, and facilities, have a moderate impact on the research activities of academic personnel at Naresuan University. From the research results, the university should encourage academic faculties of Naresuan University to apply for external research grants by organizing research capacity exchange programs among senior and early career researchers. The program should have and aims for enabling researchers to apply for research funds and to be granted.

Keywords: Research, Academic Personnel, Naresuan University

บทนำ

มหาวิทยาลัยนเรศวร มีนโยบายด้านการวิจัยโดยการส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันการทำงานวิจัย เพื่อสร้างผลงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เริ่มต้นตั้งแต่ระดับต้นน้ำ มุ่งพัฒนาศักยภาพนักวิจัยผ่านโครงการวิจัย การสนับสนุนงบประมาณด้านการวิจัยจากงบประมาณรายได้ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นให้กับนักวิจัยรุ่นใหม่ก่อนจะเริ่มไปแสวงหาทุนจากแหล่งทุนภายนอกในอนาคต ระดับกลางน้ำมีการติดตามประเมินผลอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ และระดับปลายน้ำ เมื่อดำเนินการวิจัยเสร็จสิ้นจะมีการส่งเสริมให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์มิติต่าง ๆ เช่น มิติเชิงวิชาการมุ่งเน้นการตีพิมพ์บทความในวารสารระดับนานาชาติ โดยการสนับสนุนทุนไปนำเสนอผลงานวิจัยในต่างประเทศ การให้เงินรางวัลการตีพิมพ์บทความและเงินสนับสนุนค่าตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติในฐานข้อมูล Scopus/ISI Web of Sciences จากข้อมูลดังกล่าวฯ จะเห็นว่ามหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็น

จุดเริ่มต้นของการทำงานวิจัย รวมถึงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาสังคม ชุมชน และประเทศต่อไป

การทำวิจัยเป็นภารกิจของบุคลากรสายวิชาการ เพราะการทำวิจัยส่งเสริมให้เกิดความเป็นเลิศทางด้านวิชาการ สร้างชื่อเสียงให้กับตนเองและมหาวิทยาลัย การทำวิจัยไม่ทำให้เสียเวลา หรือสูญเปล่า สามารถนำมาบูรณาการวิจัยกับการเรียนการสอนและการบริการวิชาการ การวิจัยยังสร้างกลไกให้คนมีความสามารถทางวิชาการ (สมเจตน์ นาคเสวี, 2550) บทบาทหน้าที่ของบุคลากรสายวิชาการ นอกเหนือจากด้านการเรียนการสอนแล้ว ยังต้องทำวิจัยและผลิตผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ แต่เพราะภาระงานด้านการเรียนการสอนมีจำนวนมาก จึงทำให้บุคลากรสายวิชาการไม่มีเวลาทำวิจัย (กัญญาวิรี สมนึก, 2557) ซึ่งทำให้เกิดข้อขัดแย้งด้านเวลาที่เหมาะสมในการทำวิจัย ส่งผลให้งานวิจัยไม่สำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ในสัญญาวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยไม่มีคุณภาพได้

ดังนั้น คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการทำวิจัย และคำนึงถึงบทบาทหน้าที่ในการผลิตผลงานวิจัยให้สอดคล้องกับพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นคณะชั้นนำด้านการวิจัยและนวัตกรรม ทั้งระดับชาติและนานาชาติ โดยในปี พ.ศ.2560 มีการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนวิจัยเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ผลงานในฐานข้อมูลระดับชาติและนานาชาติ และการให้ทุนวิจัยแก่บุคลากรของคณะ นอกจากนี้มีการจัดโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวิจัย โดยเชิญวิทยากรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยมาให้ความรู้แก่บุคลากร เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรของคณะเห็นความสำคัญของการทำวิจัยและการเขียนบทความวิจัยเพื่อเผยแพร่ผลงานในฐานข้อมูลระดับชาติและนานาชาติ ปี พ.ศ. 2560-2563 คณะบริหารธุรกิจฯ ได้รับงบประมาณสนับสนุนในการทำวิจัยทั้งภายในและภายนอกสถาบัน เพิ่มขึ้นทุกปี และในปี พ.ศ. 2564 คณะฯ อยู่ในอันดับ 1 ในการจัด 10 อันดับของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ที่ได้รับงบประมาณการทำวิจัยที่สูงที่สุดขึ้น

บทความวิจัยนี้ จะนำเสนอผลการศึกษากำทำวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในทางบวกและทางลบต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อประโยชน์แก่ผู้บริหารในการตัดสินใจ วินิจฉัยปัญหา รวมทั้งการติดตามโครงการวิจัยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการทำวิจัยและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการทำวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยเป็นพันธกิจที่สำคัญของการศึกษา ทำให้เกิดนวัตกรรมและการพัฒนาความรู้ใหม่ เป็นการถ่ายทอดความรู้ โดยผ่านกระบวนการวิจัย และการวิเคราะห์ความรู้เพื่อประโยชน์ต่อสังคม เพื่อสร้างข้อมูลพื้นฐานให้สามารถติดตามความก้าวหน้า และทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ที่เป็นข้อมูลพื้นฐานตามความสนใจ

เฉพาะบุคคล มีผลงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ตอบสนองความต้องการของสังคม และเสนอแนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ เพื่อการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในสังคม

การวิจัยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2566-2570 ส่งเสริมการลงทุนวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งเชิงพาณิชย์และชุมชน เพื่อสนับสนุนภาคอุตสาหกรรมและบริการในสาขาที่มีศักยภาพ รวมทั้งยกระดับสินค้าชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมโยงและร่วมมือในรูปแบบเครือข่ายวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ภาคการผลิตและชุมชน เครือข่ายวิชาชีพต่าง ๆ สมาคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ จัดการความเสี่ยงและผลประโยชน์ที่ชัดเจน รวมทั้งสร้างกระบวนการวิจัยและพัฒนาที่เป็นระบบ โดยบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง มีดัชนีชี้วัดการประเมินนโยบายวิจัยและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ชัดเจนเพื่อช่วยให้ระบบการวิจัยของประเทศ มีประสิทธิภาพ และพัฒนาบุคลากรให้เพียงพอทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และสร้างความตระหนักให้เรียนรู้ คิดและทำอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ เปิดโอกาสเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ได้อย่างทั่วถึง เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2566)

การวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาไทย

วิจารณ์ พานิช (2553) ได้กล่าวถึง การทำวิจัยในมหาวิทยาลัยว่า งานวิจัยและพัฒนาส่วนใหญ่ทำโดยอาจารย์มหาวิทยาลัย ซึ่งโดยหลักการแล้วน่าจะไม่น่าถูกนัก เพราะอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเน้นทำวิจัยพื้นฐานหรืองานวิจัยเชิงวิชาการมากกว่า แต่ในสภาพของความขาดแคลนนักวิจัยในปัจจุบันไม่มีทางเลือก จำเป็นต้องดึงอาจารย์ในมหาวิทยาลัยมาทำงานวิจัยและพัฒนา

พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ และอุทัยวรรณ กรุดลอยมา (อ้างถึงใน รัฐิพร ตันตศรียานุรักษ์, รัชฎาธิโสภา และอรดา เกรียงสินยศ, 2548) ศึกษาถึงสถานภาพงานวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา 5 ข้อ ดังนี้

1. งานวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา เป็นการวิจัยเพื่อผลิตอัตรากำลังเพื่อตอบสนองความต้องการของภาครัฐในระบบราชการ
2. ทุนสนับสนุนการวิจัย มาจากแหล่งทุนสนับสนุนการวิจัยภายในประเทศ ทั้ง งบประมาณแผ่นดิน การสนับสนุนทุนการวิจัยจากหน่วยงานวิจัย
3. บุคลากรที่ทำวิจัยในมหาวิทยาลัยประกอบด้วย อาจารย์ นักวิจัย ผู้ช่วยวิจัย และฝ่ายสนับสนุนงานวิจัย
4. ความร่วมมือด้านการวิจัยและวิชาการ ความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับองค์กรภายนอก ที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของการวิจัยและพัฒนาในองค์กร
5. ผลงานวิจัยและพัฒนา ตัวชี้วัดความสำเร็จและการพัฒนา คือ สิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยและพัฒนาหรือทรัพย์สินทางปัญญา สถาบันอุดมศึกษาไทยยังมีปริมาณของทรัพย์สินทางปัญญาน้อยอยู่ ถึงแม้ว่าจะมีการตื่นตัวเกี่ยวกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น แต่ควรคำนึงถึงการพัฒนาแนวทางและกลไกที่เหมาะสมในเรื่องของการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบวิจัยของประเทศได้อย่างแท้จริง

งานวิจัยในสถาบันอุดมศึกษาไทย เป็นการวิจัยเพื่อผลิตผลงานวิจัยและเพื่อสนองความต้องการของภาครัฐในระบบราชการ เนื่องจากพัฒนาการส่วนใหญ่มาจากรากฐานความคิดที่เน้นการวิจัยพื้นฐานมากกว่า

การวิจัยใหม่หรือคิดค้นความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งจะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ คือ ทุนสนับสนุนการวิจัยจากหน่วยงานภายใน ภาครัฐและภาคเอกชน บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย ความร่วมมือการทำวิจัยและผลงานวิชาการ และผลงานวิจัยและพัฒนา ลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น และเป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ แหล่งรวมผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่าง ๆ สำหรับการศึกษาค้นคว้า วิจัย การประดิษฐ์ และความรู้ใหม่ ๆ ที่เรียกว่า การวิจัยหรือผลงานวิชาการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะต้องขึ้นอยู่กับผู้ทำวิจัย แหล่งที่สนับสนุนทุน บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย และสภาพแวดล้อม หรือบรรยากาศที่ต้องเอื้ออำนวยให้สร้างงานวิจัยหรือผลงานวิชาการ รวมทั้งสามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริงในสังคม ซึ่งมหาวิทยาลัยในสถาบันอุดมศึกษาต้องมีการกำหนด นโยบาย ยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัยให้ชัดเจน อีกทั้งต้องสร้างภาคีเครือข่ายในการร่วมกันสร้าง ผลงานวิจัย รวมถึงแสวงหาแหล่งทุนสนับสนุนการทำวิจัยให้มากขึ้นทั้งทุนภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และที่สำคัญต้องมีการจัดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวิจัยและการนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อสังคมและประเทศชาติ (ฐิติพร ตันติศรียานุรักษ์, รัชฎา อธิสภากา และอรดา เกรียงสินยศ, 2548)

ปัจจัยที่มีผลต่อการทำวิจัย

การสร้างผลงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัย ต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ ผู้วิจัย ได้พิจารณาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารหลายฉบับ และพิจารณาเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีผลกระทบ ต่อการทำผลงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ ซึ่งแบ่งเป็นปัจจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยเฉพาะบุคคล ได้แก่ คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เป็นคุณลักษณะที่ติดตัวมาแต่กำเนิด และที่ได้รับเพิ่มเติมในภายหลัง ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกเป็นปัจจัยย่อย 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านทักษะการทำวิจัย (Research Skill) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ต้องการทำการวิจัย ทั้งด้วยบทบาทหน้าที่ของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา หรือนักวิชาการ นักปฏิบัติ ในวงการวิชาการและอาชีพต่าง ๆ จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยหลายฉบับ พบว่า การวิจัยเป็นงานที่ต้อง อาศัยผู้ที่มีทักษะการทำวิจัย (Research Skill) และประสบการณ์ในการทำวิจัย จึงจะทำให้การทำวิจัยประสบความสำเร็จและมีคุณภาพ (ซอลดา วิชัยพาณิชย์, 2554) มีความรู้ความสามารถในการวิจัย ความรู้เหล่านี้ อาจได้มาจากการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา จากการเข้าอบรมวิจัยในระหว่างการทำงาน หรือจากการศึกษา ด้วยตนเอง ทักษะการทำวิจัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำนายผลผลิตภาพการวิจัยถูกทำนายได้ด้วยระดับการ พัฒนาทักษะการทำวิจัยจากงานวิจัยของ Waworuntu's study (อ้างอิงใน อภิญา หิรัญวงศ์, 2547) ความสามารถของตนเองในด้านการทำวิจัยอันประกอบด้วย ความสามารถด้านการออกแบบการวิจัย ความสามารถด้านการปฏิบัติการวิจัย ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้คอมพิวเตอร์ รวมทั้ง ความสามารถในการเขียนรายงานการวิจัยมีความสัมพันธ์ต่อผลผลิตภาพการวิจัย (อจริยา วัชรวิวัฒน์, 2544)

2) ปัจจัยด้านระยะเวลาในการวิจัย (Time for Research) หมายถึง เวลาในการวิจัย และการ ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการวิจัยของอาจารย์ที่นอกเหนือจากงานในภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบในการวิจัย แต่ละครั้งต้องใช้เวลานานมากตั้งแต่การวางแผนการวิจัย ศึกษาเอกสาร เก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ ข้อมูล กระบวนการเหล่านี้ต้องใช้เวลานาน อาจารย์ต้องมีความสามารถในการบริหารเวลา เพื่อให้มีเวลา เพียงพอในการวิจัย และทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ถ้าอาจารย์มีปัญหาในเรื่อง การจัดการเวลา จะมีผลกระทบ โดยตรงต่อการผลิตงานวิจัยของอาจารย์ ดังนั้นเวลาที่ใช้ในการวิจัย จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการผลิต งานวิจัยของอาจารย์ และยืนยันได้จากผลการวิจัยที่พบว่า เวลาที่ใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กับผลผลิตภาพการ

วิจัย (อภิญา หิรัญวงศ์, 2547, น.36) เวลาเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมาก สำหรับการทำวิจัย นับตั้งแต่การเลือกเรื่องหรือปัญหาที่จะทำวิจัย การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การเขียนรายงานการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ ต้องใช้เวลาในการศึกษาพิจารณาความเป็นไปได้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ไปใช้ หรือประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละงานที่กำหนด เวลาทำวิจัยจะต้องเลือกทำวิจัยให้เหมาะสมกับงานประจำของตนหากมีความขัดแย้งระหว่างเวลาที่นักวิจัยว่างจากงานต่าง ๆ กับเวลาที่เหมาะสมกับการทำวิจัย ปัญหาต่าง ๆ จะเกิดขึ้นจนเป็นอุปสรรค ทำให้ผลการวิจัยคลาดเคลื่อน ข้อมูลที่รวบรวมอาจล้าสมัย หรืองานวิจัยไม่สำเร็จตามเวลาที่กำหนด หรือหากสำเร็จตามกำหนด คุณภาพของงานวิจัยที่ได้ก็ไม่ได้เท่าที่ควร (อจริยา วัชรวิวัฒน์, 2544, น.18)

ดังนั้น ปัจจัยด้านระยะเวลาในการทำวิจัย มีความสำคัญต่อกระบวนการในการทำวิจัย เพื่อนำไปปฏิบัติ หรือประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับงานประจำและงานวิจัยของตนเอง ซึ่งระยะเวลาในการทำงานวิจัยจะส่งผลต่อคุณภาพ และความสำเร็จของงานวิจัย

3) ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการทำวิจัย โดยทัศนคติเป็นความรู้สึกหรือความเชื่อ ที่มีต่อบทบาทการวิจัย ถ้าบุคคลมีความเชื่อหรือมีความรู้สึกวาทะการวิจัยเป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ ก็จะชอบ และพอใจต่อบทบาทการวิจัยและพร้อมหรือตั้งใจปฏิบัติ ในทางกลับกันถ้าบุคคลเชื่อว่า บทบาทการวิจัยไม่มีประโยชน์ก็จะไม่ชอบ ไม่พอใจ ไม่ตั้งใจปฏิบัติ (สุนิภา ชินวุธ, 2538, น.27) ทัศนคติที่ไม่ดีต่อการวิจัย ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกในทางลบ เห็นว่าการทำวิจัยไม่มีประโยชน์ ไม่คุ้มค่า สูญเสียงบประมาณและเวลา ก็จะไม่ชอบ ไม่อยากทำวิจัย ขาดการยอมรับความสำคัญของการวิจัย การศึกษา และค้นคว้าวิจัย เป็นบทบาทหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของอาจารย์ ซึ่งจะต้องดำเนินควบคู่กับภาระหน้าที่ด้านอื่น ๆ เช่น การสอน เพื่อผลิตบัณฑิต การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตผลงานวิจัย จะมีความสัมพันธ์กับผลผลิตงานวิจัยของอาจารย์ (จรรยา แก้วใจบุญ, 2541, น.27) ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อของบุคคล หรือความพร้อมของบุคคลที่มีต่อประสบการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่บุคคลได้รับ แสดงพฤติกรรมออกมาทั้งทางบวกและทางลบ ทางบวกจะแสดงในลักษณะความชอบ ความพึงพอใจ ความสนใจ และทางลบซึ่งจะแสดงในลักษณะความเกลียด ไม่พอใจ ไม่เห็นด้วย เจตคติอาจแสดงออกในลักษณะความเป็นกลางได้ เช่น การรู้สึกเฉย ๆ ไม่รัก ไม่ชอบ ไม่สนใจในสิ่งนั้น ๆ (กรรวิ เวียงเหล็ก, 2533, น.12) การสร้างทัศนคติที่ดีในด้านการทำวิจัยสำหรับอาจารย์ จะทำให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะค้นคว้าเรื่องราวต่าง ๆ ทัศนคติของอาจารย์ต่อบทบาทการวิจัยจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งของการทำหรือไม่ทำงานวิจัยของอาจารย์ (ชอลดา วิชัยพาณิชย์, 2554 , น.36)

ดังนั้น สรุปความหมายของทัศนคติต่อการทำวิจัย ได้ดังนี้ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ซึ่งได้มาจากการเรียนรู้ และประสบการณ์เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า อาจเป็นการเข้าหาหรือถอยหนีในการวิจัยในครั้งนี้ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด และการแสดงความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการเอง

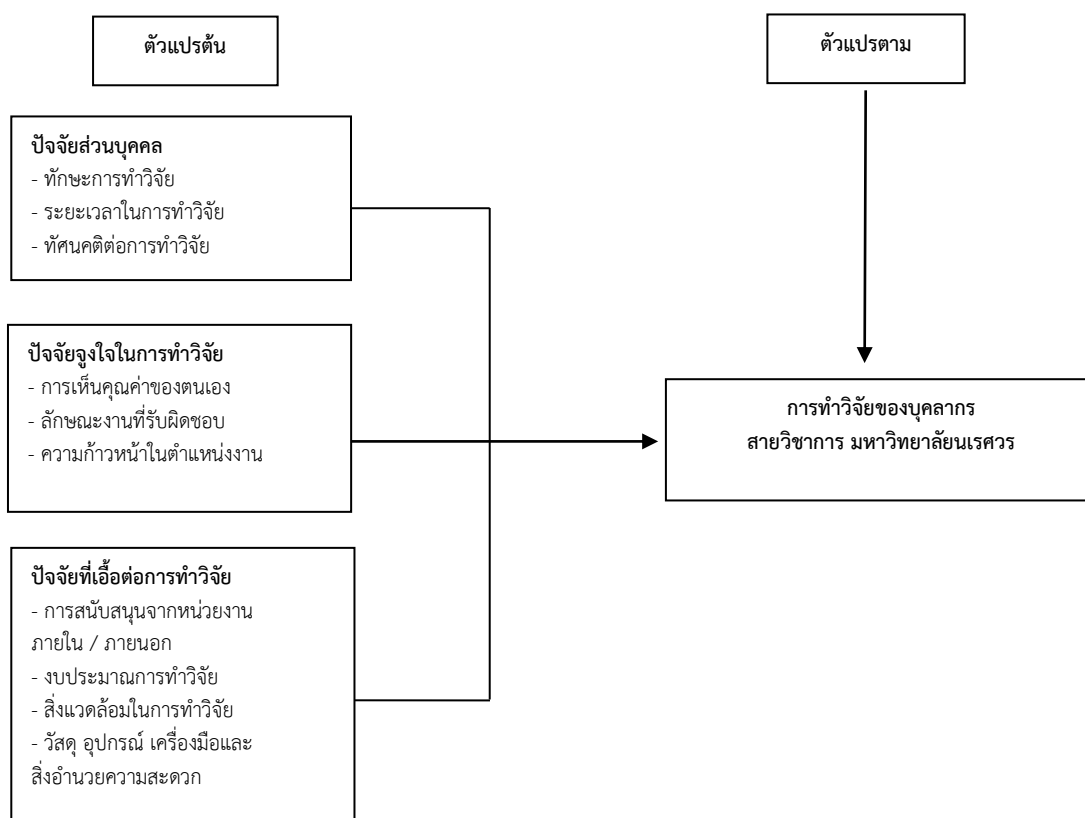
2. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำวิจัย

แรงจูงใจในการทำวิจัยเป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้ดีและประสบความสำเร็จ (อารี พันธมณี, 2542, น.182) เป็นความต้องการของมนุษย์ที่จะทำงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้อย่างดีเยี่ยม ผู้ที่มีแรงจูงใจสูงจะตั้งมาตรฐานต่าง ๆ สำหรับตนเองอย่างดีที่สุด มีความมุ่งมั่นและต่อสู้เพื่อจะทำงานให้ได้ตามเป้าประสงค์ด้วยตนเอง และมีความสนใจที่จะทำให้ตนมีความเป็นเลิศ โดยไม่มุ่งหวังที่จะได้รับรางวัลหรือเกียรติยศหรือแม้แต่ได้การยอมรับเป็นสิ่งตอบแทน (เพราพรณ เปี้ยนญู, 2542, น.325)

แรงจูงใจในการทำวิจัยของอาจารย์ มีแรงจูงใจในการทำวิจัย ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านลักษณะงานและความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน และด้านการได้รับความยอมรับนับถือ (อัจฉรา ถาวร, 2545) อาจารย์มีความเห็นว่าการได้รับการยอมรับนับถือ มีผลต่อการทำวิจัยของอาจารย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัยของอาจารย์ในระดับมาก คือ อาจารย์คิดว่าผู้ที่มีผลงานวิจัยมักได้รับการยอมรับในด้านวิชาการจากเพื่อนร่วมงาน (นัสติ ทรัพย์บุญญิตติ, 2546) แรงจูงใจเป็น การพัฒนาคุณภาพงานวิชาการในภาพรวมทั้งหมดของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา เอกชนกลุ่มความร่วมมือ ในเขตกรุงเทพฯ ตะวันตก และปริมณฑล ดังนั้น ด้านการให้การยอมรับ ด้านการให้ตำแหน่งบริหารการศึกษา ด้านการให้ตำแหน่งทางวิชาการ และด้านการให้ค่าตอบแทน เป็นแรงจูงใจ (ณัฐรัตน์ สมนาม และสมบัติ ทิฆมทรัพย์, 2551) ความต้องการของบุคคลที่จะได้รับผลสำเร็จในสิ่งที่มุ่งหวังไว้ให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย มีความพยายามที่จะแก้ปัญหาอย่างไม่ย่อท้อต่อความยากลำบากเมื่อมีอุปสรรคที่ขัดขวาง เพื่อไปสู่ความสำเร็จ ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อให้บรรลุมาตรฐานที่ตนได้ตั้งไว้ (กรรวิ เวียงเหล็ก, 2553, น.16)

ดังนั้น แรงจูงใจคือ ความต้องการหรือความปรารถนาให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงตามมาตรฐานที่ตั้งเอาไว้ เช่น การได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงาน การให้เกียรติคุณและรางวัลและความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ภายในระยะเวลา 5 ปี นับจากปัจจุบัน ปีพ.ศ. 2560 - 2564 โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบเจาะจง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยการใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) จาก $n = N/(1 + Ne^2)$ เมื่อ e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่ากำหนดให้มีค่า 0.05, n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และ N คือ จำนวนประชากร ได้ $n = 227/[(1 + 227 \times 0.05)^2] = 144$ ตัวอย่าง ดังนั้นจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 144 คน จึงจะยอมรับได้

นอกจากนี้ผู้ได้ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถามในการวิจัยโดยตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหาตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อคำถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และนำผลการพิจารณาหาดัชนีชี้วัดการตั้งข้อคำถาม โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ได้

เครื่องมือ

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษ แบ่งออกเป็น ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเติมคำสั้น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ต้นสังกัด

การดำรงตำแหน่งทางวิชาการ ประวัติการทำวิจัย ประวัติการรับทุนอุดหนุนการวิจัยจากหน่วยงานต่าง ๆ ความถนัดเป็นพิเศษในงานวิจัย

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำวิจัย

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการทำวิจัย

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารทางวิชาการและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและวิธีการสร้างแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามากำหนดโครงสร้างของเครื่องมือ และขอบเขตเนื้อหา

2. การตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหาตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อคำถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ

3. ท่าน และนำผลการพิจารณาหาดัชนีชี้วัดการตั้งข้อคำถามตามสูตรการหาค่า IOC ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

N

R = ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

คำอธิบายความหมายตัวชี้วัด

+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับเนื้อหาตามประเด็นที่ต้องการวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับเนื้อหาตามประเด็นที่ต้องการวัด

-1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อความไม่สอดคล้องกับเนื้อหาตามประเด็นที่ต้องการวัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยนักวิจัยเอง เพื่อลดข้อผิดพลาดของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (64.83%) มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี เป็นส่วนใหญ่ และจบการศึกษาในระดับปริญญาโทมากที่สุด (79.44%) มีอายุการทำงานอยู่ระหว่าง 6-10 ปี (29.66%) บุคลากรสายวิชาการร้อยละ 86.90 มีตำแหน่งเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย ดำรงตำแหน่งอาจารย์ (ยังไม่มีตำแหน่งทางวิชาการ) เป็นส่วนใหญ่ (89.66%) รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 145)

คำถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	51	35.17
หญิง	94	64.83
อายุ		
30-40 ปี	34	23.44
41-50 ปี	95	65.52
51-60 ปี	16	11.04
ระดับการศึกษา		
ปริญญาโท	115	79.31
ปริญญาเอก	30	20.69

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

(n = 145)

คำถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุการทำงาน		
1-5 ปี	7	4.83
6-10 ปี	43	29.66
11-15 ปี	39	26.90
16-20 ปี	35	24.14
21 ปีขึ้นไป	21	14.47
ประเภทของตำแหน่ง		
ข้าราชการ	19	13.10
พนักงานมหาวิทยาลัย	126	86.90
ตำแหน่งทางวิชาการ		
อาจารย์	130	89.66
ผู้ช่วยศาสตราจารย์	14	9.66
รองศาสตราจารย์	1	0.68

เมื่อพิจารณาเหตุผลที่บุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่าส่วนใหญ่ทำวิจัย เพราะตระหนักถึงภาระหน้าที่เป็นคะแนนระดับสูงสุด ร้อยละ 63.90 รองลงมา คือต้องการทำผลงานเพื่อขอเลื่อนตำแหน่งวิชาการ ร้อยละ 58.70 และอันดับต่ำที่สุดคือการสร้างสรรคงานวิจัย เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการและแก้ปัญหาของสังคมและประเทศชาติ คิดเป็นร้อยละ 35.20 ขณะที่เหตุผลที่ไม่ทำวิจัย พบว่าเกิดจากมีภาระงานสอนมากที่สุด ร้อยละ 69.10 รองลงมา ขาดความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัย ร้อยละ 25.70 และต่ำที่สุดคือไม่มีแหล่งค้นคว้า อุปกรณ์ สนับสนุน ร้อยละ 15.70 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงเหตุผลในการทำ/ ไม่ทำวิจัย

เหตุผลที่ทำวิจัย	อันดับที่	จำนวน	ร้อยละ
1. ภาระหน้าที่	1	147	63.90
2. ผลงานขอเลื่อนตำแหน่งวิชาการ	2	135	58.70
3. สร้างชื่อเสียงทางวิชาการ	3	120	52.20
4. ความรู้และพัฒนาศักยภาพของการเป็นนักวิชาการ	4	96	41.70
5. สร้างสรรคงานวิจัย เพื่อประโยชน์ต่องานวิชาการและแก้ปัญหาของสังคมและประเทศชาติ	5	81	35.20

ตารางที่ 2 แสดงเหตุผลในการทำ/ไม่ทำวิจัย (ต่อ)

เหตุผลที่ไม่ทำวิจัย	อันดับที่	จำนวน	ร้อยละ
1. ภาระงานสอน	1	159	69.10
2. ขาดความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัย	2	59	25.70
3. ขั้นตอนการเบิกจ่ายเงินวิจัย	3	50	21.70
4. ความยุ่งยากในการทำเรื่องขอจริยธรรมการวิจัย	4	40	17.40
5. ไม่มีแหล่งค้นคว้า อุปกรณ์ สนับสนุน	5	36	15.70

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเหตุผลได้มากกว่า 1 ข้อ

ผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้ง 10 ด้าน คือ ด้านทักษะเชิงวิจัย ด้านระยะเวลาในการทำวิจัย ด้านทัศนคติต่อการทำวิจัย ด้านการเห็นคุณค่าในตัวเอง ด้านลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ด้านงบประมาณในการทำวิจัย ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำวิจัย และด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวก ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัย	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านทักษะเชิงวิจัย	3.75	0.88	มาก
2. ด้านระยะเวลาในการทำวิจัย	3.29	1.00	ปานกลาง
3. ด้านทัศนคติต่อการทำวิจัย	3.70	0.97	มาก
4. ด้านการเห็นคุณค่าในตัวเอง	3.34	0.88	ปานกลาง
5. ด้านลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ	3.73	0.92	มาก
6. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน	3.90	0.85	มาก
7. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน	3.40	1.02	ปานกลาง
8. ด้านงบประมาณในการทำวิจัย	3.72	0.94	มาก
9. ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำวิจัย	3.17	1.02	ปานกลาง
10. ด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.21	0.95	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งสิ้น	3.49	1.10	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวรในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.49\pm1.10$) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้านพบว่า ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก (3.90 ± 0.85) รองลงมาคือ ด้านทักษะ

เชิงวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75 \pm 0.88$) ด้านลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73 \pm 0.92$) ด้านงบประมาณในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72 \pm 0.94$) ด้านทัศนคติต่อการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70 \pm 0.97$) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40 \pm 1.02$) ด้านการเห็นคุณค่าในตัวเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34 \pm 0.88$) ด้านระยะเวลาในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29 \pm 1.00$) ด้านวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21 \pm 0.95$) และด้านสิ่งแวดล้อมในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17 \pm 1.02$) โดยแต่ละด้านมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านการเห็นคุณค่าในตัวเอง มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความเชื่อมั่นและความพร้อมในการสร้างงานวิจัยที่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57 \pm 0.84$) รองลงมา คือ การเป็นผู้รับฟัง ข้อเสนอแนะจากบุคคลอื่นอย่างมีเหตุผล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53 \pm 0.97$) และการได้รับการยอมรับความเห็นของตนเองจากคนส่วนใหญ่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.34 \pm 0.82$) ตามลำดับ

2) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า บุคลากรสายวิชาที่สร้างสรรค์งานวิจัย มีโอกาสก้าวหน้ามากกว่าบุคลากรสายวิชาการไม่เคยทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97 \pm 0.84$) รองลงมา คือ ตำแหน่งทางวิชาการเป็นสิ่งจูงใจการทำงานวิจัยให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93 \pm 0.79$) และมีการทำวิจัย เป็นการแสวงหาความรู้ สร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะทางแก่ตัวเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91 \pm 0.87$) ตามลำดับ

3) ด้านทักษะเชิงวิจัย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัย คือ การสร้างและเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยและรายงานผลการวิจัย ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94 \pm 0.82$) รองลงมา คือ การกำหนดปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81 \pm 0.82$) และมีความรู้และมีความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72 \pm 0.91$) ตามลำดับ

4) ด้านลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เป็นหน้าที่ของบุคลากรสายวิชาการต้องทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97 \pm 0.85$) รองลงมา คือ การทำวิจัยเป็นความท้าทาย ยกระดับความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83 \pm 0.92$) และมีโอกาสรับผิดชอบงานวิจัยอย่างเต็มที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70 \pm 0.87$) ตามลำดับ

5) ด้านงบประมาณในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72 \pm 0.94$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระบบการขอการเบิกจ่ายเงินทุนอุดหนุนการทำวิจัยมีขั้นตอนยุ่งยากและล่าช้า มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88 \pm 0.86$) รองลงมา คือ ความสามารถในการแสวงหาทุนจากแหล่งต่าง ๆ โดยไม่ต้องพึ่งแหล่งทุนจากคณะและการสนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัย จากหน่วยงานภายนอกคณะทั้งภาครัฐ

และเอกชน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันในระดับมาก ($\bar{X}=3.79\pm0.93$) และคณะจัดเงินอุดหนุนการวิจัยให้อย่างพอเพียง และเหมาะสมและการสนับสนุนเงินทุนวิจัยของคณะช่วยให้บุคลากรสายวิชาการทำวิจัยมากขึ้น เอกชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันในระดับมาก ($\bar{X}=3.70\pm0.92$) ตามลำดับ

6) ด้านทัศนคติต่อการทำวิจัย ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70\pm0.97$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัย คือ งานวิจัยเป็นภารกิจที่สำคัญของบุคลากรสายวิชาการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03\pm1.01$) รองลงมา คือ การสร้างสรรค์งานวิจัยเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ อันจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทั้งภาคการศึกษาและภาคธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95\pm0.90$) และการทำงานวิจัยส่งผลให้ท่านเป็นโรคเครียด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D. =0.92) ตามลำดับ

7) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าคณะส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรสายวิชาการให้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัยอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77\pm0.92$) รองลงมา คณะนำผลงานวิจัยในการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่งบุคลากรสายวิชาการให้สูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52\pm1.04$) และคณะส่งเสริมให้บุคลากรสายวิชาการมีโอกาสได้เผยแพร่ผลงานวิจัยในที่ประชุมระดับชาติและนานาชาติ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.42\pm0.86$) ตามลำดับ

8) ด้านระยะเวลาในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.29\pm1.00$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัย คือ ระยะเวลาที่เพียงพอเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณภาพงานวิจัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03\pm1.01$) รองลงมา คือ กรอบระยะเวลาตามแผนการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.06\pm0.95$) และการมีเวลาในการทำวิจัยได้อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.77\pm1.03$) ตามลำดับ

9) ด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$, S.D. =0.97) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าและทันสมัย พร้อมทั้งจะศึกษาข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก ($\bar{X}=3.48\pm0.93$) รองลงมา คือ มีหนังสือเอกสาร และระบบฐานข้อมูลในการค้นคว้าที่ดีและมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.36\pm0.93$) และคณะมีผู้เชี่ยวชาญและชำนาญการในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.31\pm0.92$) ตามลำดับ

10) ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.17\pm1.02$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คณะของท่านมีการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร วารสารด้านการวิจัยและคณะได้สร้างศูนย์กลางข้อมูลและแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ของนักวิจัย ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย และช่องทางอื่น ๆ ได้อย่างครอบคลุม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.41\pm1.00$) รองลงมา คือ คณะมีการประชุม สัมมนาวิชาการระหว่างนักวิจัยกับผู้บริหารเพื่อกำหนดทิศทางการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.27\pm1.05$) และคณะมีการรวมกลุ่มการทำวิจัย มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$, S.D. =0.94) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างผลงานของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร มีอยู่หลายประการ ทั้งปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำวิจัย ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยที่สามารถติดตัวผู้วิจัยมาแต่กำเนิดหรืออาจสามารถได้รับเพิ่มเติมในภายหลัง รวมถึงการที่ผู้วิจัยทำเพื่อตอบสนองความต้องการของพื้นฐานมนุษย์ ที่ต้องการทำงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้ โดยมีแรงจูงใจหลาย ๆ ด้านเข้ามาเกี่ยวข้อง การศึกษานี้สามารถอภิปรายปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการในมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ดังนี้

1) ความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน บุคลากรสายวิชาที่สร้างสรรค์งานวิจัยนั้นจะมีโอกาสก้าวหน้ามากกว่าบุคลากรสายวิชาการไม่เคยทำวิจัย โดยตำแหน่งทางวิชาการเป็นสิ่งจูงใจการทำงานวิจัยให้มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ เนื่องจากการขอตำแหน่งทางวิชาการจะต้องมีการพิจารณาผลงานวิจัยประกอบด้วย และการทำวิจัยนั้นเป็นการแสวงหาความรู้ สร้างความเชี่ยวชาญเฉพาะทางให้แก่ผู้ที่ทำวิจัย สอดคล้องกับการศึกษาของ อัจฉรา ถาวร (2545)

2) ทักษะเชิงวิจัยของบุคลากร ตั้งแต่การสร้างและเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัยและรายงานผลการวิจัยได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ จนถึงการกำหนดปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างถูกต้อง และการมีความรู้และความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้อง สอดคล้องกับ ช่อลดา วิชัยพาณิชย์ (2554) อธิบายว่าการวิจัยเป็นงานที่ต้องอาศัยผู้ที่มีทักษะการทำวิจัย (Research Skill) และประสบการณ์ในการทำวิจัย จึงจะทำให้การทำวิจัยประสบความสำเร็จและมีคุณภาพ

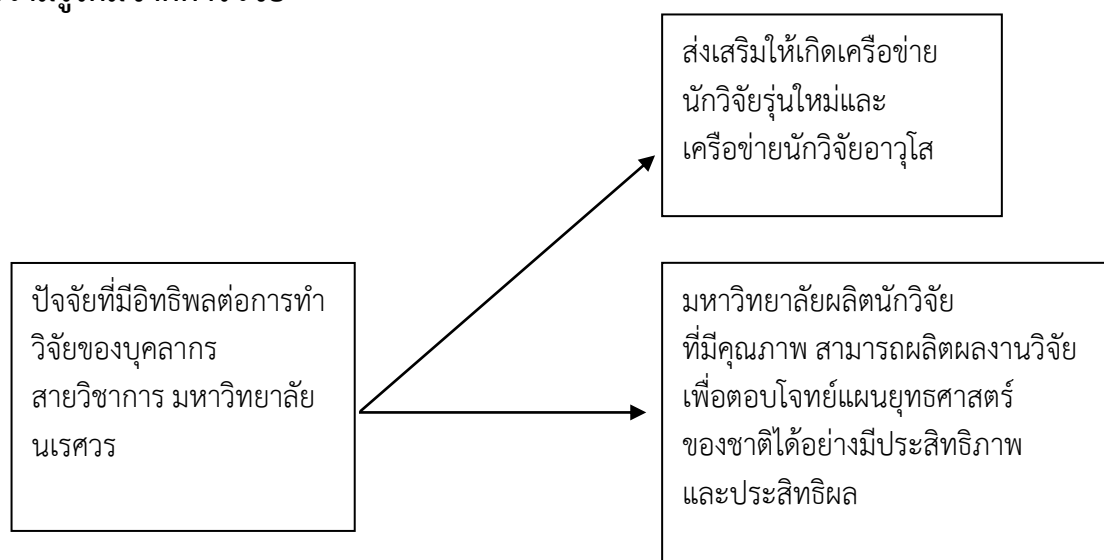
3) ลักษณะงานที่ได้รับผิดชอบ โดยหน้าที่ของบุคลากรสายวิชาการจำเป็นต้องทำวิจัย และการทำวิจัยเป็นความท้าทาย ช่วยยกระดับความรู้ความสามารถ เช่นเดียวกับการศึกษาของจรรยา แก้วใจบุญ (2541) การศึกษา และค้นคว้าวิจัย เป็นบทบาทหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของอาจารย์ซึ่งจะต้องดำเนินควบคู่กับภาระหน้าที่ด้านอื่น ๆ เช่น การสอน เพื่อผลิตบัณฑิต การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

4) งบประมาณในการทำวิจัย โดยระบบการขอการเบิกจ่ายเงินทุนอุดหนุนการทำวิจัยไม่ควรมีขั้นตอนยุ่งยากหรือล่าช้า ทั้งนี้ต้องมีความสามารถในการแสวงหาทุนจากแหล่งต่าง ๆ โดยไม่พึ่งเพียงแหล่งทุนจากคณะ นอกจากนี้การสนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงจากหน่วยงานต้นสังกัดช่วยให้บุคลากรสายวิชาการทำวิจัยมากขึ้น สอดคล้องกับพัชรา บุญนำ และสมควร ทรัพย์บำรุง (2552) พบว่า แรงจูงใจในการทำวิจัยของอาจารย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยเกื้อหนุนในการทำวิจัยของอาจารย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัญหาในการทำวิจัยขอของอาจารย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มี 5 อันดับ ได้แก่ 1) ภาระงานสอนและอื่น ๆ 2) จำนวนงบประมาณที่ได้รับ 3) อุปกรณ์และเครื่องมือในการทำวิจัย 4) การเบิกจ่ายงบประมาณ/ทุนสนับสนุนการวิจัย และ 5) บุคลากร/ผู้ช่วย ที่จะสนับสนุนงานด้านบริหารโครงการ

5) ทักษะต่อการทำวิจัย โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัยคือ ทักษะที่เห็นว่าการวิจัยเป็นภารกิจที่สำคัญของบุคลากรสายวิชาการ การสร้างสรรค์งานวิจัยเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทั้งภาคการศึกษาและภาคธุรกิจ และทัศนคติในทางลบมองว่าการทำงานวิจัยส่งผลให้เกิดความเครียด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของช่อลดา วิชัยพาณิชย์ (2554) ทักษะของอาจารย์เป็นปัจจัย

ที่สำคัญอย่างหนึ่งของการทำหรือไม่ทำงานวิจัยของอาจารย์ ซึ่งตรงกับปรารภณา อเนกปัญญากุล (2556) อธิบายว่าการมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตผลงานวิจัย จะมีความสัมพันธ์กับผลผลิตงานวิจัยของอาจารย์

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยสามารถสร้างเครือข่ายนักวิจัยรุ่นใหม่และนักวิจัยอาวุโส โดยจัดเป็นกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์การทำวิจัยและนำไปสู่การทำวิจัยร่วมกัน ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าว จะส่งผลให้มหาวิทยาลัยสามารถผลิตนักวิจัยที่มีคุณภาพ นำไปสู่การพัฒนางานวิจัยที่ตอบโจทย์แผนยุทธศาสตร์ของชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

สรุป

บทความวิจัยเรื่องนี้ได้เห็นถึงความสำคัญของงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนเรศวร จึงได้ดำเนินโครงการวิจัยเพื่อหาเหตุผลในการเลือกทำหรือไม่ทำงานวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ ทำให้พบว่าเหตุผลหลักที่ไม่ทำวิจัยมาจากภาระหน้าที่ในการสอน บทความวิจัยเรื่องนี้จึงสามารถเสนอต่อผู้บริหารหน่วยงานเพื่อใช้วางแผนและสร้างสมดุลระหว่างการทำวิจัยและการสอนของบุคลากร สนับสนุนให้บุคลากรสามารถผลิตผลงานวิชาการที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับภาระหน้าที่ในการสอนได้ เมื่อบุคลากรสามารถทำวิจัยและมีผลงานตีพิมพ์เผยแพร่ได้ จะทำให้มีผลงานทางวิชาการเพื่อใช้ประกอบการขอเลื่อนตำแหน่งวิชาการ สร้างชื่อเสียงทางวิชาการ และผลอื่น ๆ ตามมาได้ในท้ายที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมและผลักดันให้บุคลากรสายวิชาการของมหาวิทยาลัยนเรศวรขอรับทุนวิจัยแหล่งทุนภายนอก โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักวิจัยอาวุโสและนักวิจัยรุ่นใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้การขอรับทุนจากแหล่งทุนภายนอกและแลกเปลี่ยนเทคนิคการเขียนขอรับทุนจากแหล่งทุนภายนอก รวมถึงส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการทำวิจัยให้กับนักวิจัยทุกระดับและผลักดันให้เกิดผลงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบุคลากรสายวิชาการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำวิจัยของบุคลากรสายวิชาการ เพื่อประกอบการวิเคราะห์เพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาวิรุ้ สมนึก. (2557) ปัจจัยในการทำวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- กรรวิ เวียงเหล็ก. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตมโนทัศน์เกี่ยวกับการทำวิจัยในชั้นเรียนของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จรรยา แก้วใจบุญ. (2541). ปัจจัยที่จูงใจให้อาจารย์วิทยาลัยพยาบาลในสังกัดสถาบันพระบรมราชชนนี เขตภาคเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.(สาขาวิชาบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ช่อลดดา วิชัยพาณิชย์. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีวิจัยและการพัฒนาหลักสูตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐรัตน์ สมนาม และสมบัติ ทิมทรัพย์. (2551). การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาคุณภาพงานวิชาการของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนกลุ่มความร่วมมือในเขตกรุงเทพฯ ตะวันตกและปริมณฑล. รายงานการประชุมวิชาการธนบุรีวิจัย ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: กลุ่มพันธมิตรทางการศึกษา.
- ฐิติพร ตันติศรียานุรักษ์, รัชฎา ธิโสภา และอรดา เกรียงสินยศ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการทำวิจัยของบุคลากร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. กรุงเทพฯ: กองแผนงาน สำนักงานอธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- นัสสี ทรัพย์บุญฤดี. (2546). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัย รามคำแหง. ปริญญา นิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การวัดและประเมินผล การศึกษา) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ปรารณา อเนกปัญญากุล และคณะ. (2556). พฤติกรรมการทำวิจัย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำวิจัยของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. รายงานการวิจัย. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร
- พัชรา บุญนำ และสมควร ทรัพย์บำรุง (2552). แรงจูงใจ ปัจจัยเกื้อหนุน และปัญหาในการทำวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. รายงานการวิจัย. ปทุมธานี : คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต.
- เพราพรรณ เปลี่ยนภู. (2542). จิตวิทยาการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วิจารณ์ พานิช. (2553). การบริหารงานวิจัยแนวคิดจากประสบการณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ.2566-2567. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุนิภา ชินวุฒิ. (2538). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกับบทบาทการวิจัยของอาจารย์พยาบาล วิทยาลัยพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข (วิทยานิพนธ์พยาบาลมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมเจตน์ นาคเสวี และคณะ (2550). เจตคติต่อการวิจัยและปัจจัยที่เอื้อต่อการทำวิจัยของบุคลากรวิทยาลัยอิสลามศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- อัจฉรา ถาวร. (2545). แรงจูงใจในการทำวิจัยของอาจารย์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- อจริยา วัชรวิวัฒน์. (2544). การพัฒนาหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางการวิจัยสำหรับนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ (ปริญญาานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต) กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- อภิญา หิรัญวงษ์. (2547). ปัจจัยเชิงสาเหตุของผลผลิตภาพการวิจัยนักการศึกษาสาขาอาชีวศึกษาในระดับอุดมศึกษา (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อารี พันธมณี. (2542). จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพมหานคร: เลิฟแอนด์ลิฟเพรส จำกัด.
- Taro Yamane. (1973). Statistics: an introductory analysis. New York: New York: Harper& Row

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสุพรรณบุรี

THE QUALITY OF LOGISTICS SERVICES THAT AFFECT CUSTOMER SATISFACTIO N OF A COMPANY IN SUPHANBURI PROVINCE

วรวิชัย สดคมขำ ลัดดาวัลย์ สำราญ และโสรัยา สุภาพล

Worawit Sodkhomkham, Laddawan Someran and Soraya Supaphol

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Corresponding Author E-mail: soraya.s@rmutsb.ac.th, 084-3838400

Received March 27, 2024; Revised April 24, 2024; Accepted April 24, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 259 ราย ทำการสุ่มกลุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ และความพึงพอใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอำนาจการทำนายประมาณร้อยละ 22.00

คำสำคัญ: คุณภาพบริการโลจิสติกส์, ความพึงพอใจ, การขนส่ง, ผู้ให้บริการโลจิสติกส์

Abstract

The objectives of this research article were to study 1) the level of opinions regarding the quality of logistics services and customer satisfaction of a company in Suphanburi Province, and 2) the quality of logistics services that affected satisfaction. The sample group consisted of 259 customers of a company in Suphanburi Province, and simple random sampling was used. We collected data using questionnaires. Statistics used to analyze data included frequencies, percentages, means, standard deviations, and multiple regression analysis. The research findings revealed that the respondents' overall opinions on logistics service quality factors and satisfaction were high. The results of the hypothesis testing found that the quality of logistics services, consisting of service readiness, communication, and

safety, significantly affected the satisfaction of customers of a company in Suphanburi Province, with statistics at the level of 0.05. The predictive power was approximately 22.0 percent.

Keywords: Logistics service quality, Satisfaction, Transportation, Logistics service provider

บทนำ

ทั้งในอดีตและปัจจุบันการคมนาคมขนส่งเป็นกิจการประเภทหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน และการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของอุตสาหกรรมและธุรกิจการค้าต่าง ๆ ซึ่งเป็นการขนส่งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปจากแหล่งผลิตหรือพ่อค้าคนกลางที่ผ่านกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมหรือการขนส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค การขนส่งในประเทศไทยมีรูปแบบการขนส่ง 4 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือและการขนส่งทางบก โดยรถยนต์บรรทุกเป็นรูปแบบการขนส่งภายในประเทศที่นิยมมากที่สุด การขนส่งสินค้าทางบกโดยรถยนต์บรรทุกมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงผู้รับสินค้าและผู้ส่งสินค้าทั้งรายใหญ่และรายย่อยได้ดีกว่าการขนส่งสินค้าประเภทอื่น ๆ แต่สิ่งที่จะส่งผลเพื่อให้บริษัทที่ดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์หรือธุรกิจการจัดการขนส่งสินค้าอยู่รอดได้นั้นคือปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบคือเส้นทาง รถยนต์ อุปกรณ์ สถานี และยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ต้องพิจารณาอีก เช่น ผู้ประกอบการ กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ อีกด้วย (กิตติกานต์ พรหมเมตจิต, 2562) และด้วยภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและการดำเนินธุรกิจแบบไร้พรมแดนทำให้การแข่งขันทางการค้าเป็นไปอย่างรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้จึงส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและบริการ ทำให้มีผลกระทบต่องานรูปแบบการทำธุรกิจในปัจจุบัน การที่ธุรกิจจะสามารถยืนหยัดอยู่ได้นั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการรวมถึงความรวดเร็วในการกระจายสินค้า วัตถุดิบ ตั้งแต่ต้นทางไปถึงผู้บริโภคหน่วยสุดท้าย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ในขณะเดียวกันประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจควมมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องของโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความสำคัญต่อการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยในการเป็นผู้นำและศูนย์กลางด้านการขนส่ง ดังนั้น คุณภาพของการให้บริการด้านโลจิสติกส์และควมมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานภายในองค์กรธุรกิจเป็นสาเหตุที่ต้องนำมาวิจัยและพัฒนาในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงการปรับปรุงสมรรถนะด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (พลีษฐ์ ศักดิ์วานิชกุล, 2561)

บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี คือหนึ่งในผู้นำธุรกิจด้านเคมีภัณฑ์ในประเทศไทย จำหน่ายสารเคมีป้องกัน กำจัดศัตรูพืช ปุ๋ย และอาหารเสริมพืช มีสินค้าทั้งหมดมากกว่า 87 ผลิตภัณฑ์ คัดสรรวัตถุดิบที่ดีที่สุดและมีคุณภาพมากที่สุด ผ่านกระบวนการวิเคราะห์คุณภาพของสินค้าทั้งก่อนและหลังการผลิตตามมาตรฐาน ISO9001: 2015 มาตรฐานสากลโลก ใส่ใจความปลอดภัยในทุกขั้นตอนการผลิต รับผิดชอบและระมัดระวังผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะส่งผลกระทบต่อสังคมและชุมชนโดยรอบโรงงาน จำหน่ายสินค้าให้กับร้านค้าเคมีเกษตรทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย มีฐานลูกค้าตัวแทนจำหน่ายมากกว่า 500 ร้านค้าทั่วประเทศ นอกจากนี้บริษัทมีแผนการขยายตลาดโดยการเพิ่มตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศในอนาคต บริหารงานจัดส่งสินค้าโดยยึดหลักความถูกต้อง รวดเร็ว ตรงต่อเวลาและปลอดภัย

ในการจัดส่ง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและบริษัท โดยมีการให้บริการอย่างมืออาชีพ การสนับสนุน การสนทนาและการให้คำปรึกษาที่ดีและจริงใจ จากพนักงานทุกระดับด้วยความเต็มใจ และนอกจากนี้บริษัทยังดำเนินการตามวิสัยทัศน์ขององค์กรที่ว่า คุณภาพ คุณธรรม จริงใจ โดยมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์คุณภาพมาตรฐาน ความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดให้แก่ลูกค้า และเกษตรกรผู้ใช้ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้บริษัทเจริญก้าวหน้า เติบโตอย่างต่อเนื่องและคำนึงถึงการรักษาสีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมและสร้างความพึงพอใจในการให้บริการได้เป็นอย่างดี

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เสนอต่อผู้บริหาร เพื่อปรับปรุงคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของบริษัทให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีอย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพบริการโลจิสติกส์อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์

คุณภาพบริการโลจิสติกส์ หมายถึง คุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งยังส่งผลให้เกิดการใช้ซ้ำและบอกต่อ ซึ่งถือเป็นการได้เปรียบทางด้านการตลาดอย่างหนึ่งที่ผู้ให้บริการสามารถเป็นที่หนึ่งในใจของผู้ใช้งานหรือผู้บริโภค (พชรวรรณ ภาชีสวัสดิ์ และสวัสดิ์ วรรณรัตน์, 2566) รวมทั้งพลิชฐ์ ศักดิ์วานิชกุล (2561) ได้ให้ความหมายของ คุณภาพบริการโลจิสติกส์ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กรในระดับที่สูงขึ้น

โดยนักวิชาการได้กล่าวถึงองค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ไว้ว่า

วรวัณษ์ กรองทอง และคณะ (2566) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ประกอบไปด้วย 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) คุณภาพการติดต่อส่วนบุคคล (Personal Contact Quality) 2) ปริมาณการสั่งซื้อ (Order Release Quantities) 3) คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) 4) ขั้นตอนการสั่งซื้อ (Ordering Procedures) 5) ความถูกต้องในการสั่งซื้อ (Order Accuracy) 6) เงื่อนไขการสั่งซื้อ (Order Condition) 7) คุณภาพในการสั่งซื้อ (Order Quality) 8) ความคลาดเคลื่อนในการสั่งซื้อ (Order Discrepancy Resolution) และ 9) การตรงต่อเวลา (Timeliness)

ส่วนกิตตินาถ นุ่นทอง และคณะ (2564) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ หมายถึง คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 12 ตัวแปร คือ คุณภาพพนักงาน คุณภาพข้อมูล ค่าบริการ คุณภาพกระบวนการสั่งซื้อ ความพร้อมในการบริการ การจัดการความผิดพลาด การใช้เทคโนโลยี ความยืดหยุ่น ความสัมพันธ์ ความเหมาะสมด้านเวลา สภาพสินค้า และความถูกต้อง เพื่อเป็นมิติ คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ที่ประเมินทั้งด้านกระบวนการให้บริการและผลลัพธ์ของการให้บริการ ที่สอดคล้องกับบริบทธุรกิจโลจิสติกส์ในปัจจุบัน

กล่าวโดยสรุป คุณภาพบริการโลจิสติกส์ หมายถึง การส่งมอบบริการด้านโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพให้กับลูกค้า หรือการปฏิบัติตามเกณฑ์ หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งจะต้องมีการควบคุมให้เป็นไปในทางที่ดี เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีต่อสินค้าและบริการ ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 6 ตัวแปร เพื่อให้ครอบคลุมเกี่ยวกับบริบทของบริษัท คือ ต้นทุน ความถูกต้อง ความพร้อมในการบริการ การติดต่อสื่อสาร ระยะเวลาในการขนส่ง และความปลอดภัย

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและจิตใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ ส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการของตนเอง (น้ำลีน เทียมแก้ว, 2561) รวมทั้งกุลจิรา โพธิ์กัน และนิกร เมืองแก่น (2560) ยังความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดี รู้สึกชอบ รู้สึกพอใจ หรือทัศนคติทางที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น การได้รับการตอบสนองความต้องการภายใต้สภาพแวดล้อมของเหตุการณ์ขณะนั้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามมุ่งหวังและความต้องการ นอกจากนี้กิตติกานต์ พรหมเมตจิต (2562) ยังกล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบกับสิ่งที่ได้รับจากการบริการกับสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับการบริการ ในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้น

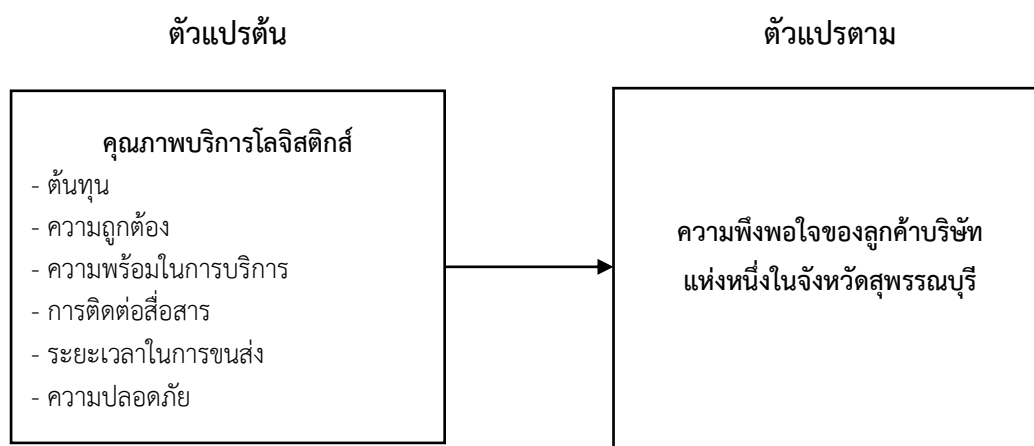
นอกจากนี้ บุชราภรณ์ ฉายชูผล (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน 2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ 3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการต้องมีจำนวนการให้การบริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม 4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง

การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ และ 5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า สรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ พอใจ ต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต่อองค์ประกอบและแรงจูงใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจ จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันหรือมีความพึงพอใจมากขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถเขียนกรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย (เชิงปริมาณ) พื้นที่วิจัย คือ บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ประชากร คือ ลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 729 ราย (บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ข้อมูล ณ วันที่ 12 ธันวาคม 2566) กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 259 ราย คำนวนจากสูตร Taro Yamane (1973) และใช้วิธีการสุ่มแบบอย่างง่าย โดยวิธีการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ต่อเดือน แบบตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านความถูกต้อง ด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านระบบสารสนเทศที่นำมาใช้ ด้านระยะเวลาในการขนส่ง ด้านความปลอดภัย จำนวน 19 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Opened ended Question)

โดยมีเกณฑ์การวัดคะแนนแต่ละระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) น้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นที่แต่ละด้าน ดังนี้ 5.00 - 4.50 (มากที่สุด) 4.49 - 3.50 (มาก) 3.49 - 2.50 (ปานกลาง) 2.49 - 1.50 (น้อย) และ 1.49 - 1.00 (น้อยที่สุด) ทั้งนี้แบบสอบถาม มีค่าความตรงตามเนื้อหา โดยพิจารณาจากดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index : IOC) พบว่า คำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ทุกด้านมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.73 - 0.84 ซึ่งมากกว่า 0.70 (กลยา วาณิชบัญชา, 2553) และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.727 จึงจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูล คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติในการนำเสนอข้อมูลโดยใช้การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 67.57 ส่วนมากอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.08 ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 38.61 ส่วนมากมีสถานภาพสมรส จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 52.12 ส่วนมากมีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

คุณภาพบริการโลจิสติกส์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านต้นทุน	4.24	0.43	มาก
2. ด้านความถูกต้อง	4.18	0.50	มาก
3. ด้านความพร้อมในการบริการ	4.26	0.46	มาก
4. ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.32	0.41	มาก
5. ด้านระยะเวลาในการขนส่ง	4.23	0.48	มาก
6. ด้านความปลอดภัย	4.39	0.40	มาก
รวม	4.27	0.31	มาก

จากตารางที่ 1 ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นคุณภาพบริการโลจิสติกส์ของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย และด้านที่มีค่าสูงที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความพร้อมในการบริการ ด้านต้นทุน ด้านระยะเวลาในการขนส่ง และด้านความถูกต้อง ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม

ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีความพึงพอใจกับการให้บริการโดยรวมของบริษัทนี้มาก	4.15	0.56	มาก
2. ท่านมีความพึงพอใจด้านการติดต่อสื่อสาร การประสานงานระหว่างให้บริการขนส่งสินค้ากับบริษัทนี้	4.20	0.71	มาก
3. ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน	4.31	0.63	มาก
4. ท่านมีความพึงพอใจที่บริษัทนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อสร้างความสะดวก และรวดเร็วในการให้บริการ	4.17	0.69	มาก
5. ท่านมีความพึงพอใจและเชื่อมั่นในการขนส่งสินค้าของบริษัท	4.40	0.57	มาก
รวม	4.25	0.39	มาก

จากตารางที่ 2 ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกด้านมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อที่มีค่าสูงที่สุด คือ ท่านมีความพึงพอใจและเชื่อมั่นในการขนส่งสินค้าของบริษัท รองลงมาคือ ท่านมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน ท่านมีความพึงพอใจด้านการติดต่อสื่อสาร การประสานงาน ระหว่างให้บริการขนส่งสินค้ากับบริษัทนี้ ท่านมีความพึงพอใจที่บริษัทนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อสร้างความสะดวก และรวดเร็วในการให้บริการ และท่านมีความพึงพอใจกับการให้บริการโดยรวมของบริษัทนี้มากตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการวิเคราะห์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีการตรวจสอบจากปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระทั้งหมด จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเองโดยใช้สถิติตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลาย ๆ ตัวด้วยค่าสถิติ Collinearity Statistics ผลที่ได้มี 2 ค่า คือ ค่า Tolerance ระหว่าง 0.62-0.82 ซึ่งมีความมากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ระหว่าง 1.22-1.61 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ และมีการตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อนโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.22-0.52 ทั้งนี้ควรมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 รวมทั้งความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน โดยพิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่า 1.99 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.50 - 2.50 (กลยา วาณิชบัญชา, 2553) แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความอิสระต่อกัน เมื่อทดสอบเงื่อนไขข้างต้น สรุปได้ว่า ชุดข้อมูลเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จึงวิเคราะห์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

คุณภาพบริการโลจิสติกส์	ความพึงพอใจ			t	P
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	1.55	0.31		4.98	0.00
ด้านต้นทุน	0.04	0.06	0.04	0.63	0.53
ด้านความถูกต้อง	0.10	0.05	0.12	1.81	0.07
ด้านความพร้อมในการบริการ	0.12	0.06	0.14	2.07	0.04*
ด้านการติดต่อสื่อสาร	0.21	0.06	0.22	3.46	0.00*

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่ง
ในจังหวัดสุพรรณบุรี (ต่อ)

คุณภาพบริการโลจิสติกส์	ความพึงพอใจ			t	P
	B	SE	β		
ด้านระยะเวลาในการขนส่ง	0.01	0.05	0.01	0.12	0.91
ด้านความปลอดภัย	0.16	0.06	0.17	2.75	0.01*

Adjust R Square = 0.22 R = 0.49 R Square = 0.24 Durbin-Watson = 1.99

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยนำตัวแปรอิสระที่สามารถร่วมทำนายตัวแปรตาม ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ พบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านความพร้อมในการบริการด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสามารถร่วมกันทำนายความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจทำนายประมาณ ร้อยละ 22.00 (Adjust R Square = 0.22) สามารถแสดงการทำนายได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ คือ

$$\hat{Y} = 1.55 + 0.04 (\text{ด้านต้นทุน}) + 0.10 (\text{ด้านความถูกต้อง}) + 0.12 (\text{ด้านความพร้อมในการบริการ}) + 0.21 (\text{ด้านการติดต่อสื่อสาร}) + 0.01 (\text{ด้านระยะเวลาในการขนส่ง}) + 0.16 (\text{ด้านความปลอดภัย})$$

สมการคะแนนมาตรฐาน คือ

$$Z_y = 0.04 (\text{ด้านต้นทุน}) + 0.12 (\text{ด้านความถูกต้อง}) + 0.14 (\text{ด้านความพร้อมในการบริการ}) + 0.22 (\text{ด้านการติดต่อสื่อสาร}) + 0.01 (\text{ด้านระยะเวลาในการขนส่ง}) + 0.17 (\text{ด้านความปลอดภัย})$$

อภิปรายผล

จากสมมติฐานที่ว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์อย่างน้อย 1 ด้าน ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ได้แก่ ด้านความพร้อมในการบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1. ด้านต้นทุน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้ เพราะ บริษัทได้ตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้า มีการบริการที่เหมาะสม และการใช้สินค้าของบริษัทรวมถึงการบริการมีความคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป จึงทำให้ด้านต้นทุน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญ์ณิษฐ์ กมลกิจติวงศ์ และนพพล สุวรรณทรัพย์ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่พบว่า ต้นทุนโลจิสติกส์มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

0.05 เนื่องจากบริบทของต้นทุนของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีต้นทุนที่สูงและมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมายจึงทำให้ผลการวิจัยแตกต่างจากบริบทของการขายสินค้าออนไลน์

2. ด้านความถูกต้อง ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะ พนักงานส่งสินค้าของบริษัทบริการจัดส่งสินค้าได้ตรงกับสถานที่ที่ระบุไว้และราคาของสินค้ากับค่าบริการถูกต้องตามที่ได้ระบุไว้ในใบสั่งซื้อ จึงทำให้ด้านความถูกต้อง ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิทย์ กรองทอง และคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ความพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดพิษณุโลกที่พบว่า ด้านความถูกต้องในการสั่งซื้อ ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านความพร้อมในการบริการ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะพนักงานจัดส่งสินค้าของบริษัทมีความพร้อมในการให้บริการจัดส่งสินค้ารวมถึงยานพาหนะที่พร้อมขนส่งสินค้าอยู่เสมอ จึงทำให้ด้านความพร้อมในการบริการ ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับงานวิจัย นฤพล มีกล้า และคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ของไทย ที่พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมต่อตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจบริการ โลจิสติกส์ของไทยน้อยที่สุดคือ การบริการลูกค้า ในขณะที่ตัวแปรแฝงการบริการลูกค้า ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านตอบสนองอย่างรวดเร็ว

4. ด้านการติดต่อสื่อสาร ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะ พนักงานของบริษัทให้บริการด้วยความเป็นมิตร สุภาพอ่อนโยน เข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีทักษะในการจัดส่งสินค้า สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ด้านการติดต่อสื่อสาร ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิทย์ กรองทอง และคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ความพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดพิษณุโลกที่พบว่า ด้านคุณภาพการติดต่อส่วนบุคคล ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี มีการขายสินค้าจากลูกค้าเดิมที่มีการสั่งซื้อสินค้าในรูปแบบเดิมจึงทำให้ไม่เกิดปัญหาทางด้านการติดต่อสื่อสารเท่าที่ควร

5. ด้านระยะเวลาในการขนส่ง ไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เพราะ ระยะเวลาที่พนักงานใช้ในการจัดส่งสินค้ามีความเหมาะสมกับระยะทาง สามารถกำหนดระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ จึงทำให้ด้านระยะเวลาในการขนส่งไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพชรวรรณ ภาชี สวัสดิ์ และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2566) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและการบอกต่อของผู้บริโภค: กรณีศึกษาธุรกิจแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่ที่พบว่า ด้านเวลา มีผลกระทบเชิงบวกและสำคัญต่อความพึงพอใจและการบอกต่อ นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการบอกต่อ เหตุผลอันเนื่องมาจากบริษัทมีการขนส่งและติดตามการขนส่งตัวตนเอง จึงทำให้ปัญหาด้าน

ระยะเวลาในการส่งสินค้าไม่มีผลต่อความพึงพอใจ และแตกต่างจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นการส่งสินค้าผ่านธุรกิจอื่น ๆ

6. ด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้ เพราะรายละเอียดข้อมูลของสินค้านั้นถูกต้องและเป็นปัจจุบัน สินค้าที่ได้รับการจัดส่งมีความปลอดภัย ในระหว่างที่ทำการจัดส่งไปยังลูกค้า จึงทำให้ด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท แห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญกนิษฐ์ กมลกิตติวงศ์ และนพพล สุวรรณทรัพย์ (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนของผู้ประกอบการ ร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่พบว่า ความปลอดภัยของสินค้ามีความสัมพันธ์ ในระดับสูงกับระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้าเอกชนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้คือการเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพบริการโลจิสติกส์และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ดังนี้

1. ด้านความพร้อมในการบริการ: การวิจัยพบว่าด้านความพร้อมในการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสินค้าที่ส่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าและมีขนาดใหญ่ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายได้ง่าย ลูกค้าจึงต้องการความพร้อมจากบริษัท เช่น ความพร้อมของรถขนส่งสินค้า พนักงานขนส่งสินค้า เป็นต้น มีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกับผลวิจัยในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงความกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ

2. ด้านการติดต่อสื่อสาร: การวิจัยพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสารส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะลูกค้ามีความต้องการข้อมูลสำหรับผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เนื่องจากบริษัทมีผลิตภัณฑ์มากมาย ทำให้ลูกค้าไม่สามารถทราบถึงรายละเอียดได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของพนักงานที่จะต้องสื่อสารกับลูกค้าอย่างชัดเจน เข้าใจ และทราบถึงความต้องการของลูกค้าได้

3. ด้านความปลอดภัย: การวิจัยพบว่า ด้านความปลอดภัยส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถชำรุดได้ง่าย เช่น กระสอบ ขวดแก้ว เป็นต้น จึงทำให้บริษัทต้องพึงระมัดระวังอยู่เสมอ ควรมีการระบุข้อความไว้เสมอ เช่น ห้ามโยน ระวังสินค้าแตกหรือชำรุด เพื่อป้องกันความเสียหายของสินค้าจนถึงมือของลูกค้าอย่างปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์

1.1.1 ด้านความพร้อมในการบริการบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการตรวจสอบคำสั่งซื้อก่อนทำใบส่งสินค้า และนำใบส่งสินค้ามาเช็คสินค้าก่อนจัดส่ง เพื่อเป็นการทบทวนและให้แน่ใจว่าจะจัดส่งสินค้าได้ครบตามจำนวนที่ลูกค้าสั่งสินค้า

1.1.2 ด้านการติดต่อสื่อสารบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นหนึ่งในตัวช่วยในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าช่องทางหนึ่ง เพื่อเป็นการสื่อสารให้ลูกค้าได้รู้จักกับสินค้ามากขึ้น และรับรู้ว่าคุณค่าของลูกค้านั้นได้รับการจัดส่งแล้วหรือไม่ หรือจัดส่งถึงที่ไหนแล้ว

1.1.3 ด้านความปลอดภัยบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรมีการทำฉลากสินค้าที่มีความเหมาะสม ให้ลูกค้าสามารถอ่านรายละเอียดการใช้สินค้า ข้อควรระวัง และคำแนะนำเมื่อเกิดอันตรายต่อผู้ใช้สินค้าได้

1.2 ความพึงพอใจ บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีควรมีการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในบริษัทเพื่อสร้างความสะดวกสบาย รวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานสามารถตอบคำถามและช่วยลูกค้าแก้ไขปัญหาได้ รวมไปถึงการพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงที่สุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจ เช่น ประสิทธิภาพการขนส่ง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจจะส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีการให้บริการของบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมการศึกษาให้ครอบคลุมทั่วทั้งภูมิภาค เพื่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในด้านปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.3 ควรมีการศึกษารูปแบบของวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิด ความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ผลของปัจจัยคุณภาพบริการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

กัญญกนิษฐ์ กมลกิตติวงศ์ และนพพล สุวรรณทรัพย์. (2565). ปัจจัยด้านโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการบริษัทขนส่งเอกชนของผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 3(3), 53-63.

กัลยา วานิชย์บัญชา (2553). *การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.

กิตติกันต์ พรหมเมตจิต. (2562). *ความพึงพอใจในบริการธุรกิจขนส่งสินค้าโดยรถบรรทุกของบริษัท แมกซ์คอร์ โลจิสติกส์ จำกัด* (สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.

กิตตินาถ นุ่นทอง และคณะ. (2562). รูปแบบ คุณภาพการบริการโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. *วารสาร BU Academic Review*, 18(2), 26-41.

กุลจิรา โพธิ์กัน และนิกร เมืองแก่น. (2560). *การสำรวจความพึงพอใจของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการด้านเชียงของที่มีต่อเส้นทาง R3A* (โครงการวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, นนทบุรี.

นฤพล มิกล่า และคณะ. (2566). แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ของไทย. *วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ*, 6(2), 79-93.

- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560. มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุษราภรณ์ ฉายชุมพล. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของสำนักงานประกันสังคมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- พชรวรรณ ภาชีสวัสดิ์ และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2566). ผลกระทบของคุณภาพบริการโลจิสติกส์ต่อความพึงพอใจและการบอกต่อของผู้บริโภค : กรณีศึกษาธุรกิจแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(1), 49-59.
- พลิชฐ์ ศักดิ์วานิชกุล. (2561). ประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับงานแสดงสินค้าประเภทเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีโลหะการ (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- วรวลัญช์ กรองทอง และคณะ. (2566). คุณภาพบริการโลจิสติกส์ ความพอใจ และความจงรักภักดีของผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันสั่งอาหารในจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา*, 11(1), 246-262
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper.



B A & I T

Business Administration
And Information Technology



BA & IT

JBU ***RUS***

วารสารบริหารธุรกิจ
ราชมงคลสุวรรณภูมิ

JOURNAL of Business Administration
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi