

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

APHEIT HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES JOURNAL

ISSN: 0858 – 9216

ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565

Vol. 26 No. 1 JANUARY – JUNE 2022

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เน้นการพัฒนานวัตกรรมทางด้านการจัดการเรียนรู้ การวิจัยและพัฒนา บทความวิจัย บทความวิทยานิพนธ์ บทความวิชาการเกี่ยวกับความรู้ แนวคิด เรื่องที่เป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไป การตรวจสอบทางวิชาการ

บทความได้รับการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (double-blinded peer review)

เจ้าของ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ที่ปรึกษา คณะกรรมการวิชาการและการประกันคุณภาพการศึกษา

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
บรรณาธิการ

ดร.มานิต บุญประเสริฐ

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวทิพนาถ ชาริรักษ์

กองบรรณาธิการ

ดร.เสนีย์ สุวรรณดี

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ดร.ธนอมวงศ์ ล้ายอดมรรคผล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร. พรณราย ทรัพย์ะประภา

นักวิชาการอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ ไชยโส

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร. ญัฐพล ชันธไชย

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ขลิตรกุล

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำพล นววงศ์เสถียร

วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ

นางบุศรา เอมบุตร

นางสาวเพชรราตรี เฉพาะตน

นายบุญร่วม ศรีสร้อย

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

สถานที่พิมพ์ โรงพิมพ์ อัสสัมชัญ

สามารถอ่านและดาวน์โหลดบทความได้ที่ <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/apheit-ss/index>

คณะกรรมการวิชาการและการประกันคุณภาพการศึกษา

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วาระ 1 สิงหาคม 2562 – กรกฎาคม 2564

1. รศ.ดร.บัณฑิต โรจน์อารยานนท์	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น	ประธานกรรมการ
2. รศ.ดร.ประสาร มลากุล ณ อยุธยา	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต	กรรมการ
3. อาจารย์จรินทร์ กมลสินธุ์	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา	กรรมการ
4. อาจารย์อุบล ใช้สงวน	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์	กรรมการ
5. ผศ.ดร.อรรยา สิงห์สงบ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	กรรมการ
6. ดร.จอมพงศ์ มงคลวนิช	มหาวิทยาลัยสยาม	กรรมการ
7. รศ.ดร.นิตย์ เพ็ชรรักษ์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	กรรมการ
8. ดร.พรทิพย์ กวินสุพร	มหาวิทยาลัยคริสเตียน	กรรมการ
9. ผศ.ดร.ปริญญา ตันตสวัสต์	มหาวิทยาลัยชินวัตร	กรรมการ
10. ผศ.ดร.อุไรรัตน์ แยมขุติ	มหาวิทยาลัยธนบุรี	กรรมการ
11. ดร.สุรัชย์ สานติสุขรัตน์	มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่	กรรมการ
12. ผศ. ดร.วัลลภ พุกโสม	มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก	กรรมการ
13. ผศ.ดร.กนกอร บุญมี	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรรมการ
14. ผศ.ดร.นเรฐ พันธราธร	มหาวิทยาลัยรังสิต	กรรมการ
15. ดร.กัรรัตน์ สงวนไพร	มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต	กรรมการ
16. ผศ.ดร.อรุณี สำเภาทอง	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์	กรรมการ
17. รศ.ดร.รัชนิ ศุจิจันทร์รัตน์	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล	กรรมการ
18. ผศ.ดร.อัจฉราพร โชติพิทักษ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	กรรมการ
19. รศ.ดร.สถาพร อมรสวัสดิ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	กรรมการ
20. รศ.อิสยา จันทรวิธานุชิต	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	กรรมการ
21. ดร. วินัย โกกระกุล	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	กรรมการ
22. รศ.ดร.อรพรรณ ลือบุญธวัชชัย	วิทยาลัยเซนต์หลุยส์	กรรมการ
23. ผศ.ดร.อำพล นววงศ์เสถียร	วิทยาลัยเซนต์อีสต์บางกอก	กรรมการ
24. ดร.ศิริพงศ์ รักใหม่	วิทยาลัยดุสิตธานี	กรรมการ
25. ผศ.ดร.ไตรรัตน์ ยืนยง	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น	กรรมการ
26. รศ.ดร.วิเชียร ชิวพิมาย	วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย	กรรมการ
27. ผศ.สำเร็จ นนศิริ	วิทยาลัยสันตพล	กรรมการ
28. ผศ.ดร.ฐิติรัตน์ มีมาก	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ	กรรมการ
29. อาจารย์ณัฐวุฒิ ว่องทรัพย์ทวี	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	กรรมการ
30. ดร.มานิต บุญประเสริฐ	สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนฯ	กรรมการ
31. อาจารย์ชาติชาย โพธิ์พาด	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น	กรรมการและเลขานุการ

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

Reviewers

ศาสตราจารย์ ดร.พฤษี	ศิริพรรณพิทักษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.บุญเรียง	ขจรศิลป์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อุทัย	บุญประเสริฐ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พันธ์	เดชะคุปต์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบุญวัลย์	สัตยารักษ์วิทย์	สถาบันเทคโนโลยีจิตรลดา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์	ไชยโส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัตน์	ชัยสำเริง	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.พรรณราย	ทรัพย์ะประภา	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์	ทองเลิศ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรา	เอื้อวงศ์	มหาวิทยาลัยสยาม
ดร.ธนอมวงศ์	ล้ำยอดมรรคผล	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ดร.วันเกษม	สัตยานุชิต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ดร.ผุสดี	พลสารัมย์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ดร.ศรีสมร	พุ่มสะอาด	มหาวิทยาลัยรังสิต

Editor's Note

Dear All,

The impact of COVID 19 beyond imagination.

We must admit that the impact of COVID 19 is beyond our imagination, physically and mentally. It affects all walks of life globally. It disrupts our educational service delivery system. Evidently, most university campuses were very quiet without students' presence.

How to continue our daily life and work is the major problem under the social distancing policy regarding health concerns. The external factor, the pandemic of COVID 19, has forced us to change accordingly. Digital transformation, like it or not, has become a challenge. It has played important roles in bridging the distance among teachers and students, enabling online education delivery mode possible under the Government's keeping distancing policy. Digital technology has facilitated us to be able to carry on our duties and responsibilities, teachers working from home or from campus and students learning remotely. Self-adjustment with the development of new skills and reskills, especially digital skills, for both parties is inevitable. It is the key to continue our duties effectively in the new normal.

Obviously, instructional strategies have to change to accommodate the learning online delivery mode. Teachers must equip themselves with the new digital skills necessary for conducting classes online and engage students in learning. Also, students need to equip themselves with self-directed learning method, self-discipline for class preparation and participation, self-learning assessment. On the positive side, the impact of COVID 19 has made all of us to be on the alert and ready for the unpredictable circumstances in the future. Absolutely, innovative method of teaching and learning, instructional technology, is needed.

The lesson learned.

Now, the global situation of COVID 19 has significantly alleviated since March this year. It shows a downward trend continuously as reported by the authorities concerned. Most countries, including Thailand, have issued the policy to reopen their countries for travelers, visitors, including foreign students to be able to attend on-site classes and educational activities on campuses. That is good news. Campuses are starting to come alive again as students return.

For higher education educators, teaching and research is inseparable, like two sides of a coin. The reputation of an institution in academic circles depends on the scholarship of its faculty. Scholarship, or research, is an important part of academic life. It is a good opportunity for college or university educators to reflect on your teaching requirements and changes you have initiated during the COVID 19 pandemic. As an educator, a teacher or a researcher, what have you learned about teaching and learning online during the last two years, in terms of professional development and effective instruction? How do you manage the classes? For the learners' learning, what assumptions have you made in devising your teaching strategies about the variables likely to influence the learning of your students during the pandemic. Did you know the capacities, interests, and readiness of the learners, of each individual students in your class? What do students prefer, on-site classes or online learning? What are the changes in your students' learning styles? Share your discovery.

APHEIT journal is a platform for Share and Learn. We value your contributions.

Welcome back to campuses,

Manit Boonprasert, Ed.D

The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand
Under the Patronage of Her Royal Highness Princess Maha Chakri Sirindhorn
June, 2022

สารบัญ

CONTENTS

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
แห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม – มิถุนายน 2565

บทความวิชาการ

ปัญหาทางกฎหมายสิทธิบัตร: กรณีการประดิษฐ์เกิดจากปัญญาประดิษฐ์

Legal Problem of Patent Protection: AI-Generated-Invention case

อรณิชา สวัสดิชัย และอรรยา สิงห์สงบ.....01-12

ความรับผิดชอบคู่สมรสในการทำสัญญาค้ำประกัน

Spouse's Liability in Making Surety Contracts

รุ่งอรุณ ชนะวีรวรรณ.....13-22

บทความวิจัย

การบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมในจังหวัดนนทบุรีอย่างมุ่งผลสัมฤทธิ์ สู่มาตรฐานสากล

The Management of Secondary Schools in Nonthaburi Province Accordance with the Achievement
Oriented Ways Toward International Standard

อุทิศ มิเถาว์ลย์.....23-30

ผลของโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการ
แก้ปัญหาต่อคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง

Effect of Postural Correction Teaching Program through Cognitive Behavior Modification Approach
with Problem Solving Technique on the Quality of Life of Low Back Pain Patients

กวีวิจน์ จักสมศักดิ์และ ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา.....31-46

สารบัญ

CONTENTS

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
แห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม –มิถุนายน 2565

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงานร้านชาไข่มุก: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือใน
ประเทศไทย

Factors Affecting Job Performance among Bubble Tea Employees: A Case Study of Northeast
Thailand

เกตุแก้ว พรหมเมือง และสืษชาติ อ้นทะไชย.....47-54

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่ม เจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร
Marketing Mix Factors Affecting the Decision to Buy Online Products of Generation Z Group in
Bangkok

พนิดา ต้นศิริ.....55-68

ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของ
บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแห่งหนึ่ง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Marketing Innovation Factors Effecting Brand Loyalty for Cleansing and Disinfecting Products of a
Manufacturing and Distribution Company in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

รุ่งแก้ว พุ่มโพธิ์ และเสาวลักษณ์ นันทิศรี.....69-79

ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
(ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019)

Student Satisfaction with the Service Provision of the Registration Office Thai-Nichi Institute of
Technology (During the Coronavirus 2019 Pandemic)

รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ วิษณุ เพ็ชรไทย ชุตินันท์ เจริญจิระเศรษฐ์ วรณพล ศุภสกุลดำรงค์

บุญยวีร์ โชคประเสริฐสม และไกล่รุ่ง กระแสร์สินธุ์.....80-97

สารบัญ

CONTENTS

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
แห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม –มิถุนายน 2565

ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Customer Satisfaction with the Western University's Pharmacy

สรวิชญ์ ออกนิษฐาวงศ์ วรณดี แต่โสติกุล ธวัช แต่โสติกุล และวิวรรณ อัครวิเชียร.....98-113

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์

Work Motivation of Personnel at Attawit School

เปรมปภัสร เพชรจรัสศรี1, ภูษิตย์ วงษ์เล็ก2,

ปฎิมา รุ่งเรือง ตรีวิทย์ อัครศิริศิลป์ และจตุพร สังขวรรณ.....114-123

ปัญหาทางกฎหมายสิทธิบัตร: กรณีการประดิษฐ์เกิดจากปัญญาประดิษฐ์

Legal Problem of Patent Protection: AI-Generated-Invention case

อรณิชา สวัสดิชัย¹, อรรยา สิงห์สงบ²

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ^{1, 2}

Onnicha Sawaddichai¹, Aunya Singsangob²

School of Law, Bangkok University^{1, 2}

E-mail: onnicha.s@bu.ac.th ¹

Received: February 3, 2022; Revised: April 11, 2022; Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

เมื่อปัญญาประดิษฐ์ได้รับการพัฒนาเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลวิเคราะห์เชิงลึกให้คล้ายความฉลาดของมนุษย์ และสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นการกระทำ กระทั่งมีความสามารถประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาได้เอง (AI-Generated Invention) โดยไม่จำเป็นต้องถูกแทรกแซง หรือควบคุมโดยมนุษย์ จึงเกิดประเด็นปัญหาทางกฎหมายว่าการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์นั้น ควรได้รับประโยชน์จากการคุ้มครองสิทธิบัตรหรือไม่ มีความสอดคล้องกับนโยบายในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรอย่างไร และผู้ใดควรมีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์หรือผู้ทรงสิทธิบัตรในการประดิษฐ์ดังกล่าว ในการนี้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษานโยบายในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรซึ่งปรากฏในแนวคิดทฤษฎีต่างๆ หลักเกณฑ์การคุ้มครองสิทธิบัตรที่กำหนดไว้ในความตกลงระหว่างประเทศ รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบการตีความกฎหมายของประเทศที่เลือกศึกษาเกี่ยวเนื่องกับประเด็นการขอจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ โดยมุ่งที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การพัฒนาความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรม และประเด็นปัญหาที่เกิดจากการปรับใช้กฎหมายสิทธิบัตรเพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ดังกล่าว รวมถึงแนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับความเหมาะสมในการนำกฎหมายสิทธิบัตรมาปรับใช้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กฎหมายสิทธิบัตรที่มีลักษณะเป็นสากลและบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันยังมีข้อจำกัด อาทิ ประเด็นเกี่ยวข้องกับแนวคิดในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร ประเด็นเงื่อนไขในการขอรับสิทธิบัตร รวมถึงสิทธิของผู้ประดิษฐ์หรือผู้ทรงสิทธิบัตร ซึ่งอาจไม่สอดคล้องต่อการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น และส่งผลให้การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ไม่ได้รับความคุ้มครองตามแนวทางของกฎหมายที่เหมาะสม

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์ การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ สิทธิบัตร

ABSTRACT

Artificial Intelligence is now developed to optimize the processing of deep analytics, simulate human intelligence, and be able to perform tasks by itself (AI-Generated Invention) without much intervention and control by human beings. At its core, the issue is about demanding for the protection of AI-Generated Invention. In particular, the questions being asked include (1) whether a patent can be granted for an AI-Generated Invention; (2) whether it is consistent with the patent policy; and (3) whether AI can be considered as an inventor or patent applicant for its own-generated Invention. Accordingly, the authors intend to study the concept on exclusive rights, the criteria on patent protection as provided in International Agreements, and the comparative analysis of AI-Generated Invention case in selected countries. The main aims of the study are (1) to understand the development scenario of artificial intelligence capabilities which cause a change in innovation and to point out patent protection issues arising from such innovation; and (2) to assess whether patent law serves the purpose for the patentability of AI-generated inventions in Thailand. The study shows that the current patent laws and the agreements may not be consistent with the advancement of artificial intelligence technology and the emerging innovations, in particular in what concerns the condition for patentability and patent policies. As a result, AI-Generated Invention may not be protected by appropriate legal measures.

KEYWORDS: Artificial Intelligence, AI-Generated Invention, Patent Law

บทนำ

ในยุคเทคโนโลยี 4.0 ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ซึ่งเป็นระบบประมวลผลของคอมพิวเตอร์หุ่นยนต์ เครื่องจักร หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่มีต้นแบบมาจากโครงข่ายประสาทของมนุษย์ สามารถเรียนรู้และเพิ่มประสิทธิภาพการประมวลผลวิเคราะห์เชิงลึกคล้ายความฉลาดของมนุษย์ และสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นการกระทำ (What Is AI?, n.d.) ได้เข้ามามีบทบาททดแทนแรงงานมนุษย์ ทั้งในภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ รวมถึงในชีวิตประจำวัน

มากขึ้นเรื่อย ๆ โดยปัญญาประดิษฐ์อาจอยู่ในลักษณะที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น รถยนต์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ทางการแพทย์ หรือปัญญาประดิษฐ์ที่ไม่มีรูปร่างชัดเจน เช่น Search Engine Chatbot ระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งปัญญาประดิษฐ์ในแต่ละลักษณะก็จะมีความสามารถที่แตกต่างกันไป โดยปัญญาประดิษฐ์ที่มีการใช้งานอยู่ในปัจจุบันถือเป็นปัญญาประดิษฐ์ประเภทที่สามารถทำงานอัตโนมัติในระดับเบื้องต้น (Artificial Narrow Intelligence : ANI) อย่างไรก็ตามการคาดการณ์ว่าในอนาคตอันใกล้จะมีการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์

ประเภทที่สามารถคิดเป็นเหตุเป็นผลวางแผน แก้ปัญหา เรียนรู้ได้เองจากประสบการณ์ (Artificial General Intelligence : AGI) และปัญญาประดิษฐ์ประเภทที่สามารถคิดเชิงนามธรรมได้เรียนรู้ได้และตัดสินใจได้เอง อย่างมีอิสระเหนือการควบคุมใด ๆ (Artificial Superintelligence: ASI) ซึ่งถือว่ามีควมฉลาดเทียบเท่ามนุษย์ หรือมีความสามารถที่เหนือกว่ามนุษย์

ในขณะที่เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์กำลังได้รับการพัฒนา และมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ประเด็นที่น่าสนใจในมุมมองของกฎหมายสิทธิบัตรคือ หากปัญญาประดิษฐ์มีความสามารถในการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมาได้เอง (AI-Generated Invention) โดยไม่มีการแทรกแซง หรือควบคุมโดยมนุษย์เลย ดังเช่นกรณีตัวอย่างของ DABUS ระบบปัญญาประดิษฐ์ซึ่งได้รับการกล่าวอ้างว่าสามารถออกแบบและคิดค้นรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์อาหารได้เองโดยมนุษย์ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Epi Welcomes Its First Executive Director, 2021) การประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นจากปัญญาประดิษฐ์ดังกล่าว จะสามารถขอรับความคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตรได้หรือไม่ และปัญญาประดิษฐ์จะมีสถานะใดตามกฎหมายสิทธิบัตร (ปัญญาประดิษฐ์ควรเป็นเพียงทรัพย์สินของผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์ซึ่งส่งผลให้การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์อยู่ในสถานะของดอกผล หรือสามารถมีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์เหนือการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์นั้น)

ปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ เป็นประเด็นสำคัญที่อยู่ระหว่างการพิจารณาในระดับนานาชาติ โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ได้เปิดให้มีการรับ

ฟังความคิดเห็นสาธารณะจากนานาประเทศ เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายและหาแนวทางปรับปรุงด้านกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อปกป้องคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งปัจจุบันได้มีการจัดทำร่างเอกสารรวบรวมข้อควรพิจารณา ประเด็นคำถาม และข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่มีความเกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ (Issues Paper on IP policy and AI) โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร ร่างเอกสารฉบับดังกล่าวได้กำหนดประเด็นเพื่อการพิจารณาร่วมกันไว้หลายประการ อาทิ

(1) การกำหนดคำนิยามของปัญญาประดิษฐ์ และผลงานที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ให้มีความชัดเจนเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการพิจารณาให้ความคุ้มครองตามแนวทางของกฎหมายสิทธิบัตร (รวมถึงกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่นที่เกี่ยวข้อง)

(2) การกำหนดแนวทางจำแนกสิทธิบัตรสำหรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ และการประดิษฐ์ที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือ

(3) การพิจารณาปรับปรุงแก้ไขลักษณะการประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรได้และหลักเกณฑ์ในการเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับการประดิษฐ์เพื่อรองรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์

รวมถึง (4) ประเด็นสำคัญเกี่ยวข้องกับนโยบายในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร ว่าการประดิษฐ์ที่สร้างขึ้นโดย ปัญญาประดิษฐ์ควรได้รับประโยชน์จากการคุ้มครองสิทธิบัตรหรือไม่ และมีความสอดคล้องกับนโยบายในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรอย่างไร เป็นต้น (WIPO Conversation on Intellectual Property (IP) and Artificial Intelligence (AI), 2021) ซึ่งร่างเอกสารฯ ดังกล่าวยังไม่มีสถานะเป็นทางการและยังไม่ได้ข้อสรุปต่อ

ประเด็นปัญหาต่างๆ ที่ชัดเจน เนื่องจากแต่ละประเทศยังคงมีมุมมองที่แตกต่างกันในประเด็นสำคัญ โดยในขณะนี้ สืบเนื่องจากกรณีการยื่นขอจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ที่เกิดจากระบบปัญญาประดิษฐ์ DABUS พบว่ามีการปรับใช้กฎหมายสิทธิบัตรที่ต่างกันแล้วในประเทศต่างๆ และมีการแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างไปในหลายแง่มุม ตัวอย่างเช่น สำนักงานสิทธิบัตรยุโรป สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งสหราชอาณาจักร และสำนักงานสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าแห่งสหรัฐฯ มีคำสั่งปฏิเสธคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรที่ระบุให้ระบบปัญญาประดิษฐ์ เป็นผู้ประดิษฐ์ ในขณะที่ประเทศสาธารณรัฐแอฟริกใต้ และประเทศออสเตรเลีย กลับรับจดทะเบียนสิทธิบัตรที่ระบุให้ระบบปัญญาประดิษฐ์ เป็นผู้ประดิษฐ์ โดยมีการอ้างอิงถึงเหตุผลในลักษณะต่าง ๆ กัน ซึ่งเป็นเหตุที่ผู้วิจัยเห็นควรนำมาศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความเข้าใจถึงสถานการณ์การพัฒนาความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรม และประเด็นปัญหาเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์
2. เพื่อแสวงหาหลักพิจารณาถึงความเหมาะสมในการนำกฎหมายสิทธิบัตร มาใช้ในการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์
3. เพื่อพิจารณาบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ต่อกรณีหากมีการยื่นคำขอรับสิทธิบัตรในการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ พร้อมแนวทางการปรับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์สำหรับประเทศไทย

สมมติฐาน

การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ หากมีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายสิทธิบัตร และไม่มีลักษณะเข้าข่ายยกเว้นที่จะไม่ได้รับความคุ้มครอง ย่อมสามารถนำมาขอรับสิทธิบัตรได้ตามวิธีการที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามเจตนารมณ์ในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร รวมถึงหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ตามกฎหมายสิทธิบัตร อาจไม่สามารถตอบสนองต่อการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งควรได้รับการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม หรือควรพิจารณาถึงกฎหมายที่มีลักษณะเฉพาะในประการอื่น ที่สามารถรองรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงการพัฒนาทางเทคโนโลยีในอนาคต

ประโยชน์ที่ได้รับ

เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ การพัฒนาความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรม และประเด็นปัญหาเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ในปัจจุบัน และได้แนวทางการพิจารณาเกี่ยวกับความเหมาะสมในการนำกฎหมายสิทธิบัตรมาปรับใช้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ดังกล่าว

บททวนวรรณกรรม

สำหรับสถานการณ์การพัฒนาความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมนั้น รายงานผลกระทบของสหภาพยุโรปเกี่ยวข้องกักฎหมายแพ่งและนวัตกรรมหุ่นยนต์ ได้แยกความแตกต่างระหว่าง “ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence)

และ“หุ่นยนต์” (Robot) เพื่อชี้ให้เห็นถึงลักษณะความสามารถที่แตกต่างกัน ซึ่งในรายงานฯ ได้สรุปให้เห็นว่าการแบ่งแยกประเภทและความสามารถในการทำงานที่ต่างกันนี้เป็นสิ่งจำเป็น สำหรับ (1) การพิจารณากำหนดนโยบายเกี่ยวกับสถานะทางแพ่งของปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์ (2) การกำหนดความรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดจากการนำมาใช้ประโยชน์ (3) การกำหนดสถานะความเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และ(4) การกำหนดมาตรฐานความปลอดภัย และความมั่นคง เป็นต้น (Procedure File: 2015/2103(INL) | Legislative Observatory | European Parliament, n.d.)

ในประเด็นปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์นั้น บทความทางวิชาการเรื่องกฎหมายกับปัญญาประดิษฐ์ได้อธิบายถึงประวัติศาสตร์และพัฒนาการของเทคโนโลยี โดยแยกกลุ่มของเทคโนโลยีที่มีผลต่อปัญหาการคุ้มครองทางกฎหมายและศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศต่าง ๆ ซึ่งผลการศึกษาระบุว่าปัจจุบันประเทศไทย มีสัดส่วนการนำเข้าปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในเชิงอุตสาหกรรมไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ดี ทุกประเทศไม่สามารถหลีกเลี่ยงเทคโนโลยีพลิกผัน (Disruptive Technologies) เหล่านี้ได้อีกต่อไป ซึ่งส่งผลให้นานาประเทศ ต้องพิจารณากำหนดนโยบายต่างๆ เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสังคมในอนาคตหลังจากการเข้ามาของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเห็นว่ากฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันของประเทศต่าง ๆ ไม่สอดคล้องต่อแนวทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต รัฐจึงควรศึกษาปัญหาทุกอย่างให้ถี่ถ้วน และกำหนดแนวทางใหม่ที่สอดคล้องในระดับสากล การกำหนดให้สถานะทางกฎหมายของปัญญาประดิษฐ์

เป็น “บุคคลอิเล็กทรอนิกส์” มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง แต่ลักษณะของสิทธิหน้าที่ต้องมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล (ภูมิทร์ บุตรอินทร์, 2561)

ในส่วนของความเกี่ยวพันของปัญญาประดิษฐ์และสิทธิบัตรนั้นพบว่า แต่เดิมนั้นปัญญาประดิษฐ์ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการค้นคว้าวิจัยของมนุษย์ แต่ด้วยการพัฒนาความสามารถของปัญญาประดิษฐ์ที่เพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างนักวิจัยและปัญญาประดิษฐ์ที่ร่วมวิจัยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ปัญญาประดิษฐ์หรือเครื่องจักรที่อาจเคยเป็นเพียงเครื่องมือของนักวิจัย อาจเปลี่ยนสถานะเป็นนักวิจัยได้เองโดยที่ในกระบวนการวิจัยนั้นไม่จำเป็นต้องมีมนุษย์เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรงเลย จึงเกิดประเด็นทางกฎหมายว่าการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์จะสามารถขอรับความคุ้มครองในระบบกฎหมายสิทธิบัตร ซึ่งตรึงขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาได้หรือไม่ และปัญญาประดิษฐ์นั้นจะมีสถานะอย่างไรในทางกฎหมาย นอกจากนี้ระบบกฎหมายอาจจะต้องแบ่งแยกระหว่าง AI-Generated Invention และ AI-Assisted Invention อีกด้วยว่าจะจัดสรรสิทธิและหน้าที่อย่างไร เพราะในความเป็นจริงอาจมีการประดิษฐ์ที่มนุษย์เข้ามามีส่วนร่วมได้เล็กน้อย แตกต่างกัน(เมื่อปัญญาประดิษฐ์เป็นเจ้าของสิทธิบัตร?,2563) ทั้งนี้ พบว่าความเห็นทางวิชาการจากนานาประเทศ เกี่ยวกับปัญหาสถานะของปัญญาประดิษฐ์ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร ยังมีการให้ความเห็นที่แตกต่างกันในหลายแง่มุม (WIPO Conversation on Intellectual Property (IP) and Artificial Intelligence (AI), 2021) ซึ่งส่วนหนึ่งของความเห็นที่แตกต่างเกิดจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายสิทธิบัตรในแต่ละประเทศซึ่งแม้จะมีความเป็นสากล

แต่ก็ได้กำหนดถึงรายละเอียดในการยื่นขอจดสิทธิบัตรไว้แตกต่างกัน ก่อให้เกิดการตีความกฎหมายที่แตกต่างกันได้ อย่างไรก็ดี งานวิจัยฉบับนี้ จะได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบและพิจารณาในส่วนที่ว่าด้วยแนวคิดในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร และสิทธิหน้าที่ของผู้ทรงสิทธิบัตรเป็นสำคัญ

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้ การ ศี ก ษ า วิ จ ย ท ำ ง เ อ ก ส าร (Documentary Research) ได้แก่ ตัวบทกฎหมาย คำอธิบาย ตำรากฎหมาย บทความ เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยมีการจำกัดขอบเขตของการศึกษา กล่าวคือ ในการศึกษาเปรียบเทียบการปรับใช้กฎหมายภายในของต่างประเทศนั้น จำกัดการศึกษาแหล่งข้อมูลจาก 5 แหล่ง คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพยุโรป ประเทศออสเตรเลีย และประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้

ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

1.การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ขอรับสิทธิบัตรได้หรือไม่

พบว่า ด้วยความตกลงทริปส์ได้กำหนดให้สิทธิบัตรสามารถครอบคลุมเทคโนโลยีทุกสาขา ภายใต้เงื่อนไขว่าการประดิษฐ์นั้นเป็นสิ่งใหม่ (Novelty) มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น (Inventive Step) และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรมได้ (Industrial Application) โดยให้อำนาจประเทศสมาชิกสามารถยกเว้นไม่ให้ความคุ้มครองการประดิษฐ์ในบางลักษณะ เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือรัฐประศาสนศาสตร์นโยบายอื่น เป็นเหตุให้คุณสมบัติของการประดิษฐ์ที่นำมาขอรับสิทธิบัตรของนานา

ประเทศรวมถึงประเทศที่เลือกศึกษามีความเป็นสากล ในแนวทางที่สอดคล้องกัน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มีคุณสมบัติที่ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายสิทธิบัตร ไม่มีลักษณะเข้าข่ายกเว้นที่จะไม่ได้รับความคุ้มครอง ก็ย่อมสามารถนำมาขอรับสิทธิบัตรได้ตามวิธีการที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ดี มีการตั้งข้อสังเกตว่าการเปิดเผยถึงลักษณะทางเทคนิค และการพิสูจน์ถึงการมีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น สำหรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากระบบการประมวลผลของปัญญาประดิษฐ์ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้โดยง่ายต่างจากการประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์ ซึ่งอาจต้องมีการพิจารณาถึงการปรับปรุงแก้ไขหลักเกณฑ์ในการเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับการประดิษฐ์เพื่อรองรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต

2. ปัญญาประดิษฐ์สามารถมีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์ได้หรือไม่

ผู้วิจัยได้พิจารณาจากนโยบายในการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร ซึ่งปรากฏในแนวคิด ทฤษฎีที่เป็นที่มาแห่งสิทธิ และการศึกษาเปรียบเทียบการตีความกฎหมายของประเทศที่เลือกศึกษา ดังนี้

2.1 การพิจารณาจากแนวคิด ทฤษฎี ที่เป็นที่มาแห่งสิทธิ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการวางกฎเกณฑ์ว่าด้วยการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตรพบว่า สิทธิเด็ดขาด (Exclusive Rights) หรือสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้ทรงสิทธิบัตร เป็นสิทธิในการที่จะปกป้องผู้ทรงสิทธิบัตรจากการแข่งขันของบุคคลอื่น โดยในช่วงอายุการคุ้มครองสิทธิบัตร ผู้ประดิษฐ์รายหลังในการประดิษฐ์ประเภทเดียวกับที่ได้มีการออกสิทธิบัตรไว้แล้ว จะไม่สามารถใช้ประโยชน์ในการประดิษฐ์ของ

ตนได้ เว้นแต่จะได้รับความยินยอมของผู้ทรง สิทธิบัตร (Phillips, 2015) โดยมีเหตุผลทางด้าน เศรษฐกิจ ในการมุ่งคุ้มครองการลงทุน โดยการให้ สิทธิแต่เพียงผู้เดียวตอบแทนการทุ่มเทสติปัญญา ความรู้ค่าใช้จ่ายในการประดิษฐ์ แก่ผู้ประดิษฐ์ และ การจูงใจให้มีการพัฒนาการประดิษฐ์รวมถึงการ เปิดเผยข้อค้นพบใหม่ ๆ ต่อสาธารณะ ซึ่งจะทำให้ บุคคลอื่นในสังคมสามารถศึกษาและสามารถนำไป ปรับปรุงหรือพัฒนาต่อไป นอกจากนี้ ในส่วนเหตุผล ทางด้านจริยธรรมในการคุ้มครองสิทธิบัตร เห็นว่า ทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภทรวมถึงสิทธิบัตร มีที่มาจากลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล ซึ่งถูกเปิดเผย ออกสู่สังคมในรูปแบบของความคิด(Idea) หรือสิ่งที่เป็นรูปธรรม ซึ่งหากการเปิดเผยดังกล่าวเกิด ประโยชน์ต่อสังคม บุคคลซึ่งเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการ เปิดเผยควรได้รับความคุ้มครอง ในการที่จะมีสิทธิที่ จะแสดงตนว่าเป็นผู้ประดิษฐ์ให้สังคมได้รับรู้ และมี สิทธิห้ามบุคคลอื่นแก้ไขดัดแปลงงานอันมีที่มาจาก ลักษณะเฉพาะตัวของตน (Drahos, 2002) ซึ่ง แนวคิดทฤษฎีเหล่านี้ได้รับการพัฒนาจนกลายเป็น หลักกฎหมายสิทธิบัตรที่กำหนดให้ผู้ประดิษฐ์เป็นผู้มี

2.2 การศึกษาเปรียบเทียบการปรับใช้ กฎหมายในประเทศที่เลือกศึกษา

การศึกษาเปรียบเทียบการปรับใช้กฎหมาย ในประเทศที่เลือกศึกษา สืบเนื่องจากกรณีมีการยื่น คำขอรับ สิทธิ บั ต ร โดย ก า ห น ด ให้ ระ บ บ ปัญญาประดิษฐ์ DABUS เป็นผู้ประดิษฐ์ ในหลาย ประเทศ พบว่า

(1) สำนักงานสิทธิบัตรยุโรป (European Patent Office: EPO) สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา แห่ง สห ราช อา ณ าจั กร (United Kingdom Intellectual Property Office: UKIPO) แ ล ะ สำนักงานสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าแห่ง

สิทธิบัตรสิทธิบัตร และมีสิทธิที่จะได้รับการระบุชื่อ ว่าเป็นผู้ประดิษฐ์

จากผลการศึกษานี้ ผู้วิจัยเห็น ว่า ปัญญาประดิษฐ์ไม่ควรมีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์ซึ่งมี สิทธิขอรับสิทธิบัตร ด้วยเหตุที่

(1) ปัญญาประดิษฐ์ไม่สามารถที่จะใช้สิทธิ ในฐานะผู้ทรงสิทธิบัตรตามวัตถุประสงค์ของ กฎหมาย หากปราศจากการแทรกแซงหรือควบคุม โดยมนุษย์ ทำให้สิทธิประโยชน์ที่กฎหมายมุ่งให้กับผู้ ทรงสิทธิบัตรอาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ ปัญญาประดิษฐ์

(2) ปัญญาประดิษฐ์ไม่ใช่ผู้ลงทุนลงแรง ความรู้ค่าใช้จ่ายเพื่อให้เกิดการประดิษฐ์ซึ่งควรจะ ได้รับการตอบแทนตามหลักเหตุผลด้านเศรษฐกิจ

(3) การให้สิทธิบัตรแก่ปัญญาประดิษฐ์ไม่ได้ ก่อให้เกิดการสร้างแรงจูงใจในการวิจัยและพัฒนา

(4) การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ นั้นอาจไม่ได้สะท้อนลักษณะเฉพาะตัวของ ปัญญาประดิษฐ์ แตกต่างจากกรณีการประดิษฐ์ที่เกิด จากมนุษย์ ตามหลักเหตุผลทางด้านศีลธรรมในการ คุ้มครองสิทธิบัตร

ส ห รั ฐ ฯ (The United States Patent and Trademark Office: USPTO) ต่างมีคำสั่งปฏิเสธคำ ข อ จ ด ท ะ เ ปี ย น สิ ท ธิ บั ต ร ที่ ระ บ บ ปัญญาประดิษฐ์ DABUS เป็นผู้ประดิษฐ์ ในที่นี้ขอ ยกตัวอย่างการให้เหตุผลของประเทศสหรัฐอเมริกา ใน ค ดี Thaler v. Hirshfeld , No. 1:20-cv-903 เกี่ยวเนื่องคำขอรับสิทธิบัตรจำนวน 2 รายการที่ระบุ ว่าผู้ประดิษฐ์คือระบบปัญญาประดิษฐ์ โดยคดีนี้ U.S. District Court for the Eastern District of Virginia ได้มีคำสั่งปฏิเสธคำขอตระเบียนสิทธิบัตรและแสดง เหตุผลไว้อย่างชัดเจนว่า ความหมายของคำว่าผู้ ประดิษฐ์ (Inventor) หรือผู้ประดิษฐ์ร่วม(Joint

Inventor) ที่กำหนดไว้ในกฎหมายสิทธิบัตรของประเทศสหรัฐอเมริกา (United States Code, Title 35-Patents) นั้น หมายถึงเฉพาะบุคคล (Individual) ดังนั้นประเด็นคำถามที่ว่าปัญญาประดิษฐ์สามารถเป็นผู้ประดิษฐ์ได้หรือไม่ จึงต้องพิจารณาถึงความหมายของคำว่า “บุคคล” ทั้งนี้ ศาลได้พิจารณาความหมายของคำว่าบุคคล จากคำวินิจฉัยในคดีอื่นของ US Supreme Court ประกอบการพิจารณาความหมายตามตัวอักษรในกฎหมายสิทธิบัตร โดยศาลเห็นว่า รัฐสภาสหรัฐฯ ใช้คำว่า “บุคคล” เพื่อสื่อถึงผู้ประดิษฐ์ที่เป็นบุคคลธรรมดาเท่านั้นในกฎหมายสิทธิบัตร โดยปรากฏอย่างชัดเจนในการใช้คำสรรพนามแทนตัวบุคคลในส่วนต่อๆ มาของกฎหมาย รวมถึงการใช้คำกริยาต่างๆ เกี่ยวข้องกับสิทธิหน้าที่ของผู้ประดิษฐ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิทธิในการขอรับสิทธิบัตรและการโอนสิทธิ ซึ่งเฉพาะบุคคลธรรมดาเท่านั้นที่จะสามารถกระทำการดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้ศาลจึงเห็นว่า แม้โจทก์จะกล่าวอ้างถึงนโยบายของกฎหมายประการใด ก็ไม่สามารถหักล้างความหมายของคำว่าบุคคลตามที่กฎหมายกำหนดได้ และเป็นเหตุให้ศาลต้องปฏิเสธคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรของโจทก์ที่ระบุว่าปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ประดิษฐ์ ซึ่งในการพิจารณาคดีดังกล่าว ศาลยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การพัฒนาทางเทคโนโลยีที่กำลังเกิดขึ้นอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรม ซึ่งทำให้การประดิษฐ์ในอนาคตอาจซับซ้อนเกินกว่าขอบเขตของกฎหมายสิทธิบัตร อย่างไรก็ตาม เป็นหน้าที่ของรัฐสภาสหรัฐฯ ที่จะพิจารณาว่าสมควรจะขยายขอบเขตของกฎหมายสิทธิบัตรหรือไม่อย่างไร

(2) ประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ และประเทศออสเตรเลีย มีคำสั่งรับจดทะเบียนสิทธิบัตรที่ระบุให้ระบบปัญญาประดิษฐ์ DABUS เป็นผู้

ประดิษฐ์ ในที่นี้ขอยกตัวอย่างการให้เหตุผลของประเทศออสเตรเลีย ในคดี Thaler v. Commissioner of Patents [2021] FCA 879 ซึ่ง the Australian Federal Court ได้มีคำสั่งรับคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรที่ระบุให้ DABUS เป็นผู้ประดิษฐ์ และกำหนดให้ Stephen Thaler ผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์ DABUS เป็นผู้ทรงสิทธิบัตร โดยให้เหตุผลว่า กฎหมายสิทธิบัตรของออสเตรเลีย (the Australian Patents Act 1990) ไม่ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ผู้ประดิษฐ์” ไว้ คำว่าผู้ประดิษฐ์จึงเป็นเพียงคำนามที่แสดงถึงผู้ที่ทำให้เกิดการประดิษฐ์ขึ้น ซึ่งไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะมนุษย์ และไม่ควรถูกจำกัดด้วยความสามารถในทางแพ่ง ศาลจึงเห็นว่าแม้ปัญญาประดิษฐ์จะไม่สามารถใช้สิทธิใดๆ ในทางกฎหมาย แต่สิทธิในการแสดงตนว่าเป็นผู้ประดิษฐ์ยังคงมีอยู่ ซึ่งเชื่อว่าการตีความในลักษณะนี้จะสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ที่ทำให้ผู้ประดิษฐ์และผู้ทรงสิทธิบัตรสามารถแยกออกจากกัน และผู้ที่สามารถใช้สิทธิต่างๆ แทนปัญญาประดิษฐ์คือผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์หรือเจ้าของปัญญาประดิษฐ์ โดยถือว่าการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ เป็นดอกผลที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งควรเป็นสิทธิของเจ้าของปัญญาประดิษฐ์ตามหลักกฎหมายทรัพย์สิน ทั้งนี้ พบว่ากฎหมายสิทธิบัตรของประเทศออสเตรเลียได้เปิดช่องให้มีการแยกระหว่างผู้ประดิษฐ์ และผู้ขอรับสิทธิบัตรออกจากกันในการทำนองเดียวกับกฎหมายสิทธิบัตรของประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้

จากผลการศึกษานี้ ผู้วิจัยเห็นว่าความตกลงระหว่างประเทศที่ปรากฏกฎเกณฑ์ว่าด้วยการให้ความคุ้มครองสิทธิบัตร ไม่ได้มีการกำหนดนิยามของคำว่าผู้ประดิษฐ์ไว้ และกฎหมายภายในของแต่ละ

ประเทศก็ได้กำหนดรายละเอียดของการขอรับ สิทธิบัตรไว้แตกต่างกัน ทำให้แต่ละประเทศสามารถตีความกฎหมายในลักษณะที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าในกรณีของประเทศที่รับจด สิทธิบัตรการประดิษฐ์โดยระบุให้ระบบ ปัญญาประดิษฐ์สามารถเป็นผู้ประดิษฐ์ และให้ ผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์หรือเจ้าของปัญญาประดิษฐ์ เป็นผู้ทรงสิทธิบัตร โดยมีการกล่าวอ้างถึงหลักทั่วไป เรื่องดอกผลของทรัพย์สินในกฎหมายทรัพย์สินนั้น จะมี ความสอดคล้องต่อแนวคิด ทฤษฎีในการให้ความ ค้ำครองสิทธิบัตรหรือไม่ เมื่อการประดิษฐ์ดังกล่าว ถูกสร้างขึ้นโดยปัญญาประดิษฐ์โดยไม่มีการ แทรกแซง ควบคุมหรือกำหนดโดยมนุษย์ จะมีเหตุผล ทางเศรษฐกิจหรือจริยธรรมเพียงพอหรือไม่ ที่จะให้ มนุษย์ผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์หรือเจ้าของ ปัญญาประดิษฐ์ (ซึ่งอาจไม่ใช่ผู้พัฒนา ปัญญาประดิษฐ์) ควรมีสสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการ แสวงหาประโยชน์จากการประดิษฐ์ที่เกิดจาก ปัญญาประดิษฐ์ ตามเจตนารมณ์ของการให้ความ ค้ำครองสิทธิบัตร

ในการนี้ สำหรับประเด็นว่าผู้ใดควรมีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์ ผู้ใดควรเป็นผู้ทรงสิทธิบัตร ในการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ผู้วิจัยมีความเห็น ดังนี้

(1) ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการนำการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์เข้าสู่ระบบการจดทะเบียน เพื่อกำหนดให้ปัญญาประดิษฐ์มีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์ หรือการกำหนดสิทธิในการเป็นเจ้าของเหนือการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ อาจมีความสำคัญต่อสังคมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการ ป้องกันควบคุมความเสียหาย ความรับผิดชอบเนื่องจากการนำการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มาใช้ประโยชน์ และการรักษาความปลอดภัยต่างๆ เพื่อ

สามารถกำหนดผู้รับผิดชอบและขอบเขตของการรับผิดชอบ ซึ่งเป็นประเด็นที่ยื่นนอกเหนือจากกฎหมาย สิทธิบัตร

(2) กรณีกฎหมายเปิดช่องให้มีการแบ่งแยกระหว่างผู้ประดิษฐ์และผู้ทรงสิทธิบัตร และมีนโยบายในการโอนสิทธิในการประดิษฐ์ ซึ่งทำให้สามารถระบุปัญญาประดิษฐ์เป็นผู้ประดิษฐ์ได้ เจ้าของปัญญาประดิษฐ์ ควรจะเป็นผู้ทรงสิทธิบัตรได้ก็ต่อเมื่อเป็นผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์นั้นโดยความ ความวิริยะ อุตสาหะ ถือเป็นผู้ประดิษฐ์ในลำดับแรก เป็นสาระสำคัญให้เกิดปัญญาประดิษฐ์ และปัญญาประดิษฐ์ย่อมมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของตัวผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์นั้น แต่หากกรณีเจ้าของปัญญาประดิษฐ์ไม่ใช่ผู้พัฒนาปัญญาประดิษฐ์ ก็ไม่ควรได้รับประโยชน์จากการ ค้ำครองสิทธิบัตร

อย่างไรก็ดี กรณีกฎหมายไม่เปิดช่องให้ปัญญาประดิษฐ์สามารถเป็นผู้ประดิษฐ์ และการประดิษฐ์นั้นไม่มีมนุษย์เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องด้วยการประดิษฐ์นั้นอาจตกเป็นสมบัติสาธารณะ (Public Domain) ซึ่งในกรณีนี้เจ้าของปัญญาประดิษฐ์สามารถแสวงหาการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่นในการคุ้มครองเทคโนโลยีของตน เช่น การคุ้มครองความลับทางการค้า ทั้งนี้ อาจไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และประโยชน์ต่อสาธารณะ

3. กรณีหากมีการยื่นคำขอรับสิทธิบัตรในการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ในประเทศไทย

การพิจารณาบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 พบว่า

(1) หากการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มีคุณสมบัติที่ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายสิทธิบัตร ไม่มีลักษณะเข้าข่ายยกเว้นที่จะ

ไม่ได้รับความคุ้มครอง เช่น เป็นกฎหมายและทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ เป็นระบบข้อมูลสำหรับการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ก็ย่อมสามารถนำมาขอรับสิทธิบัตรได้ตามวิธีการที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัตินั้น การเปิดเผยถึงลักษณะทางเทคนิค และการพิสูจน์ถึงการมีขึ้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น สำหรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากระบบการประมวลผลของปัญญาประดิษฐ์ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้โดยง่าย และยังไม่มีความชัดเจนในปัจจุบัน

(2) พระราชบัญญัติสิทธิบัตร กำหนดให้ผู้ประดิษฐ์เป็นผู้มีสิทธิขอรับสิทธิบัตรและมีสิทธิที่จะได้รับการระบุชื่อว่าเป็นผู้ประดิษฐ์ในสิทธิบัตร ซึ่งสิทธิขอรับสิทธิบัตรนี้สามารถโอนได้โดยทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้โอนและผู้รับโอน นอกจากนี้กฎหมายยังกำหนดให้บุคคลซึ่งจะขอรับสิทธิบัตรได้ต้องมีสัญชาติไทย หรือเป็นนิติบุคคลที่มีสำนักงานแห่งใหญ่ในประเทศไทย ดังนั้น ปัญญาประดิษฐ์ไม่มีสถานะเป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย ไม่มีสถานะเป็นนิติบุคคล และไม่สามารถทำการโอนสิทธิปัญญาประดิษฐ์จึงไม่สามารถเป็นผู้ประดิษฐ์ตามพรบ.สิทธิบัตร ดังนั้น กรณีหากมีการยื่นคำขอรับสิทธิบัตรในการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์โดยไม่มีมนุษย์เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในประเทศไทย กฎหมายสิทธิบัตรไทยยังไม่เปิดช่องให้ปัญญาประดิษฐ์สามารถเป็นผู้ประดิษฐ์ได้ เจ้าของปัญญาประดิษฐ์อาจต้องพิจารณาแสวงหาการคุ้มครองเทคโนโลยีของตนในทางอื่น

ทั้งนี้ ประเทศไทยแม้จะมีสัดส่วนการนำเข้าปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในเชิงอุตสาหกรรมไม่มากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ก็ควรต้องติดตามนโยบาย แนวทางปรับใช้กฎหมายจากนานาประเทศ เพื่อพิจารณาปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบที่

เกี่ยวข้อง ให้พร้อมรองรับการพัฒนาทางเทคโนโลยี และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสังคม หลังจากการพัฒนาของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

(1) หากการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายสิทธิบัตร และไม่มีลักษณะเข้าข่ายยกเว้นที่จะไม่ได้รับความคุ้มครอง ก็ย่อมสามารถนำมาขอรับสิทธิบัตรได้ตามวิธีการที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามการเปิดเผยถึงลักษณะทางเทคนิค และการพิสูจน์ถึงการมีขึ้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น สำหรับการประดิษฐ์ที่เกิดจากระบบการประมวลผลของปัญญาประดิษฐ์ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้โดยง่าย

(2) ปัญญาประดิษฐ์ไม่ควรได้รับสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์ซึ่งมีสิทธิขอรับสิทธิบัตร ด้วยเหตุผลเกี่ยวข้องกับแนวคิดในการให้ความคุ้มครอง อีกทั้งการที่ปัญญาประดิษฐ์ไม่สามารถที่จะใช้สิทธิในฐานะผู้ทรงสิทธิบัตรตามวัตถุประสงค์ของกฎหมาย ทำให้สิทธิประโยชน์ที่กฎหมายมุ่งให้กับผู้ทรงสิทธิบัตรไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อปัญญาประดิษฐ์

(3) กรณีมีการยื่นคำขอรับสิทธิบัตรในการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ในประเทศไทย หากการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มีคุณสมบัติที่ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติสิทธิบัตร ก็ย่อมสามารถนำมาขอรับสิทธิบัตรได้ตามวิธีการที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตามปัญญาประดิษฐ์ไม่มีสถานะเป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย ไม่มีสถานะเป็นนิติบุคคล และไม่สามารถทำการโอนสิทธิ ปัญญาประดิษฐ์จึงไม่สามารถเป็นผู้ประดิษฐ์ตามกฎหมายสิทธิบัตรของประเทศไทยในปัจจุบัน

ด้วยเหตุนี้ จึงสรุปว่าหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติสิทธิบัตรปัจจุบัน อาจไม่สอดคล้องที่จะนำมาใช้เพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการปรับใช้กฎหมาย

1.1 หากการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มีคุณสมบัติครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 และไม่มีลักษณะเข้าข่ายยกเว้นที่จะไม่ได้รับความคุ้มครองย่อมสามารถนำมาขอรับสิทธิบัตรได้ตามวิธีการที่กฎหมายกำหนด

1.2 ปัญญาประดิษฐ์ไม่มีสถานะเป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย ไม่มีสถานะเป็นนิติบุคคล และไม่สามารถทำการโอนสิทธิ ปัญญาประดิษฐ์จึงไม่สามารถมีสถานะเป็นผู้ประดิษฐ์ตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522

2. ข้อเสนอแนะในการพิจารณาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมาย เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์

2.1 เนื่องจากยังคงมีความเห็นที่หลากหลายในทางกฎหมายเกี่ยวข้องกับการนำกฎหมายสิทธิบัตรมาปรับใช้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ รวมถึงยังคงมีการพิจารณานโยบาย และแนวทางพิจารณาปรับปรุงกฎหมายที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับการคุ้มครองการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ ดังนั้น ในขณะนี้ประเทศ

ไทยจึงยังไม่มี ความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายสิทธิบัตรในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์

2.2 การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยเพื่อรองรับสถานการณ์การขยายตัวของการประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์ สามารถกระทำในลักษณะของการติดตาม ศึกษาเปรียบเทียบถึง ข้อเท็จจริง มุมมองทางกฎหมาย หลักการแนวคิดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และแนวทางการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งในการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสิทธิบัตร รวมถึงการร่างกฎหมายที่มีลักษณะเฉพาะสำหรับการคุ้มครองปัญญาประดิษฐ์ในประเทศไทยให้สอดคล้องกับหลักสากล อย่างชัดเจน มีมาตรฐาน เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาในเชิงลึกยิ่งขึ้นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับสังคมในอนาคตหลังจากการขยายตัวของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ควบคุมความเสียหาย ความรับผิดชอบเนื่องจากการนำ การประดิษฐ์ที่เกิดจากปัญญาประดิษฐ์มาใช้ ประโยชน์ การจัดการผลประโยชน์ และการรักษาความปลอดภัยต่างๆ เพื่อสามารถกำหนด ผู้รับผิดชอบและขอบเขตของการรับผิดชอบ ซึ่งเป็นประเด็นที่อยู่นอกเหนือจากกฎหมายสิทธิบัตร และส่งผลกระทบต่อสังคมได้โดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522. (2542). แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542
- ภูมินทร์ บุตรอินทร์. (2561). กฎหมายกับปัญญาประดิษฐ์. วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 47(3): 491-511.
- Draho, P. (2002). **A Philosophy of Intellectual Property**. Ashgate Publishing. epi welcomes its first Executive Director.
- McLaughlin, M. (2018, January 7). **Computer-Generated Inventions**. From : <https://ssrn.Com/abstract=3097822>
- Mueller, J. M. (2020). Patent law. Wolters Kluwer.
- Phillips, J. (2015). **Butterworths intellectual property law handbook**. Lexisnexis.
- Ramalho, A. (2018). Patentability of AI-Generated Inventions: Is a Reform of the Patent System Needed? **SSRN Electronic Journal**. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3168703>
- What Is AI? (n.d.). **ResearchGate**. Retrieved April 17, 2022, from https://www.researchgate.net/publication/343611353_What_Is_AI
- WIPO. (2021). **Conversation on Intellectual Property (IP) and Artificial Intelligence (AI)**. From: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/mdocs/en/wipo_ip_ai_3_ge_20/wipo_ipai_3_ge20_inf_5.pdf.

ความรับผิดของคู่สมรสในการทำสัญญาค้ำประกัน

Spouse's Liability in Making Surety Contracts

รุ่งอรุณ ชนะวีรวรรณ

โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Rungarun Chanaweewarawan

Doctor of Philosophy Program in Social Science

Ramkhamhaeng University

E-mail: beng2679@hotmail.com

Received: February 3, 2022; Revised: April 11, 2022; Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

การทำสัญญาค้ำประกันเจ้าหนี้ส่วนใหญ่เป็นสถาบันการเงินหรือผู้ประกอบการอาชีพให้กู้มักจะอาศัยอำนาจการต่อรองที่สูงกว่าหรือความได้เปรียบในทางการเงินกำหนดข้อตกลงอันเป็นการยกเว้นสิทธิของผู้ค้ำประกันตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ หรือให้ผู้ค้ำประกันต้องรับผิดชอบเป็นลูกหนี้ขั้นต้น กรณีจึงส่งผลให้ผู้ค้ำประกันซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาประชาชนทั่วไปไม่ได้รับความคุ้มครองตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย รวมทั้งต้องกลายเป็นผู้ค้ำประกันจำนวนมาก โดยสัญญาค้ำประกันตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 680 กำหนดหลักเกณฑ์ ผู้ค้ำประกันต้องเป็นบุคคลภายนอกแต่ไม่ได้กำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับผู้ค้ำประกันที่มีคู่สมรส การค้ำประกันยอมผูกพันตนเจ้าหนี้เพื่อชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้ การชำระหนี้ยอมกระทบกระเทือนถึงความเป็นอยู่ของบุคคลในครอบครัว และอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคู่สมรสได้ ด้วยเหตุนี้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่บุคคลในครอบครัวของผู้ค้ำประกันโดยเฉพาะคู่สมรสที่ต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในครอบครัว ดังนั้นกฎหมายจึงควรสร้างมาตรการในการคุ้มครองสิทธิคู่สมรสของผู้ค้ำประกัน

คำสำคัญ: สัญญาค้ำประกัน ความรับผิด คู่สมรส

ABSTRACT

Guarantee contracts, most creditors are financial institutions or professional lenders, often by virtue of higher bargaining power or financial advantages, stipulating agreements which waive the guarantor's rights as provided by law hold or the guarantor shall be liable as a primary debtor. The case therefore results in the guarantor, who is a natural person and the general public is not protected according to the will of the law. as well as having to become a large number of guarantors. Guarantee under the Civil and Commercial Code, Section 680 set guidelines. The guarantor must be a third party, but there are no special conditions for the guarantor with a spouse. Guarantees agree to bind their creditors to pay debts to the debtor. which the payment of debts affects the well-being of the family and may cause effects on the spouse for this reason, in order to be fair to the family members of the surety, especially the spouses who need to help each other out within the family. The law should therefore establish measures to protect the rights of the guarantor's spouse.

KEYWORDS: Guarantee contract, Liability, Spouse

บทนำ

ปัจจุบันบทบัญญัติประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 เอกเทศสัญญา ลักษณะ 11 คำประกัน ได้มีการตรวจแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 20) พ.ศ. 2557 มีผลใช้บังคับวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2558 และพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่ 21) พ.ศ. 2558 มีผลใช้บังคับวันที่ 15 กรกฎาคม 2558 ด้วยเหตุผลที่ว่าบทบัญญัติของประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่ใช้อยู่ปัจจุบัน ยังไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองสิทธิและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ค้ำประกันซึ่งมิใช่ลูกหนี้ชั้นต้น การค้ำประกัน ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 680 กฎหมายบอกลักษณะให้เห็นรูปร่างว่า เป็นสัญญาซึ่งบุคคลภายนอกคนหนึ่งเรียกว่า ผู้ค้ำประกันผูกพันตนต่อเจ้าหนี้คนหนึ่งเพื่อชำระหนี้ในเมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ (พจน์ ปุช

ปาคม, 2546) กรณีบุคคลภายนอกซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาและยังมิได้สมรส บุคคลนั้นยอมเข้าทำสัญญาได้ตามที่ตนสมัครใจยินยอม เพื่อรับผิดชอบเมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ แต่หากบุคคลธรรมดาซึ่งสมรสแล้วเข้าทำสัญญาค้ำประกัน แม้ไม่มีบทกฎหมายในเรื่องคำประกันบัญญัติว่าต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสอีกฝ่ายก่อนและตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 5 ครอบครัว เรื่องการจัดการทรัพย์สินระหว่างสามีภริยา ก็มีได้บัญญัติให้คู่สมรสอีกฝ่ายต้องได้รับความยินยอมก่อน ถึงจะทำสัญญาค้ำประกันได้ เพราะสัญญาค้ำประกันเป็นเรื่องเฉพาะตัวบุคคลที่ยินยอมเข้าผูกพันการชำระหนี้ของลูกหนี้ แต่หากบุคคลที่สมรสแล้วเข้าทำสัญญาค้ำประกัน เพื่อจะต้องรับผิดชอบต่อลูกหนี้ก็อาจมีผลต่อการจัดการทรัพย์สินซึ่งเป็นสินสมรสได้ กล่าวคือ หากคู่สมรสที่เข้าทำสัญญาค้ำประกันต้องรับผิดชอบในหนี้ที่ลูกหนี้ไม่ชำระ ซึ่งการบังคับทรัพย์สินจะต้องบังคับเอา

จากทรัพย์สินส่วนตัวที่เป็นของฝ่ายนั้นก่อน หากไม่พอชำระหนี้ จึงจะบังคับเอาจากทรัพย์สินสมรสที่เป็นของฝ่ายนั้น ตามมาตรา 1488 การที่จะต้องรับผิดชอบในทรัพย์สินซึ่งเป็นสินสมรสจึงเป็นการกระทบสิทธิในทางทรัพย์สินของคู่สมรสอีกฝ่ายที่มีรู้เห็นหรือให้ความยินยอมก่อน เช่น หากทรัพย์สินนั้นเป็นที่ดินซึ่งเป็นสินสมรสที่ได้มาในระหว่างสมรส ทรัพย์ดังกล่าวอาจมีชื่อของคู่สมรสที่เป็นผู้ค้ำประกันแต่ฝ่ายเดียว ซึ่งตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1475 บัญญัติให้สามีหรือภริยาจะร้องขอให้ลงชื่อตนเป็นเจ้าของร่วมกันในเอกสารนั้นก็ได้ ดังนั้นหากสามีหรือภริยานั้นยังไม่ได้ร้องขอให้ลงชื่อตนเป็นเจ้าของรวมในเอกสารสินสมรสดังกล่าว สินสมรสนั้นอาจถูกบังคับคดี โดยเจ้าพนักงานบังคับคดีอาจคิดว่าเป็นสินส่วนตัวของคู่สมรสฝ่ายนั้นได้ คู่สมรสอีกฝ่ายจึงอาจเสียหายจากการถูกบังคับคดีได้

การทำสัญญาค้ำประกัน คือ การทำนิติกรรมประเภทหนึ่ง การทำสัญญาค้ำประกันให้นำหลักการทำนิติกรรมสัญญาทั่วไปมาบังคับใช้ คือ การแสดงเจตนาของบุคคลโดยชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งบุคคลที่แสดงเจตนาต้องไม่มีความบกพร่องตามที่กฎหมายกำหนดไว้ แต่การทำสัญญาค้ำประกันเป็นสัญญาที่ก่อให้เกิดภาระแก่ผู้ค้ำประกัน รวมทั้งก่อให้เกิดหนี้สินแก่ผู้ค้ำประกัน โดยที่ผู้ค้ำประกันไม่มีส่วนได้ ดังนั้น กรณีที่สามีภริยาฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเข้าทำสัญญาค้ำประกันอาจก่อให้เกิดภาระแก่ครอบครัว ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยครอบครัวในส่วนที่เกี่ยวกับหนี้สินของคู่สมรส จึงต้องศึกษาเกี่ยวกับทรัพย์สินที่เกี่ยวกับคู่สมรส รวมทั้งกฎหมายต่างประเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น

เกี่ยวกับความรับผิดชอบของคู่สมรสในการทำสัญญาค้ำประกัน

ลักษณะของการค้ำประกัน เป็นไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 680 บัญญัติความหมายของสัญญาค้ำประกัน เอาไว้ว่า อันว่าค้ำประกันนั้น คือ สัญญาซึ่งบุคคลภายนอกคนหนึ่งเรียกว่าผู้ค้ำประกันผูกพันตนต่อเจ้าหนี้คนหนึ่งเพื่อชำระหนี้เมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ สัญญาค้ำประกันตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 680 กำหนดหลักเกณฑ์ ผู้ค้ำประกันต้องเป็นบุคคลภายนอกแต่ไม่ได้กำหนดเงื่อนไขพิเศษสำหรับผู้ค้ำประกันที่มีคู่สมรส การค้ำประกันยอมผูกพันตนเจ้าหนี้เพื่อชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้ ซึ่งการชำระหนี้ยอมกระทบกระเทือนถึงความเป็นอยู่ของบุคคลในครอบครัว และอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อคู่สมรสได้ ด้วยเหตุนี้เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่บุคคลในครอบครัวของผู้ค้ำประกันโดยเฉพาะคู่สมรสที่ต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในครอบครัว กฎหมายจึงควรสร้างมาตรการในการคุ้มครองสิทธิคู่สมรสของผู้ค้ำประกัน

ในบรรพสามแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แล้ว การก่อกำเนิดขึ้นของสัญญาค้ำประกันจึงเป็นไปตามหลักการทั่วไปในการทำสัญญา กล่าวคือ เมื่อมีการแสดงเจตนาต่อกันระหว่างคู่สัญญา คำเสนอ คำสนองต้องตรงกันระหว่างเจ้าหนี้กับผู้ค้ำประกันสัญญาค้ำประกันก็เกิดขึ้นและการแสดงเจตนาต่อกันนี้ แม้กระทำด้วยวาจาก็มีผลให้เกิดเป็นสัญญาค้ำประกันขึ้นได้อย่างไรก็ตามเพื่อประโยชน์ในการฟ้องร้องคดีประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 680 วรรคสอง ได้กำหนดหลักเกณฑ์ว่า สัญญาค้ำประกันถ้ามิได้มีหลักฐานเป็นหนังสืออย่างใด อย่างหนึ่งลงลายมือชื่อผู้ค้ำประกันเป็นสำคัญ ท่านว่าจะฟ้องร้องบังคับคดีหาได้ไม่ ข้อเรียกร้องให้การทำ

สัญญาคำประกันโดยมีหลักฐานเป็นหนังสือไม่ใช่แบบตามกฎหมายที่หากว่าคู่สัญญามีได้ดำเนินการตามนั้นแล้วจะทำให้สัญญาตกเป็นโมฆะแต่อย่างใด นอกจากนี้หลักฐานเช่นว่านี้อาจจะไม่ได้อยู่ในฉบับเดียวกันหรืออาจอยู่ในเอกสารอื่น เช่น จดหมายที่โต้ตอบกันหากมีข้อความที่แสดงให้เห็นว่ามีการแสดงเจตนาคำประกันและมีลายมือชื่อ ของผู้ค้ำประกันแล้วเอกสารนั้นก็ย่อมเป็นหลักฐานในการฟ้องร้องคดีได้

หลักความรับผิดของผู้ค้ำประกัน ผู้ค้ำประกันมีฐานะเป็นลูกหนี้ลำดับรองและมีความรับผิดชั้นรอง เนื่องจากกฎหมายไม่ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นผู้ค้ำประกันเพียงแต่ กำหนดว่าผู้ค้ำประกันจะต้องเป็นบุคคลภายนอกสัญญาเท่านั้น กล่าวคือ ผู้ค้ำประกันจะต้องไม่ใช่ ตัวเจ้าหนี้และลูกหนี้ในสัญญาประธาน หากว่าบุคคลภายนอกผู้ นั้นเข้าทำสัญญากับเจ้าหนี้โดย ผูกพันตนว่าจะชำระหนี้แทนลูกหนี้เมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้แล้ว บุคคลภายนอกนั้นก็จะเป็น ผู้ค้ำประกันซึ่งกฎหมายได้กำหนดฐานะลักษณะของความรับผิดผู้ค้ำประกันเอาไว้ว่าให้มีฐานะ เป็นเพียงลูกหนี้ลำดับรองและมีความรับผิดเพียงชั้นที่สองเท่านั้น การจำแนกประเภทของลูกหนี้ ว่าลูกหนี้ในสัญญาประธานเป็นลูกหนี้ชั้นต้นและลูกหนี้ในสัญญาคำประกันเป็นลูกหนี้ลำดับรองก็ เพื่อแสดงให้เห็น ลักษณะความรับผิดที่แตกต่างกันของลูกหนี้ทั้งสองประเภท (ปัญญา วัฒนอมรอต, 2564) กล่าวคือ

ความแตกต่างของลักษณะของความรับผิดระหว่างลูกหนี้ชั้นต้นกับลูกหนี้ลำดับรอง

ก. ความรับผิดของลูกหนี้เป็นความรับผิดในชั้นต้น มีลักษณะเป็นความรับผิดโดย ตรงที่จะชำระหนี้ตามที่ตนได้ก่อขึ้น ในขณะที่ความรับผิดของผู้ค้ำประกันซึ่งมีฐานะเป็นลูกหนี้ ลำดับรองจะผูกพันที่จะต้องชำระหนี้เมื่อลูกหนี้ไม่ชำระ

ลักษณะความรับผิดจึงเป็นความรับผิด ชำระหนี้เพื่อผู้อื่น

ข. ลูกหนี้ชั้นต้นมีหน้าที่ต้องชำระหนี้เมื่อหนี้ถึงกำหนดชำระตามกฎหมายหนี้ โดยไม่มีสิทธิที่จะปฏิเสธหรืออดเอื้อนหรือขอให้เจ้าหนี้ไปเรียกชำระหนี้เอาจากบุคคลอื่นได้ ในขณะที่ผู้ค้ำประกัน เนื่องจากมีความรับผิดในชั้นรองเท่านั้น และเมื่อผู้ค้ำประกันเป็นเพียง บุคคลภายนอกที่มีได้ รับประโยชน์หรือค่าตอบแทนใดจากการเข้าทำสัญญาคำประกันอีกทั้งไม่ได้ มีส่วนได้เสียอันใดในหนี้ที่ลูกหนี้ก่อขึ้น กฎหมายจึงให้สิทธิแก่ผู้ค้ำประกันบางประการ กล่าวคือ เมื่อถูกเรียกให้ชำระหนี้จากเจ้าหนี้ก่อนที่ผู้ค้ำประกันจะได้ชำระหนี้ ให้แก่เจ้าหนี้ไปผู้ค้ำประกันมี สิทธิเรียกร้องให้เจ้าหนี้ไปบังคับชำระหนี้เอาจากลูกหนี้ก่อน เมื่อบังคับไม่ได้แล้วจึงมาบังคับ เอาแก่ผู้ค้ำประกัน (โสภณ รัตนกร, 2556)

เหตุผลที่กฎหมายบัญญัติเอาไว้เช่นนี้ก็เนื่องจากความรับผิดของผู้ค้ำประกันเป็น ความรับผิดชั้นที่สอง เมื่อลูกหนี้ผิดนัดลงแม้จะทำให้ความรับผิดตามสัญญาคำประกันของผู้ค้ำ ประกันเกิดขึ้นทันทีก็ตามแต่ตามปกติเจ้าหนี้ก็ควรที่จะได้ทวงถามให้ลูกหนี้ชำระหนี้ก่อนที่จะ มาทวงถามเอาจากผู้ค้ำประกัน ดังนั้น ผู้ค้ำประกันจึงมีสิทธิที่จะให้เจ้าหนี้ไปทวงหรือเรียกเอา จากลูกหนี้ก่อนได้ (ไพฑูรย์ คงสมบูรณ์, 2551)

อย่างไรก็ตามจะต้องปรากฏข้อเท็จจริงประกอบด้วยว่า ลูกหนี้จะต้องยังเป็น บุคคลที่มีความสามารถในการที่จะชำระหนี้ได้อยู่ กล่าวคือ ลูกหนี้ไม่ได้ตกเป็นบุคคลล้มละลาย และต้องไม่ปรากฏว่าการที่จะเจ้าหนี้ไปเรียกชำระหนี้เอาจากลูกหนี้นั้นมีอุปสรรค เช่น ลูกหนี้ หลบหนีออกนอกราชอาณาจักรซึ่งเป็นการยากแก่การที่จะติดตามให้ลูกหนี้มาชำระหนี้ได้

หนี้ตามสัญญาค้ำประกันเป็นอุปกรณ์นี้ ส่งผลต่อขอบเขตความรับผิดของลูกหนี้ตามสัญญา อุปกรณ์ กล่าวคือ ผู้ค้ำประกันจะมีความรับผิดอยู่ภายในขอบเขตความรับผิดของสัญญาประธานและความรับผิดของผู้ค้ำประกันก็จะขึ้นอยู่กับความมีอยู่ หรือ ระบุรับสิ้นไปของหนี้ประธานเป็นหลัก กล่าวคือ เมื่อหนี้ตามประธานได้ระบุรับสิ้นไปแล้วไม่ว่าจะเพราะเหตุผลใดก็ตาม เช่น การที่ลูกหนี้ได้ชำระหนี้ไปให้กับเจ้าหนี้ การที่เจ้าหนี้ปลดหนี้ให้กับลูกหนี้ไป การหักกลบลบหนี้ การแปลงหนี้ใหม่และหนี้เคลื่อนกลืนกัน หรืออาจจะเกิดจาก เหตุอื่นได้อีก เช่น มีเหตุที่ทำให้หนี้ประธานตกเป็นโมฆะ เป็นต้น หนี้ตามสัญญาค้ำประกันอันเป็นหนี้อุปกรณ์ก็ย่อมที่จะระบุรับสิ้นไปด้วย ดังนั้น ผู้ค้ำประกันย่อมหลุดพ้นความรับผิดด้วย เมื่อหนี้ของลูกหนี้ได้ระบุรับ ดังนั้น เมื่อบุคคลใดเข้าเป็นผู้ค้ำประกันต้องรับภาระในการชำระหนี้แทน โดยที่ผู้ค้ำประกันไม่ได้มีส่วนได้เสียใดๆ ระหว่างเจ้าหนี้และลูกหนี้ โดยภาระที่ต้องรับผิดชอบได้แก่ ดอกเบี้ย ค่าภาระติดพัน รวมทั้งค่าธรรมเนียมในการฟ้องร้องในการดำเนินหากลูกหนี้ไม่ชำระหนี้และลักษณะของสัญญาค้ำประกันที่เป็นสัญญาที่มีเงื่อนไข กล่าวคือ ผู้ค้ำประกันผูกพันตนที่จะต้องชำระหนี้แก่เจ้าหนี้เมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ที่ในการที่จะต้องชำระหนี้ตามสัญญาค้ำประกันจึงขึ้นอยู่กับว่าลูกหนี้ชำระหนี้หรือไม่เป็นสำคัญและหากว่าหนี้ประธานถึงกำหนดชำระแล้วแต่ลูกหนี้ผิดนัด ความรับผิดของผู้ค้ำประกันจะเกิดขึ้นทันทีโดยผลของกฎหมาย ในทางกลับกันหากยังไม่ปรากฏข้อเท็จจริงว่าหนี้ประธานได้ถึงกำหนดชำระและ ลูกหนี้ได้ผิดนัดลงแล้วนั้น แม้ว่าเจ้าหนี้จะเกิดความไม่ไว้วางใจต่อความสามารถในการชำระหนี้ หรือไม่ว่าลูกหนี้จะมีทรัพย์สินลดน้อยถอยลงเพียงใดก็ตามเจ้าหนี้ก็ยังไม่มียุติที่จะเรียกให้ผู้ค้ำประกันชำระหนี้ได้ บทบังคับ

ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 หน้า 17

ดังกล่าวนอกจากส่งผลกระทบต่อบุคคลที่เป็นผู้ค้ำประกัน และส่งผลกระทบต่อฐานะทางการเงินของครอบครัว ทำให้มาตรการทางกฎหมายออกมาคุ้มครองสิทธิแก่ผู้ค้ำประกันในกรณีที่มีคู่สมรส ควรให้คู่สมรสรับรู้ด้วยในการทำสัญญาค้ำประกัน

มาตรการทางกฎหมายไม่ได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะมาเป็นผู้ค้ำประกันเพียงแต่กำหนดว่าผู้ค้ำประกันจะต้องเป็นบุคคลภายนอกสัญญาเท่านั้น กล่าวคือ ผู้ค้ำประกันจะต้องไม่ใช่ตัวเจ้าหนี้และลูกหนี้ในสัญญาประธาน หากว่าบุคคลภายนอกผู้นั้นเข้าทำสัญญากับเจ้าหนี้โดยผูกพันตนว่าจะชำระหนี้แทนลูกหนี้เมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้แล้ว บุคคลภายนอกนั้นก็จะเป็นผู้ค้ำประกัน ซึ่งกฎหมายได้กำหนดฐานะลักษณะของความรับผิดผู้ค้ำประกันเอาไว้ว่าให้มีฐานะเป็นเพียงลูกหนี้ลำดับรองและมีความรับผิดเพียงขั้นที่สองเท่านั้น การจำแนกประเภทของลูกหนี้ว่าลูกหนี้ในสัญญาประธานเป็นลูกหนี้ขั้นต้นและลูกหนี้ในสัญญาค้ำประกันเป็นลูกหนี้ลำดับรองก็เพื่อแสดงให้เห็นลักษณะความรับผิดที่แตกต่างกันของลูกหนี้ทั้งสองประเภท

แม้ว่าตามหลักกฎหมาย การทำนิติกรรมสัญญาระหว่างสมรสจะต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสก่อน หากได้กระทำไปโดยพลการหรือไม่ได้รับความยินยอมจากคู่สมรสแล้ว นิติกรรมสัญญานั้น ๆ ย่อมเป็นหนี้ส่วนตัวไม่ใช่หนี้สมรส แต่หากว่าคู่สมรสได้ให้ความยินยอมแก่การทำนิติกรรมสัญญานั้นๆ แล้ว ย่อมถือว่าเป็นหนี้สินสมรส ทั้งนี้เป็นไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1490 (4) ที่บัญญัติว่า หนี้ที่สามีภริยาเป็นลูกหนี้ร่วมกันนั้นให้รวมถึงหนี้ที่สามีหรือภริยาก่อให้เกิดขึ้นในระหว่างสมรส คือ หนี้ที่สามีหรือภริยาก่อขึ้นเพื่อประโยชน์ตนฝ่ายเดียวแต่อีกฝ่ายหนึ่งได้ให้สัตยาบัน

ความรับผิดชอบในหนี้สินระหว่างสามีภริยา ทำนองเดียวกับเรื่องทรัพย์สิน กฎหมายได้แบ่งหนี้สินที่เกิดขึ้นระหว่างสมรสเป็น 2 ประเภท คือหนี้ส่วนตัว และหนี้ร่วมระหว่างสามีภริยา เพื่อกำหนดว่าสามีและภริยาต้องรับผิดชอบร่วมกัน หรือต่างฝ่ายต่างรับผิดชอบในหนี้สิน

1) หนี้ส่วนตัว หมายถึง หนี้ที่สามีหรือภริยา ก่อขึ้นฝ่ายเดียว และไม่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นหนี้ร่วมระหว่างสามีภริยา หนี้ที่สามีหรือภริยาต้องรับผิดชอบเป็นส่วนตัวกฎหมายให้ชำระหนี้สินส่วนตัว ของฝ่ายนั้น ก่อนเป็นลำดับแรก เมื่อไม่พอจึง ให้ชำระด้วยสิน สมรสที่เป็นของฝ่ายนั้น โดยเจ้าหนี้ตามคำพิพากษาจะยึดทรัพย์เอาชำระหนี้ได้ เฉพาะสินส่วนตัวของลูกหนี้ ถ้าไม่พอจึงจะยึดสินสมรส เฉพาะส่วนที่เป็นของลูก หนี้เท่านั้นจะไปยึดสินสมรสของคู่สมรสอีก ฝ่ายหนึ่งไม่ได้ เช่นสินสมรสเป็นที่ดินแปลงหนึ่งมีชื่อสามีและภริยาเป็นเจ้าของรวมกันในโฉนด เจ้าหนี้จะยึดที่ดินทั้งแปลงไม่ได้ ในทางปฏิบัติเจ้าหนี้จะต้องยื่นคำร้องขอให้ศาลแยกสินสมรสออกก่อนแล้วจึงขอยึดส่วนที่เป็นของสามี กรณีที่สิน สมรสมีชื่อ ของสามีหรือภริยาแต่ผู้เดียว อีก ฝ่ายมีสิทธิยื่น คำร้องต่อศาลขอให้แบ่งแยกสินสมรสที่เป็นส่วนของตนเพื่อมิให้ถูกบังคับคดีได้ หากเจ้าหนี้ได้แย้งว่าเป็นสินส่วนของสามีหรือภริยา เช่นนี้ ศาลก็จะไต่สวนให้ได้ความว่าเป็นสินส่วนตัวหรือสินสมรส หากเป็นสินสมรสเจ้าหนี้ไม่อาจยึดทรัพย์สินนั้นทั้งหมดได้

2) หนี้ร่วม หมายถึง หนี้ที่สามีภริยาก่อขึ้นร่วมกัน เช่น สามีภริยาไปกู้เงินธนาคารร่วมกัน หรือสามีเงินกู้เงินโดยภริยาจำนองสินส่วนตัวของตนเป็นประกัน

คำพิพากษาฎีกาที่ 2360/2522 ภริยาจำนองที่ดินสินสมรสโดยสามีรู้เห็นยินยอมเป็นหนี้ร่วมและหมายถึงหนี้ที่สามีหรือ ภริยาก่อขึ้น ฝ่าย

เดียวแต่มีกฎหมายกำหนดว่าเป็นหนี้ร่วมระหว่างสามีภริยา

2.1) หนี้ที่เกี่ยวกับการจัดการบ้านเรือน และจัดหาสิ่งจำเป็นสำหรับครอบครัว การอุปการะเลี้ยงดูตลอดถึงการรักษาพยาบาลบุคคลในครอบครัวและการศึกษาของบุตรโดยสมควรแก่สภาพ

2.2) หนี้ที่เกี่ยวข้องกับสินสมรส เช่น สามีกู้เงินธนาคารเพื่อนำมาต่อเติมบ้านอันเป็นสินสมรส

2.3) หนี้อันเกิดจากการงานซึ่งสามีภริยาทำด้วยกัน

2.4) หนี้ที่สามีหรือ ภริยาก่อเพื่อประโยชน์ฝ่ายเดียว แต่อีก ฝ่ายได้ให้สัตยาบัน เช่น สามีกู้เงินมาชำระหนี้การพนันโดยภริยาให้สัตยาบัน การกู้ยืมก็เป็นหนี้ร่วม หนี้ที่สามีหรือภริยาไม่อาจจัดการร่วมกันหรือให้ความยินยอมได้ ไม่สามารถให้สัตยาบันได้ เช่น หนี้ละเมิด

2.5) หนี้อันเกิดแต่การฟ้อง ต่อสู้หรือดำเนินคดีเกี่ยวกับการสงวนบำรุงรักษาสิน สมรส หรือเพื่อประโยชน์แก่สินสมรส เช่น ผู้ ครอบครองปรปักษ์ที่ดิน อันเป็นสินสมรส สามีจึงต้องจำนองความให้ฟ้องร้องขับไล่ผู้บุกรุก ให้ออกจากที่ดิน ดังนี้คำจำนองความ ค่าฤชาธรรมเนียมศาล ค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีเป็นหนี้ร่วมระหว่างสามีภริยา การชำระหนี้ร่วมระหว่างสามีภริยา กฎหมายให้ชำระหนี้จากสินสมรสและสินส่วนตัวของทั้งสองฝ่ายโดยเจ้าหนี้ต้องเรียกเอาจากสินสมรสก่อนเมื่อไม่พอจึงให้เรียกเอาจากสินส่วนตัวของทั้งสองฝ่ายและเจ้าหนี้จะต้องฟ้องทั้งสามีและภริยาเป็นจำเลยจึงจะบังคับคดีได้ทั้งสินสมรสและสินส่วนตัว ของทั้ง สองฝ่ายหากเจ้าหนี้ฟ้องสามีหรือ ภริยาเพียงฝ่ายเดียวก็จะยึดได้

เฉพาะสินสมรสและสินส่วนตัว ของฝ่ายที่ถูกฟ้อง เท่านั้น

ตัวอย่าง คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 445/2540 จำเลยที่ 2 สามียของผู้ร้องได้ทำสัญญา คำประกันหนี้ของบริษัท บ. แก๊สทกโดยผู้ร้องได้ให้ความยินยอมในภายหลังและให้ถือเสมือนหนึ่งว่าเป็นการกระทำของผู้ร้องเองถือได้ว่าหนี้ตามสัญญา คำประกันที่จำเลยที่ 2 เป็นผู้ก่อขึ้นในระหว่างสมรส ผู้ร้องได้ให้สัตยาบันแล้วจึงเป็นหนี้ร่วมระหว่างผู้ร้องและจำเลยที่ 2 ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1490(4) แต่สินส่วนตัวของภริยา ไม่ใช่ทรัพย์สินที่เป็นของภริยาซึ่งตามกฎหมายอาจ ถือได้ว่าเป็นทรัพย์สินของลูกหนี้ตามคำพิพากษา หรือเป็นทรัพย์สินที่อาจบังคับเอาชำระหนี้ตามคำพิพากษาได้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 282 วรรคท้ายโจทก์มิได้ฟ้องผู้ร้องเป็นจำเลยผู้ร้องมิได้เป็นลูกหนี้ตามคำพิพากษาของโจทก์แม้หนี้ที่จำเลยที่ 2 เป็นหนี้โจทก์จะเป็นหนี้ร่วมระหว่างจำเลยที่ 2 กับผู้ร้องโจทก์ก็ไม่มีอำนาจยึดสินส่วนตัวของผู้ร้องเพื่อชำระหนี้แก่โจทก์ได้

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4046/2535 วางบรรทัดฐานเกี่ยวกับเรื่องคู่สมรสไปคำประกันบุคคลอื่นต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสอีกฝ่ายหนึ่งหรือไม่ ศาลฎีกาวินิจฉัยว่า การทำสัญญาคำประกัน ไม่ใช่การประกันด้วยตัวทรัพย์สิน ไม่ต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสอีกฝ่ายหนึ่ง โจทก์จึงไม่มีอำนาจฟ้องเพิกถอนการคำประกันตามมาตรา 1476 (8)

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4046/2535 แม้จำเลยมิได้ให้การต่อสู้ว่า สัญญาคำประกันที่ น. ภริยาโจทก์ทำไว้แก่จำเลยเป็นนิติกรรมที่ไม่เกี่ยวกับการจัดการสินสมรสโจทก์ไม่มีอำนาจขอให้เพิกถอนก็ตาม แต่ปัญหาว่าโจทก์มีอำนาจฟ้องขอให้เพิกถอนสัญญาคำประกันที่ น. ทำไว้แก่จำเลย ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 หน้า 19

หรือไม่ เป็นปัญหาข้อกฎหมายอันเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยของประชาชน ทั้งปัญหาดังกล่าวเกิดจากข้อเท็จจริงที่โจทก์ยกขึ้นกล่าวอ้างไว้ในฟ้อง และจากการนำสืบของโจทก์จึงเป็นข้อเท็จจริงในกระบวนการพิจารณาโดยชอบแม้ไม่ใช่เป็นข้อที่ได้ยกขึ้นว่ากล่าวกันมาแล้วในศาลชั้นต้น จำเลยก็มีสิทธิอุทธรณ์เป็นประเด็นขึ้นมาได้ในชั้นอุทธรณ์ และศาลอุทธรณ์ภาค 2 ก็มีอำนาจวินิจฉัยได้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 225 วรรคสอง สัญญาคำประกันที่ น. ยอมผูกพันตนต่อจำเลยซึ่งเป็นเจ้าหนี้ของ ส. เพื่อชำระหนี้เมื่อส. ลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ เป็นสัญญาคำประกันด้วยบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 680 ซึ่งผูกพันตัว น. มิได้เกี่ยวกับสินสมรสและมีใช่เป็นการจัดการสินสมรสตาม ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 5 ที่ได้ตรวจชำระใหม่ มาตรา 1476, 1477 ที่โจทก์ซึ่งเป็นสามีจะต้องให้ความยินยอมร่วมกันเป็นหนังสือตามมาตรา 1479 โจทก์จึงขอให้เพิกถอนสัญญาคำประกันดังกล่าวตามมาตรา 1480 ไม่ได้

แม้ว่าการทำสัญญาคำประกันไม่ใช่การประกันด้วยตัวทรัพย์สินไม่ต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสอีกฝ่ายหนึ่ง แต่เมื่อบุคคลทำการสมรสและอยู่ร่วมกันฉันสามีภริยาแล้ว ทุกเรื่องที่เป็นค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวต้องร่วมกันรับผิดชอบเป็นเรื่องปกติของทุกครอบครัว เมื่อการทำสัญญา คำประกันเป็นการประกันด้วยบุคคลก็จริง แต่ผู้คำประกันต้องชำระหนี้เงินให้แก่เจ้าหนี้ ซึ่งกระทบค่าใช้จ่ายและฐานะทางของครอบครัวของบุคคลที่ คำประกัน จึงจำเป็นต้องกำหนดให้คู่สมรสยินยอมด้วย เพื่อให้บุคคลทราบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวเกี่ยวกับหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบต่อเจ้าหนี้ อันเป็นการสร้างความมั่นคงให้แก่เจ้าหนี้อีกด้วย แต่การกำหนดให้คู่สมรสยินยอมต้องไม่กระทบสิทธิ

ของบุคคลในครอบครัว โดยให้คู่สมรสเป็นเพียงบุคคลที่พิจารณาว่าควรค่าประกันในหนี้ที่เกิดขึ้นหรือไม่

จากการศึกษากฎหมายสหพันธรัฐสวิส กำหนดไว้ในแบบของสัญญาค้ำประกัน ไว้ว่า ในการเข้าค้ำประกันต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรและต้องมีการระบุจำนวน หรือขอบเขตความรับผิดชอบของผู้ค้ำประกันเอาไว้ ในสัญญาค้ำประกันนั้น ซึ่งการเข้าค้ำประกันโดยบุคคลธรรมดาต้องมีการรับรองจากทางกฏหมาย และกำหนดให้การค้ำประกัน โดยบุคคลซึ่งแต่งงานแล้วจะต้องมีหนังสือแสดงความยินยอมของคู่สมรส ในแต่ละกรณีโดยล่วงหน้าหรือในขณะที่ทำสัญญาด้วย เว้นแต่กรณี ซึ่งศาลมีคำสั่งให้แยกกันอยู่อีกครั้ง การเปลี่ยนแปลงสัญญาค้ำประกันจำต้องได้รับความยินยอม จากคู่สมรสและถ้าจำนวนความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้นเปลี่ยนไป ค้ำประกันร่วมกับผู้อื่น หรือถ้าการแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญานำมาซึ่งการลดหลักประกันอื่นๆ อย่างมาก

หลักการทำสัญญาค้ำประกันของทุกประเทศ กล่าวถึงฐานะของผู้ค้ำประกันเหมือนกัน คือ ผู้ค้ำประกันเปรียบเสมือนลูกหนี้ ดังนั้น เมื่อบุคคลใดก็ตามเข้าทำสัญญาค้ำประกัน ต้องยอมรับภาระในหนี้ที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับลูกหนี้ โดยหลักการทำนิติกรรมสัญญาระหว่างสมรสจะต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสก่อน

ในการทำสัญญาค้ำประกัน สหราชอาณาจักร ประเทศฝรั่งเศส ประเทศญี่ปุ่น มีการกำหนดแบบสัญญาค้ำประกัน การทำสัญญาค้ำประกันมีลักษณะเหมือนการทำสัญญาตามกฎหมายทั่วไปเช่นเดียวกับสัญญาอื่น โดยคู่สัญญาหลักต้องยอมรับในการทำสัญญาค้ำประกัน รวมทั้งต้องนำหลักเรื่องความสามารถในการทำสัญญาค้ำประกันมาพิจารณาด้วย ข้อเสนอเพื่อค้ำประกัน จะต้องได้รับการยอมรับไม่ว่าจะโดยการยอมรับ

โดยชัดแจ้งหรือโดยนัย ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 680 อันว่าค้ำประกันนั้น คือ สัญญาซึ่งบุคคลภายนอกคนหนึ่ง เรียกว่า ผู้ค้ำประกัน ผูกพันตนต่อเจ้าหนี้คนหนึ่ง เพื่อชำระหนี้ในเมื่อลูกหนี้ไม่ชำระหนี้ นั้น อนึ่ง สัญญาค้ำประกันนั้น ถ้ามิได้มีหลักฐานเป็นหนังสืออย่างใดอย่างหนึ่งลงลายมือชื่อผู้ค้ำประกันเป็นสำคัญ ท่านว่าจะฟ้องร้องให้บังคับคดีหาได้ไม่

บทสรุป

สัญญาค้ำประกันเป็นสัญญาที่บุคคลภายนอกหรือบุคคลที่สามเข้าผูกนิติสัมพันธ์กับเจ้าหนี้เพื่อให้รับผิดชอบชำระหนี้แทนลูกหนี้ ถ้าลูกหนี้ชำระหนี้ต้อง ตรงความประสงค์ที่แท้จริงแห่งมูลหนี้ย่อมไม่เกิดปัญหาหรือความเสียหายใด ๆ แต่เมื่อใดที่ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ ได้ หรือทรัพย์สินไม่เพียงพอที่จะชำระหนี้ หรือมีเหตุอื่นใดจนไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ต่อไปได้ เพื่อให้ได้รับ การชำระหนี้ในส่วนที่ขาดเจ้าหนี้จึงต้องเรียกผู้ค้ำประกันให้ชำระหนี้แทนของลูกหนี้ กลายเป็นว่าความรับผิดชอบและภาระหนี้สินของลูกหนี้ตกมาอยู่กับผู้ค้ำประกัน ซึ่งบทบัญญัติกฎหมายไทยในเรื่องหนี้และการค้ำประกันกำหนดให้ผู้ค้ำประกันต้องชำระหนี้แทนลูกหนี้เสมือนหนึ่งว่าเป็นลูกหนี้และผูกพันไปจนกว่าหนี้ประธานจะระงับสิ้นไป หรือหลุดพ้น จากความรับผิดชอบเพราะเหตุอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ดี ในความเป็นจริงบุคคลที่เข้าทำสัญญาค้ำประกัน โดยมากเป็นบุคคลธรรมดาทั่วไป ซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมหรือไม่ตรึงติดต่อกัน เช่น บุคคลภายในครอบครัวหรือเพื่อนสนิทของตัวลูกหนี้ เมื่อถูกร้องขอหรือรับทราบถึงปัญหาของลูกหนี้ก็เกิดความเห็นอกเห็นใจต้องการช่วยเหลือลูกหนี้ จึงมีผลให้ผู้ค้ำประกันเข้าทำสัญญาโดยไม่ได้นิ่งเฉยถึงผลกระทบภาย

หลังจากการเข้าทำสัญญา และ ขาดการพิจารณาถึงความสามารถของลูกหนี้ว่ามีความสามารถที่จะชำระหนี้คืนได้หรือไม่ หรือแม้กระทั่งประเมินตนว่าเกินกว่าความสามารถและรายได้ของตัวผู้ค้ำประกันเองหรือไม่ ผลที่ตามมา คือ ผู้ค้ำประกันต้องรับผิดชอบชำระหนี้แทน ลูกหนี้ให้แก่เจ้าหนี้เสมือนหนึ่งว่าตนเป็นลูกหนี้เสียเอง เป็นสาเหตุให้ผู้ค้ำประกันจำนวนมากต้องตกเป็นบุคคลที่มีหนี้สินล้นพ้นตัวหรือบุคคลล้มละลาย จนส่งผลกระทบต่อระบบครอบครัวอันเป็นรากฐานของสังคมและระบบเศรษฐกิจ และทำให้เจตนารมณ์ของกฎหมายในเรื่องค้ำประกัน ไม่สามารถที่จะให้ความคุ้มครองแก่ผู้ค้ำประกันซึ่งเป็น บุคคลธรรมดาทั่วไปได้อย่างแท้จริง อนึ่ง แม้ว่าการค้ำประกันจะเป็นสัญญาที่มีการใช้อย่างแพร่หลายและยังคงมีปัญหาทางกฎหมายและข้อเท็จจริงของการค้ำประกัน

กฎหมายสมาพันธ์รัฐสวิสกำหนดไว้ในแบบของสัญญาค้ำประกัน ไว้ว่า ในการเข้าค้ำประกันต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรและต้องมีการระบุจำนวน หรือขอบเขตความรับผิดของผู้ค้ำประกันเอาไว้ ในสัญญาค้ำประกันนั้น ซึ่งการเข้าค้ำประกันโดยบุคคลธรรมดาต้องมีการรับรองจากทางกฏด้วย และกำหนดให้การค้ำประกัน โดยบุคคลซึ่งแต่งงานแล้วจะต้องมีหนังสือแสดงความยินยอมของคู่สมรส ในแต่ละกรณีโดยล่วงหน้าหรือในขณะที่

เอกสารอ้างอิง

- ปัญญา ธนอมรอด. (2564). คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยค้ำประกัน จำนวนอง จำนวน. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- พจน์ ปุษปาคม. (2546). อธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยค้ำประกัน จำนวนอง จำนวน สิทธิยึดหน่วงและบุริมสิทธิ. กรุงเทพมหานคร : นิติบรรณาการ.
- ไพฑูรย์ คงสมบูรณ์. (2551). กฎหมายว่าด้วยกู้ยืมและหลักประกัน เอกสารประกอบการสอนวิชากฎหมายว่าด้วยกู้ยืมและหลักประกัน ภาคการศึกษาปลาย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทำสัญญาด้วย เว้นแต่กรณี ซึ่งศาลมีคำสั่งให้แยกกันอยู่ อีกครั้ง การเปลี่ยนแปลงสัญญาค้ำประกันจำต้องได้รับความยินยอมจากคู่สมรสและถ้าจำนวนความรับผิดเพิ่มมากขึ้นเปลี่ยนไป ค้ำประกันร่วมกับผู้อื่น หรือถ้าการแก้ไขเปลี่ยนแปลงสัญญา นำมาซึ่งการลดหลักประกันอื่นๆ อย่างมาก

ดังนั้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่คู่สมรสของผู้ค้ำประกันควรนำหลักของกฎหมายสมาพันธ์รัฐสวิส เพื่อให้คู่สมรสผู้ค้ำประกันได้รับความคุ้มครองมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การทำสัญญาค้ำประกันเกิดความ เป็นธรรมกับคู่สมรสของผู้ค้ำประกัน ในการทำสัญญาค้ำประกันต้องมีการปรับปรุง ดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 680ต้องเพิ่มเงื่อนไขในการทำสัญญาสำหรับผู้ค้ำประกันที่มีคู่สมรสต้องมีหนังสือยินยอมจากคู่สมรส

ประการที่สอง หากการการทำสัญญาค้ำประกันที่ คู่สมรสไม่ยินยอมต้องมีการกำหนดเงื่อนไขที่ไม่กระทบถึงสิทธิ ทรัพย์สินของคู่สมรส และทรัพย์สินที่เป็นส่วนร่วมกันในครอบครัว

- ไพโรจน์ วายุภาพ. (2561). *คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยหนี้*. กรุงเทพมหานคร: สำนัก
อบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- มนินทร์ พงศาปาน. (2562). *ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยนิติกรรมและหนี้ เล่ม 2 (ภาคจบบริบูรณ์)*.
กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- ศนันท์กรณ (จำปี) โสทธิพันธุ์. (2564). *คำอธิบายนิติกรรมสัญญา*. กรุงเทพมหานคร. วิญญูชน.
- โสภณ รัตนกร. (2556). *คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะหนี้*. กรุงเทพมหานคร: นิติ
บรรณาการ.

การบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมในจังหวัดนนทบุรีอย่างมุ่งผลสัมฤทธิ์ สู่มาตรฐานสากล

The Management of Secondary Schools in Nonthaburi Province Accordance with the Achievement Oriented Ways Toward International Standard

อุทิศ มิเถาว์ลย์

โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

U-Tid Meethoawan

Doctor of Philosophy Program in Social Science

Ramkhamhaeng University

E-mail: p_chaikaew@hotmail.com

Received: February 3, 2022; Revised: April 11, 2022; Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการโรงเรียนมัธยม (2) ศึกษามาตรฐานสากลในการบริหารโรงเรียนมัธยมให้สัมฤทธิ์ผล, และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมกับมาตรฐานสากลในการบริหารโรงเรียนมัธยมให้สัมฤทธิ์ผล โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) วิธีวิจัยเชิงปริมาณ คำนวณตัวอย่างใช้สูตรของเครซี และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) เก็บแบบสอบถาม 100 ตัวอย่าง และการศึกษาวิธีเชิงคุณภาพ ร่วมกับการใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 ตัวอย่าง ขอบเขตการวิจัยด้านพื้นที่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยทำการศึกษาโรงเรียนมัธยมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 9 แห่ง/ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า (1) มาตรฐานสากลของโรงเรียนมัธยมที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ ได้แก่ การบริหารจัดการหลักสูตร การบริหารจัดการเรียนการสอน การบริหารจัดการประเมินผล ด้านผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการ อยู่ในระดับมากที่สุด (2) บริหารจัดการโรงเรียนมัธยม ได้แก่ การนำองค์กร การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากรปฏิบัติการ การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การรายงาน การงบประมาณ การสร้างเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมากที่สุด และ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานสากลของโรงเรียนมัธยมที่มุ่งผลสัมฤทธิ์กับการจัดการโรงเรียนมัธยมอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ: มาตรฐานสากล โรงเรียนมัธยม การบริหารจัดการ ผลสัมฤทธิ์ของโรงเรียน

ABSTRACT

The purpose of this research was to study (1) study the problems and obstacles of the management of secondary schools, (2) the international standards in the management of secondary schools to be effective and (3) the relationship between the management of secondary schools and international standards in the management of secondary schools to be effect. The study a using mixed method of quantitative research used in calculating a sample size by using the formulas of Crazy and Morgan (Krejcie & Morgan, 1970), collect 100 sample questionnaires, and qualitative research together with the use of participatory Action Research: PAR for in-depth interview 30 patriciate. The secondary school for the study were 9 secondary schools in Mueang District, Nonthaburi Province. The results of the study showed that (1) international standards of secondary schools aimed at achieving academic achievement, namely curriculum management, teaching management, evaluation of academic achievement at the highest level (2) managing secondary schools including, leading organization planning, operations management, coordination, budgeting network development and embayment and of Hight level, and (3) the relationship between the international standards of high school fusing on management achievement and The Management of Secondary Schools in Nonthaburi Province Accordance with the Achievement Oriented Ways Toward International standard school management was at high level.

KEYWORDS: International standard, Secondary school, Management, School achievement

บทนำ

จากสภาพปัญหาของประเทศ พบว่า คุณภาพคนต่ำ การศึกษาไม่ได้มาตรฐาน ผลลัพธ์ทางการศึกษาของเด็กวัยเรียนค่อนข้างต่ำ รวมถึงการบริหารจัดการองค์กรไม่ได้มาตรฐาน ดังนั้น รัฐจึงให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการกำหนดกลวิธีเป็นยุทธศาสตร์ “การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์” โดยตั้งเป้าหมายว่า “คนไทยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล” สอดรับกับแนวนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการทั้ง 4 ประการ ได้แก่ การบริหารจัดการหลักสูตร การบริหารจัดการเรียนการสอน การบริหารจัดการประเมินผล ผลสัมฤทธิ์

ทางวิชาการ เพื่อบริหารจัดการปฏิรูปการศึกษา ช่วงปี พ.ศ. 2552-2561 ที่กำหนดเป้าหมายว่า “คนไทยได้เรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ” กล่าวคือ ผลลัพธ์ในความสำเร็จของนักเรียนที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้วางแนวทางการพัฒนาศักยภาพของมนุษย์ โดยยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม ด้วยการพัฒนาคนทุกช่วง

วัยให้เตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ ตลอดจนการสร้างคนให้ใช้ประโยชน์และอยู่กับสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูล อนุรักษ์ พื้นฟู ใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม” ทั้งนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวพื้นฐานการพัฒนาประเทศชาติภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ข้างหน้า คือ ประเทศไทยมี “ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

แต่อย่างไรก็ดีจะเห็นว่าประเทศไทยยังต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพใน ทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะคุณภาพคนต่ำทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรม รวมถึงสภาพปัญหาคุณภาพการศึกษาไม่ได้มาตรฐาน ผลลัพธ์ทางการศึกษาของเด็กวัยเรียนค่อนข้างต่ำ เพราะการบริหารจัดการภาครัฐยังขาดเอกภาพ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนมัธยม เพื่อเป็นรูปแบบในการพัฒนาระบบ การบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์อันจะนำไปสู่มาตรฐานสากลอย่างมีคุณภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

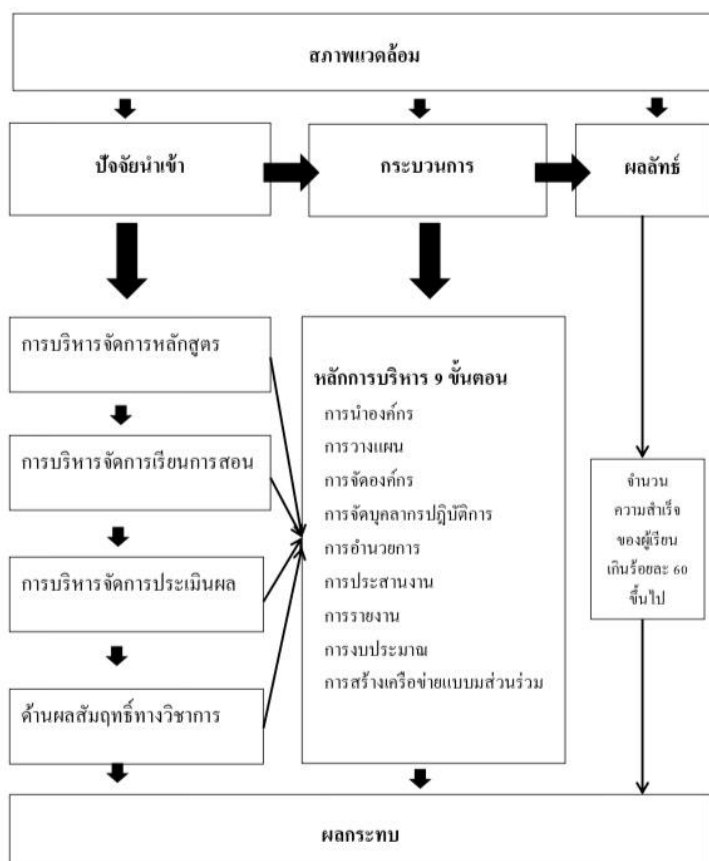
การพัฒนารูปแบบการศึกษาในการใช้หลักบริหารจัดการองค์กร ถือปัจจัยสำคัญในปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 หน้า 25

กระบวนการบริหารเชิงระบบ ซึ่งมีแนวพื้นฐานมาจากทฤษฎีเชิงระบบ กล่าวคือ ปัจจัยนำเข้ากระบวนการ ผลลัพธ์ ผลกระทบ สภาพแวดล้อม ตัวแบบดังกล่าวเป็นแนวทางการบริหารจัดการเชิงระบบที่ครบวงจรอีกทั้งยังรับทราบถึงผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อหลักการบริหาร จึงเห็นว่า “หลักการบริหาร” มีความสำคัญต่อองค์กรทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน โดยองค์กรจะต้องอาศัยหลักการบริหารเพื่อวางเป้าหมายและต้องดำเนินการในเชิงกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้วยกระบวนการทำงานอย่างเป็นทีมแบบมีส่วนร่วมกันเป็นเครือข่าย โดยจะต้องมีการแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายงานตามความเหมาะสมอย่างมุ่งเน้นที่ผลสัมฤทธิ์ โดยอาจใช้หลักการบริหาร 8 ขั้นตอน ดังนี้ การนำองค์กร การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากรปฏิบัติการ การอำนวยการ การประสานงาน การรายงาน การงบประมาณ และการสร้างเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีพื้นฐานมาจากแนวคิดการบริหารตามหลัก POSDCORB ต้นกำเนิดเริ่มต้นในศตวรรษที่ 20 นักธุรกิจชาวฝรั่งเศส กล่าวคือ เฮนรี ฟาร์โย (Henri Fayol) ท่านผู้นี้ได้กำหนดหลักการบริหารจัดการ 5 ขั้นตอน คือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organization) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) และต่อมาเมื่อช่วงปี ค.ศ. 1937 (Lundall Urwick) และลูเธอร์ กุลลิก (Luther Gulick) ได้ร่วมกันศึกษาหลักการบริหารและพวกเขาได้ร่วมกันประยุกต์แนวคิดหลักการบริหารขึ้นมาใหม่ที่เป็นการขยายแนวคิดจากดั้งเดิมเป็น 8 ขั้นตอน คือ POSDCORB ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organization) บุคลากร (Staffing) การ

อำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และงบประมาณ (Budgeting) จึงเป็นแนวคิดที่ขยาย

หลักการบริหารมาจากแนวคิดของเฮนรี ฟาร์โย (Henri Fayol)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดรูปแบบการบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมศึกษาอย่างมุ่งผลสัมฤทธิ์สู่มาตรฐานสากล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้จะใช้แนวทางการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวให้อยู่ในจังหวัดชุมพร โดยทำการศึกษาแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้ง 2 แบบ ดังนี้ (1) การศึกษาโดยใช้วิธีวิจัย เชิงปริมาณ(Quantitative Research) และ (2) การศึกษาโดยใช้วิธีเชิง

คุณภาพ (Qualitative Research) ดัง มีรายละเอียดต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการศึกษาข้อมูลภาคสนามโดยการทดสอบแบบสอบถามสอบถามนักเรียน ผู้ปกครอง ผู้นำชุมชนในเขตพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรี ทั้งหมด 1 แห่ง ได้แก่ อำเภอเมือง เพื่อแสวงหารูปแบบการบริหารจัดการ

โรงเรียนมัธยมอย่างมุ่งผลสัมฤทธิ์สู่มาตรฐานสากล
จึงเป็นการศึกษาโดยมีเป้าหมายอยู่ที่การค้นพบ
ปัญหาและสาเหตุที่แท้จริง (facts or problems
causes) โดยกำหนดปัญหาไว้อย่างชัดเจนว่า “โรง
มัธยมมีการบริหารจัดการอย่างไร จึงจะบรรลุ
ผลสัมฤทธิ์ไปสู่มาตรฐานสากล” เพื่อจะนำไปวาง
กรอบนโยบายบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมให้
นักเรียนมีคุณภาพ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาจาก
เอกสาร (Documentary Research) ซึ่งจะใช้
เทคนิคการสัมภาษณ์ (Interview) กับผู้ให้ข้อมูล
คนสำคัญ 30 ตัวอย่าง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก
การสังเกตการณ์ ร่วมกับการใช้เทคนิคการประชุม
เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายทาง
วิชาการ

ผลการวิจัย

1. ระดับของการบริหารจัดการหลักสูตร

1.1. ระดับของการจัดการหลักสูตร
เทียบเคียงกับหลักสูตรมาตรฐานสากล พบว่า ผู้ให้
ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

1.2 ระดับของการจัดการหลักสูตรเพื่อ
ส่งเสริมความเป็นเลิศทางศักยภาพของผู้เรียนตาม
ความถนัด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ใน
ระดับมากที่สุด

1.3 ระดับของการกำหนดจุดประสงค์การ
เรียนรู้เพื่อสร้างนวัตกรรมทางความคิดใหม่ ๆ ของ
ผู้เรียนในทุกรายวิชา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่
ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ระดับของการบริหารจัดการเรียนการสอน

2.1 ระดับของการจัดการเรียนวิชาพื้นฐาน
ด้วยภาษาอังกฤษ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุ
ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ระดับของการจัดให้เนื้อหาวิชาและ
เสริมสร้างกิจกรรมทางการเรียนให้เทียบกับ
มาตรฐานสากล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า
อยู่ในระดับมากที่สุด

2.3 จัดให้มีห้องเรียนคุณภาพ (Quality
Classroom System) รองรับการเรียนรู้การสอน
ตามมาตรฐานสากล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุ
ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การบริหารจัดการประเมินผล

3.1 ระดับของการจัดให้มีการวัดผล
ประเมินผลตามแบบมาตรฐานสากล พบว่า ผู้ให้
ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

3.2 ระดับของการจัดให้ผลการเรียน
สามารถเทียบโอนกับสถานศึกษาทั้งในและ
ต่างประเทศ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ใน
ระดับมากที่สุด

3.3 ระดับของการจัดให้มีชั่วโมงการศึกษา
ค้นคว้าอย่างอิสระให้กับนักเรียน พบว่า ผู้ให้ข้อมูล
ส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

4. ด้านผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการ

4.1 ระดับของการมีผลสัมฤทธิ์จากการ
คิดสร้างสรรค์เชิงวิชาการที่เข้าร่วมแข่งขันทั้งใน
และต่างประเทศ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า
อยู่ในระดับมากที่สุด

4.2 ระดับของการมีโครงการที่
เสริมสร้างกิจกรรมการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศให้กับ
ผู้เรียน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ใน
ระดับมากที่สุด

4.3 ระดับของการจัดให้มีการบริหาร
จัดการด้วยระบบคุณภาพตามมาตรฐานสากล

พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนผลการศึกษาเกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมอย่างมุ่งผลสัมฤทธิ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีองค์ประกอบ 8 ขั้นตอนได้แก่

1. การนำองค์กร

1.1 ระดับของจัดให้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

1.2 ระดับของจัดให้มีคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 ระดับของจัดให้มีการแต่งตั้งคณะทำงานของสถานศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

2. การวางแผน

การวางแผน โรงเรียนต้องคำนึงถึงนโยบายขององค์กรเพื่อให้แผนงานการศึกษามีความสอดคล้องกับแผนงานเป็นการใช้ความรู้ในทางวิชาการและประสบการณ์ในการวินิจฉัยหรือคาดการณ์ในอนาคตแล้วกำหนดกลวิธีเป็นเครื่องมือกล่าวคือ การกำหนดเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพการณ์แวดล้อม การวิเคราะห์ปัจจัยในการบริหาร รวมถึงการพัฒนาคัดเลือกทางเลือกที่นำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนี้

2.1 ระดับของจัดให้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเตือนใจ ปิ่นนิกร พบว่า การกำหนดกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ระดับของจัดให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการในการพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน

พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเตือนใจ ปิ่นนิกร พบว่า การกำหนดกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

2.3 ระดับของจัดให้มีการวิเคราะห์ปัจจัย สภาพแวดล้อม จุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรคและโอกาสทางการศึกษาของสถานศึกษาในการร่วมทำแผนพัฒนา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเตือนใจ ปิ่นนิกร พบว่า การกำหนดกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

2.4 จัดให้มีการระดมความคิดเห็นของคณะทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียในการวางแผนการพัฒนาสถานศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของเตือนใจ ปิ่นนิกร พบว่า การกำหนดกลยุทธ์การบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การจัดองค์กร

เมื่อโรงเรียนได้กำหนดเป้าหมายเพื่อการพัฒนาทางการศึกษาอย่างมุ่งสู่ผลสัมฤทธิ์ตามมาตรฐานสากลแล้ว องค์กรต้องพัฒนาและออกแบบโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับแนวทางที่จะการดำเนินไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนี้

3.1 ระดับของจัดให้มีโครงสร้างองค์กรผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าโครงสร้างองค์กรของโรงเรียนมัธยม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมาก

3.2 ระดับของจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามกรอบโครงสร้างองค์กรในการบริหารสถานศึกษาในโรงเรียนมัธยม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

3.3 ระดับของจัดให้มีแผนพัฒนา
ทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า
อยู่ในระดับมากที่สุด

4. การจัดบุคลากรปฏิบัติการ

4.1 ระดับของการจัดให้มีบุคลากร
สอนครบถ้วนตามรายวิชาที่กำหนด พบว่า ผู้ให้
ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

4.2 ระดับของจัดให้มีบุคลากรฝ่าย
กิจกรรมเสริมกระบวนการเรียนการสอน พบว่า
ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

4.3 ระดับของจัดให้มีบุคลากรฝ่าย
แนะแนวทางวิชาการ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่
ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

5. การอำนวยความสะดวก

5.1 ระดับของจัดให้มีคณะทำงานเพื่อ
สั่งการและส่งเสริมด้านการศึกษาในสถานศึกษา
พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมาก
ที่สุด

5.2 ระดับของจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก
ในการพัฒนาการเรียนการสอนเทียบเท่า
มาตรฐานสากล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า
อยู่ในระดับมากที่สุด

6. การประสานงาน

6.1 ระดับจัดให้มีการประสานงานทุก
ฝ่ายงานเพื่อร่วมพัฒนาการเรียนการสอน พบว่า
ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

7. การรายงาน

7.1 ระดับของจัดให้มีการรายงานผล
ประจำเดือน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่
ในระดับมากที่สุด

7.2 ระดับของจัดให้มีการรายงานผล
เป็นรายไตรมาส พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า
อยู่ในระดับมากที่สุด

7.3 ระดับของจัดให้มีการรายงานผล
เป็นรายปี พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ใน
ระดับมากที่สุด

8. การงบประมาณ

8.1 ระดับของจัดให้มีงบประมาณใน
การบริหารจัดการอย่างพอเหมาะ พบว่า ผู้ให้ข้อมูล
ส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

8.2 ระดับของจัดการบริหาร
งบประมาณอย่างประหยัดและคุ้มค่า พบว่า ผู้ให้
ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

9. การสร้างเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม

9.1 จัดให้มีการสร้างเครือข่าย
ผู้ปกครองนักเรียน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุ
ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

9.2 จัดให้มีการสร้างเครือข่ายนักเรียน
นอกจากนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง
มาตรฐานสากลของโรงเรียนมัธยมที่มุ่งผลสัมฤทธิ์
กับบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมจะอยู่ในระดับสูง

สรุปผลและการอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหาร
จัดการโรงเรียนมัธยมอย่างมุ่งผลสัมฤทธิ์ สู่
มาตรฐานสากล โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้
ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอย่างมากและส่วน
ใหญ่ระบุว่า มาตรฐานสากลของโรงเรียนมัธยมมี
ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 4
ด้าน ได้แก่ 1. การบริหารจัดการหลักสูตร 2. การ
บริหารจัดการเรียนการสอน 3. การบริหารจัดการ
ประเมินผล 4. ด้านผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการ

ส่วนด้านบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมตาม
มาตรฐานสากล โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่
ระบุว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ 1.
การนำองค์กร 2. การวางแผน 3. การจัดองค์กร 4.
การจัดบุคลากรปฏิบัติการ 5. การอำนวยความสะดวก 6.

การประสานงาน 7. การรายงาน 8. การงบประมาณ 9. การสร้างเครือข่ายแบบมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมากที่สุด

นอกจากนี้ พบว่า ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานสากลของโรงเรียนมัธยมที่มุ่งผลสัมฤทธิ์กับบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมอยู่ในระดับสูง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาการบริหารจัดการโรงเรียนมัธยมที่สัมฤทธิ์ผลและผ่านมาตรฐานสากล ควรจะนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการในรูปแบบโรงเรียนประถมศึกษาขั้นพื้นฐานด้วย

เอกสารอ้างอิง

- Fayol, Henri. (1923). **Industrial and General Administration**, New Jersey : Clifton.
- Gulick, Luther, Lindon Urwick. (1937). **Paper on the Science of Administration**. Clifton : Augustus M. Kelley.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3): 607-610.
- Kimbrough, R. B. and Nunnery, M. Y. (1988). **Educational Administration: an Introduction** (3rd ed.). New York: Macmillan.
- Thomas G Weiss. (2000). **Governance, Good Governance and Global Governance: Conceptual And Actual Challenges**. Third World Quarterly. p. 795.
- Umstot, Denis D. (1988). **Understanding Organizational Behavior** (2^{ne} ed.). St. Paul, MN: West Publishing Company.



APHEIT JOURNAL

VOL. 28 NO. 1 2022

วารสารวิชาการ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา
สยามบรมราชกุมารี

ISSN : 0858-9216 ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผลของโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาต่อคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง

Effect of Postural Correction Teaching Program through Cognitive Behavior Modification Approach with Problem Solving Technique on the Quality of Life of Low Back Pain Patients

กวีวิจน์ จักสมศักดิ์¹, ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา²

สาขาวิชาจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต^{1,2}

Kaweewat Jaksomsak¹, Prasan Malakul Na Ayuttaya²

Psychology for Human Development Kasem bundit University^{1,2}

E-mail: pk_kaweewat@hotmail.com^{1,2}

Received: April 28, 2022; Revised: May 27, 2020; Accepted: June 10, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโปรแกรม และศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ โดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่าง โดย เปรียบเทียบผลของคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างที่ได้รับโปรแกรมในระยะ ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตามผล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างทั่วไป จำนวนทั้งสิ้น 16 คน ซึ่งเป็นผู้ป่วยมีภาวะปวดหลังแบบไม่เฉพาะเจาะจง และไม่มีโรคแทรกซ้อนอื่นโดยเฉพาะโรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคกระดูกพรุน ผู้ป่วยได้รับการทดลองโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ โดยการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาจำนวน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ทั้งหมด 4 สัปดาห์ ครั้งละ 45-60 นาที โดยใช้แบบวัดคุณภาพชีวิต Oswestry Disability Index เป็นเครื่องมือในการวัด ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตามผล การวิเคราะห์ข้อมูลจัดทำโดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One – Way ANOVA with Repeated measurement ผลการวิจัยพบว่าผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง หลังจากที่ได้รับโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ โดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาซึ่งเป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi – experimental research) ชนิดศึกษากลุ่มเดียววัดแบบอนุกรมเวลา (The One group Time series design) มีคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และพบว่าหลังการทดลองเมื่อเทียบกับระยะติดตามผล 1 เดือนและระยะติดตามผล 3 เดือนไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ และคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างในระยะติดตามผล 1 เดือนและระยะติดตามผล 3 เดือน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา โปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ

ABSTRACT

The purpose of this quasi-experimental research was to study the effects of postural correction teaching program through cognitive behavior modification approach with problem solving technique on the quality of life of low back pain patients. The subjects were 16 patients who were diagnosed with non-specific low back pain without diabetes, heart disease, and osteoporosis. The patients were treated with postural correction teaching program through cognitive behavior modification approach with problem solving technique for 4 sessions of 45 – 60 minutes each. The research instrument comprised Oswestry Disability Index test used in the pretest, posttest and after one and three months follow up. The data were analyzed and presented as means and standard deviation of mean; comparison was made by using One – Way ANOVA with repeated measurement. The research findings were as follows: The low back pain patients who were treated with postural correction teaching program through cognitive behavior modification approach with problem solving technique with Quasi – experimental research the One group Time series design, the quality of life was statistically significant difference at .01 and follow up after experiment for a month and follow up after experiment for 3 months revealed no statistically significant difference.

KEYWORDS: Quality of life of low back pain patients, Cognitive behavior modification approach through problem solving technique, Postural correction teaching program

บทนำ

อาการปวดหลังเป็นปัญหาสุขภาพที่พบได้บ่อยที่สุดในโรคระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ จากสถิติการสำรวจความชุกของอาการปวดหลังในชุมชนชนบทไทยพบมีความชุก 40.2/1000 คน และพบว่าปัจจัยเสี่ยงของอาการปวดหลังคือ การทำงานยกของ

หนัก การยกของพร้อมกับการบิดเอว และ การทำงานนั่งโต๊ะ (มูลนิธิโรคข้อในพระราชูปถัมภ์ในสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, ม.ป.ป.) ผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนใหญ่มักมีอาการเป็นๆหายๆ และมีอาการกลับเป็นซ้ำสูงถึงร้อยละ 70-80 (Chase, 1992) ส่งผลให้เกิดอาการปวด

หลังเรื้อรัง และเกิดผลกระทบทั้งทางด้านร่างกาย และการดำเนินชีวิตประจำวัน กล่าวคือ เคลื่อนไหว ได้น้อยลง หลังตึงกัมและงอหลังได้ไม่เต็มที่ มี ข้อจำกัดในการประกอบกิจวัตรประจำวัน และมี อาการอ่อนแรงของกล้ามเนื้อซึ่งอาจจะส่งผลให้ ผู้ป่วยมีอาการปวดหลังเรื้อรังและมีโครงสร้างทาง ร่างกายที่ไม่สมดุลหรือมีความผิดปกติไปจากเดิม นอกจากนี้อาการปวดหลังเรื้อรังยังส่งผลกระทบต่อ ภาวะจิตสังคมของผู้ป่วย กล่าวคือทำให้เกิดความ หงุดหงิดรำคาญใจ มีความวิตกกังวล และเกิดภาวะ ซึมเศร้า (วิชญ์ กันทรพิทย์, 2548)

การมีภาวะปวดหลังที่เรื้อรังส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้มีภาวะปวด หลังลดลง อันเนื่องจากการเคลื่อนไหวในขณะที่มี ภาวะปวดหลังทำให้เกิดความไม่สบายทางร่างกาย เกิดอาการเจ็บ ปวด ของส่วนของร่างกาย ซึ่งหากมี อาการรุนแรงต้องรักษาด้วยการใช้ยาาร่วมด้วย และ เมื่อมีการใช้ยาสุขภาพจิตใจย่อมสะท้อนให้เห็นว่ามี ความเจ็บป่วย อีกทั้งการยกของ การเดิน การนั่ง การ ยืน การนอน ที่เป็นกิจกรรมพื้นฐานในชีวิตประจำวัน ที่ทุกคนต้องทำ ก็ไม่สามารถทำได้อย่างราบรื่น มีการ ติดขัด จนทำให้เกิดความไม่สบายทางร่างกายและ ส่งผลไปถึงด้านจิตใจ รวมถึงการพบปะผู้คน การเข้า สังคม และการที่ไม่สามารถประกอบกิจวัตร ประจำวันได้ตามปกติและความยากลำบากในการ ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ นั้น ส่งผลกระทบถึงคุณภาพ ชีวิตที่สามารถกระทบในสิ่งที่ตนเคยทำได้ อัน เนื่องมาจากความเจ็บป่วย หรือความยากลำบากใน การทำกิจกรรมต่าง ๆ จนส่งผลกระทบต่อการเข้า สังคม ย่อมทำให้คุณภาพชีวิตของผู้ป่วยอาการปวด หลังลดลง

การรักษาอาการปวดหลังในปัจจุบันมีหลาย วิธี แต่วิธีที่ได้รับความนิยมในการรักษาอาการปวด

หลังคือ การรักษาแบบอนุรักษ์นิยม (Conservative Treatment) ด้วยวิธีการทางกายภาพบำบัด โดย บทบาทของนักกายภาพบำบัดในผู้ป่วยปวดหลังนั้น ประกอบด้วย การให้การรักษาลดปวด การให้ โปรแกรมการออกกำลังกายที่เหมาะสม การแนะนำ การประกอบกิจวัตรประจำวันที่ถูกวิธีและปลอดภัย และมีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและ ท่าทางที่ผิดปกติ (Postural Correction) ของผู้ป่วย ให้กลับสู่สมดุล สำหรับการตรวจประเมินอาการปวด หลังนั้นสามารถทำได้หลายวิธี แต่วิธีที่นิยมและใช้ มากที่สุดคือ การใช้แบบประเมินอาการปวดหลังที่มี ผลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของ Oswestry Disability Index (Thai version) ซึ่ง เป็น แบบ ประเมินที่ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความรุนแรงของ อาการปวด การดูแลตนเองในชีวิตประจำวัน การยก ของ การเดิน การนั่ง การยืน การนอน การเข้าสังคม การเดินทาง (Fairbank, 1980)

แผนกกายภาพบำบัดกระดูกสันหลังศูนย์ เวชศาสตร์ฟื้นฟูกรุงเทพ โรงพยาบาลกรุงเทพ เป็น หน่วยกายภาพบำบัดเฉพาะทางที่ดูแลฟื้นฟูผู้ป่วยที่มี อาการปวดหลัง และจากสถิติผู้ป่วยที่แพทย์เจ้าของ ใช้ส่งปรึกษานักกายภาพบำบัดตั้งแต่เดือนมกราคม - กันยายน 2557 ที่ผ่านมามีผู้ป่วยที่ได้รับการ วินิจฉัยจากแพทย์เฉพาะทางกระดูกสันหลัง สถาบัน กระดูกสันหลังกรุงเทพ ว่าเป็นผู้ป่วยปวดหลังทั่วไป (Non-Specific Low Back Pain) มาเข้ารับการรักษา ทางกายภาพบำบัดเป็นจำนวนมาก คิดเป็น ร้อยละ 32.67 ของผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลัง ที่เข้ารับการรักษาทางกายภาพบำบัดทั้งหมดและเมื่อทำการตรวจ ประเมินโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Posture Analysis) แล้วพบว่าผู้ป่วยที่ต้องเข้ารับโปรแกรม การปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Postural Correction) มากถึงร้อยละ 23.33 ของผู้ป่วยที่เข้า

รับการรักษาทางกายภาพบำบัดทั้งหมด ซึ่งในการรักษาทางกายภาพบำบัดนั้นนักกายภาพบำบัดให้การรักษาโดยการตรวจประเมินผู้ป่วยกลุ่มนี้ด้วย 1) การประเมิน Posture Analysis โดยการถ่ายภาพผู้ป่วยในท่ายืนจากนั้นประเมินโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติจากรูปภาพ 2) ให้การรักษาอาการปวดด้วยเครื่องมือลดปวดทางกายภาพบำบัดใช้วิธีปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Postural Correction) ตามภาพที่เกิดจากการตรวจประเมินโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Posture Analysis) แล้วให้เอกสารการปฏิบัติตนตามหลักการยศาสตร์ (Ergonomics) ที่ถูกต้องเท่านั้น เมื่อทำการรักษาครบโปรแกรมนักกายภาพบำบัดจะทำการวัดผลด้วยแบบวัดคุณภาพชีวิต Oswestry Disability Index (ODI) ฉบับภาษาไทยแต่ยังพบว่าผู้ป่วยในกลุ่มนี้เมื่อแพทย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูนัดหมายมาตรวจซ้ำทางแพทย์สังเกตว่า ยังพบว่ามีผู้ป่วยที่มีลักษณะโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติที่เสี่ยงต่อการเกิดอาการปวดหลังซ้ำอยู่เป็นจำนวนมากประมาณ 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้ป่วยที่ได้รับโปรแกรมการปรับเปลี่ยนโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติทั้งหมดและจากการสัมภาษณ์ด้วยวาจา และการเก็บข้อมูลจากบันทึกการรักษาของแพทย์ (Medical Record) จากผู้ป่วยที่กลับมาพบแพทย์เนื่องจากมีอาการปวดหลังซ้ำพบว่ายังคงมีลักษณะท่าทางที่ผิดปกติที่ยังคงแสดงโดยไม่รู้ตัวด้วยความเคยชิน โดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อมีลักษณะท่าทางผิดปกติ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ป่วยไม่ได้สนใจการออกกำลังกายตามโปรแกรมที่ได้รับการสอนจากนักกายภาพบำบัด

จากการศึกษาวรรณกรรมเกี่ยวกับการปรับพฤติกรรมทางปัญญา ด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา พบว่าการแก้ปัญหานั้นสามารถใช้ได้ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมภายใน หรือพฤติกรรมภายนอก เนื่องจาก

การเทคนิคการแก้ปัญหานั้น ประกอบไปด้วยการทำ ความเข้าใจในปัญหา (Problem orientation) การนิยามปัญหา (Problem definition) การนำไปสู่ทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา (Generation of alternative solutions) การตัดสินใจ (Decision making) การปฏิบัติการและการตรวจสอบวิธีการแก้ปัญหา (Solution implementation and verification) เพื่อเป็นแนวทางในการปรับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง ให้เกิดพฤติกรรมที่ตนเองตั้งเป้าหมายไว้ โดยการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหามเป็นการปรับลักษณะพฤติกรรมที่จะมุ่งไปที่กระบวนการ คิดภายในให้เป็นกลไกในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่จะไม่ทำให้เกิดอาการปวดหลังซ้ำ และสามารถทำให้ผู้ป่วยสามารถเผชิญหน้ากับปัญหาที่เป็นพฤติกรรม หรือสถานการณ์ที่ทำให้เกิดอาการปวดหลังในอนาคตได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยซึ่งกำลังศึกษา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาศักยภาพมนุษย์จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Postural Correction) โดยนำหลักการทางจิตวิทยา โดยใช้ การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา ซึ่งเป็นแนวคิดของการปรับพฤติกรรมทางปัญญา โดยเป็นการจัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายในหรือปัญญา เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก ในขณะที่การปรับพฤติกรรมนั้นจะเน้นที่การเปลี่ยนแปลงภายนอกโดยตรง ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแรงเสริมโดยทำให้ผู้ป่วยตระหนักรู้ถึงลักษณะโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติที่ตนได้แสดงอยู่ นั้นทำให้เกิดอาการปวดหลังซ้ำ ๆ อีกทั้งยังเป็นการช่วยให้ผู้ป่วยได้เกิดการคิดการแก้ปัญหามการปรับ

โครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติเมื่อตนทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน จากเดิมที่ผู้ป่วยทำท่าทางที่ผิดปกติโดยไม่รู้ตัว หรือไม่ตระหนักรู้ถึงสาเหตุของการปวดหลังที่จะเกิดขึ้นซ้ำ และเนื่องจากกลุ่มผู้ป่วยเหล่านี้มีพฤติกรรมที่ทำให้เกิดอาการปวดหลังเรื้อรัง อันเกิดจากพฤติกรรมที่ทำให้เกิดอาการปวดหลังซ้ำๆ ซึ่งเป็นผลทำให้คุณภาพชีวิตลดลง ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรทางการแพทย์ ได้เห็นความสำคัญในการให้การรักษานักผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างซ้ำๆ จึงมีแนวคิดในการปรับปรุงโปรแกรมการให้การรักษานักผู้ป่วยด้วยแนวคิดทางจิตวิทยา เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างโดยใช้กระบวนการทางปัญญานำมาพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนให้นักผู้ป่วยเรียนรู้ด้วยเทคนิคแก้ปัญหาเพื่อหวังผลให้เกิดพฤติกรรมเป้าหมาย รับรู้ เข้าใจและตระหนักเห็นความสำคัญของการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Postural Correction) ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตของนักผู้ป่วยที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของนักผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา
3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของนักผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่าง โดย

3.1 เปรียบเทียบผลของคุณภาพชีวิตของนักผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างที่ได้รับโปรแกรม

การสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาในระยะ ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตามผล

3.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจของโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา ในระยะ ก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และระยะติดตาม

สมมติฐานในการวิจัย

ในระยะหลังการทดลอง และระยะติดตามผล นักผู้ป่วยที่ได้รับ โปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหามีคุณภาพชีวิตดีกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

อาการปวดหลังส่วนล่าง อาการปวดหลังส่วนล่างมีสาเหตุมาจากหลายอย่างดังกล่าวข้างต้น ซึ่งอาจมาจากองค์ประกอบของกระดูกสันหลังเอง จากอวัยวะภายใน จากสภาวะจิตใจ และจากลักษณะการมีโครงสร้างและท่าทางที่ผิดของตัวบุคคลเอง สำหรับนักผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกนักผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างเรื้อรังที่มีสาเหตุมาจากการใช้ท่าทางและอิริยาบถไม่ถูกต้อง มีโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Poor posture) และในการใช้ท่าทางและอิริยาบถที่ไม่ถูกต้อง (Poor Posture) การยืนในการลงน้ำหนักขาข้างใดข้างหนึ่งในระยะเวลานานๆ รวมทั้งลักษณะท่าทางในการทำงาน เช่น การนั่งหลังค่อม เอียงตัว นั่งเท้าคาง นั่งยื่นศีรษะไปด้านหน้า

นั่งคุกเข่า นั่งยองๆ หรือบิดเบี้ยว ทำให้กล้ามเนื้อหลังอยู่ในภาวะไม่สมดุล ซึ่งพบได้กับคนวัยทำงานที่ต้องก้ม เงย บ่อยๆ โดยทำให้โครงสร้างของกระดูกสันหลังต้องรับน้ำหนักมากขึ้น และทำให้กล้ามเนื้อต้องรับน้ำหนักด้านใดด้านหนึ่งของร่างกายมากเกินไป หรือกระดูก กล้ามเนื้อ เอ็น ข้อต่อ ต้องทำงานมากเกินไปในระยะเวลานาน ๆ รวมทั้งการเอี้ยวตัวก็ทำให้ปวดหลังได้ เนื่องจากกล้ามเนื้อหรือเอ็นที่ยึดบริเวณกระดูกสันหลังต้องทำงานมากเกินไป จนทำให้เกิดอาการปวด และการบาดเจ็บของกล้ามเนื้อในที่สุด

การปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ การปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติในผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างนั้น เพื่อป้องกันอาการปวดซ้ำ และหลีกเลี่ยงสาเหตุของอาการปวดหลัง โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เนื่องจากอาการปวดหลังมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน และไม่หายขาดเพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดอาการกำเริบบ่อยๆ หรือไม่ให้ปวดมากจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดังนี้

1. การมีท่าทางที่ถูกต้อง เป็นการรักษาไว้ซึ่งความคงทนของโครงสร้างและหน้าที่ของอวัยวะที่เกี่ยวข้อง การมีท่าทางที่ไม่ถูกต้องจะทำให้เกิดการใช้งานที่มากเกินไปของกระดูก ข้อต่อ กล้ามเนื้อและเอ็น ก่อให้เกิดอาการปวดหลัง การเปลี่ยนแปลงอิริยาบถบ่อย ๆ ช่วยบรรเทาความปวดจากการเกร็งของกล้ามเนื้อ หลีกเลี่ยงการยืนหรือนั่งนาน ๆ ท่าทางที่ไม่เหมาะสมจะทำให้เกิดหลังค่อม เอวแอ่นมากขึ้น การที่เอวแอ่นมากขึ้นจะทำให้ช่องทางออกของเส้นประสาทแคบลง เส้นประสาทถูกกดทับมากขึ้นเป็นสาเหตุให้ปวดหลัง และการที่เอวแอ่นมากเป็นเวลานานๆ ทำให้หมอนรองกระดูกรับน้ำหนักไม่สมดุลกัน จึงเกิด

การเสื่อมของหมอนรองกระดูก ซึ่งมีผลทำให้กระดูกสันหลังเสื่อมตามมา (วีรพล, อารมณ, และสุมาลี, 2545) ในการให้การรักษาทางกายภาพบำบัดในการปรับท่าทางที่ถูกต้องนั้น ปัจจุบันมีอุปกรณ์และเครื่องมือในการตรวจประเมินความผิดปกติของโครงสร้างร่างกาย คือ การตรวจประเมินความผิดปกติของโครงสร้างและท่าทางด้วยรูปถ่ายผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Posture Analysis Program) ซึ่งเมื่อประเมินออกมาแล้วผู้ป่วยสามารถเห็นได้ว่าท่าทางของตนเองนั้นมีความผิดปกติอย่างไร และนักกายภาพบำบัดสามารถให้คำแนะนำในการปรับพฤติกรรมการทำงานประจำวัน ท่าทางให้อยู่ในแนวปกติได้แก่

- 1.1 การปรับท่าทางไม่ให้คอรุนออกมาทางด้านหน้า

- 1.2 การปรับท่าทางให้กระดูกสันหลังส่วนอกตรง หลังไม่ค่อม

- 1.3 การปรับท่าทางให้กระดูกสันหลังส่วนเอวตรง ไม่ให้แอ่นมากเกินไป

- 1.4 การปรับท่าทางในการยืน เดิน นั่ง ทำงาน

2. การหลีกเลี่ยงการใส่รองเท้าส้นสูง เนื่องจากเมื่อใส่รองเท้าส้นสูง ส้นเท้าจะถูกดันให้สูงขึ้นไปด้วย การถ่ายน้ำหนักตัวลงมาสู่เท้าจากที่เคยรับน้ำหนักเต็มทั้งเท้าก็เหลือแต่ส่วนโค้งด้านหน้าของเท้าเท่านั้น ซึ่งจะทำให้ร่างกายเสียสมดุล และทำให้เอวแอ่นมากขึ้น (มานพ, 2541)

ดังนั้นการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อรักษาไว้ซึ่งความคงทนของโครงสร้างและหน้าที่ของอวัยวะที่เกี่ยวข้อง เช่น ศีรษะ ลำคอ ไหล่ หลังส่วนบน หลังส่วนล่าง สะโพก ต้นขา เข่า ข้อเท้า และเท้า

เป็นต้น อีกทั้งท่าทางที่ผิดปกติยังส่งผลที่ทำให้เกิดการทำงานที่มากเกินไปของกระดูก ข้อต่อ กล้ามเนื้อและเอ็น จนก่อให้เกิดการอักเสบ และการบาดเจ็บ ซึ่งกระบวนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมภายนอก ซึ่งการปรับพฤติกรรมภายนอก นั้นอาจไม่เพียงพอในการปรับพฤติกรรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ เห็นได้จากการกลับมาปวดหลังของผู้ที่กลับเข้ามาได้รับการรักษา อีกทั้งการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติแล้ว เมื่อกลับไปทำกิจวัตรประจำวันที่หลากหลายแล้ว ก็ไม่สามารถปรับหรือประยุกต์ใช้กับโปรแกรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติที่ได้รับคำแนะนำมา และเมื่อประสบกับกิจวัตรประจำวัน ทำให้ยังคงมีอาการปวดตามส่วนของร่างกาย

ในผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างเรื้อรัง ระดับความปวดที่เกิดขึ้นส่งผลโดยตรงต่อสภาพร่างกายของผู้ป่วย ทำให้การทำกิจวัตรประจำวันต่างๆในชีวิตประจำวันลำบาก หรือทำได้ลดลง เช่น การยืน การเดินทางไกล การยกของ การทำงาน บ้าน การทำกิจวัตรประจำวันได้แก่ การอาบน้ำ แต่งตัว เป็นต้น เมื่อความสามารถในการทำกิจกรรมของบุคคลนั้นๆลดลง หรือกระทำไม่ได้ ย่อมเกิดความกลัวต่ออาการปวดในระยะเฉียบพลันขึ้น (Pincus et al., 2006 อ้างถึงใน กานดา กาญจนโพธิ์ และคณะ, 2553) มีความสัมพันธ์กับการเกิดกลุ่มอาการผิดปกติของโครงร่างและกล้ามเนื้อ (Vieira & Kumar, 2004; NIOSH, 2007) และยังส่งผลต่อสภาพจิตใจ เกิดภาวะซึมเศร้า วิตกกังวล เกิดความเหนื่อยล้า อารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย ส่งผลให้ผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมประจำวัน (Steenstra, Verbeek, Heymans, & Bongers,

2005 อ้างถึงใน กานดา กาญจนโพธิ์ และคณะ, 2553) เกิดการหยุดงานเพื่อรักษาตัว ในรายที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างเรื้อรังและมีอาการปวดมากจนไม่สามารถทำงานได้ ย่อมส่งผลกระทบต่อ การออกจากงานประจำ ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ทั้งทาง ตรงและทางอ้อม ในผู้สูงอายุอาการปวดหลังส่วนล่าง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต เกิดการพึ่งพาต่อผู้อื่น ในครอบครัว เกิดความไม่เป็นอิสระและความเครียด มีผลกระทบต่อปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ เมื่อการ ดำเนินชีวิตในผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างเรื้อรังเหล่านี้ เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นองค์ประกอบ 4 ด้านของคุณภาพชีวิต ก็ย่อมมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้ป่วย ปวดหลังส่วนล่างเรื้อรังด้วย เช่นเดียวกับคุณภาพชีวิต ในผู้ป่วยที่มีอาการปวดเรื้อรัง ระดับความปวดและระยะ เวลาของการเกิดอาการมีผลทางตรงและทางอ้อมต่อ คุณภาพชีวิต ทำให้คุณภาพชีวิตแย่ลง (Lee, Chronister, & Bishop, 2008 อ้างถึงใน กานดา กาญจนโพธิ์และคณะ, 2553)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการปรับโครงสร้างร่างกายและการให้ความรู้กับผู้ป่วยเกี่ยวกับ โครงสร้างร่างกายที่ผิดปกติเพื่อให้ผู้ป่วยเกิดการตระหนักรู้ต่อการปรับโครงสร้างร่างกายอยู่ตลอดเวลาจะช่วยลดการบาดเจ็บทำให้เกิดอาการปวด บวม เมื่อยล้า เคล็ดตึง อักเสบ แสบ ขา การเสื่อมนและ การสูญเสียหน้าที่ของเอ็น กล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อ ข้อต่อ เส้นประสาทและเส้นเลือด ในขณะที่ทำกิจกรรมต่างๆได้ ซึ่งส่งผลให้อาการปวดหลังทุเลาลง แต่ทั้งนี้เมื่อผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยวาจาจากผู้ป่วยที่กลับมาพบแพทย์เนื่องจากมีอาการ

ปวดหลังซ้ำพบว่ายังคงมีลักษณะท่าทางที่ผิดปกติที่ยังคงแสดงโดยไม่รู้ตัวด้วยความเคยชิน ไม่ตระหนักรู้ว่าลักษณะท่าทางที่ผิดปกติโดยยังทำลักษณะท่าทางที่ผิดปกติที่ยังคงแสดงโดยไม่รู้ตัวด้วยความเคยชิน และไม่ได้สนใจออกกำลังกายตามโปรแกรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติที่ได้รับการสอน ดังนั้นจากการสัมภาษณ์และสถิติการกลับมารักษาซ้ำในประวัติการรักษา ผู้ป่วยที่เข้ามารับการรักษา มักจะมีอาการปวดซ้ำๆ ในบริเวณที่เดิม และเกิดจากสาเหตุการปวดเดิม คือการมีลักษณะท่าทางที่ผิดปกติซ้ำๆ ในระยะเวลานานๆ ที่แสดงว่าผู้ป่วยยังมีความไม่เข้าใจถึงปัญหาของตนเองและยังไม่มีวิธีการคิดแก้ปัญหาไม่ถูกต้อง จึงสมควรได้มีโปรแกรมการสอนผู้ป่วยนี้แตกต่างจากโปรแกรมการสอนแบบเดิมที่ใช้อยู่

ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญา

วิธีฝึกให้ผู้เข้ารับการบำบัดสามารถแก้ปัญหาได้นั้น D'Zurilla & Goldfried (1971) ได้เสนอไว้ 5 ขั้นตอนดังนี้

1) สร้างให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหา ผู้บำบัดจะต้องให้ผู้เข้ารับการบำบัดเข้าใจว่า มีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องแยกปัญหาให้ได้ เนื่องจากปัญหาบางอย่างเกิดขึ้นแล้วสามารถแก้ไขได้ เช่น การที่เราเข้าใจผิดเกี่ยวกับเพื่อนหรือคนที่เรารัก เราสามารถพูดคุยกันและแก้ปัญหานั้นได้ แต่บางปัญหาเป็นสิ่งที่แก้ไขไม่ได้และเรายังคงหมกมุ่นกับปัญหานั้น เช่นการที่คนเราเป็นเอดส์แล้วคิดแต่เรื่องการเป็นเอดส์ ซึ่งโรคเอดส์นั้นยังรักษาไม่ได้ เป็นสิ่งที่แก้ไขไม่ได้ ปัญหาจึงไม่ได้อยู่ที่โรคเอดส์ แต่อยู่ที่การปรับตัวเองให้อยู่กับการเป็นโรคเอดส์ได้อย่างไรมากกว่า การแยกแยะประเด็นปัญหาให้ได้ และทำให้ผู้เข้ารับการบำบัดยอมรับได้

ว่าปัญหาที่แท้จริงนั้นอยู่ไหน นับว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จในการปรับพฤติกรรมแบบการแก้ปัญหา หลังจากนั้นในขั้นตอนต่อมาผู้บำบัดต้องทำให้ผู้เข้ารับการบำบัดมองเห็นและยอมรับว่าปัญหาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์สามารถที่จะเรียนรู้และแก้ไขมันได้นอกจากนี้ผู้บำบัดจะต้องชี้แนะให้ผู้เข้ารับการบำบัดเข้าใจว่าวิธีการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคิดประเมินกระบวนการแก้ปัญหาหลายๆ ทางและเลือกกระบวนการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

2) กำหนดปัญหา และตั้งเป้าหมาย ในขั้นตอนนี้ผู้บำบัดจะต้องช่วยให้ผู้เข้ารับการบำบัดกำหนดปัญหาและเป้าหมายให้ชัดเจน มองปัญหาได้ในสองมิติ คือ แก้ได้ กับแก้ไม่ได้ เมื่อเข้าใจธรรมชาติของปัญหาแล้ว ขั้นต่อมาจึงกำหนดเป้าหมายโดยเป้าหมายนั้นสามารถกำหนดได้ 3 แนวทางคือ มุ่งแก้ปัญหาที่สภาพการของปัญหา มุ่งแก้ที่อารมณ์หรือความคิดต่อสภาพการณ์ของปัญหานั้น มุ่งแก้ทั้งสภาพการณ์ของปัญหาและอารมณ์และความคิดต่อสภาพการณ์ของปัญหานั้น ในการกำหนดเป้าหมายของการแก้ปัญหาต้องกำหนดชัดเจน ถึงจะทำให้ผู้เข้ารับการบำบัดรู้ตนเองว่าเงื่อนไขในลักษณะใดยอมรับได้ และให้ผู้เข้ารับการบำบัดจดบันทึกวิธีการแก้ปัญหาที่คิดได้ลงในกระดาษ

3) การเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหา หลายๆทาง ขั้นตอนนี้ผู้บำบัดจะใช้เทคนิคการระดมสมอง โดยให้ผู้เข้ารับการบำบัดคิดวิธีแก้ปัญหาหลายๆวิธีให้มากที่สุดเท่าที่จะคิดได้ โดยที่ไม่ต้องคำนึงถึงว่าวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้นจะสามารถแก้ปัญหาได้หรือไม่ ผู้บำบัดจะต้องไม่แสดงออกอาการใดๆว่าไม่เห็นด้วยหรือขัดความคิด

ของผู้เข้ารับการบำบัด ผู้บำบัดทำได้อย่างเดียวคือ สนับสนุนให้ผู้เข้ารับการบำบัดคิดวิธีแก้ปัญหาให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ พร้อมทั้งให้การเสริมแรงกับวิธีการแก้ปัญหาที่ผู้เข้ารับการบำบัดคิดได้ และให้ผู้เข้ารับการบำบัดจดบันทึกวิธีการแก้ปัญหาที่คิดได้ในกระดาษ

4) การตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากวิธีการแก้ปัญหาที่คิดได้ในขั้นตอนที่ 3 ซึ่งวิธีการเลือกการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดนั้นสามารถทำได้โดยให้ผู้เข้ารับการบำบัด พิจารณาผลที่อาจจะเกิดขึ้นจากการแก้ปัญหาในแต่ละวิธี โดยพิจารณาทั้งในด้านลบและด้านบวก จากนั้นผู้เข้ารับการบำบัดพิจารณาว่าผลทางลบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากวิธีการแก้ปัญหาดังกล่าวมีอะไรบ้าง และทางบวกมีอะไรบ้าง และขั้นต่อไปคือ กำหนดค่าความรุนแรงของผลที่คิดว่าจะได้ นำผลทั้งจากทางบวกและทางลบมาหักล้างกัน ถ้าคะแนนออกมาทางบวก แสดงว่าวิธีการแก้ปัญหานั้นน่าจะส่งผลดี ถ้าพบว่าจะคะแนนทั้งทางบวกและทางลบเท่ากันจะต้องให้ผู้เข้ารับการบำบัดพิจารณาเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ตนเองรู้สึกว่าจะทำได้ดีและสบายใจมากกว่า เป็นวิธีการที่จะใช้ในการแก้ปัญหา

5) การดำเนินการแก้ปัญหาตามวิธีที่เลือก และประเมินผลที่เกิดขึ้น

ถ้าการดำเนินการแก้ปัญหาสำเร็จ กระบวนการบำบัดถือว่าเสร็จสิ้น แต่ถ้าประเมินแล้วพบว่าปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไข อาจจะต้องย้อนไปพิจารณาข้อ 4 ใหม่อีกครั้งแล้วเลือกวิธีการแก้ปัญหาลำดับถัดไป

การบำบัดแบบการแก้ปัญหาสามารถใช้ได้กับคนที่กำลังเผชิญปัญหาอยู่ในขณะนั้น หรือใช้ในการฝึกให้กับบุคคลทั่วไปที่ยังไม่ได้เผชิญปัญหาใดๆ ทั้งนี้เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นมีทักษะใน

การแก้ปัญหาเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาในอนาคต นอกจากนี้ในกระบวนการบำบัดแบบแก้ปัญหานี้ อาจจำเป็นต้องฝึกทักษะการแสดงออกบางอย่างเพิ่มขึ้นให้กับผู้เข้ารับการบำบัด ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการ ได้แก่ การให้ผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาที่เป็นอยู่คืออาการปวดหลังของตน ซึ่งได้รับข้อมูลและการแนะนำจากผู้วิจัย หลังจากนั้นผู้ป่วยเป็นผู้กำหนดปัญหาอาการปวดหลังของตน สาเหตุของอาการปวดหลัง ลักษณะท่าทางที่ผิดปกติของผู้ป่วย และให้ผู้ป่วยเสนอแนวทางการแก้ปัญหาทางด้านต่างๆ ที่ผู้ป่วยได้กำหนดปัญหาออกมา โดยที่ให้ผู้ป่วยเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหา ให้ออกความคิดในการแก้ปัญหา อาการปวดหลัง รูปแบบลักษณะท่าทาง ท่ายืน ท่านอน ท่าก้มยกของ การสวมใส่เสื้อผ้า และเลือกวิธีการแก้ปัญหอาการปวดหลังจากลักษณะท่าทางต่างๆ ที่ผู้ป่วยเสนอมา แล้วลองลงมือปฏิบัติในข้อเสนอแนะที่ตนได้เสนอแนวทางการแก้ปัญหาที่ได้เสนอความคิดออกมา ในลักษณะรูปแบบการนั่ง การยืน การเดิน การทำกิจวัตรประจำวันต่างๆ และเป็นผู้ตัดสินใจเลือกวิธีที่ดีที่สุด หลังจากที่ได้ลองลงมือปฏิบัติ เมื่อฝึกการลักษณะท่าทางที่ได้เลือกแล้ว ประเมินผลอาการปวดหลังซ้ำหลังจากท่าลักษณะท่าทางต่าง ๆ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง Quasi-experimental research ชนิดศึกษากลุ่มเดียววัดแบบอนุกรมเวลา (The One group Time series design) เพื่อศึกษาผลของโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาคือคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็น ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างทั่วไปที่เข้ารับการรักษาที่สถาบันกระดูกสันหลังกรุงเทพ โรงพยาบาลกรุงเทพ เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2558-เดือนมีนาคม 2559 จำนวน 133 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างทั่วไป ที่ได้รับการส่งต่อเพื่อเข้ารับการรักษาทางกายภาพบำบัด จากแพทย์เฉพาะทางกระดูกสันหลัง สถาบันกระดูกสันหลังกรุงเทพ และแพทย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูกรุงเทพ ระหว่างเดือน เมษายน พ.ศ. 2558 จำนวน 16 คน ได้มาจากการเลือกตามเกณฑ์ดังนี้

1. ผู้ป่วยที่มีภาวะปวดหลังส่วนล่างที่แพทย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูส่งปรึกษานักกายภาพบำบัด ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูผู้ป่วยโรคกระดูกสันหลัง ศูนย์การแพทย์โรงพยาบาลกรุงเทพเพื่อปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ

2. ผู้ป่วยมีภาวะปวดหลังแบบไม่เฉพาะเจาะจง (non - specific low back pain)

3. ไม่มีโรคแทรกซ้อนอื่นโดยเฉพาะโรคเบาหวาน โรคหัวใจ โรคกระดูกพรุน

4. สามารถฟัง อ่าน เขียน และตอบประเมินได้ด้วยตนเอง

5. สมัครใจเข้าร่วมโปรแกรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติตามการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา

6. พำนักอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลสามารถมาทำการรักษาได้ต่อเนื่อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. โปรแกรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา ประกอบไปด้วย

- 1.1 การทำความเข้าใจในปัญหา (Problem orientation) สร้างให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาที่ทำให้เกิดอาการปวดหลังส่วนล่าง และการแก้ปัญหา เป็นการแยกแยะประเด็นของปัญหาให้ได้และแก้ปัญหาได้

- 1.2 นิยามปัญหา (Problem definition) กำหนดปัญหาและตั้งเป้าหมาย เป็นการกำหนดปัญหาและเป้าหมายให้ชัดเจน ปัญหานั้นมองได้สองมิติคือแก้ได้ กับแก้ไม่ได้ เมื่อเข้าใจธรรมชาติของปัญหาแล้ว ขั้นตอนมาจึงกำหนดเป้าหมาย โดยที่เป้าหมายนั้นสามารถกำหนดได้ 3 แนวทาง คือ มุ่งแก้ปัญหาที่สภาพการณ์ของปัญหา (Situation-Focused) มุ่งแก้ที่ อารมณ์ หรือความคิดต่อสภาพการณ์ของปัญหานั้น (Reaction – Focused) หรือมุ่งแก้ที่สภาพการณ์ของปัญหา และอารมณ์หรือความคิดต่อสภาพการณ์ของปัญหานั้น (Situation and Reaction – Focused)

- 1.3 การนำไปสู่ทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหา (Generation of alternative solutions) เสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาของภาวะปวดหลังส่วนล่างหลายๆ ทาง เป็นการใช้เทคนิคการระดมสมอง (Brainstorming) โดยคิดแก้ปัญหาหลายๆ วิธีให้มากที่สุดเท่าที่จะคิดได้ โดยไม่ต้องคำนึงว่าวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้นแก้ปัญหาได้หรือแก้ปัญหาไม่ได้ โดยจะต้องไม่แสดงอาการใดๆ ว่าไม่เห็นด้วยหรือขัดความคิดซึ่งจะสามารถสนับสนุน ให้มีการคิดวิธีการแก้ปัญหาให้มากที่สุดเท่าที่จะคิดได้ พร้อมทั้งให้การเสริมแรงกับวิธีการแก้ปัญหาได้

- 1.4 การตัดสินใจ (Decision making) ตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ทำให้เกิดภาวะปวดหลังส่วนล่างที่ดีที่สุดจากวิธีการแก้ปัญหาที่คิดไว้ในขั้นตอนเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาหลายๆ ทาง เป็นวิธีการเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดนั้นสามารถ

ทำได้โดยการให้ผู้เข้ารับการบำบัด พิจารณาผลที่อาจเกิดขึ้นจากวิธีการแก้ปัญหาในแต่ละวิธี โดยให้พิจารณาทั้งในด้านลบและด้านบวก

1.5 การปฏิบัติการและการตรวจสอบวิธีการแก้ปัญหา (Solution implementation and verification) ดำเนินการแก้ปัญหาตามวิธีการที่เลือก และประเมินผลที่เกิดขึ้น ถ้าการดำเนินการแก้ปัญหาประสบความสำเร็จ กระบวนการบำบัดแบบการแก้ปัญหาถือว่าเสร็จสิ้น แต่ถ้าประเมินผลแล้วพบว่าปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไข ก็อาจจะต้องย้อนกลับไปพิจารณาในขั้นตอนการตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากวิธีการที่ได้คิดไว้อีกครั้ง แล้วเลือกวิธีการแก้ปัญหาลำดับถัดไป หรือบางทีอาจจะต้องย้อนกลับไปขึ้นพิจารณาในขั้นเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาหลายๆ ทาง และขึ้นตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากวิธีการแก้ปัญหาที่คิดไว้ โดยวิเคราะห์พฤติกรรมตนเองที่ทำการบันทึกไว้และนำมาเปรียบเทียบกับ อาการปวดหลังที่เป็นอยู่ โดยเอาแบบบันทึกพฤติกรรมของตนเองมาเปรียบเทียบกับผลการประเมินคุณภาพชีวิต Oswestry Disability Index (ODI) ว่าเป็นไปในทางที่ดีขึ้นหรือแย่ลง

1.6 ขึ้นประเมินผล เป็นขั้นตอนทดสอบความรู้ความเข้าใจของผู้ป่วยด้วยการปฏิบัติ ด้วยแบบประเมินแบบประเมินความรู้ความเข้าใจหลังจากการให้โปรแกรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ โดยใช้การปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาและแบบสอบถามคุณภาพชีวิต Oswestry Disability Index (ODI) ฉบับภาษาไทย

1.7 ประเมินโครงสร้างด้วยโปรแกรมตรวจโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ (Posture analysis program) อีกครั้ง

2.แบบวัดคุณภาพชีวิต Oswestry Disability Index (ODI) ฉบับภาษาไทยแบบวัดออสเวสทรี (Oswestry disability index), Roland-Morris disability questionnaire

การตอบวัดนั้นให้ผู้ป่วยอ่านและตอบคำถามเองซึ่งใช้เวลาสั้นๆ ไม่เกิน 5 นาที ประกอบด้วย 10 คำถามเพื่อประเมินอาการปวดหลังที่จำกัดการทำกิจวัตรประจำวัน ได้แก่ ความรุนแรงของอาการปวด, การดูแลตัวเอง, การยกของ, การเดิน, การนั่ง, การยืน, การนอน, การมีเพศสัมพันธ์, การเข้าสังคมและการเดินทาง การนำแบบวัดออสเวสทรีต้นฉบับที่เป็นภาษาอังกฤษมาใช้ในประเทศที่ไม่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักอาจทำให้เกิดอุปสรรคหลายด้าน ดังนั้นแบบวัดดังกล่าวจึงถูกแปลเป็นหลายภาษา เช่น เยอรมัน, ฝรั่งเศส, สเปน, อิตาลี, กรีก, นอร์เวย์, บราซิล, สวีเดน, เกาหลี, ญี่ปุ่น

วิธีการคำนวณคะแนน

นำคะแนนที่ได้ (คะแนนอยู่หลังคำตอบแต่ละข้อ) หารด้วย 50 และคูณ 100 = ผลที่ได้ (%) Disability)

การแปลผล

คะแนน 0%-20% หมายถึง มี Disability เล็กน้อย ผู้ป่วยมีอาการปวดหลังเล็กน้อยสามารถทนได้ และทำกิจวัตรประจำวันได้เป็นส่วนใหญ่ โดยทั่วไปการรักษาเป็นการแนะนำการยกของ และการออกกำลังกาย

คะแนน 21%-40% หมายถึงมี Disability ปานกลาง ผู้ป่วยมีอาการปวดหลังมากขึ้น มีความยากลำบากในการยืน นั่ง ยกของ การเข้าสังคมทำได้ยากขึ้นบางครั้งไม่สามารถทำงานได้ การรักษาส่วน

ใหญ่เน้นเรื่องจัดการตนเอง ระมัดระวังการมีเพศสัมพันธ์ และการนอน

คะแนน 41%-60% หมายถึงมี Disability รุนแรง มีอาการปวดหลังตลอดเวลา อาการปวดหลังเป็นปัญหาต่อการดำเนินชีวิตประจำวันในบางด้านการรักษาต้องทำการตรวจร่างกายอย่างละเอียดเพื่อวางแผนการรักษา

คะแนน 61%-80% หมายถึง มีความพิการ อาการปวดหลังมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันทุกด้าน การรักษาในระยะนี้ควรเป็นการให้กำลังใจให้แรงเสริมทางบวก

คะแนน 81%-100 หมายถึง มีความพิการที่ต้องได้รับการช่วยเหลือในการดำเนินชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ป่วยที่นอนติดเตียงและเป็นกลุ่มที่มีอาการปวดหลังมากจนเกิดผลกระทบกับร่างกายในด้านอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 16 คน เมื่อจำแนกตามเพศในกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.8 และเพศหญิงร้อยละ 56.3 ด้านอายุพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 93.8 มีอายุ 31-40 ปีและเพียงร้อยละ 6.3 เท่านั้นที่มีอายุ 41-50 ปี เมื่อจำแนกตามการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 87.5 มีระดับการศึกษาอยู่ในปริญญาตรี และมีเพียงร้อยละ 12.5 เท่านั้นที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโท เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่าร้อยละ 56.3 มีอาชีพเป็นพนักงานออฟฟิศ ร้อยละ 18.8 มีอาชีพครูสอนหนังสือ และ ร้อยละ 25.0 เป็นเจ้าหน้าที่ธนาคารเมื่อจำแนกตามระยะเวลาของการปวดหลัง พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่มีอาการปวดหลังในระยะเวลา 0-6 เดือน ร้อยละ 50.0 และมีอาการปวดหลังในระยะ 6 เดือน-1 ปี ร้อยละ 50.0 เช่นกัน

สำหรับผลการเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างที่ได้รับโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาในระยะ ก่อนการทดลอง หลังการทดลองระยะติดตามผล 1 เดือน และระยะติดตามผล 3 เดือน ผู้วิจัยใช้สถิติการวิเคราะห์ด้วย สถิติ One-Way ANOVA with Repeated Measure พบว่าผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างหลังจากที่ได้รับโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาในช่วงเวลา ก่อนการทดลอง หลังการทดลองระยะติดตามผล 1 เดือน และระยะติดตามผล 3 เดือน มีคุณภาพชีวิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 และเมื่อทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่าคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง ระหว่าง หลังการทดลอง ระยะติดตามผล 1 เดือน และระยะติดตามผล 3 เดือน ดีกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

คุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง หลังการทดลองเมื่อเทียบกับระยะติดตามผล 1 เดือนและระยะติดตามผล 3 เดือนไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ และคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างในระยะติดตามผล 1 เดือน และระยะติดตามผล 3 เดือน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

แสดงให้เห็นว่า โปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาทำให้ผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น และยังส่งผลให้ผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างมีคุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างคงที่ตลอดระยะเวลา 3 เดือน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบผลของคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังส่วนล่างที่ได้รับโปรแกรมการ
สอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการ
แก้ปัญหาในระยะ ก่อนการทดลอง หลังการทดลองระยะติดตามผล 1 เดือน และระยะติดตามผล 3 เดือน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างบุคคล	27.734	15	67535.016		
ภายในบุคคล	1702.25	48	559.777		
สิ่งทดลอง	1677.672	3	559.224	1023.881**	.000
ส่วนที่เหลือ	24.578	45	0.546		
รวมทั้งหมด	1099.98	63	68094.780		

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างโดยรวมเป็นรายคู่ด้วย
วิธี Bonferroni

ระยะเวลาในการทดลอง	ค่าเฉลี่ย	ก่อนการทดลอง	หลังการทดลอง	ระยะติดตามผล	ระยะติดตามผล
		ทดลอง ($\bar{X}$ = 41.313)	($\bar{X}$ = 30.313)	1 เดือน ($\bar{X}$ = 29.000)	3 เดือน ($\bar{X}$ = 29.313)
ก่อนการทดลอง	41.313	-	11.000**	12.313**	12.000**
หลังการทดลอง	30.313	-	-	1.313	1.000
ระยะติดตามผล 1 เดือน	29.000	-	-	-	3.313
ระยะติดตามผล 3 เดือน	29.313	-	-	-	-

** p < .01

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายผลตาม
สมมติฐานการวิจัยคือ

1. ผลการศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย โดยพบว่าคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง ระหว่าง หลังการทดลอง ระยะติดตามผล 1 เดือน และระยะติดตามผล 3 เดือน ดีกว่าก่อนการทดลอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 คุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง หลังการทดลองเมื่อเทียบกับระยะติดตามผล 1 เดือนและระยะติดตามผล 3 เดือนไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ และคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างในระยะติดตามผล 1 เดือนและระยะติดตามผล 3 เดือน ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ โดยมีค่าเฉลี่ยคุณภาพชีวิตโดยรวมก่อนการทดลอง 41.313 หลังการทดลอง 30.313 ระยะติดตามผล 1 เดือน 29.000 และระยะติดตามผล 3 เดือน 29.313 สามารถอธิบายได้ดังนี้ ผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างกลุ่มตัวอย่างหลังจากได้รับโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา หลังการทดลองคุณภาพชีวิตดีขึ้นก่อนการทดลอง แต่เมื่อแปลผลเป็น % ตามสูตรที่กำหนดพบว่า มีคุณภาพชีวิตอยู่ 60.02% ซึ่งแปลผลได้ว่าผู้ป่วยยังคงมีอาการปวดหลัง และอาการปวดหลังนั้นกระทบกับการดำเนินชีวิตประจำวันในบางด้านต้องได้รับการรักษาอื่นร่วม แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ผู้ป่วยยังคงมีอาการปวดหลัง และมีบางกิจกรรมที่ยังคงมีปัญหาปวดหลังแต่ก็แสดงให้เห็นในทางสถิติว่าผู้ป่วยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เกี่ยวกับภาวะปวดหลังส่วนล่าง สาเหตุ ขั้นตอนการรักษาด้วยโปรแกรมการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติ รวมถึงได้ลงมือปฏิบัติการตรวจสอบโครงร่างของตนเองที่ผิดปกติ และมีการลงมือปฏิบัติการจัดโครงร่างด้วยตนเอง โดยมีนัก

กายภาพบำบัดคอยชี้แนะและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในชั่วโมงการสอน

เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างมีคุณภาพชีวิตโดยรวมดีขึ้นนั้นเนื่องจากรูปแบบการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา นั้น สร้างให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาที่ทำให้เกิดอาการปวดหลังส่วนล่าง และการแก้ปัญหา เป็นการแยกแยะประเด็นของปัญหาให้ได้และแก้ปัญหา โดยกำหนดปัญหาและตั้งเป้าหมาย เป็นการกำหนดปัญหาและเป้าหมายให้ชัดเจน โดยผู้วิจัยทำการสอนโดยให้มองปัญหาออกเป็นสองมิติคือแก้ได้ กับแก้ไม่ได้ เมื่อผู้ถูกทดสอบเข้าใจธรรมชาติของปัญหาแล้ว ขั้นต่อมาจึงกำหนดเป้าหมาย โดยที่เป้าหมายนั้นสามารถกำหนดได้ 3 แนวทาง คือ มุ่งแก้ปัญหาที่สภาพการณ์ของปัญหา (Situation – Focused) มุ่งแก้ที่อารมณ์หรือความคิดต่อสภาพการณ์ของปัญหานั้น (Reaction – Focused) หรือมุ่งแก้ที่สภาพการณ์ของปัญหา และอารมณ์หรือความคิดต่อสภาพการณ์ของปัญหานั้น (Situation and Reaction – Focused) จากนั้นผู้วิจัยได้นำผู้ถูกทดสอบไปสู่ทางเลือกต่างๆ ในการแก้ปัญหา (Generation of alternative solutions) เสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาของภาวะปวดหลังส่วนล่างหลายๆ ทาง เป็นการใช้เทคนิคการระดมสมอง (Brainstorming) โดยคิดแก้ปัญหาหลายๆ วิธีให้มากที่สุดเท่าที่จะคิดได้ โดยไม่ต้องคำนึงว่าวิธีการแก้ปัญหาเหล่านั้นจะแก้ปัญหาได้หรือไม่หรือไม่ได้ โดยจะต้องไม่แสดงอาการใดๆ ว่าไม่เห็นด้วยหรือขัดความคิด ซึ่งจะสามารถสนับสนุนให้มีการคิดวิธีการแก้ปัญหาให้มากที่สุดเท่าที่จะคิดได้ พร้อมทั้งให้การเสริมแรงกับวิธีการ

แก้ปัญหา จากนั้นให้ผู้ถูกทดสอบทำการตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ทำให้เกิดภาวะปวดหลังส่วนล่างที่ดีที่สุดจากวิธีการแก้ปัญหาที่คิดไว้ในขั้นตอนเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาหลายๆทางโดยพิจารณาผลที่อาจจะเกิดขึ้นจากวิธีการแก้ปัญหาในแต่ละวิธี โดยให้พิจารณาทั้งในด้านลบและด้านบวก เมื่อพิจารณาแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็น การปฏิบัติการและการตรวจสอบวิธีการแก้ปัญหา (Solution implementation and verification) ดำเนินการแก้ปัญหาตามวิธีการที่เลือกและประเมินผลที่เกิดขึ้น ถ้าการดำเนินการแก้ปัญหาประสบความสำเร็จ กระบวนการบำบัดแบบการแก้ปัญหาถือว่าสำเร็จสิ้น แต่ถ้าประเมินผลแล้วพบว่าปัญหายังไม่ได้รับการแก้ไข ก็อาจจะต้องย้อนกลับไปพิจารณาในขั้นตอนการตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากวิธีการที่คิดไว้อีกครั้ง แล้วเลือกวิธีการแก้ปัญหาลำดับถัดไป หรือบางที่อาจจะต้องย้อนกลับไปขึ้นพิจารณาในขั้นตอนเสนอทางเลือกในการแก้ปัญหาหลายๆทาง และขึ้นตัดสินใจเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากวิธีการแก้ปัญหาที่คิดไว้ โดยวิเคราะห์พฤติกรรมตนเองที่ทำการบันทึกไว้และนำมาเปรียบเทียบกับอาการปวดหลังที่เป็นอยู่ โดยเอาแบบบันทึกพฤติกรรมของตนเองมาเปรียบเทียบกับผลการประเมินคุณภาพชีวิต Oswestry Disability Index (ODI) ว่าเป็นไปในทางที่ดีขึ้นหรือแย่ลง

จากขั้นตอนและกระบวนการแก้ปัญหาดังกล่าวจะเป็นการเสริมสร้างให้ผู้ป่วยมีความมั่นใจ กำลังใจในการฝึกแก้ปัญหาด้วยตัวเองและเมื่อผู้ป่วยได้มีการทำซ้ำๆจะทำให้ผู้ป่วยสามารถจดจำวิธีการแก้ปัญหากับอาการปวดที่เป็นอยู่ และสามารถจัดการกับอาการปวดนั้นได้ด้วยตนเอง เมื่อผู้ป่วยสามารถเข้าใจความคิดที่เกิดขึ้นตาม

ความเป็นจริงแล้ว ผู้ป่วยสามารถปรับเปลี่ยนความคิดอัตโนมัติทางลบและความคิดที่ไม่ตรงกับความเป็นจริงของตนเองได้ พร้อมทั้งสามารถค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญห โดยสอดคล้องกับแนวคิดของการปรับพฤติกรรมทางปัญญาที่ว่า ตัวแปรทางปัญญานั้นย่อมมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลนั้นถ้าสามารถเปลี่ยนแปลงตัวแปรทางปัญญาได้พฤติกรรมของบุคคลนั้นย่อมเปลี่ยนแปลงตาม (สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2549, หน้า 311)

การสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นเหมาะสมเป็นกันเอง ผ่อนคลาย ประกอบกับความพร้อมและความยินดีเต็มใจกระตุ้นของผู้วิจัยในการเริ่มต้นของการจัดการสอนตามการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา นับว่าเป็นการช่วยให้ผู้ป่วยเกิดความไว้วางใจ ให้ความร่วมมือ เชื่อศรัทธาในตัวนักกายภาพบำบัด และพร้อมที่จะเข้าร่วมการศึกษาวิจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำผู้ป่วยเข้าสู่ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมการสอนการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาได้อย่างราบรื่น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงทำให้ผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่างมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นหลังจากได้รับโปรแกรม การสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการ แก้ปัญหานั้นมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการ สอนทางกายภาพบำบัดเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาอาการปวดหลังส่วนล่างต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรนำโปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับ

พฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหา นี้ไปใช้ในโปรแกรมกายภาพบำบัดในผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง เพื่อช่วยให้ผู้ป่วยเห็นความสำคัญของการปรับโครงสร้างภายนอกร่างกายด้วยตนเอง และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมส่งผลให้ผู้ป่วยที่มีอาการปวดหลังมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2. ผลการวิจัยนี้จะเป็ต้นแบบในการปรับความคิดและปรับพฤติกรรมให้ผู้ป่วยหันมาสนใจสุขภาพอาการความเจ็บป่วยของตัวเองซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการรักษาอื่นๆได้

ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. โปรแกรมการสอนการปรับโครงสร้างและท่าทางที่ผิดปกติโดยใช้ทฤษฎีการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาไปใช้กับผู้ป่วยกลุ่มอื่นเช่น ผู้ป่วยโรคปอด ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยโรคหัวใจ เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับเทคนิคการปรับพฤติกรรมรูปแบบอื่นเพื่อเป็นการยืนยันผลการปรับพฤติกรรมทางปัญญาด้วยเทคนิคการแก้ปัญหาต่อผู้ป่วยปวดหลังส่วนล่าง

บรรณานุกรม

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2536). **ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม**. กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

----- . (2556). **ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ; สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์การสหประชาชาติ. (2525). **แผนปฏิบัติการระดับโลกว่าด้วยเรื่องคนพิการ**. กรุงเทพมหานคร. ม.ป.ท.

องค์การอนามัยโลก (The WHO QOL-100 AND THE WHO BREF) (2541) แบบวัดคุณภาพชีวิต วารสารกรมสุขภาพจิต เดือน กุมภาพันธ์

Chase, J. A. (1992). **Outpatient of low back pain**. Orthopedic Nursing.

Dubuisson, w., & Eason, F. R. (1994). **Nursing management of adult with degenerative, inflammatory, or autoimmune musculoskeletal disorder**. In P. G. Beare & J. L. Myers (Eds) Adult health nursing. St. Louis: Mosby

Fairbank, J.C. (1980). **The Oswestry Low Back Pain disability questionnaire**. Physicaltherapy

Ferrans C. E. & Power, M. J. (1992). **Psychometric assessment of the quality of life in11dex**. Research in Nursing & Health.

LeMone, P.,& Burke, K. M. (2000). **Medical- surgical nursing: Critical Thinking in client care** (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Ruda, S.C. (1992). **Nursing role in mamagement musculoskeletal problem**. In S. M. Lewis & I. C. Collier (Eds), Medical-Surgical nursing; Assessment and management of clinical problem. St. Louis: Mosby Year Book.

Saunders, H. D. (1992). **Self-help manual of your back**. Minneapolis: A Saunders Group

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงานร้านชาวมะขาม: กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย

Factors Affecting Job Performance among Bubble Tea Employees: A Case Study of Northeast Thailand

เกตแก้ว พรหมเมือง¹, สืบชาติ อินทะไชย²

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี^{1, 2}

Ketkaew Prommuang¹, Subchart intrachain²

Udonthani Rajabhat University^{1, 2}

E-mail: 63130702202@udru.ac.th¹

Received: November 25, 2021; Revised: April 12, 2022; Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงานร้านชาวมะขามโดยใช้แบบการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีจุดประสงค์ (Purposive Sampling) อันเนื่องจากต้องเลือกศึกษาเฉพาะพนักงานที่ทำงานที่ร้านชาวมะขามในพื้นที่ตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้นจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม พบว่าทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน ความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน ความเบื่อหน่ายในการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออกจากงาน การจัดการองค์ความรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน ความพึงพอใจในงานส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน ภาวะผู้นำสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับได้ และความตั้งใจลาออกจากงานส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงาน ในขณะที่ความเบื่อหน่ายในการทำงานส่งผลไม่ส่งเชิงลบต่อความพึงพอใจในงาน และการจัดการองค์ความรู้ไม่ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน

คำสำคัญ: ความตั้งใจลาออกจากงาน ศักยภาพในการทำงานของพนักงาน ความพึงพอใจ

ABSTRACT

The objective of this study was to study the factors affecting the working potential of the bubble tea shop staff by using the purposive sampling model focusing on 400 employees who worked at a bubble tea shop in the Northeastern region Thailand. The results of the study found that the correlation coefficient analysis between the primary variables and the dependent variable found that all variables had strong correlation. Statistical significance, The hypothesis testing, it was found that confidence in the organization had a negative effect on the intention to quit the job. Confidence in the organization positively affects job satisfaction. Boredom at work has a positive effect on the willingness to quit your job. Knowledge management has a positive effect on job satisfaction. Job satisfaction has a negative effect on willingness to quit. Leadership could act as a directing variable. And the intention to quit the job negatively affected the potential of employees. While boredom at work does not negatively affected job satisfaction. And knowledge management did not negatively affect the intention to quit the job.

KEYWORDS: Employee performance, Turnover intention, Bubble tea employee

บทนำ

ผลิตภัณฑ์ชาพร้อมดื่ม อาทิ ชานม ชาไทย ชาเขียว ฯลฯ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มียอดขายค่อนข้างสูงและเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับธุรกิจชาไข่มุกในประเทศไทย เกิดขึ้นและเป็นที่นิยมครั้งแรกในช่วงปี พ.ศ. 2541 – 2542 โดยแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักช่วงนั้น คือ Mr. Shake ที่ตั้งอยู่ในย่านสยามสแควร์ จุดเด่นของชาไข่มุกที่ทำให้เป็นที่นิยมสำหรับคนไทย คือ รูปทรงของแก้วชาที่มีลักษณะรูปร่างยาว หลอดดูดยาว มีไข่มุกสีดำ เมื่อช่วงเวลาผ่านไปเรื่อย ๆ มีการเข้ามาของแบรนด์จากต่างประเทศ เช่น The alley, Tiger Sugar หรือ KOI THE' (โคอิเตะ) ถึงแม้ว่า Trend ในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีความนิยมเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาปัจจุบัน แต่เครื่องดื่มชาไข่มุกก็ยังสามารถคงอยู่ได้มาจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันตลาดชา

ไข่มุกเมืองไทยแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ มีจำนวนสาขารวมกันไม่ต่ำกว่า 700 สาขาในทุกแบรนด์ ได้แก่ ตลาดมวลชน (Mass market) ราคาต่ำกว่า 40 บาท คิดเป็นสัดส่วน 20% ตลาดสินค้าระดับกลาง (Medium market) ราคา 40-75 บาท ขนาดใหญ่ที่สุดด้วยสัดส่วน 60% ขณะที่อีก 10% เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Premium market) ราคาสูงกว่า 75 บาทขึ้นไป ซึ่งมีมูลค่าโดยรวมกว่า 2,500 ล้านบาททั่วประเทศ (Prachachat, 2563) ในอดีตอัตราการออกจากงานในประเทศไทยที่เป็นที่ยอมรับกันในองค์กรจะอยู่ระหว่าง 6-10% จากจำนวนพนักงานทั้งหมดต่อปี แต่ในสภาวะปัจจุบัน ตัวกลุ่มแรงงานทัศนคติหรือค่านิยมที่มีต่อการทำงานประจำ และสภาวะเศรษฐกิจเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง อัตราการลาออกจึงเพิ่มขึ้นอยู่ที่ประมาณ 10-15% ถ้าองค์กรไหนมีแนวโน้มในลักษณะดังกล่าว ผู้บริหารควรที่จะ

ให้ความสนใจในประเด็นนี้ และถ้าอัตราการลาออกสูงกว่า 15% ขึ้นไป องค์กรจะต้องมีการแก้ไขอย่างจริงจังและเร่งด่วน การออกจากการที่สูงเกินไป นอกจากจะทำให้สูญเสียค่าใช้จ่ายในการรับคนใหม่, การฝึกอบรมคนใหม่, การสูญเสียองค์ความรู้ที่สะสมไว้ในองค์กร, การสูญเสียงานในระหว่างที่ว่างคน ฯลฯ ซึ่งเคยมีการวิจัยว่า มีมูลค่าสูงถึง 25 - 200 % ของค่าตอบแทนรายปีของคนที่ออกจากการแล้ว ที่สำคัญยังสร้างปัญหาให้กับการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าและยังส่งผลกระทบต่อขวัญ และกำลังใจของพนักงานที่ยังอยู่อีกด้วย งานวิจัยบางแห่งพบว่า ค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานใหม่ 1 คนสูงเป็น 6 เท่าของค่าใช้จ่ายในการรักษาพนักงานเก่า 1 คน เอาไว้ (Puttanont, 2562)

จากปัญหาที่กล่าวข้างต้นกับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจและศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องต่อการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในองค์กร เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจต่องานที่ทำ มีศักยภาพในการดำเนินงานอย่างเต็มที่ และช่วยลดค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรตามมา Kerra และ Ava (2015) จึงมีการเสนอแนวทางการจัดการ และสร้างความพึงพอใจและธำรงรักษาพนักงาน เพื่อลดอัตราการลาออกที่จะเกิดขึ้น ซึ่งมีแนวทางดังต่อไปนี้ ธุรกิจควรเริ่มจากการสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร ความเชื่อมั่นจะเกิดจากความน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือทำให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปได้ในโลกธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ใด ๆ หากไม่มีความน่าเชื่อถือเกิดขึ้นแล้ว ความเชื่อมั่นของลูกค้าย่อมไม่เกิดขึ้น จึงสรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นนั้นสำคัญ มิใช่เพียงแต่ชื่อเสียง หรือผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพเท่านั้น องค์กรประกอบในภาพรวม ไม่ว่าจะรูปแบบ ลักษณะ ขององค์กร สภาพแวดล้อม ตัวของผลิตภัณฑ์ แม้กระทั่งพนักงาน

ขององค์กร ล้วนแล้วแต่สำคัญ ต่อการสร้าง ความเชื่อมั่นของลูกค้า ต่อองค์กร ความน่าเชื่อถือที่ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นนี้ เมื่อองค์กรมีการบริหารจัดการที่ดี สภาพแวดล้อมดี มีการจัดการองค์ความรู้ที่ดี (การจัดการองค์ความรู้ หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในส่วนต่าง ๆ ของธุรกิจ ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร นำมาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพ และความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด (Kerra & Ava, 2015) และเมื่อองค์กรมีการจัดการความรู้ นำความรู้มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการ และนำมาพัฒนาความสามารถหรือศักยภาพการทำงาน ของพนักงาน หรือในมุมมองงาน HR จะใช้คำว่า “Reskill” ก็คือการปรับปรุง เรียนรู้ พัฒนาทักษะเก่าของตนเอง ตลอดจนเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เพื่อที่จะสามารถทำงานใหม่ ๆ ได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่างทักษะที่มีความสำคัญในยุคศตวรรษที่ 21 เช่น ทักษะทางเทคโนโลยีและดิจิทัล, ทักษะความยืดหยุ่นในการทำงาน, ทักษะการเรียนรู้และพัฒนา เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อเตรียมให้บุคลากรของตนเองสามารถรองรับงานได้หลากหลายประเภทมากขึ้น ตลอดจนหากบุคลากรไม่ได้ทำงานกับองค์กรแล้วออกสู่ตลาดแรงงานภายนอกก็สามารถที่จะมีทักษะหลากหลายรูปแบบเพื่อที่จะไปต่อยอดในงานสายต่าง ๆ ได้มากมายขึ้นด้วยนั่นเอง เมื่อพนักงานมีคุณภาพ มีความสามารถ สอดคล้องกับงานที่ได้รับมอบหมายก็จะช่วยให้สร้างความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน พอพนักงานมีความสุขจากการทำงานในองค์กร มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน และมองเห็นความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ก็จะช่วยลดความเบื่อหน่ายของพนักงานภายในองค์กร และทำให้พนักงานมีความต้องการลาออกที่ลดน้อยลง (Kerra & Ava, 2015)

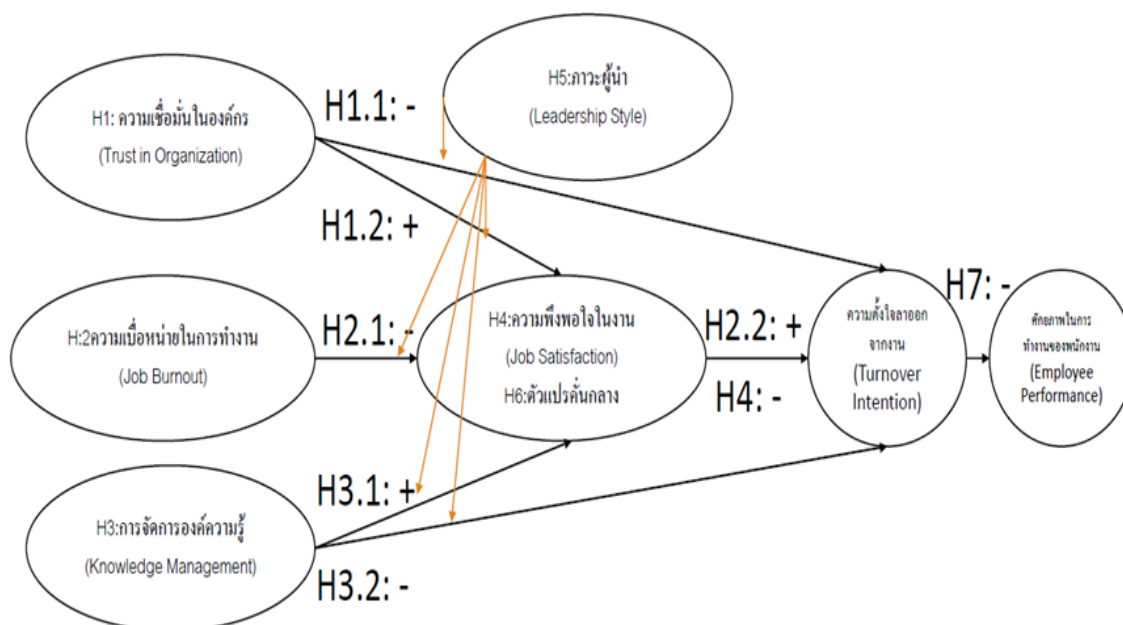
ดังนั้นจากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในการดำเนินงานของธุรกิจให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความมั่นคง ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานร้านขนมไข่มุกซึ่งเป็นหนึ่งเครื่องดื่มในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพื่อศึกษาสิ่งที่มีผลทำให้พนักงานตัดสินใจลาออกจากงานที่ทำ และนำแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้ในการวางนโยบายของธุรกิจ เพื่อให้อัตราการลาออกของพนักงานลดลง พนักงานมีความพึงพอใจ

ต่องานที่ทำ รวมถึงสามารถทำงานอยู่กับองค์กรได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน จากความสำคัญและที่มาของปัญหา พบว่า อุตสาหกรรมเครื่องดื่มโดยเฉพาะขนมไข่มุกกำลังเผชิญกับปัญหาด้านพนักงานมีแนวโน้มในการตั้งใจลาออกจากงานสูงซึ่งสวนทางต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าวไม่สามารถศักยภาพของธุรกิจมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงานร้านขนมไข่มุก

กรอบแนวคิด



งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสมมติฐาน

Zeffane และ Melhem (2017) ได้กำหนดให้ความเชื่อมั่นในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานเป็นตัวแปรในการอธิบายความตั้งใจ

ลาออกจากงานของภาคธุรกิจบริการในอาหรับเอมิเรตส์โดยการวิเคราะห์การถดถอยจากข้อมูลจำนวน 311 ราย พบว่าความเชื่อมั่นในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานภาคธุรกิจบริการในอาหรับเอมิเรตส์สามารถลดความตั้งใจ

ลาออกได้อย่างมีนัยสำคัญและทั้งสองตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก ต่อมาเป็นในเรื่องของความเปราะบางในการทำงานถือเป็นสิ่งที่นักวิจัยได้ให้ความสำคัญต่อการศึกษารื่องของความพึงพอใจในงานและความตั้งใจลาออกเช่นกัน โดย Bauer และ Silver (2018) ได้ยืนยันจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 203 ราย ที่อยู่ในภาคการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง และพบว่าความเปราะบางในการทำงานส่งผลให้คนมีความตั้งใจลาออกจากงานมากยิ่งขึ้นในขณะที่ความพึงพอใจในงานส่งผลทำให้ความตั้งใจลาออกจากงานของกลุ่มตัวอย่างลดลง โดยความเปราะบางในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานในทิศทางตรงกันข้าม

Usmanova et al. (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้ที่มีการถ่ายทอดความรู้กันจากกลุ่มตัวอย่างที่มาจากพนักงานจำนวน 322 ราย ของของบริษัทสัญชาติจีนที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมโดยใช้สมการเชิงโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูล จากผลการศึกษาพบว่าพนักงานการจัดการองค์ความรู้ที่มีการถ่ายทอดความรู้กันจากกลุ่มนั้นส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานที่เพิ่มขึ้น และนอกจากนั้นการจัดการองค์ความรู้ที่มีการถ่ายทอดความรู้กันยังสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจอันเกี่ยวข้องกับการลาออกของพนักงานที่เป็นต้นทุนของทรัพยากรมนุษย์ได้ด้วยเช่นกัน (Ali et al. 2019) ประเด็นเรื่องของภาวะผู้นำนั้นและความพึงพอใจในงานเป็นประเด็นที่นักมีความสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ของตัวแปรนี้จากเป็นตัวแปรต้นหรือตามให้เป็นตัวแปรคั่นกลางหรือกำกับ เช่น Miao และ Cao (2019) ได้กำหนดให้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแปรกำกับระหว่างการศึกษา

ความสัมพันธ์ของคุณภาพชีวิตการทำงานและความสร้างสรรค์ของพนักงานในการทำงานจำนวน 266 ราย โดยพบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแปรกำกับสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับได้

Alfaiza et al. (2021) ที่ได้ยืนยันถึงความสำคัญของภาวะผู้นำระหว่างการประชุมงานโดยภาพรวมและคุณภาพขององค์ความรู้ของพนักงานจำนวน 334 คน ในทำนองเดียวกัน Chen et al. (2019) ได้แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญระหว่างความเปราะบางในการทำงานการลาออกจากงานของพนักงานจำนวน 1,370 ราย ในในประเทศจีน

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นนำมาสู่การยืนยันความสำคัญของสมมติฐานที่ตั้งไว้ในพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้ออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ทำการร่างแบบสอบถามการวิจัย การทบทวนตัวแปรและองค์ประกอบจากการทบทวนวรรณกรรม ดำเนินการทบทวนและพิจารณา วิเคราะห์ข้อคำถามของตัวแปรและองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดร่างแบบสอบถามเบื้องต้นที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยพิจารณาระดับการวัดข้อมูลและข้อคำถามที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาในครั้งนี้ได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามโดยการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการนำ Pilot Test ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงตามการพัฒนาเครื่องมือการวิจัยด้วยวิธีการทดสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) มาทำการทดสอบเบื้องต้นโดย

การเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง และนำกลับมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการใช้สถิติ Cronbach's Alpha ซึ่งจะพิจารณาค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป หมายความว่า ข้อคำถามดังกล่าวมีความเชื่อมั่นในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการโพสต์ในเพจ Facebook Fanpage ร้านขนมไข่มุกที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมายโดยใช้ Google Forms ซึ่งถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ได้รับความนิยมและเป็นตัวเลือกแรก ๆ ของใครหลายคนที่ต้องการจะสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยจุดเด่น คือ การรองรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่จำกัดข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามจะ

ถูกเก็บโดยอัตโนมัติไว้ที่ Google Spreadsheet และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์แบบออนไลน์แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เป็นไปตามมาตรการรักษาระยะห่าง

ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 220 คน มีอายุ 20 – 40 ปี จำนวน 318 คน และมีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามพบว่าทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่2: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานโดยมีภาวะผู้นำเป็นตัวแปรส่งผ่าน

ความพึงพอใจในงาน	B	SE B	Beta	t	Sig t
ค่าคงที่	1.248	.215		5.803	.000
ความเชื่อมั่นในองค์กร x ภาวะผู้นำ	.275	.066	.253	4.162	.000
ความเบื่อหน่ายในการทำงาน x ภาวะผู้นำ	-.039	.062	-.038	-.626	.532
การจัดการองค์ความรู้ x ภาวะผู้นำ	-.003	.022	-.007	-.118	.906

ผลจากตาราง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นในองค์กร และ ภาวะผู้นำ ($\beta = 0.$

.275) ในขณะที่ด้านอื่น ๆ ภาวะผู้นำไม่มีบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างตัวแปรอิสระไม่ส่งผลต่อส่งผลต่อความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 2: ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานวิจัย

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ของตัวแปร	ผลการทดสอบ
1.1	ความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน	สนับสนุน
1.2	ความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน	สนับสนุน
2.1	ความเบื่อหน่ายในการทำงานส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจในงาน	ไม่สนับสนุน
2.2	ความเบื่อหน่ายในการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออกจากงาน	สนับสนุน
3.1	การจัดการองค์ความรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน	สนับสนุน
3.2	การจัดการองค์ความรู้ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน	ไม่สนับสนุน
4	ความพึงพอใจในงานส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน	สนับสนุน
5	ภาวะผู้นำสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับได้	สนับสนุน
6	ความตั้งใจลาออกจากงานส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงาน	สนับสนุน

สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 220 คน มีอายุ 20 – 40 ปี จำนวน 318 คน และมีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท โดยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรความเชื่อมั่นในองค์กร ความเบื่อหน่ายในการทำงาน ตัวการจัดการองค์ความรู้ ความตั้งใจลาออก ศักยภาพในการทำงาน และภาวะผู้นำภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อสรุปผลการผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามพบว่าทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญทางสถิติ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน ความเชื่อมั่นในองค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน ความเบื่อหน่ายในการทำงานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจลาออกจาก

งาน การจัดการองค์ความรู้ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน ความพึงพอใจในงานส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน ภาวะผู้นำสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับได้ และความตั้งใจลาออกจากงานส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการทำงานของพนักงาน ในขณะที่ความเบื่อหน่ายในการทำงานส่งผลไม่ส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจในงาน และการจัดการองค์ความรู้ไม่ส่งผลเชิงลบต่อความตั้งใจลาออกจากงาน

ข้อเสนอแนะ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ หลังจากการศึกษาครั้งนี้สามารถอธิบายถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานชาวมุสลิมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันเนื่องมาจากแนวคิดทฤษฎีส่วนใหญ่ที่ดำเนินการทบทวนนั้นมาจากต่างประเทศและยังคงมีงานวิจัยในประเทศไทยจำนวนน้อยในการศึกษาตัวแปรดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ

ผลงานระหว่างตัวแปรในการทำหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไปเพื่อใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์นี้เพื่อขยายขอบเขตในการอธิบายตัวแปรดังกล่าวให้ได้มากขึ้นแก่วงการวิชาการ

2. ประโยชน์เชิงวิชาชีพ หลังจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ประกอบการเครื่องดื่มชาสมุนไพรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถจัดการกับปัจจัยที่ส่งเสริมความตั้งใจลาออกจากงานให้ลดน้อยลงและ

ใส่ใจปัจจัยที่ช่วยลดระดับความตั้งใจลาออกจากงานของพนักงานเพื่อลดอัตราการลาออกและนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการทำงานของพนักงานชาสมุนไพรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้ประกอบการชาสมุนไพรสามารถลดต้นทุนของทรัพยากรมนุษย์ในการสรรหา คัดเลือก และฝึกอบรมเพื่อให้พนักงานดังกล่าวสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่และตรงต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

- Alfaiza, S. A., Abed, A. Y., Sultan, A. A., & Riyadh, H. A. (2021). Moderating role of leadership between mass collaboration and quality of knowledge: a case of Iraq's pharmaceutical sector. *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IJOA-08-2021-2891>.
- Chen, X., Ran, L., Zhang, Y., Yang, J., Yao, H., Zhu, S., & Tan, X. (2019). Moderating role of job satisfaction on turnover intention and burnout among workers in primary care institutions: a cross-sectional study. *BMC public health*, 19(1): 1-10.
- Kerra P., & Ava, A. (2015). **Factors and causes of employee resignation**. Prince of Songkla University. Retrieved July 20, 2564, from http://intra.polsci.pn.psu.ac.th/edu_sha/files/03-06-2015_14-14-22_2-11.pdf.
- Prachachat. (2563). **Sparkling bubble milk tea, boiling competition “Tao Kae Noi” 3 Billion** Retrieved July 19, 2564, from <https://www.prachachat.net/marketing/news-571938>.
- Puttanont, W. (2562). **Trends in layoffs in each industry**. Retrieved June 20, 2564, from <https://www.thebangkokinsight.com/news/stock-finance/stock/884193/>.
- Usmanova, N., Yang, J., Sumarliah, E., Khan, S. U., & Khan, S. Z. (2020). Impact of knowledge sharing on job satisfaction and innovative work behavior: the moderating role of motivating language. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(3): 515-532. doi:10.1108/VJKMS-11-2019-0177.
- Zeffane, R., & Melhem, S. B. (2017). Trust, job satisfaction, perceived organizational performance and turnover intention: A public-private sector comparison in the United Arab Emirates. *Employee Relations*, 39(7): 1148-1167. doi: 10.1108/ER-06-2017-0135.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่ม เจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

Marketing Mix Factors Affecting the Decision to Buy Online Products of Generation Z Group in Bangkok

พนิดา ตันศิริ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Panida Tansiri

School of Business Administration, Bangkok University

Email: panida.t@bu.ac.th

Received: March 25, 2022; Revised: April 11, 2022; Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มเจนเอเรชั่น Z เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 55.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุระหว่าง 19-21 ปี ร้อยละ 53.0 มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทแฟชั่น และใช้เวลาเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง 30 นาที – 1 ชั่วโมง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยทั้ง 4 ด้านร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ร้อยละ 51

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อสินค้า เจนเอเรชั่น Z

ABSTRACT

The objective of this research was to study the marketing mix factors affecting the decision to buy online products of generation Z in Bangkok. Data were collected through questionnaires from 400 samples of Generation Z in Bangkok. The data were analyzed by descriptive statistics: frequency, percentage, mean, standard deviation. For the hypothesis testing, inferential statistics: multiple regression were used. The results of the study indicated that 55.3 percent of the respondents were female and they were between 19-21 years old. The 53.0 percent of the products they purchased were fashion items, and the average time they spent on an online shopping was from 30 to 60 minutes. The hypothesis testing results showed that the price in marketing mix factors positively affects the decision to buy online products of the generation Z in Bangkok, followed by the distribution channel, product, and promotion at the 0.05 level of significance. All four factors together could predict the online purchasing decisions at a rate of 51 percent.

KEYWORDS: Marketing Mix, Decision to Buy, Generation Z

บทนำ

จากการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2564 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์., 2564) พบว่า เจเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตนานที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้ในการเรียนออนไลน์ รองลงมาคือ ดูโทรทัศน์ ดูคลิป ฟังเพลงออนไลน์ ค้นหาข้อมูล อ่านข่าว ซื้อสินค้า รับส่งอีเมล และทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้งนี้ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้กลุ่มเจเนอเรชัน Z มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชัน Y ที่เคยเป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในหลายปีที่ผ่านมา รวมทั้งจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการออนไลน์ในการซื้อขายสินค้า หรือ e-Commerce มากขึ้น ทำให้มูลค่า e-Commerce เติบโตขึ้นแบบก้าว

กระโดด ทั้งการใช้บริการผ่านแพลตฟอร์ม เช่น Shopee Lazada หรือ Social Commerce เช่น Facebook LINE โดยผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการออนไลน์ เพราะมั่นใจในระบบชำระเงิน รวมถึงการมีบริการส่งเสริมการขายในช่วงวันสำคัญอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ e-Commerce ของไทยหลายแห่งมีการปรับตัวเพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 เช่น การใช้การตลาดดิจิทัล การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่าน Social Media การปรับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การนำเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่มาประยุกต์ใช้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการทำความร่วมมือกับคู่ค้า (fulfillment partners) เพื่อเพิ่มตัวเลือกการจัดส่ง e-Commerce พร้อมทั้งตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อเสนอการจัดส่งครอบคลุมและยืดหยุ่นเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค สามารถรับมือกับความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นได้ (Zhong, Y., Guo, F., Wang,

Z., & Tang, H., 2019) และยังมีการสนับสนุนลูกค้ากลุ่มเปราะบางซึ่งเป็นลูกค้าที่ผู้ให้บริการต้องใช้ความระมัดระวังในการติดต่อและให้บริการเป็นพิเศษ เพื่อรับมือกับ New Normal ที่เกิดขึ้น (Sheth, J., 2020) ทั้งนี้ จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ และจากการที่ภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุน e-Commerce ที่ตอบสนองความต้องการทางเทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคด้วยการพัฒนานวัตกรรมด้าน e-Commerce จึงเป็นโอกาสสำหรับการค้าขายผ่านช่องทางออนไลน์หรือ e-Commerce ที่มีมากขึ้นกว่าเดิม โดยผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2563 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์., 2564) พบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือ e-Commerce ในประเทศไทยมีมูลค่าเท่ากับ 3.78 ล้านล้านบาท มีสัดส่วนของมูลค่า e-Commerce ในรูปแบบ B2C มากที่สุด คิดเป็นมูลค่ากว่า 2.17 ล้านล้านบาท B2B มีมูลค่ากว่า 0.84 ล้านล้านบาท และ B2G มีมูลค่า 0.77 ล้านล้านบาท รวมทั้งจากรายงาน Digital 2022 Global Overview Report (We Are Social, & Hootsuite, 2022) ในประเทศไทยมีผู้ใช้ Social Media ร้อยละ 81.2 ใช้เวลาเฉลี่ยวันละ 2:59 ชั่วโมง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16 ถึง 24 ปี มีการใช้ Social Media เฉลี่ย 7.6 แพลตฟอร์ม โดย YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่มีการใช้เวลามากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้ Social Media เพื่อหาข้อมูลแบรนด์หรือสินค้าที่สนใจ ร้อยละ 47.5 ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์ หรือ Social Media ในการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมและสนใจในผลิตภัณฑ์และบริการของตน ตลอดจนเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ในการซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภค และสามารถเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าออนไลน์

ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจ e-Commerce ประสบความสำเร็จ โดยเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าหลังการแพร่ระบาดของ COVID-19 (Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T., 2019) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ต่อไป

จากข้อมูลดังกล่าว จึงเป็นเหตุผลในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z หรือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540 – 2555 ว่า มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P'sใด (ผลิตภัณฑ์/ราคา/ช่องทางการจำหน่าย/การส่งเสริมการตลาด) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัย ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อหาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z เพื่อขยายตลาดที่จะกลายเป็นผู้บริโภคหลักในอนาคต ตลอดจนเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

จากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการพัฒนารูปแบบของธุรกิจ

e-Commerce ในลักษณะการตลาดออนไลน์บนพื้นฐานการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อจัดหาสินค้าหรือบริการออนไลน์ สู่จุดมุ่งหมายหลักของการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์โดยการจำลองทางทฤษฎีสำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์และออฟไลน์และการพัฒนาทฤษฎีทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายในสาธารณรัฐเช็กและเปรียบเทียบกับอเมริกาและประเทศอื่น ๆ ในยุโรป (Jilková, P., & Králová, P., 2019) โดยแนวความคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demography Approach) มีสมมติฐานว่าผู้รับสารที่อยู่กลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่คล้ายกัน ส่วนผู้ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีลักษณะที่แตกต่างไปไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย อายุ และลำดับชั้นของวงจรชีวิต ชั้นทางสังคม เป็นการแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นลำดับชั้นที่แตกต่างกัน ด้วยตัวแปรต่าง ๆ เช่น อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกันไปตลอดช่วงชีวิต โดยรสนิยมในการซื้อสินค้า เช่น เสื้อผ้า อาหาร รถยนต์ จะมีความสัมพันธ์กับอายุและลำดับชั้นของวงจรชีวิต ทั้งนี้ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ หมายถึงลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุการศึกษา ประสบการณ์ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ โดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของการตัดสินใจ และการมีวัฒนธรรมที่ต่างกันทำให้มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน สำหรับกลุ่มเจนเนอเรชัน Z เป็น

กลุ่มที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อสังคมและเศรษฐกิจ มีบทบาทในการขึ้นนำการเลือกซื้อสินค้ากับผู้สูงอายุ กลุ่มเจนเนอเรชัน Z เกิดมาในยุคอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ที่ให้ความสำคัญกับตนเอง ครอบครัว และครอบครัวอย่างเท่าเทียม โดยคน เจเนอเรชัน Z มีเหตุผลในการตัดสินใจและเลือกซื้อสินค้าโดยมองถึงฟังก์ชันการใช้และจุดประสงค์ การแสดงออกต่อการแก้ปัญหาทางสังคม รวมทั้งคน เจเนอเรชัน Z อาจมีบัญชีผู้ใช้หลายบัญชีที่แต่ละแพลตฟอร์มอาจมีตัวตนแตกต่างกัน ทั้งนี้การมดใจคนเจนเนอเรชัน Z ต้องทำตัวเป็นพันธมิตรที่กล้าสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา ซึ่งจากการสำรวจคนกลุ่มนี้ถือว่าน่าจะมีอิทธิพลต่อการขึ้นนำการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2507 ที่มีจำนวนมากจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบัน

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายที่อยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กร รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่ใช้ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน ซึ่งตัวแปรที่สำคัญ ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตัวแปรเหล่านี้เป็นเครื่องมือการตลาดของนักการตลาดที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร (Wheelen L. Thomas, and Hunger J. David. 2012) ทั้งนี้ สำหรับผลิตภัณฑ์ หรือ Product สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท 1) สินค้า

ดิจิทัล (Digital Product) เช่น เพลง ซอฟต์แวร์ มีการส่งสินค้าได้โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 2) สินค้าที่ไม่ใช่ดิจิทัล (Physical Product) เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ มีการส่งสินค้าผ่านช่องทางการขนส่งให้ถึงมือผู้ซื้อ สำหรับการเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ ลูกค้าจะเลือกจากรูปสินค้าและคำบรรยายผู้ขายจึงควรให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าที่ชัดเจนและเป็นจริง เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อสินค้า กรณีเป็นสินค้าบริการต้องแสดงให้เห็นถึงส่วนสำคัญของการบริการที่มีระดับ มีคุณภาพ บรรยากาศที่ดี การเขียนข้อความบรรยายต้องกระชับได้ใจความและน่าสนใจ สำหรับราคา (Price) อาจมีราคาถูกหรือแพง ขึ้นอยู่กับการกำหนดราคาสินค้า ซึ่งเมื่อนำมารวมกับค่าขนส่งแล้ว ถ้ามีราคาเพิ่มมากขึ้น อาจทำให้ลดความน่าสนใจจากลูกค้า จึงอาจใช้วิธีปรับราคาให้ต่ำ ซึ่งเมื่อรวมค่าขนส่งแล้วยังคงต่ำกว่าหรือเท่ากับราคาตลาด ทั้งนี้ ในกรณีไม่สามารถปรับราคา อาจเพิ่มความสะดวกจากการสั่งซื้อหรือการส่งเสริมการตลาด และต้องแจ้งให้ลูกค้ารับทราบกรณีที่ราคาไม่รวมค่าขนส่ง และให้ข้อมูลด้านการจัดส่งที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบและติดตามการจัดส่งได้ สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นการให้ลูกค้าหรือผู้สนใจเข้าชมและเลือกใช้บริการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยสามารถเพิ่มความรวดเร็วในการค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการผ่าน Search Engine สำหรับการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นหลักการสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่องและสั่งซื้ออย่างสม่ำเสมอ จึงควรมีการเปลี่ยนแปลงเป็นประจำ ทั้งในการให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ ให้สิทธิแก่สมาชิก หรือลูกค้าประจำ (อาทิตย์ ว่องไวตระกูล, & สันติธร ภูริภักดี, 2562: Mohd Satar, N. S., Dastane, O., & Ma'arif, M. Y., 2019) และกลุ่ม

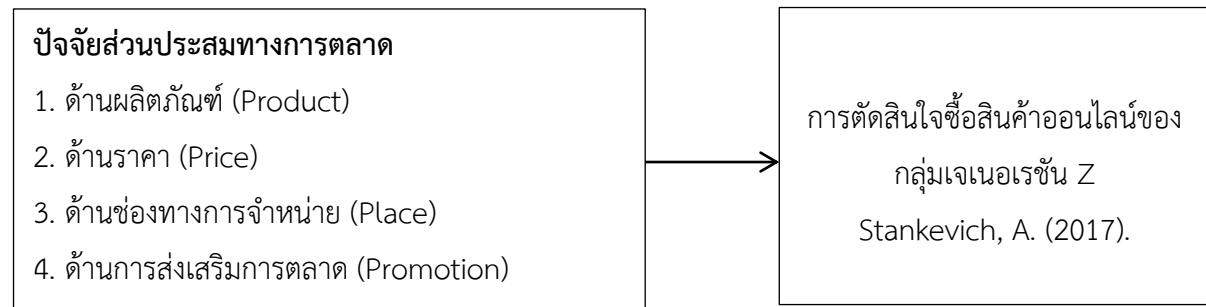
คน เจเนอเรชัน Z จะให้ความสนใจในเรื่องของการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ ซึ่งกิจการหรือสถานประกอบการควรเลือกกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ มีการเลือกของแถม การสะสมแต้ม หรือกิจกรรมพิเศษ (กาญจนาวดี สำลีเทศ, & ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล., 2564) สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาปัจจัยด้านการตลาด เพียง 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจ (Decision Making) คือ กระบวนการในการเลือกการกระทำจากหลายทางเลือกที่ผู้บริโภคได้พิจารณาหรือประเมินก่อนตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าและบริการตามข้อมูลที่ตนได้มา การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บริโภค (รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, 2562) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (The buying Decision Process) เกี่ยวข้องกับ 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะเป็นการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้า และ/หรือบริการต่าง ๆ วิธีการศึกษาในเชิงพฤติกรรมศาสตร์ เป็นวิธีที่ช่วยให้เรียนรู้เรื่องราวของพฤติกรรมผู้บริโภคในส่วนของอิทธิพลทางสังคมได้ ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบท่อพฤติกรรมการณ์ซื้อจะเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลแต่ละคน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากตัวกระตุ้นแล้วทำให้ตัวผู้บริโภคแสดงพฤติกรรม

เช่น การซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า (Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M.,

2014:Stankevich, A., 2017 และัญลักษณ์
สุนานุสรณ์., 2562)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ และผู้สนใจในการทำธุรกิจได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

2) เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอ เรชัน Z ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์และเป็นกลุ่มเจนเอเรชัน Z ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์และเป็นกลุ่มเจนเอเรชัน Z (คนที่เกิดในช่วง พ.ศ.2540-2555)ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 แบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G. Cochran (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 หน้า 60

ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความ สะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการและแบบสอบถามระดับความคิดเห็น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จำนวน 5 ข้อ และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าทางออนไลน์ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย ช่องทางการซื้อสินค้า ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ ระยะเวลาเฉลี่ยในการซื้อสินค้า และจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อสัปดาห์ในการซื้อสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม ตัวแปรต้นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคกลุ่ม เจเนอเรชัน Z ตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถาม ตัวแปรตามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ประกอบด้วย ความสะดวก ความเหมาะสมกับวิถีชีวิต ความปลอดภัย ความง่าย พฤติกรรมหลังการซื้อ โดยส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือมากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและการแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ยเพื่อจัดลำดับสำคัญของปัจจัย ใช้เกณฑ์ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้นที่ 0.8 คือ มากที่สุด (4.21-5.00) มาก (3.41-4.20) ปานกลาง (2.61-3.40) น้อย (1.81-2.60) และน้อยที่สุด (1.00-1.80)

การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity)

การหาคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากการทดลอง (Try out) จำนวน 30 ชุด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ได้แก่ ด้าน

ช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านราคา (Price) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .894 .892 .886 .885 ตามลำดับ และปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .885

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) จากค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สถิติในการทดสอบสมมติฐาน การหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.3 มีอายุระหว่าง 19-21 ปี ร้อยละ 90.3 เป็นนักเรียน/

นักศึกษา ร้อยละ 98.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 82.3 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ร้อยละ 75.3

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.49) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.57) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านช่องทางจำหน่าย ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.51) ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความปลอดภัย อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.64) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เหมาะกับวิถีชีวิต อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.75)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร สำหรับประเภทสินค้าที่ซื้อมากที่สุดเป็นเสื้อผ้าแฟชั่น ร้อยละ 53.0 รองลงมาเป็นประเภทอื่น ร้อยละ 22.0 เครื่องสำอาง ร้อยละ 8.0 อุปกรณ์โทรศัพท์ IT GADGET ร้อยละ 6.8 และอุปกรณ์กีฬา ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ สำหรับเวลาเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง มากที่สุด คือ 30 นาที-1 ชั่วโมง ร้อยละ 48.8 รองลงมา น้อยกว่า 30 นาที ร้อยละ 25.3 ใช้เวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 13.5 และ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ โดยมีการ

ซื้อสินค้าออนไลน์เฉลี่ยต่อสัปดาห์น้อยกว่า 2 ครั้ง ร้อยละ 60.8 และซื้อ 2 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 29

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

สมมติฐานการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter เพื่อหาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร โดยตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้วจำนวน 400 ตัวอย่าง และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นำตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ตัวแปร เข้าสมการเป็นภาพรวม หลังจากที่ได้พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย โดยพิจารณาค่า p-value เปรียบเทียบกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั้นหมายความว่า ปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (X_2) ด้านช่องทางจำหน่าย (X_3) และด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของความคลาดเคลื่อน ด้วยสถิติทดสอบของเดอร์บินวัตสัน

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.714 ^a	.510	.505	.34985	1.792

a. Predictors: (Constant), Promotion, Place, Product, Price

b. Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 1 พบว่า พบว่า การทดสอบ สถิติทดสอบของเดอร์บินวัตสัน พบว่า ค่า Durbin-Watson Statistic = 1.792 ซึ่งมีค่าใกล้ 2 หรืออยู่ในช่วง 1.5 – 2.5 นั้นหมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร (ด้วยวิธี Enter)

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์			T	p-value	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.891	.180		4.942	.000		
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	.147	.052	.160	2.840	.005	.392	2.552
ด้านราคา (X ₂)	.332	.053	.377	6.300	.000	.346	2.889
ด้านช่องทางจำหน่าย (X ₃)	.201	.037	.206	5.415	.000	.861	1.161
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	.121	.046	.139	.139	.009	.445	2.246

a. Dependent Variable: การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

R Square (R²) = 0.510 Adjust R Square (AR²) = 0.505 Std. Error of the Estimate (S.E.) = 0.350

F = 102.576 p-value = .000

$$\hat{Y} = 0.891 + .147(\text{ผลิตภัณฑ์}) + .332(\text{ราคา}) + .201(\text{ช่องทางจำหน่าย}) + .121(\text{การส่งเสริมการตลาด}) ; R^2 = 0.510$$

$$\hat{Z} = .160 (Z_1) + .377(Z_2) + .206(Z_3) + .139(Z_4)$$

จากตารางที่ 2 พบว่า เมื่อพิจารณาค่าทางสถิติที่ใช้อธิบายภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง ได้แก่ Tolerance และ Variance Inflation

Factor (VIF) พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า Tolerance สูงกว่า 0.2 ซึ่งหมายความว่า ไม่เกิดภาวะร่วมกันของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรงเกิดขึ้น

ในตัวแบบนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) และเมื่อพิจารณาค่า Variance Inflation Factor พบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่า VIF น้อยกว่า 10 ซึ่งหมายความว่า ไม่มีภาวะร่วมกันของตัวแปรแบบเส้นตรงเกิดขึ้นในตัวแบบนี้ (Daoud, J. I., 2017) เมื่อพิจารณาค่า p-value สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยผลที่ได้ดังกล่าวสามารถตอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ($B=0.147$, $p<0.01$) ด้านราคา (X_2) ($B=0.332$, $p<0.01$) ด้านช่องทางจำหน่าย (X_3) ($B=0.201$, $p<0.01$) และด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) ($Beta=0.121$, $p<0.01$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ด้วยความมีชื่อเสียงของตราสินค้า คุณภาพสินค้า การมีรูปสินค้าที่ชัดเจน

ความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า และความแตกต่างของสินค้า

ปัจจัยด้านราคา (X_2)

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ด้วยราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น และผ่านช่องทางอื่น

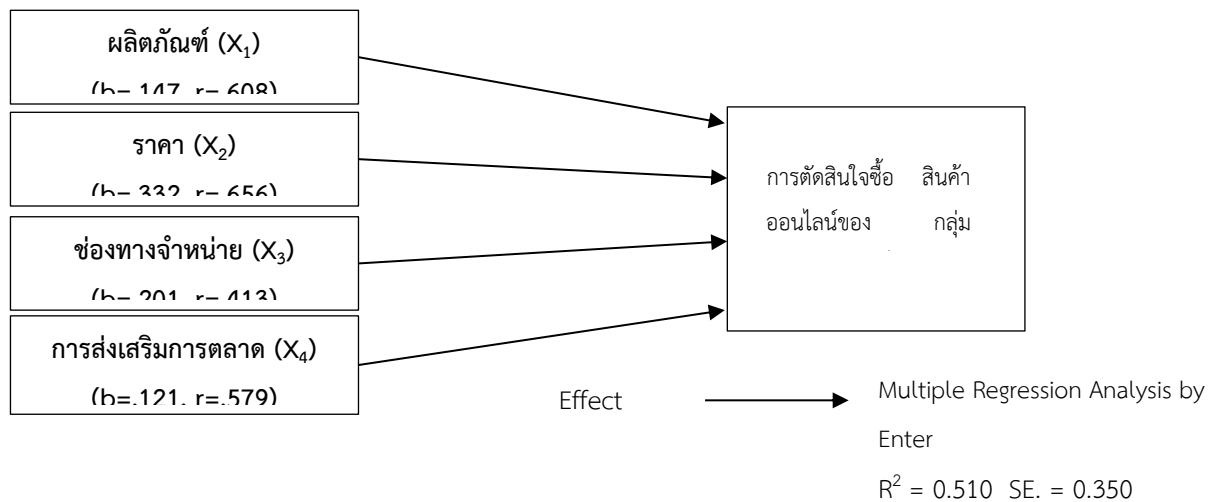
ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย (X_3)

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ด้วยมีบริการจัดส่งหลายวิธี ความตรงเวลาในการจัดส่ง การเข้าถึงร้านค้าออนไลน์ได้หลายช่องทาง และความสะดวกในการสั่งซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)

ส่งผลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชัน Z ในกรุงเทพมหานคร ด้วยการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตรงตามความต้องการ การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ

$$\hat{y} = 0.891 + .147(\text{ผลิตภัณฑ์}) + .332(\text{ราคา}) + .201(\text{ช่องทางจำหน่าย}) + .121(\text{การส่งเสริมการขาย}); R^2 = 0.510$$



ภาพที่ 2 แสดงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร

สรุปและอภิปราย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับ กาญจนาวดี สำลีเทศ, & ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล (2564) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ร่วมกันอธิบายการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ ของกลุ่มเจนเอเรชั่น Z ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 65.5 เมื่อพิจารณาจากค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.652 สอดคล้องกับ ปิยะมากรณ ้วยชูหนู (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ่านสังคมออนไลน์ และชุติมา คล้ายสังข์ (2564) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และสอดคล้องกับ วราพรธณ แสงเสงี่ยม (2564) ที่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดด้านราคาและด้านช่องทางการจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจของห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ ของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงการระบาดโควิด-19 นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มเจนเอเรชั่น Z ให้ความสนใจความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเจนเอเรชั่น Z เป็นกลุ่มที่มีเหตุผลในการตัดสินใจและเลือกซื้อโดยมีการเปรียบเทียบราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและด้วยราคาที่ถูกลงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่น เมื่อพิจารณาด้านช่องทางจำหน่ายจะเลือกที่มีบริการจัดส่งหลายวิธี มีความตรงเวลาในการจัดส่งและความสะดวกใน

การสั่งซื้อ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ให้มีความสำคัญกับสินค้าที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือและมีความแตกต่าง ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีการทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตรงตามความต้องการ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันที่ต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจ ด้วยการเปิดร้านค้าออนไลน์ ในการนำเสนอสินค้าและราคาให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มเจนเนอเรชัน Z ที่ใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น รวมทั้งการแข่งขันของธุรกิจ e-Commerce มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ทั้งจากจำนวนเพิ่มขึ้นของผู้เล่นใหม่ที่เข้าสู่ตลาดออนไลน์ แต่กลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพไม่ได้เพิ่มขึ้นและมีกำลังซื้อจำกัด โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ธุรกิจ e-Commerce แบบ B2C กลุ่มสินค้าปี 2565 จะมีมูลค่าการขยายตัวลดลง เมื่อเทียบกับช่วง 3 ปีก่อนหน้า โดย

ควรมีการกำหนดแผนการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความผูกพันและความสัมพันธ์กับลูกค้า และหวังผลระยะยาวทางด้านความจงรักภักดี ผู้ประกอบการ e-Commerce จึงควรเพิ่มการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยรูปแบบต่าง ๆ ตามลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อเป็นการกระตุ้นการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยเปรียบเทียบกลุ่มเจนเนอเรชัน Z และ

เหตุผลมาจากการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม e-Commerce มีราคาถูกและคุ้มค่ากว่า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. การทำการตลาด โดยลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชัน Z เป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีและใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตมากที่สุด และจากผลวิจัย พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชัน Z ให้มีความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องราคามากที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมการใช้งาน รวมทั้งการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่มีรูปแบบหรือวิธีการให้ส่วนลดหรือของแถมจากการร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์การขายสินค้าออนไลน์ มีหลายลักษณะทั้งจากแพลตฟอร์มออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยผู้ประกอบการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ หรือ กลุ่มเจนเนอเรชัน B เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือกลุ่มธุรกิจให้สามารถเข้าใจกลุ่มลูกค้าที่อาจมีจำนวนมากขึ้นจากกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

2. ควรขยายแนวคิดสำหรับการทำวิจัยเชิงปริมาณผสมการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ผลวิจัยที่สมบูรณ์มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนาวดี สำลีเทศ, & ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในระบบออนไลน์ของ GEN Z ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารศิลปศาสตรราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 3(3), 329-343.
- ชุติมา คล้ายสังข์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2565. จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/248080/167157>
- ธัญลักษณ์ สุนนานุสรณ์. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุกลุ่มเบบี้ บูมเมอร์. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University, 6(2), 175-188.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด. น.554-555.
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2565. จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802031426_5246_3954.pdf
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2564). สถิติจำนวนประชากร. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2565 จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>
- วราพรรณ แสงแสงี่ยม. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของห้องพักผ่านตัวกลางออนไลน์ของชาวกรุงเทพมหานคร ในช่วงการระบาดโควิด-19 จาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5066/1/Warapun.sang.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). e-Commerce ไทย ยุคหลัง COVID-19. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2565 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on-Future-of-e-Commerce.aspx?feed=590fb9ad-c550-4bc5-9a56-459ad4891d74>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). บทบาทภาครัฐในการสนับสนุน e-Commerce. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2565 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Government-Support-of-e-Commerce.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). ปัจจัยอะไรบ้าง...ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการทำ e-Commerce. เรียกใช้เมื่อ 3 มกราคม 2565 จาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Building-Trust-in-e-Commerce.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ขณะ Gen Y แชมป์ 6 สมัย. เรียกใช้เมื่อ 10 มกราคม 2565 จาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>

อาทิตย์ ว่องไวตระการ, & สันติธร ฐิริภักดี. (2019). อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านร้านค้า ออนไลน์. จันทรเกษมสาร, ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 : มกราคม - มิถุนายน 2562

Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2019). **Digital business and e-commerce management**. Pearson UK.

Daoud, J. I. (2017, December). **Multicollinearity and regression analysis**. In Journal of Physics: Conference Series (Vol. 949, No. 1, p. 012009). IOP Publishing.

Jílková, P., & Králová, P. (2019). **Customer purchase behavior and shopping in B2C e-commerce**. In Proceedings of 6th International Scientific Conference Contemporary Issues in Business, Management And Economics Engineering '2019. doi (Vol. 10).

Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). **Marketing management** 14/e. Pearson.

Mohd Satar, N. S., Dastane, O., & Ma'arif, M. Y. (2019). **Customer value proposition for E-Commerce: A case study approach**. International Journal of Advanced Computer Science and Applications, 10(2).

Sheth, J. (2020). **Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?**. Journal of business research, 117, 280-283.

Stankevich, A. (2017). **Explaining the consumer decision-making process: Critical literature review**. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(6).

We Are Social, & Hootsuite. (2022). **Digital 2022 Global Overview Report**. Retrieved March 10 2022 from <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

Wheelen, L. Thomas, and Hunger, J., David. (2012). **Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainability**.

Zhong, Y., Guo, F., Wang, Z., & Tang, H. (2019). **Coordination analysis of revenue sharing in E-commerce logistics service supply chain with cooperative distribution**. Sage Open, 9(3), 2158244019870536.

ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์
ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแห่งหนึ่ง ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา

Marketing Innovation Factors Effecting Brand Loyalty for Cleansing and
Disinfecting Products of a Manufacturing and Distribution Company in
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

รุ่งแก้ว พุ่มโพธิ์¹, เสาวลักษณ์ นัทธีศรี²

คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน^{1,2}

Rungkaew Phumpho¹, Saovaluk Nutteesri²

Multidisciplinary College, Christian University^{1,2}

E-mail: r.phumpho@gmail.com¹

Received: February 17, 2022; Revised: April 5, 2022; Accepted: April 29, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า และนำมาเป็นแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อให้อยู่ในใจของลูกค้า โดยศึกษานวัตกรรม การตลาดของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อแห่งหนึ่งในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมวิธี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 10 คน ด้วยการสัมภาษณ์ หลังตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับจาก แบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงพหุ และข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ เนื้อหา พบว่า มีปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) คุณค่าเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพเป็นกลาง ฆ่าเชื้อไวรัสได้ และไม่มี สารตกค้าง (2) การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่มที่เน้นสร้างความแตกต่าง การบริการ ความไว้วางใจ และความ รับผิดชอบต่อสังคม (3) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงด้านความสะดวก ความปลอดภัย และความ เหมาะสมในการใช้งาน และ (4) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและการสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการนำนวัตกรรมการตลาดไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ ประเภทนี้ ได้แก่ 1) สร้างคุณค่าเฉพาะตัว 2) ให้ความสำคัญต่อพันธสัญญาที่มีต่อลูกค้าและสังคม 3) สร้างความ แตกต่าง ความเข้าใจ ความไว้วางใจ และความผูกพัน 4) เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงพฤติกรรม

ผู้บริโภคเป็นพื้นฐาน และ 5) ใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการ และมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าแบบเรียลไทม์

คำสำคัญ: นวัตกรรมการตลาด ตราสินค้า ความจงรักภักดี

Abstract

The research aimed to study marketing innovation factors affecting brand loyalty and utilize them as a guideline for developing cleansing and disinfecting products in customer mind. Focusing on marketing innovation factors of a cleaning and disinfecting products manufacturer and distributor in Phra Nakhon Si Ayutthaya province, the researchers implemented a mixed research method approach. The data were collected from 400 samples through questionnaires, and 10 informants through interviews. The data from the questionnaire were then analyzed by using multiple regression equation analysis while the interview content was transcribed verbatim. The result indicated that only four factors presented a statistical significance at 0.05, and they were (1) the products' unique proposition: neutral pH value, virus-killable capability, and no residue, (2) market focus concerning differentiation, service, trust, and social responsibility, (3) product variety in terms of cleanliness, safety, and suitability for use, and (4) integrated marketing communication and brand loyalty establishment are the main factors to be concerned when developing marketing innovation for cleansing and disinfecting products that affect their brand loyalty. Hence, the development guideline for marketing innovation application for this product type is 1) create unique proposition 2) commit to all promises given to customers and society 3) create differentiation, comprehension, trust, and binding 4) increase product varieties based on customer behaviors, and 5) implement integrated marketing communication and tools for sending accurate information and interacting with customers in a real-time manner.

Keywords: Marketing innovation, Brand loyalty

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคแห่งการเชื่อมผู้คนเข้าหากันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้มนุษย์มีวิถีความเป็นอยู่ที่ทันสมัย มีความรอบรู้ สร้างสรรค์ เข้าถึงสิ่งใหม่ได้ง่าย และมีอำนาจการต่อรองมากขึ้น ธุรกิจจึงต้องปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนให้ทันความเปลี่ยนแปลง ต้องขยายความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในมิติต่าง ๆ เช่น

ค่านิยม อารมณ์ แรงบันดาลใจ ฯลฯ มากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจจึงมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแบบจำเพาะเจาะจงมากขึ้น กล่าวคือ เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) และให้ความสำคัญกับตราสินค้า (Brand) และการสร้างตราสินค้า (Branding) ซึ่งจะเป็นสินทรัพย์และกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้าให้องค์กร (Somruedee Srichanya, 2016)

ในขณะที่ตลาดเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นักการตลาดจำเป็นต้องใช้เหตุผลและปัจจัยทางอารมณ์ของลูกค้าเป็นองค์ประกอบในการสร้างตราสินค้ามากขึ้น ทรัพย์สินทางปัญญาหรือคุณค่าที่จับต้องได้ยากกลับกลายเป็นสิ่งที่มีมูลค่ามากกว่าสินค้าที่รูปธรรม ‘นวัตกรรมทางการตลาด’ จึงเป็นเสมือนกุญแจสำคัญในการก้าวสู่การเติบโตของธุรกิจ

ปี 2563 โลกต้องประสบกับวิกฤตครั้งใหญ่ เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ส่งผลให้พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปอย่างมาก สุขอนามัยคือ สิ่งที่ผู้คนต่างคำนึงถึง บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย ซึ่งยึดติดกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป และอยู่บนพื้นฐานความคิดที่ผู้ผลิตเป็นหลัก ทำให้บริษัทฯ เติบโตตามสภาพแวดล้อมของธุรกิจ ปริมาณการสั่งซื้อต่ำและไม่ต่อเนื่อง ราคาวัตถุดิบมีราคาสูงและไม่คงที่ ขาดอำนาจในการต่อรอง แม้บริษัทฯ เล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ขานรับความต้องการของตลาดยุคนิว نرمอล (New Normal) ที่ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ที่สามารถฆ่าเชื้อไวรัสได้ก็ตาม

ขณะที่บริษัทฯ มีแนวคิดนำองค์ความรู้ที่มีอยู่มาผสานกับการใช้เทคโนโลยี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ ด้วยการปรับกระบวนการผลิตสินค้า และการเลือกใช้วัตถุดิบทดแทน มุ่งเน้นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ตราสินค้าในกลุ่มเป้าหมาย โดยมีเสาหลักของการแข่งขัน คือ การสร้างความแตกต่างในตลาดผ่านนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า จนเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า แต่เนื่องจากการ

ปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 หน้า 71

ดำเนินงานของบริษัทฯ ที่ยังคงอยู่บนพื้นฐานของการดำเนินงานแบบค่อยเป็นค่อยไป ทำให้เกิดข้อจำกัดด้านทรัพยากร การเข้าถึงตลาดและข้อมูลเชิงลึก ที่เอื้อต่อการตอบสนองความต้องการของตลาดแบบเชิงรุกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานตามแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้บรรลุเป้าหมาย

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมุ่งวิจัยนวัตกรรมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทฯ แห่งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการนำนวัตกรรมการตลาดไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. มุ่งศึกษาปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ทำนายความจงรักภักดีในตราสินค้า พร้อมกับแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธี

2. ศึกษากลุ่มลูกค้าหลักทั้งหมดของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

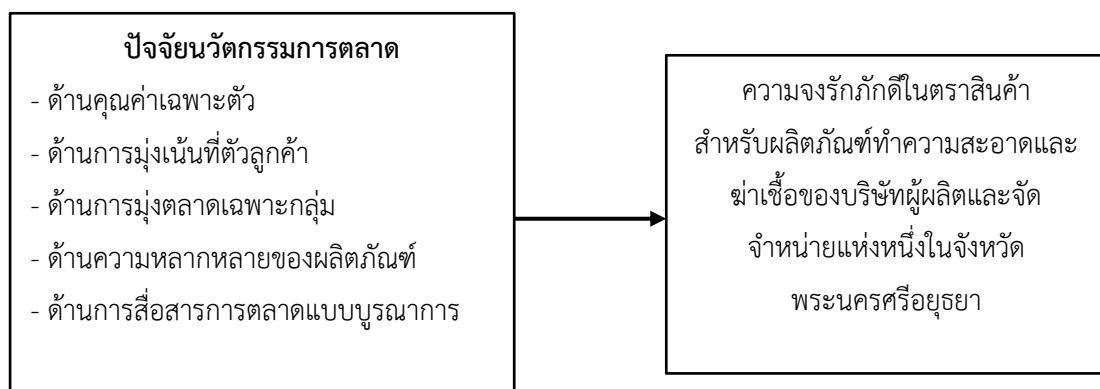
และฆ่าเชื้อแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบด้วยสถานพยาบาลรวม 5 แห่ง ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น

2.1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ซึ่งคำนวณจากจำนวนประชากรรวม 1,803 คนจากสถานพยาบาลเป้าหมายทั้ง 5 แห่ง ตามสูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่

2.2. ผู้รับการสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นผู้บริหารสถานพยาบาลจากโรงพยาบาลเป้าหมาย ทั้ง 5 แห่ง ที่แสดงความยินยอมในการให้ข้อมูลกับผู้วิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

นวัตกรรมการตลาดมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ คุณค่าเฉพาะตัว (Unique Proposition) การมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า (Customer Focus) การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม (Market Focus) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ซึ่งส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า (Boonsom Leechayakittikom, 2015); O'Dwyer, 2009) ซึ่งเป็นหนึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ (Llonch, Eusebio, & Ambler, 2002) ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ที่ประกอบด้วยคำถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยมีค่าความตรงของเนื้อหาเท่ากับ 1 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.934

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ที่ กำหนดแนวคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการตลาดไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยจาก

ผู้เชี่ยวชาญและทดลองกับกลุ่มประชากรที่มีคุณลักษณะเทียบเคียงกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล จำนวน 5 แห่ง รวม 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา และนำมาซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณ นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น พร้อมทั้งสัมภาษณ์เพิ่มเติมในประเด็นที่

ต้องการรายละเอียดเชิงลึก จากผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้บริหารสถานพยาบาลทั้ง 10 ราย ทำให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ อนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลได้รับการพิทักษ์สิทธิ์ในการเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้โดยตลอด

การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) และการวิเคราะห์ค่าความถดถอยแบบพหุ (Multiple regressions) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
- 2. ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาคุณภาพและความเชื่อมโยง ระหว่างข้อมูลกับการคิด/เหตุการณ์/ปรากฏการณ์ที่ศึกษา

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ปัจจัยนวัตกรรมการตลาด	ความจงรักภักดีของตราสินค้า			t	p-value
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.849	0.198		4.290	0.000
ด้านคุณค่าเฉพาะตัว	0.260	0.059	0.258	4.373	0.000*
ด้านการมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า	0.075	0.059	0.081	1.273	0.204
ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม	0.213	0.054	0.219	3.960	0.000*
ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	0.153	0.066	0.155	2.317	0.021*
ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	0.122	0.056	0.131	2.195	0.029*
Adjust R Square = 0.462 R = 0.685 R Square = 0.469 Durbin-Watson = 1.766					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค

ผลการวิจัย

ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ ได้แก่ คุณค่าเฉพาะตัว การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.685 อำนาจการทำนายคิดเป็นร้อยละ 46.90 (R Square = 0.469) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการทำนายมีค่า 1.766 ดังแสดงใน ตารางที่ 1

ได้แก่ คุณค่าเฉพาะตัว การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 0.260, 0.213, 0.153, และ 0.122 ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.258, 0.219, 0.155 และ 0.131 ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.685 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของพยากรณ์เท่ากับ 0.469 และค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.849 ซึ่งสามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ความจงรักภักดีในตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในรูปแบบของคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.849 + 0.260 (\text{คุณค่าเฉพาะตัว}) + 0.213 (\text{การตลาดเฉพาะกลุ่ม}) + 0.153 (\text{ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์}) + 0.122 (\text{การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.258 (\text{คุณค่าเฉพาะตัว}) + 0.219 (\text{การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม}) + 0.155 (\text{ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์}) + 0.131 (\text{การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ})$$

แนวทางการพัฒนาในการนำนวัตกรรมการตลาดไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ด้านคุณค่าเฉพาะตัว

คุณค่าเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อควรมีสภาพกรดต่างที่เป็นกลาง

(pH = 7) เพื่อให้ออกฤทธิ์ในการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์แบคทีเรีย เชื้อรา และเชื้อไวรัส (รวมถึงเชื้อไวรัสโคโรนา 2019) ได้เร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดความระคายเคือง และไม่มีสารตกค้าง รวมทั้งปราศจากกลิ่น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นสถานพยาบาลที่มีความสำคัญกับสุขอนามัย ความอ่อนโยนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ และทำการตลาดที่แตกต่าง

ด้านการมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า

การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการและมีอัตราประโยชน์ตามที่ได้สื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าไว้ นอกจากเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแล้ว ยังส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการอุปโภคผลิตภัณฑ์นั้น หากผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายมีภาพลักษณ์องค์กรที่สุจริต โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ซึ่งอยู่ในห่วงโซ่อุปทานของสถานพยาบาล จะเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าเพิ่มขึ้น มีร่วมมือทางธุรกิจที่ดีต่อกัน ซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ หล่อหลอมเป็นความผูกพันกับตราสินค้า จนส่งผลให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้ ภายใต้ความน่าเชื่อถือที่สร้างขึ้นจากความพึงพอใจ

ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม

ในยุคแห่งการเชื่อมต่อกับข้อมูลข่าวสารในทุกที่ ทุกเวลา ลูกค้าใช้ความรู้สึกของเป็นตัวนำในการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม เพื่อการอยู่รอดของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อและเติบโตในตลาด ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายควรมุ่งตลาดเฉพาะ

กลุ่ม อาทิจสถานพยาบาล โรงงานอุตสาหกรรม และสถานศึกษา เป็นหลัก โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมดึงดูดลูกค้า สร้างความแตกต่าง สร้างการยอมรับ และสร้างความผูกพันควบคู่กับการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มสื่อสังคมเป็นเครื่องช่วยบอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์และธุรกิจ เข้ามาเชื่อมต่อและสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับลูกค้า

ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อฯมีส่วนร่วมในการสร้างพฤติกรรมใหม่ที่เน้นสุขภาวะที่ดี เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ลูกค้าส่วนใหญ่หันมาใส่ใจเรื่องความปลอดภัยทางสุขภาพ ซึ่งเป็นโอกาสของธุรกิจในวิกฤตการณ์นี้ ดังนั้น หากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อฯสามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง สร้างความปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกกลุ่ม ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าได้ไม่ยาก เพราะลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความไว้วางใจ และมีความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์และองค์กร

ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

บริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อฯต้องยอมรับวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรม เพราะความท้าทายใหม่เกิดขึ้นในทุกวัน ความคิดสร้างสรรค์และการทำงานที่ก่อให้เกิดความคล่องตัวเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสนองตอบลูกค้าและตลาดอย่างทันถ่วงที

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ผู้คนใส่ใจและให้ความสำคัญและสุขอนามัยมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับความสะอาดเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีคู่แข่งเกิดขึ้นจำนวนมาก ดังนั้น การ

เร่งกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ทันกับพฤติกรรมลูกค้าและความเปลี่ยนแปลงของตลาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์จึงเป็นวิธีการสำคัญในการดำรงอยู่และขยายตัวของธุรกิจแบบก้าวกระโดด

การสร้างความหลากหลายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มขึ้น ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ สินค้าต้องมีความหลากหลายในระดับที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การใช้งานของลูกค้าแต่ละกลุ่ม อีกทั้งต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า

สรุปคือ นวัตกรรมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อคือ การเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัย ความเหมาะสมต่อการใช้งาน และพฤติกรรมลูกค้า ซึ่งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและความจงรักภักดีในตราสินค้า

ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ในตลาดที่มีตราสินค้ามากมายเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ใช้วิธีการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นต้น ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความผูกพันกับตราสินค้ามากขึ้น

นอกจากนี้ การตลาดทางตรงเป็นอีกหนึ่งตัวการสำคัญ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีกลุ่มเป้าหมายเป็นองค์กร การนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเพาะในด้านส่วนประกอบและการใช้งานจากตัวแทนจากผู้ผลิตโดยตรง ที่มีความเป็นมืออาชีพ ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน โดยละเอียด อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอีก

ด้วย อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อออนไลน์เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะเอื้อให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางในโลกเสมือนจริง แม้ไม่ได้พบปะกันแบบตัวต่อตัว แต่การสื่อสารและการตอบโต้ยังคงเกิดขึ้นได้แบบเรียลไทม์

อนึ่ง การบอกต่อเป็นสิ่งที่มียุทธียิ่งย่องยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจร่วมกับสถานพยาบาล เนื่องจากการบอกต่อระหว่างเครือข่ายสถานพยาบาลที่มีแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างต่อเนื่องมีส่วนช่วยผลักดันให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อขยายตลาดได้มากขึ้น การสื่อสารการตลาดรูปแบบนี้เป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามเช่นกัน

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านคุณค่าเฉพาะตัว

จากการสรุปข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เจ้าหน้าที่และผู้บริหารสถานพยาบาลต้องการผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อที่มีคุณลักษณะเด่นเฉพาะตัว คือ สามารถฆ่าเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ กำจัดสิ่งสกปรกและสารตกค้างที่ไม่พึงประสงค์ได้ แต่มีความอ่อนโยน ไม่มีกลิ่น ไม่เป็นพิษ และไม่ระคายเคือง สามารถเก็บไว้เป็นเวลานาน ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พึงพิจารณาประเภทผลิตภัณฑ์ความเหมาะสมและอัตราส่วนของสารทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ รวมถึงการให้ความรู้และคำแนะนำให้แก่ผู้ใช้สารเคมี เพื่อนำมาใช้ฆ่าเชื้อโรคในสถานพยาบาลได้อย่างเหมาะสม ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตและสภาพแวดล้อม

ด้านการมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Boonsom Leechayakittikorn (2015) ที่พบว่า การมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่และผู้บริหารสถานพยาบาล ในมองถึงสิ่งที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ตามที่ได้รับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าด้านราคาและมาตรฐาน ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการมีธรรมาภิบาล หากได้รับสิ่งเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง เจ้าหน้าที่และผู้บริหารสถานพยาบาลจะเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Siriwan Serirat. (2017) ที่อธิบายว่า การกำหนดแนวทางการตลาดต้องจัดส่วนประสมให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไป โดยคำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) ต้นทุนหรือราคา (Cost to Customer) ความสะดวก (Convenience) การติดต่อสื่อสาร (Communication) การดูแลเอาใจใส่ (Care) ความสบาย (Comfort) และความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ อันจะนำไปสู่การสร้างความรักดีในตราสินค้า

ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม

เจ้าหน้าที่และผู้บริหารสถานพยาบาลให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันในด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยเจ้าหน้าที่ของสถานพยาบาลให้ความสำคัญกับราคาที่สมเหตุสมผล ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การบริการที่สะดวกรวดเร็ว และขนาดสินค้าตามลำดับ ขณะที่ผู้บริหารสถานพยาบาลกล่าวว่า ความแตกต่างสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นจุดขาย

ที่ผู้บริหารสถานพยาบาลให้ความสนใจ ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Saowanee Srichannil (2011) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านราคามากที่สุดในการดำเนินธุรกิจ รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยระบุว่า นอกจากราคาแล้ว คุณภาพและตัวเลือกสินค้า การนำเสนอ ความสะดวกในซื้อผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญ

ดังนั้น การที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อสามารถส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่า แตกต่าง และตอบสนองตรงความต้องการของลูกค้าในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

การสร้างควมหลากหลายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้า ช่วยเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า ส่งผลให้บริษัทขยายขีดความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าให้ตรงจุดมากกว่าคู่แข่งอื่น โดยข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รับจากเจ้าหน้าที่และผู้บริหารสถานพยาบาลสอดคล้องกันคือ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์ฆ่าและตรานาใดที่บริษัทสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ โดยคำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย และความเหมาะสมในการใช้งาน ลูกค้าจะยังคงซื้อผลิตภัณฑ์กับบริษัทต่อไป สะท้อนให้เห็นว่า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarath Simsiri (2017) ที่ระบุว่า ความหลากหลายของ

ผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าสนใจและการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ การรับรู้ผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์และการขายตรงกับบุคลากรของสถานพยาบาล รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในสถานพยาบาล ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะทำให้ได้รับข้อมูลจากผู้ผลิตและจัดจำหน่ายโดยตรง ทำให้ได้รับข้อมูลเชิงลึกและเกิดความเชื่อมั่น นำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Piyanuch Tiaiamdee (2019) ที่พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ระดับมากที่สุด ขณะที่การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าในระดับมาก

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสะท้อนถึงความสัมพันธ์ของนวัตกรรมการตลาดกับความจงรักภักดีในตราสินค้า และแนวทางการนวัตกรรมการตลาดมาใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ โดยปัจจัยนวัตกรรมการตลาด 4 ตัวแปรหลักที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นเป้าหมายการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ คุณค่าเฉพาะตัว การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับการมุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า นั้น แม้ ส่งผลต่อความจงรักภักดีในตราสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื่อน้อยกว่าด้านอื่น ๆ แต่ก็ยังส่งผล

อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการสื่อสารที่ทันสมัยไปยังลูกค้า ประเมินความพึงพอใจ ควบคุมการจัดส่งสินค้า และพัฒนาสินค้าให้มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการลูกค้า

สำหรับแนวทางการพัฒนาในการนำนวัตกรรมการตลาดไปใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ มี 5 แนวทางที่สำคัญคือ

1) สร้างคุณค่าเฉพาะตัว คือ มีค่า pH เป็นกลาง ไม่มีสารตกค้าง ฆ่าไวรัสโดยเฉพาะไวรัสโคโรนา 2019 ได้ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ต้องไม่ลดลง

2) มุ่งเน้นที่ตัวลูกค้า โดยให้ความสำคัญต่อพันธมิตรที่ได้สื่อสารไว้กับลูกค้า การรับผิดชอบต่อสังคม ธรรมชาติ รวมถึงการส่งมอบสินค้าและบริการ รวมถึงกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกัน ที่เป็นที่ยอมรับ

3) มุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม เน้นสร้างความแตกต่าง ความเข้าใจ ความไว้วางใจ และความผูกพันผ่านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

4) เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความสะดวก ปลอดภัย การใช้งานที่เหมาะสม และพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพื้นฐาน

5) ใช้เครื่องมือและช่องทางการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน มีปฏิสัมพันธ์กันได้แบบเรียลไทม์

การวิจัยนี้เป็นการศึกษานวัตกรรมการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อเพียง 1 แห่ง ภายใต้การศึกษา 5 ตัวแปรดังกล่าวข้างต้น ดังนี้ ควรศึกษาปัจจัยทางนวัตกรรมการตลาดด้านอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมธุรกิจ นวัตกรรมการตลาดเชิงกลยุทธ์ เพิ่มเติม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมการตลาดจะเป็นประโยชน์มากขึ้น นอกจากนี้ เนื่องจากมีระดับอิทธิพลในภาพรวมค่อนข้างต่ำ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

References

- Boonsom Leechayakittikorn. (2015). **Marketing innovation for herb products.** (Master's Thesis). Thammasat University.
- Lonch, J., Eusebio, R., & Ambler, T. (2002). Measures of marketing success: A comparison between Spain and the UK. **European Management Journal**, 20(4): 414-422.
- O'Dwyer et al. (2009). Innovative marketing in SMEs. **European Journal of Marketing**, 43(1/2): 46-61.
- Piyanuch Tiiaimdee et al. (2019). **Integrated marketing communication influencing on purchase decision of consumers: A case study of Tai Krua Rong Si brand.** (Independent study). Uttaradit Rajabhat University.

- Saowanee Srichannil. (2011) **Online marketing mix on buying decision of internet's products of consumers in Nonthaburi province.** (Master's Thesis) Ratchaphruek University.
- Sarath Simsiri. (2017). Product and packaging factors that influence on consumer purchasedecision: The case of ratchaprapha dam, Khao Sok National Park, Surat Thani Province. **VRU Research and Development Journal Humanities and Social Sciences**, 12(1): 137-147.
- Siriwan Serirat. (2017). **Marketing management Bangkok.** Diamond in Business World.
- Somruedee Srichanya. (2016). **Creative age marketing 4.0: Creative age marketing.** Bangkok: DMS Corporation.

ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและ
ประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ
ไวรัสโคโรนา 2019)

Student Satisfaction with the Service Provision of the Registration
Office Thai-Nichi Institute of Technology (During the Coronavirus 2019
Pandemic)

รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์¹ วิษณุ เพ็ชรไทย² ชุตินันท์ เจียมจิระเศรษฐ์³ วรณพล ศุภสกุลดำรงค์⁴
บุญยวีร์ โชคประเสริฐสม⁵ ไกล่รุ่ง กระแสร์สินธุ์⁶

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น^{1,2,3,4,5}, คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี⁶

Rungarun Khasasin¹ Wisanu Petchthai² Chutinan Jeamjiraset³

Wannapol Suphaskuldamrong⁴ Bunyawee Chokprasoetsom⁵ Kairung Khasasin⁶

Lecturer, Faculty of Business Administration Thai-Nichi Institute of Technology^{1,2,3,4,5}

Lecturer, Faculty of Business Administration and Accounting Pathumthani University⁶

E-mail: rungarun@tni.ac.th¹, E-mail: wisanu@tni.ac.th², E-mail: chutinan@tni.ac.th³,

E-mail: wannapol@tni.ac.th⁴, E-mail: bunyaweei@tni.ac.th⁵, E-mail: kairung2011@yahoo.com⁶

Received: April 25, 2022; Revised: May 17, 2022; Accepted: June 10, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการสำนักงานทะเบียนและประมวลผล 2) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับการให้บริการกับความพึงพอใจของนักศึกษาในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลและ 3) หาปัจจัยที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือนักศึกษาระดับปริญญาตรีของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น จำนวน 3,928 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามวิธีของ Stepwise ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระยะเวลาการให้บริการ และ บุคลากรที่ให้บริการ ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล พบว่า ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล

อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการดำเนินการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนการบริการด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การให้บริการ ไวรัสโคโรนา 2019

ABSTRACT

This research aimed to 1) study students' satisfaction with the service of the registration Office, 2) find the relationship between the factors about service-related factors and students' satisfaction with the services of the registration office, and 3) identify factors affecting student satisfaction regarding the services of the registration office, Thai-Nichi institute of technology. The population used for the study were 3,928 undergraduate students of the Thai-Nichi institute of technology. Data collection was conducted by questionnaires with simple random sampling. Statistics used for data analysis include percentage, frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis according to Stepwise's method. The result of the analysis revealed that the expected service-related factor satisfaction of the registration office was high. The highest average value is the service time and the service personnel. From the results of the analysis of the satisfaction level regarding the service of the registration office, it was found that the satisfaction level was high the highest average value is information technology. The hypothesis testing results showed that service quality was related to satisfaction towards the services of the registration office statistically significant at 0.05. As for the other aspects of service, there was no relationship to satisfaction with the service of the registration office.

KEYWORDS: Satisfaction services Coronavirus 2019

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถาบันอุดมศึกษาถือเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญของประเทศ มีหน้าที่ในการผลิต รวบรวมและถ่ายทอดความรู้ให้แก่สังคม โดยมีภารกิจหลัก 4 ประการ คือ การผลิตและพัฒนากำลังคนระดับกลางและระดับสูง รวมทั้งการวิจัยเพื่อสร้างและพัฒนา

องค์ความรู้ การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมของสหวิทยาการหลายแขนง และเป็นศูนย์รวมของนักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถ บทบาทที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษาจึงเปรียบเสมือนเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) เป็นองค์กรที่ทำ

หน้าที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของสังคมตาม บทบาทและความรับผิดชอบของการเป็น สถาบันอุดมศึกษาเพื่อนำพาประเทศชาติไปสู่สังคมที่ พึ่งปรารถนาในที่สุด ปัจจุบันกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ได้กำหนดภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษาไว้ 4 ประการ คือ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การให้บริการทางวิชาการ แก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม และมีพันธกิจอย่างน้อยอีก 5 ประการที่จะสนับสนุน ให้การขับเคลื่อนพันธกิจหลักบรรลุเป้าหมายได้ คือ 1) ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์และแผนการ ดำเนินการ 2) กิจกรรมการพัฒนานักศึกษา 3) การ บริหารและการจัดการ 4) การเงินและงบประมาณ และ 5) ระบบและกลไกการประกัน คุณภาพ ซึ่งพันธกิจหลักและพันธกิจสนับสนุน จะต้องทำงานเชื่อมโยงบูรณาการทุกเรื่องเข้าด้วยกัน อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง จึงจะส่งเสริมให้การ จัด การศึกษาของสถาบันอุดมศึกษามีคุณภาพได้

สำหรับสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น นั้นทำ การเปิดสอนระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และ วิทยาลัยนานาชาติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 โดยในแต่ละ ปีมีนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาต่อเป็นจำนวนมาก และมี แนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ดังนั้นการให้ความสำคัญ เกี่ยวกับการจัดบริการทางการศึกษารวมทั้งจัดตั้ง อำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการ เรียนรู้ของนักศึกษาจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เช่น การจัดสื่อการเรียนการสอน การบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา การให้บริการ สำนักวิทยบริการ(ห้องสมุด) และแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ การบริการงานทะเบียนและประมวลผล การบริการ นักศึกษานานาชาติ เป็นต้น จากการระบาดของเชื้อ ไวรัส โควิด 2019 หรือ โควิด-19 (Covid-19) ที่ได้ เริ่มต้นเมื่อปลายปี พ.ศ. 2562 และลุกลามไปทั่วโลก

สร้างความหวาดกลัวและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจของประชากร และ เมื่อต้นเดือน มกราคม พ.ศ. 2563 มีการระบาดใหญ่ (pandemic) ซึ่งเป็นการติดเชื้อทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ตามประกาศ ขององค์การอนามัยโลก เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) สำหรับการระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 รอบแรก ในประเทศไทยนั้นพบเมื่อวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2563 (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ส่วนการระบาดรอบที่ 2 ในประเทศไทยนั้น เริ่มช่วง ปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 สถานการณ์การแพร่ ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 หรือ โควิด-19 ดังกล่าวที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและมีผลกระทบต่อ การใช้ชีวิตของประชาชน ทำให้ต้องปรับเปลี่ยน รูปแบบการดำเนินชีวิตและการให้บริการงานด้าน ต่าง ๆ สำหรับสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ก็เกิดผลกระทบ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เช่นกัน โดยต้องปรับเปลี่ยนระบบการ ให้บริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องตามประกาศขององค์การอนามัย โลก ที่สมาชิกครอบครัวยังต้องอยู่ห่างกัน และมีการ รักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) เป็นต้น โดยที่สำนักงานทะเบียนและประมวลผล ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการเพิ่มมาก ขึ้นแทนที่การมารับบริการที่หน้าเคาน์เตอร์ แม้ว่า จะมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักศึกษา แต่การให้บริการถูก จำกัดด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานในแต่ละ วัน การบริการที่ต้องผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ระเบียบข้อบังคับของสถาบันฯ บุคลากรผู้ให้บริการและนักศึกษาขาดความรู้ความ เข้าใจในการใช้บริการระบบบริการการศึกษาที่

ถูกต้อง ซึ่งมีผลต่อภาระงานที่เพิ่มมากขึ้นให้แก่บุคลากรที่ให้บริการ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดช่องว่างต่อการบริการระหว่างบุคลากรและนักศึกษา ซึ่งเป็นผลสะท้อนกลับและเป็นตัวชี้วัดระดับความพึงพอใจที่บอกถึงคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาและนักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบุคลากรอยู่ในระดับใด มีทัศนคติต่อหน่วยงานที่มารับบริการอย่างไร โดยผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานทะเบียนและประมวลผล นำไปปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาที่มาใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
2. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเกี่ยวกับการให้บริการกับความพึงพอใจของนักศึกษาในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
3. เพื่อหาปัจจัยที่มีส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาเกี่ยวกับการให้บริการสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการดำเนินการ
2. ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ
3. ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการบริหารดำเนินงาน
4. ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยด้านระบบและขั้นตอนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการบริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านระยะเวลาการให้บริการ ด้านความสะดวกในการให้บริการ และด้านบุคลากรที่ให้บริการมีความสัมพันธ์กับความ

พึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของ
สำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบัน
เทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

2. ด้านประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่มารับบริการสำนักงานทะเบียนและประมวลผล

3. ด้านพื้นที่ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
สวนหลวง กรุงเทพมหานคร

4. ด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา
ระหว่างเดือน มิถุนายน ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ. 2564
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จึงเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการบริการ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ลูกค้าได้รับในการบริการกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อระบบและขั้นตอนการให้บริการ สภาพแวดล้อมในการบริการ คุณภาพการให้บริการ ระยะเวลาการให้บริการ ความสะดวกในการให้บริการ และ บุคลากรที่ให้บริการ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการ สรุปได้ดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2556)

1. ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ โดยที่ผู้ให้บริการจะทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้จะต้องมีปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ความมั่นคงปลอดภัย เป็นความมั่นคงในการทำงาน ทำให้มีความรู้สึกน่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจ และเกิดความพึงพอใจในการทำงานได้

1.2 โอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน
ความต้องการเช่นนี้จะลดลงเมื่อมีอายุมากขึ้น

1.3 ค่าจ้างหรือรายได้และโอกาสก้าวหน้า
มักมีความสัมพันธ์กับเรื่องเงิน

1.4 สภาพการทำงาน การควบคุมดูแล
ของผู้บังคับบัญชาเป็นส่วนสำคัญทำให้เกิดความ
พึงพอใจและไม่พอใจต่อการทำงาน

1.5 ลักษณะที่แท้จริงของงานที่ทำ ถ้าตรงกับความรู้ความสามารถของผู้ให้บริการก็จะเกิดความพึงพอใจ

1.6 ผลประโยชน์ตอบแทน เช่น โบนัส
เงินบำเหน็จบำนาญ วันหยุด เป็นต้น

1.7 ลักษณะทางสังคม การยอมรับของ
สังคมในงานที่ทำ

1.8 ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระยะเวลาการทำงาน ทักษะ การศึกษา เป็นต้น

1.9 คำชมเชยที่มีต่อการให้บริการ

2. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการของหน่วยงานนั้นควรพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ทักษะ
ในการรับบริการ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น

2.2 ความรวดเร็วในการบริการมีความสำคัญอย่างมากในการทำให้เกิดความพึงพอใจ

2.3 การประชาสัมพันธ์ในการบริการ
เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนต่าง ๆ ของการบริการ

และชี้แจงผลการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี
ต่อผู้มารับบริการ

2.4 ระบบการทำงานต้องมีกฎระเบียบ
และขั้นตอนที่ชัดเจน สม่่าเสมอในการให้บริการ ซึ่ง
ผู้รับบริการจะมีเหตุผลต่อการบริการนั้น

2.5 ความยุติธรรมเสมอภาคในการบริการ
ผู้รับบริการขอให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติอย่างเท่าเทียม
มิใช่เลือกปฏิบัติ

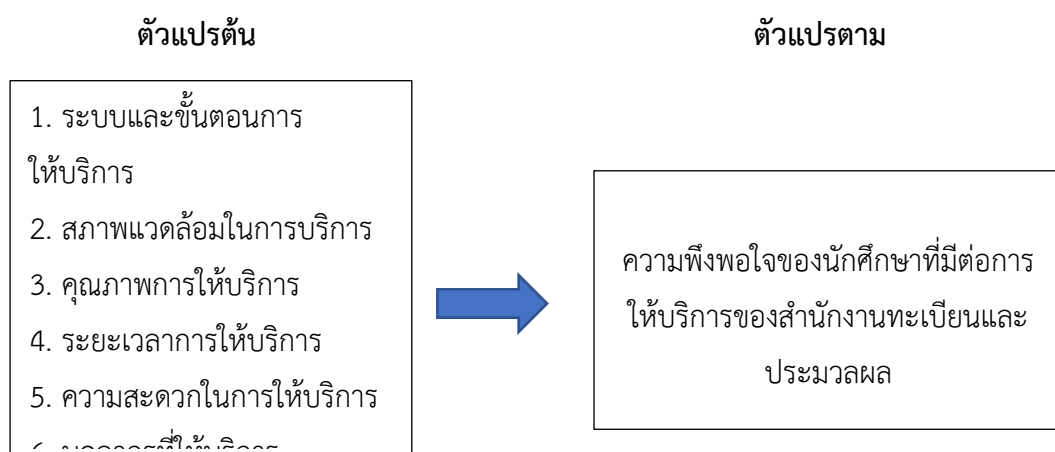
2.6 การปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ การ
พูดจาที่ดี การแนะนำในการบริการมีความสัมพันธ์
ด้านต่าง ๆ ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีของผู้รับบริการ

2.7 คุณภาพของการให้บริการนั้นต้องมี
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของข้อมูลสำหรับ

ให้บริการ ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ
มากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรอนงค์ คำคนชื่อ และ มนตรี อนันตรักษ์
(2558) ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการงาน
ทะเบียนและประมวลผลของคณะศิลปศาสตร์และ
วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม ผลการวิจัย
พบว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการงานทะเบียน
และประมวลผล โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดย
มีความพึงพอใจ ด้านการให้บริการเป็นอันดับแรก
รองลงมาคือ ด้านเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ
ด้านการอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่
ตามลำดับ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่
นักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีไทย-
ญี่ปุ่น จำนวน 3,928 คน (แหล่งข้อมูล : สำนักงาน

ทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-
ญี่ปุ่น ข้อมูลวันที่ 1 มิถุนายน 2564)

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่าง
ที่ศึกษาครั้งนี้ มีขั้นตอนการคัดเลือกดังต่อไปนี้
เนื่องจากประชากรที่ศึกษาเป็นกลุ่มที่มีจำนวน
แน่นอน (Finite Population) จึงใช้สูตร Yamane

(1973 : 887, อ้างถึงใน ธีรฤทธิ เอกะกุล 2550 : 135)
จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะที่ศึกษา ประเภทของงานบริการที่มาติดต่อหรือเคยมาติดต่อของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล และช่วงเวลาที่ผ่านมาได้รับบริการโดยลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล เป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 6 ด้าน จำนวน 26 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น เป็นแบบสอบถามประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 4 ด้าน จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการสร้างแบบสอบถามตามกรอบข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการตามตัวแปรที่กำหนดไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด เพื่อให้แบบสอบถามสามารถวัดได้ตามวัตถุประสงค์นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content

Validity) ภาษาที่ใช้ และการประเมินที่ถูกต้อง และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ IOC (Index of Item Objectives Congruence) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.97

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุง แก้ไขไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยนำไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ตามวิธีของครอนบัค (Cronbach) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ .830 เพื่อทดสอบหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (มนสิข สิริสมบุญ, 2550)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ตามตัวอย่างที่กำหนดจนครบ 400 ฉบับ
2. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และได้แบบสอบถามจากการตอบของนักศึกษา จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00
3. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อตรวจสอบสมมติฐานโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น และความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและ

ประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha - Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach's Alpha Coefficient (ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2550)

2. วิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาประกอบด้วย เพศ ชั้นปีที่ศึกษา คณะที่ศึกษาประเภทของการบริการที่มาติดต่อหรือเคยมาติดต่อของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล และช่วงเวลา que เข้ามารับบริการ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. วิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการในแต่ละประเภท ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล และความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบและขั้นตอนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการบริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านระยะเวลาการให้บริการ ด้านความสะดวกในการให้บริการ และด้านบุคลากรที่ให้บริการกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

5. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของ

สำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามวิธีของ Stepwise

ส่วนข้อคำถามปลายเปิดจากแบบสอบถามได้นำมาสรุปและนำมาอภิปรายผลและวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 นักศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาอยู่คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมาคือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 สำหรับประเภทของการบริการที่มาติดต่อหรือเคยมาติดต่อของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล คือ ขอใบรายงานผลการศึกษา/ใบรับรองวุฒิการศึกษา จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รองลงมาคือ ขอสำเร็จการศึกษา จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และส่วนใหญ่เข้ารับบริการช่วงเวลา 12.01-14.00 น. จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงระดับความพึงพอใจปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล

ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล	Mean	S.D.	Percentage	แปลผล
1. ระบบและขั้นตอนการให้บริการ	3.63	.414	72.68	มาก
2. สภาพแวดล้อมในการบริการ	3.71	.422	74.27	มาก
3. คุณภาพการให้บริการ	3.83	.429	76.65	มาก
4. ระยะเวลาการให้บริการ	4.05	.523	81.05	มาก
5. ความสะดวกในการให้บริการ	3.78	.390	75.58	มาก
6. บุคลากรที่ให้บริการ	4.05	.425	81.05	มาก
โดยรวม	3.84	.227	76.88	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับความพึงพอใจปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลโดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 คิดเป็นร้อยละ 76.88 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระยะเวลาการให้บริการ และ

บุคลากรที่ให้บริการ มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05 คิดเป็นร้อยละ 81.05

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล แสดงในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล

ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล	Mean	S.D.	Percentage	แปลผล
1. ด้านการดำเนินการ	3.87	.511	77.40	มาก
2. ด้านลักษณะการให้บริการ	3.88	.555	77.67	มาก
3. ด้านการบริหารดำเนินงาน	3.84	.376	76.71	มาก
4. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	3.92	.641	78.47	มาก
โดยรวม	3.88	.322	77.56	มาก

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังแสดงในตาราง 3-6

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ด้านการดำเนินการ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.076	.384		2.802	.005		
1. ระบบและขั้นตอนการให้บริการ	.081	.054	.066	1.503	.134	.975	1.025
2. สภาพแวดล้อมในการบริการ	-.055	.054	-.045	-1.017	.310	.950	1.053
3. คุณภาพการให้บริการ	.585	.052	.490	11.231	.000*	.980	1.021
4. ระยะเวลาการให้บริการ	.018	.043	.018	.411	.682	.963	1.038
5. ความสะดวกในการให้บริการ	.024	.075	.018	.318	.751	.574	1.742
6. บุคลากรที่ให้บริการ	.074	.069	.061	1.069	.286	.567	1.764

R = .516 R^2 = .266 S.E.E. = .44147 F = 23.721 Sig. = .000

จากตาราง 3 พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการดำเนินการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนการบริการด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการดำเนินการ

ตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ด้านลักษณะการให้บริการ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.761	.431		4.089	.000		
1. ระบบและขั้นตอนการให้บริการ	.048	.061	.036	0.798	.425	.975	1.025
2. สภาพแวดล้อมในการบริการ	.009	.060	.007	0.154	.877	.950	1.053
3. คุณภาพการให้บริการ	-.004	.058	-.003	-0.075	.940	.980	1.021
4. ระยะเวลาการให้บริการ	.482	.048	.454	9.995	.000*	.963	1.038
5. ความสะดวกในการให้บริการ	.194	.084	.136	2.316	.021*	.574	1.742
6. บุคลากรที่ให้บริการ	-.187	.077	-.144	-2.423	.016*	.567	1.764

R = .466 R^2 = .217 S.E.E. = .49491 F = 18.196 Sig. = .000

จากตาราง 4 พบว่าระยะเวลาการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ความสะดวกในการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

บุคลากรที่ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนการบริการด้านอื่นๆนั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ

ตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ด้านการบริหารดำเนินงาน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	0.567	.251		2.263	.024		
1. ระบบและขั้นตอนการให้บริการ	.077	.035	.084	2.167	.031	.975	1.025
2. สภาพแวดล้อมในการบริการ	.129	.035	.145	3.687	.000	.950	1.053
3. คุณภาพการให้บริการ	.024	.034	.027*	0.709	.478	.980	1.021
4. ระยะเวลาการให้บริการ	.051	.028	.070	1.797	.073	.963	1.038
5. ความสะดวกในการให้บริการ	.170	.049	.176	3.478	.001	.574	1.742
6. บุคลากรที่ให้บริการ	.388	.045	.438	8.603	.000	.567	1.764

R = .650 R^2 = .422 S.E.E. = .28823 F = 47.799 Sig. = .000

จากตาราง 5 พบว่า คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการบริหารดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนการบริการด้านอื่นๆนั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการบริหารดำเนินงาน

ตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	0.492	.398		1.235	.218		
1. ระบบและขั้นตอนการให้บริการ	-.036	.056	-.023	-0.633	.527	.975	1.025
2. สภาพแวดล้อมในการบริการ	-.003	.056	-.002	-0.046	.963	.950	1.053
3. คุณภาพการให้บริการ	-.042	.054	-.028	-0.775	.439	.980	1.021
4. ระยะเวลาการให้บริการ	.854	.045	.697	19.129	.000*	.963	1.038
5. ความสะดวกในการให้บริการ	.006	.078	.004	.078	.938	.574	1.742
6. บุคลากรที่ให้บริการ	.061	.072	.040	0.846	.398	.567	1.764

R = .705 R^2 = .497 S.E.E. = .45796 F = 64.816 Sig. = .000

จากตาราง 6 พบว่า ระยะเวลาการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนการบริการด้านอื่นๆ นั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ควรมีการปรับปรุงความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกับการใช้งาน

2. ควรมีการปรับปรุงระบบการลงทะเบียนเรียนให้เหมาะสม เนื่องจากช่วงการลงทะเบียนจะเกิดปัญหาของระบบอินเทอร์เน็ตล่มบ่อยมาก ทำให้ไม่สามารถลงทะเบียนเรียนได้ หรือบางครั้งกลุ่มเรียนเต็มเร็วมาก

3. ควรปรับปรุงระบบและขั้นตอนการให้บริการ โดยการจัดระบบและขั้นตอนการให้บริการให้มีความรวดเร็วและทันเวลาต่อผู้มารับบริการกับสำนักงานทะเบียนและประมวลผล

4. ต้องการให้มีช่องทางการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารการให้บริการเกี่ยวกับงานทะเบียนและ

ประเมินผลให้มีความหลากหลาย เช่น ดิตบอร์ด ประกาศแจ้ง แจ้งในเพจของ สำนักงานทะเบียนและ ประมวลผล เป็นต้น

5. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ เป็น มาตรฐานเดียวกันหมด ซึ่งเป็นจุดแข็งของหน่วยงาน ควรรักษาจุดแข็งนี้ไว้และทำให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นต่อไป

6. สภาพแวดล้อมในการบริการทางกายภาพ เช่น สถานที่ให้บริการค่อนข้างคับแคบ และมีที่นั่ง รอรับบริการจำนวนน้อย ทำให้ผู้มาติดต่อรับบริการ อาจไม่ได้รับความสะดวก

อภิปรายผลการวิจัย

ในการอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยและ สมมติฐานการวิจัยแต่ละข้อต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มี ต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและ ประมวลผลของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ผลการวิจัย พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจที่มีต่อ การให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น โดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อยได้ดังนี้ ระยะเวลาการให้บริการ บุคลากรที่ ให้บริการ คุณภาพการให้บริการ ความสะดวกในการ ให้บริการ สภาพแวดล้อมในการบริการ และ ระบบ และขั้นตอนการให้บริการ สำหรับผลการวิจัย ดังกล่าวนี้นี้สามารถอธิบายได้ว่า สำนักงานทะเบียน และประมวลผลของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโร นา 2019 นั้นมีการปรับปรุงระยะเวลาการให้บริการ และ บุคลากรที่ให้บริการ ให้มีความสอดคล้องกับ ความต้องการของนักศึกษา เริ่มตั้งแต่เวลาเปิด-ปิด การให้บริการ ที่จัดให้มีความเหมาะสมตามมาตรการ ของภาครัฐที่มีต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค

ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมทั้งระยะเวลาในการ ให้บริการผ่านระบบออนไลน์มีความรวดเร็วทันเวลา เป็นการรักษาระยะห่างทางกายภาพ (physical distancing) หรือแม้แต่การรักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) ในส่วนของบุคลากรที่ให้บริการ ของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลของสถาบัน เทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่นนั้น มีความเอาใจใส่และ กระตือรือร้นในการให้บริการรวมทั้งมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ นักศึกษาเป็นอย่างดี รวมถึงไม่มีการเสี่ยงการสัมผัส กันระหว่างนักศึกษาและบุคลากร สอดคล้องกับ งานวิจัยของจิตติกาญจน์ ขวัญไฟ และคณะ (2562) ที่ ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการ ให้บริการของภาควิชา คณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี พบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของ ภาควิชาในภาพรวม นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่ และ ด้านคุณภาพการ ให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนด้านที่ นักศึกษามีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้าน กระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ และด้านสิ่ง อำนวยความสะดวก

2. การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและ ประมวลผล

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและ ประมวลผล ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้าน ลักษณะการให้บริการ ด้านการดำเนินการ และ ด้าน การบริหารดำเนินงาน สำหรับผลการวิจัยดังกล่าวนี้

สามารถอธิบายได้ว่า สำนักงานทะเบียนและประมวลผลของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นั้นมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาให้บริการหรือปรับใช้เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพสูงสุด สามารถลดการสัมผัสหรือการรักษาระยะห่างทางสังคม (social distancing) ได้เป็นอย่างดี และนอกจากนี้ ลักษณะการให้บริการยังไม่กระทบกับการรักษาระยะห่างทางกายภาพ (physical distancing) ที่อาจทำให้เกิดปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันบูรณพัฒน์และคณะ (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลยต่อคุณภาพการให้บริการด้านกายภาพ พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่นักศึกษา มีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ห้องสมุดมีความสะอาดและมีบรรยากาศเหมาะสำหรับการเรียนรู้ ห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ มีระบบงานทะเบียนนักศึกษาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีคุณภาพ และมีระบบป้องกันอัคคีภัย ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ไม่มีระบบประปาเพียงพอสม่ำเสมอ คำแนะนำที่ได้รับจากการให้บริการห้องสมุด ภายในห้องยังไม่มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่จำเป็นครบถ้วนพร้อมใช้งาน มีโรงอาหาร สะดวก และเพียงพอต่อจำนวนนักศึกษา

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล ด้านการดำเนินการ พบว่า คุณภาพการให้บริการมี

ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการดำเนินการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนการบริการด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการดำเนินการ สอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำลิน เทียมแก้ว (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2560 พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการของสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรกคือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านประชาสัมพันธ์และด้านทรัพยากรสารสนเทศ

3.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ พบว่า ระยะเวลาการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ความสะดวกในการให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ บุคลากรที่ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนการบริการด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึง

พอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงานทะเบียนและ
ประมวลผลด้านลักษณะการให้บริการ สอดคล้องกับ
งานวิจัยของเนตรนภา แสงเชื้อพ้อ และคณะ (2564)
ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการ
ให้บริการของงานทะเบียน คณะเทคโนโลยี
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของงานทะเบียน
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม
โดยภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ปัจจัยที่ส่งผล
ความพึงพอใจต่อการให้บริการของงาน
ทะเบียน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย
นครพนม เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย
ได้แก่ ด้านอาคารสถานที่ รองลงมา คือ ด้านสิ่ง
อำนวยความสะดวก ด้านกระบวนการ และด้าน
บุคลากร ซึ่งความพึงพอใจต่อการให้บริการของงาน
ทะเบียน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย
นครพนม ไม่สอดคล้องกับทดสอบสมมติฐานการวิจัย
ที่ตั้งไว้ กล่าวคือ นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการ
ให้บริการของงานทะเบียน คณะเทคโนโลยี
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม อยู่ในระดับพึง
พอใจมาก ยกเว้นด้านบุคลากร อยู่ในระดับพึงพอใจ
ปานกลาง

3.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของ
ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึง
พอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและ
ประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของ
สำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการบริหาร
ดำเนินงาน พบว่า คุณภาพการให้บริการมี
ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ
ของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านการ
บริหารดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05
ส่วนการบริการด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อ
ความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงาน

ทะเบียนและประมวลผลด้านการบริหารดำเนินงาน
สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรรค์ชัย กิตยานันท์ และ
คณะ (2564) ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
ของคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏ
กาญจนบุรี พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
กาญจนบุรี โดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อนำมา
พิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความหน้าเชื่อถือ
ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการ
เอาใจใส่ ด้านรูปธรรมของการบริการ โดยที่ระดับ
คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน
สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชา
ชั้นปีการศึกษา การขอรับบริการไม่มีผลต่อคุณภาพ
การให้บริการของคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

3.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของ
ปัจจัยเกี่ยวกับการบริการที่คาดว่าจะมีผลต่อความพึง
พอใจในการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและ
ประมวลผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของ
สำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศพบว่า ระยะเวลาการให้บริการมี
ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการ
ของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05
ส่วนการบริการด้านอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ต่อ
ความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของสำนักงาน
ทะเบียนและประมวลผลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
สอดคล้องกับงานวิจัยของพรณี ศรีกลชาญ และ
คณะ (2552) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของ
นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อการให้บริการของ
สำนักงานวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษา คณะ
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า นักศึกษา
ระดับบัณฑิตศึกษามีความพึงพอใจในการให้บริการ

ของสำนักงานวิชาการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับ “มาก” ทั้ง 5 ด้าน และค่าเฉลี่ยรายด้านจากมากไปหาน้อยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านบริการห้องสมุด ด้านสภาพแวดล้อม ด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่สนับสนุนการเรียนการสอน ด้านการบริการ และ ด้านเจ้าหน้าที่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ในช่วงเวลาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า มีประเด็นที่สำนักงานทะเบียนและประมวลผลได้ค่าเฉลี่ยคะแนนที่ต่ำและต้องปรับปรุงให้มีความพึงพอใจที่ดีขึ้น ได้แก่ ประเด็นระบบและขั้นตอนการให้บริการเกี่ยวกับการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จขั้นตอนเดียว ที่สำนักงานทะเบียนและประมวลผลยังไม่สามารถให้บริการได้ดีมากนัก มีนักศึกษาบางคนต้องไปติดต่อหน่วยงานอื่น ๆ และจึงได้มาติดต่อที่สำนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019: Coronavirus Disease 2019 (COVID-19). นนทบุรี : กระทรวงสาธารณสุข.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. สืบค้นจาก http://www.xn--12ca1ddig2elng4ld4e1p.com/2012/11/blog-post_6.html.

ทะเบียนและประมวลผลอีกครั้ง เช่น การชำระค่าธรรมเนียม ค่าปรับต่าง ๆ เป็นต้น

2. ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักศึกษาที่มีต่อสำนักงานทะเบียนและประมวลผลซึ่งเป็นข้อมูลอย่างดีที่สำนักงานทะเบียนและประมวลผลควรทราบและนำไปปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้เพื่อที่จะทำให้การบริการของสำนักงานทะเบียนและประมวลผลมีความพึงพอใจที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ ถึงแม้ว่าบางประเด็นจะมีผู้เสนอน้อยคนก็ตาม หากมีการรับฟังก็ย่อมจะแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ อันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่นจากผู้ให้บริการจากภายนอกต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 ครั้ง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาข้อบกพร่อง จุดอ่อน จุดแข็ง จุดที่ต้องปรับปรุง และนำผลการวิจัยไปปรับปรุงการให้บริการในทุกด้านของสำนักงานทะเบียนและประมวลผล
2. ควรทำวิจัยให้กับหน่วยงานอื่น ๆ ในสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปปรับปรุงการให้บริการและทำให้เกิดมาตรฐานที่เหมือน ๆ กันและมีความเป็นเลิศต่อไป
3. ควรทำวิจัยในประเด็นเฉพาะเจาะจงซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ฐิติกาญจน์ ขวัญไผ่ รัตนารณ์ สมใจ ยุวธิดา คงนุมีติ และสุวรรณี วิถีเทพ. (2562). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของภาควิชาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี. **วารสาร Mahidol R2R e-Journal**, 6(1): 74-84.

ธีระวุฒิ เอกะกุล. (2550). **การวิจัยปฏิบัติการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). อุบลราชธานี : ยงสวัสดิ์อินเตอร์ กรู๊ป.

น้ำลีน เทียมแก้ว. (2560). **ความพึงพอใจต่อการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามประจำปีการศึกษา 2560**. สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เนตรนภา แสงเชื้อพ้อ พัทธิกรณ์ ไชยยงค์ และนาวิ อุดร. (2564). ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อการให้บริการของงานทะเบียน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม. **Journal of Engineering Technology Access**. 1(2): 48-57.

พรรณี ศรีกลาญ และ ชัญญา อภิบาลกุล. (2552). ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาต่อการให้บริการของสำนักงานวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. 32(4): 92-102.

มนสิข สิทธิสมบูรณ์. (2550). **ระเบียบวิธีวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาวิทยาลัยนเรศวร. คณะศึกษาศาสตร์.

สถาพร บริบูรณ์วัฒน์ สมฤทัย วงษาหมี ฐิติมา โสภางม. (2560). ความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเลยต่อคุณภาพการให้บริการด้านกายภาพ. **วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**. 12(40):1-7

สรศักดิ์ กิตยานันท์ สุทธิพนธ์ ศรีบุญนาถ สุภัตรา กันพร้อม พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์ และยุพา ทองช่วง. (2560).คุณภาพการให้บริการของคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**. 4(2): 105-112.

สำนักงานทะเบียนและประมวลผล สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น. (2564). **สถิตินักศึกษาปัจจุบัน**. สืบค้นจาก <https://reg.tni.ac.th/registrar/home.asp>.

อรอนงค์ คำคนชื่อ และ มนตรี อนันตรักษ์. (2558). ความพึงพอใจต่อการให้บริการงานทะเบียนและประมวลผลของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยนครพนม. **วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม**, 5(2): 137-145.

Yamane Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed.. New york : Harper and Row Publication.

ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Customer Satisfaction with the Western University's Pharmacy

สรวิชัย อภินิษฐาวงศ์¹, วรณดี แท้โสติกุล², ธวัช แท้โสติกุล³,
วิวรรณ อัครวิเชียร⁴

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ^{1,2,3,4}

Sorawitch Aganittawong¹, Wandee Taesotikul²,

Tawat Taesotikul³, Wiwat Arkaravichien⁴

Faculty of Pharmacy, Western University ^{1,2,3,4}

E-mail: sorawitcha@gmail.com¹ E-mail: wandee.ta@western.ac.th²

Received: April 25, 2022; Revised: May 17, 2022; Accepted: June 10, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างกับความพึงพอใจในมิติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม โดยวิธีการสุ่มแบบสะดวกจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดและระดับมาก รวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 ในตัววัดทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพของร้าน กระบวนการในการให้บริการ และผลลัพธ์ภาพรวม ค่าคะแนนที่ผู้ใช้บริการประเมินต่อตัวชี้วัดด้านต่าง ๆ นั้น ปรากฏว่าคะแนนที่มีต่อด้านบุคลากรมีค่าสูงสุด คือ 4.57 ± 0.48 และค่าคะแนนต่ำสุด คือต่อด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีคะแนน 4.28 ± 0.59 จาก 5 คะแนนเต็ม การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นด้านคุณลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างกับสัดส่วนผู้รับบริการที่ตอบความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : ร้านยา ความพึงพอใจ ความคาดหวัง การสำรวจ

ABSTRACT

The aims of this research were to study the relationship between the characteristics of the samples and their satisfaction in the dimensions of products, prices, distribution, personnel, and physical characteristics of the stores. Process and overall results by a convenient random sampling method from a sample of 300 people, the results showed that the service users had the highest and high levels of satisfaction. a total of not less than 80%

in all aspects of the measure, whether it is product, price, distribution, personnel, physical appearance of the store service process and overall results The scores that the service users assessed on various indicators showed that the highest score on personnel was 4.57 +/- 0.48 and the lowest score. It was on the product side, with a score of 4.28+/-0.59 out of 5 full scores. Testing the relationship between the variables in terms of various characteristics of the sample group and the proportion of service recipients who answered satisfaction at different levels found that there was no correlation at all significant

KEYWORDS : Pharmacy, Satisfaction, Expectation, Survey

บทนำ

ในมิติหนึ่ง ร้านยาคือสถานบริการสุขภาพ เนื่องจากการดำเนินกิจการร้านยาจะต้องขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือขออนุญาตจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และยังมีกฎหมายและประกาศกระทรวงที่ควบคุมกำกับให้ต้องดำเนินการตามที่กำหนด อีกทั้งยังมีมาตรฐานวิชาชีพกำกับให้ต้องปฏิบัติตาม (วิวรรณ อัครวิเชียร, 2557) แต่ในอีกมิติหนึ่งร้านยาคือธุรกิจที่ต้องดำเนินการให้อยู่รอด มีกำไรจากการดำเนินการ ธุรกิจร้านยามีการแข่งขัน และมีกลไกการตลาดเป็นตัวควบคุม ในมิติของธุรกิจ ร้านยาจำเป็นต้องดำเนินการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ผู้ดำเนินธุรกิจร้านยาต้องเข้าใจในวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนที่เป็นผู้ใช้บริการ ต้องเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ต้องเข้าใจถึงทัศนคติและความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงต้องดำเนินการให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือร้านยาจะต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) การวัดความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีประโยชน์ในการจัดการและติดตามการทำธุรกิจ การวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของดุลยภาพใน

ตลาดที่มีการแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นตัวสร้างความแตกต่างที่สำคัญตัวหนึ่ง และเป็นองค์ประกอบแห่งกลยุทธ์ทางธุรกิจ ร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น เป็นร้านยาคุณภาพที่อยู่ในเขตลาลูกกา ปทุมธานี ซึ่งเป็นเขตปริมลฑลที่ติดกับกรุงเทพมหานคร เปิดให้บริการมาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2562 แต่ยังไม่เคยได้ศึกษาเกี่ยวกับมิติของโมเดลธุรกิจ โดยเฉพาะในเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเลย ดังนั้น จึงสมควรมีการศึกษาถึงความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อร้านยา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ

(1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

(2) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นด้านคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างกับความพึงพอใจในมิติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือลูกค้าเป็นความรู้สึกของบุคคลว่าสุขใจ-พอใจ หรือ ไม่พึงพอใจ-

ผิดหวังต่อบริการหรือสินค้าที่ตนได้รับ ความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการเปรียบเทียบสิ่งที่เขาคาดหวัง กับประโยชน์หรือคุณค่าจากสิ่งที่เขาได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ หากต่ำกว่าความคาดหวัง เขาก็จะเกิดความไม่พอใจ ในทางตรงกันข้าม หากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นก่อประโยชน์หรือคุณค่าสอดคล้องหรือมากกว่าความคาดหวังของเขา เขาก็จะรู้สึกพอใจหรือประทับใจ (Kotler, 2003) ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น คุณภาพของสินค้าหรือบริการที่เคยสร้างไว้ก่อนหน้านี้ การกล่าวถึง การบอกกันปากต่อปากของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ สารสนเทศในการเขียนวิพากษ์วิจารณ์ หรือการเขียนรีวิวของผู้ทรงอิทธิพล การให้ข้อมูลหรือการวิเคราะห์ข้อมูลของคู่แข่งทางธุรกิจ รวมทั้งการให้สัญญาหรือการโฆษณาจากเจ้าของสินค้าหรือบริการ (Kotler & Keller, 2006) ความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการมีความสำคัญเพราะมันเป็นตัวบ่งชี้ถึงความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ (purchase intention) และบ่งชี้ถึงความภักดี ความยึดมั่นไม่ผันแปรต่อสินค้าหรือบริการนั้น (loyalty) (Farris *et al*, 2010) การวัดความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะทำให้ผู้ให้บริการทราบจุดแข็ง และจุดอ่อนของธุรกิจตัวเอง และสามารถนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

การวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น (1) เก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ และคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อการปรับปรุงธุรกิจมาวิเคราะห์ (2) สำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (3) ให้ลูกค้าเป็นผู้วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ของผู้ให้บริการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง พร้อมทั้งระบุปัญหาของผู้ให้บริการ และ(4) สัมภาษณ์

ลูกค้าที่เปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่ง (Farris *et al*, 2010) ทั้งนี้รูปแบบการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผู้วิจัยศึกษามากที่สุด คือวิธีการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เพราะทำได้โดยไม่ยาก มีความน่าเชื่อถือ และสามารถศึกษาข้อมูลความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้ ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไปของการศึกษาวิจัยความพึงพอใจของลูกค้า มักเป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ต่อราคา ต่อสถานที่ให้บริการ ต่อการส่งเสริมและการแนะนำบริการ ต่อผู้ให้บริการ ต่อสภาพแวดล้อมของการบริการ และต่อกระบวนการบริการ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551)

แสงสุข พิทยานุกุล และ ศิริ ชะระอำ (2560) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค คือ ปัจจัยด้านที่ตั้ง ด้านเภสัชกรและการให้บริการ ด้านสภาพร้าน ด้านผลิตภัณฑ์ยา ด้านราคา และด้านมูลค่าเพิ่มของการบริการ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังที่สูงจากบริการของร้านยา มูจจรินทร์ หาญทรงณิภรณ์ และชวนชม ธนานิธิศักดิ์ (2564) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของงานบริการจากร้านยาคุณภาพ ซึ่งเป็นร้านยาแบบใหม่และมีมาตรฐานบริการที่สูงอยู่แล้ว ก็ยังพบว่าผู้ใช้บริการจากร้านยาคุณภาพประเภทร้านยาเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่าร้านยาควรต้องปรับปรุงคุณภาพบริการในทุกมิติ ยกเว้นมิติรูปลักษณ์ทางกายภาพที่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ จากงานวิจัยข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังจากบริการของร้านยาที่สูงมาก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามเพื่อเก็บข้อมูลคุณลักษณะตัวอย่างประชากรศึกษา คำถามที่วัดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ต่อราคา ต่อการจัดจำหน่าย ต่อบุคลากร ต่อลักษณะทางกายภาพของร้าน ต่อกระบวนการในการให้บริการ และ ต่อผลลัพธ์ภาพรวม ซึ่งแบ่งระดับความพอใจเป็น 5 ระดับจากมากที่สุดไปสู่น้อยที่สุด ทั้งนี้แบบสำรวจนี้ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องในด้านความตรง (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในร้านยาไม่ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 3 ท่าน และผ่านการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ก่อนนำมาใช้ศึกษา โดยมีค่า Cronbach's alpha 0.96 กลุ่มตัวอย่างประชากรของการศึกษาได้จากผู้ที่มาใช้บริการร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล จ.ปทุมธานี ระหว่าง สิงหาคม 2563 ถึง ตุลาคม 2564 โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของ Daniel & Cross (2010)

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 NP (1-P)}{Z_{\alpha/2}^2 P (1-P) + (N-1) d^2}$$

โดย N คือประชากรที่คาดว่าจะเข้ามาใช้บริการในช่วงที่จะศึกษา (1667 ราย) P คือ สัดส่วนความพึงพอใจจากการศึกษาของนักวิจัยก่อนหน้านี้ (0.6) กำหนด α ที่ 0.05 ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างที่ประมาณ 300 ราย กลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ใช้บริการของร้านที่อายุ 18 ปีขึ้นไป อ่านและเขียนภาษาไทยได้ การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบสะดวก (convenient sampling) และกลุ่มตัวอย่างจะได้รับคำชี้แจงถึงวัตถุประสงค์และวิธีการการศึกษา และลงนามยินดีเป็นกลุ่มตัวอย่างศึกษา ทั้งนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ได้ผ่านการอนุมัติจากคณะกรรมการ

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ตามหมายเลข WTU 2563-0004 การเก็บข้อมูลใช้วิธีการให้ผู้ตอบแบบ สอบถามเขียนตอบแสดงความเห็นอย่างอิสระในกระดาษแบบสอบถาม และเมื่อเสร็จแล้วให้วางส่งคืนไว้ในร้านในวันที่ตอบแบบสอบถามเลย ข้อมูลถูกบันทึกและถูกวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS version 23) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความพึงพอใจถูกวิเคราะห์ด้วยค่า chi square โดยกำหนดค่า p ที่ 0.05 ทั้งนี้งานวิจัยนี้มีสมมุติฐานการวิจัยว่าคุณลักษณะที่ต่างกันของผู้ใช้บริการของร้านยา ไม่มีผลต่อคะแนนระดับความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ

ผลการวิจัย

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ตารางที่ 1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่อง เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าร้านยา และ การมาใช้บริการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ซึ่งตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุที่มีความถี่มากที่สุดคือ ช่วง 25 - 34 ปี ส่วนใหญ่จบปริญญาตรี อาชีพที่มีความถี่มากที่สุด คือ พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ช่วงหนึ่งถึงสองหมื่นบาท และประมาณหนึ่งในสามเพิ่งเป็นลูกค้าของร้านยาในช่วงน้อยกว่า 3 เดือนที่ผ่านมา แต่ร้อยละ 86 ของผู้ตอบแบบสอบถามเคยมาใช้บริการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา และความถี่ในการใช้บริการของร้านที่สูงที่สุด คือเดือนละครึ่ง

ตารางที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะ	คำตอบ	จำนวน (ร้อยละ)
เพศ	ชาย	90 (30.5%)
	หญิง	205 (68.3%)
	ไม่ระบุ	5 (1.7%)
ช่วงอายุ	15 – 24 ปี	56 (18.7%)
	25 – 34 ปี	101 (33.7%)
	35 – 44 ปี	70 (23.3%)
	≥ 45 ปี	72 (24.0%)
	ไม่ระบุ	1 (0.3%)
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	55 (18.3%)
	ปริญญาตรี	183 (61.0%)
	สูงกว่าปริญญาตรี	60 (20%)
	ไม่ระบุ	2 (0.7%)

คุณลักษณะ	คำตอบ	จำนวน (ร้อยละ)
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	64 (21.3%)
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	38 (12.7%)
	พนักงานบริษัทเอกชน	110 (36.7%)
	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	54 (18.0%)
	รับจ้าง	10 (3.3%)
	อื่น ๆ	17 (5.7%)
	ไม่ระบุ	7 (2.3%)
รายได้ต่อเดือน	≤ 10,000 บาท	49 (16.3%)
	10,001-20,000 บาท	93 (31.0%)
	20,001-30,000 บาท	56 (18.7%)
	30,001-40,000 บาท	27 (9.0%)
	40,001-50,000 บาท	22 (7.3%)
	≥ 50,000 บาท	50 (16.7%)
	ไม่ระบุ	3 (1.0%)
ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าร้านยา มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น	< 3 เดือน	98 (32.7%)
	3 – 6 เดือน	67 (22.3%)
	6 – 9 เดือน	41 (13.7%)
	9 -12 เดือน	24 (8.0%)
	> 12 เดือน	70 (23.3%)
การมาใช้บริการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา	เคย	259 (86.3%)
	ไม่เคย	39 (13%)
	ไม่ระบุ	2 (0.7%)
ความถี่ในการมาใช้บริการ	เกือบทุกวัน	4 (1.3%)
	ทุกสัปดาห์	20 (6.7%)
	ทุก 2 สัปดาห์	23 (7.7%)
	ทุกเดือน	100 (33.3%)
	ทุก 3 เดือน	87 (29.0%)
	อื่น ๆ	65 (21.7%)
	ไม่ระบุ	1 (0.3%)

เหตุผลที่มาใช้บริการ และประเภทของ
สินค้าที่มำเลือกซื้อ ตารางที่ 2 เป็นข้อมูลความถี่และ
ร้อยละของเหตุผลที่ มาใช้ บริการในร้านยา

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น และประเภทของสินค้าที่มำ
เลือกซื้อ ซึ่งผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก

ตารางที่ 2 เหตุผลของการมาใช้บริการ และประเภทของสินค้าที่มารับบริการ

คำถาม	คำตอบ	จำนวน (ร้อยละ)
สิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตัดสินใจมาใช้บริการร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการครบถ้วน	138/300 (46.0%)
	มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา	218/300 (72.7%)
	มีความสะดวกในการมาใช้บริการ	230/300 (76.7%)
	มีการบริการที่ดี	186/300 (62.0%)
	อื่น ๆ	34/300 (11.3%)
สินค้าประเภทใดที่ท่านตัดสินใจเลือกซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	ยารักษาโรค	232/300 (77.3%)
	เวชสำอาง	86/300 (28.7%)
	อุปกรณ์การแพทย์	79/300 (26.3%)
	อุปกรณ์ดูแลผู้ป่วย / อุปกรณ์ปฐมพยาบาล	46/300 (15.3%)
	ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น วิตามิน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	115/300 (38.3%)
	ผลิตภัณฑ์กลุ่มดูแลผิวและเครื่องใช้ส่วนบุคคล เช่น ครีมอาบน้ำ โลชั่นบำรุงผิว แชมพูยา ยาสีฟัน น้ำยาล้างตา	38/300 (12.7%)
ท่านจะมาใช้บริการในคราวต่อไปหรือไม่	มา	300/300 (100%)
	ไม่มา	-

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลคำตอบถึงระดับความพึงพอใจต่อตัววัดในด้านต่าง ๆ แสดงในตารางที่ 3 กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อคำถามข้อต่าง ๆ ของการวัดความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างร้อยละ 36 ถึงร้อยละ 51 ให้ความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อคำถามข้อต่าง ๆ ของการวัดความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างร้อยละ 44 ถึงร้อยละ 48 และให้ความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อคำถามข้อต่าง ๆ ของการวัดความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างร้อยละ 4 ถึงร้อยละ 18 สำหรับความพึงพอใจต่อคำถามด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้าน

ลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม แสดงรายละเอียดในตารางที่ 3 เมื่อรวมคำตอบพึงพอใจระดับมากที่สุดและมากเข้าด้วยกัน ก็พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดและมารวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 มีความพึงพอใจต่อราคา และต่อลักษณะทางกายภาพของร้านในระดับมากที่สุดและมาก รวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 และมีความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย ต่อบุคลากร ต่อกระบวนการในการให้บริการ และต่อผลลัพธ์ภาพรวมในระดับมากที่สุดและมาก รวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 95

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์นแสดงเป็นความถี่และร้อยละของแต่ละด้านของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่ตอบ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
ความหลากหลายของกลุ่มสินค้ายารักษาโรค	152 (50.7%)	136 (45.3%)	11 (3.7%)	-	1 (0.3%)	-
ความหลากหลายของสินค้าในด้านสุขภาพ เช่น วิตามิน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น	140 (46.7%)	133 (44.3%)	27 (9.0%)	-	-	-
ความหลากหลายของกลุ่มสินค้าอุปกรณ์การแพทย์	111 (37.0%)	140 (46.7%)	48 (16.0%)	-	-	1 (0.3%)
ความหลากหลายของกลุ่มสินค้าอุปกรณ์ดูแลผู้ป่วย / อุปกรณ์ปฐมพยาบาล	110 (36.7%)	145 (48.3%)	43 (14.3%)	2 (0.7%)	-	-
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กลุ่มดูแลผิวและเครื่องใช้ส่วนบุคคล เช่น ครีมอาบน้ำ โลชั่นบำรุงผิว แชมพูยา ยาสีฟัน น้ำยาล้างตา เป็นต้น	109 (36.3%)	132 (44.0%)	55 (18.3%)	4 (1.3%)	-	-
2. ด้านราคา (Price)						
ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของสินค้า	149 (49.7%)	129 (43.0%)	22 (7.3%)	-	-	-
ความชัดเจนของป้ายราคา	164 (54.7%)	123 (41.0%)	10 (3.3%)	3 (1.0%)	-	-
ความถูกต้องของป้ายราคา	177 (59.0%)	115 (38.3%)	7 (2.3%)	1 (0.3%)	-	-
การชำระเงินที่สามารถชำระเป็นเงินสด หรือ บัตรเครดิต	181 (60.3%)	109 (36.3%)	10 (3.3%)	-	-	-
3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)						
ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ	188 (62.7%)	106 (35.3%)	5 (1.7%)	1 (0.3%)	-	-
ความเหมาะสมในเวลาเปิด-ปิด ร้าน	162 (54.0%)	119 (39.7%)	18 (6.0%)	1 (0.3%)	-	-
ความเป็นระเบียบและความถูกต้องของการจัดหมวดหมู่สินค้า	179 (59.7%)	110 (36.7%)	10 (3.3%)	1 (0.3%)	-	-

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่ตอบ
4. ด้านบุคลากร (Personal)						
การกล่าวทักทายของพนักงาน	175 (58.3%)	113 (37.7%)	11 (3.7%)	-	-	1 (0.3%)
มารยาทของพนักงาน	179 (59.7%)	115 (38.3%)	5 (1.7%)	-	-	1 (0.3%)
การแต่งกาย และบุคลิกภาพของ เภสัชกร	183 (61.0%)	112 (37.3%)	4 (1.3%)	-	-	1 (0.3%)
การแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงาน	179 (59.7%)	115 (38.3%)	5 (1.7%)	-	-	1 (0.3%)
ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำ แก่ลูกค้า	179 (59.7%)	115 (38.3%)	5 (1.7%)	-	-	1 (0.3%)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	173 (57.7%)	116 (38.7%)	9 (3.0%)	1 (0.3%)	-	1 (0.3%)
ความพร้อมของเภสัชกรในการให้คำแนะนำ ด้านสุขภาพและความงาม	179 (59.7%)	108 (36.0%)	11 (3.7%)	-	-	2 (0.7%)
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ความทันสมัยของการตกแต่งร้าน	134 (44.7%)	129 (43.0%)	33 (11.0%)	3 (1.0%)	-	1 (0.3%)
ความเหมาะสมของสีที่ใช้ตกแต่งร้าน	151 (50.3%)	118 (39.3%)	27 (9.0%)	3 (1.0%)	-	1 (0.3%)
ความสะอาดและแสงสว่างของร้าน	180 (60.0%)	111 (37.0%)	7 (2.3%)	1 (0.3%)	-	1 (0.3%)
ลักษณะของอุปกรณ์สต็อกที่ใช้สำหรับใส่สินค้า	149 (49.7%)	132 (44.0%)	17 (5.7%)	-	-	2 (0.7%)
ความสะดวกในการเดินชมสินค้า และหยิบ สินค้าในส่วนของการบริการตนเอง	158 (52.7%)	115 (38.3%)	26 (8.7%)	-	-	1 (0.3%)
6. ด้านกระบวนการ (Process)						
ระยะเวลาในการรอรับบริการจากพนักงาน หรือเภสัชกร	177 (59.0%)	110 (36.7%)	11 (3.7%)	-	1 (0.3%)	1 (0.3%)
ระยะเวลาในการชำระเงิน	180 (60.0%)	107 (35.7%)	11 (3.7%)	-	1 (0.3%)	1 (0.3%)

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่ตอบ
ขั้นตอนการรับบริการที่ต้องผ่านการซักประวัติและสอบถามข้อมูลจากเภสัชกรก่อน	175 (58.3%)	109 (36.3%)	14 (4.7%)	-	1 (0.3%)	1 (0.3%)
7. ด้านผลลัพธ์ภาพรวม (Productivity)						
ขั้นตอนการให้บริการที่มีความ กระชับ รวดเร็ว	165 (55.0%)	121 (40.3%)	14 (4.7%)	-	-	-
การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบถ้วน	166 (55.3%)	122 (40.7%)	12 (4.0%)	-	-	-
ความสม่ำเสมอของการบริการทุกครั้ง	176 (58.7%)	117 (39.0%)	7 (2.3%)	-	-	-

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนคำตอบที่มีต่อคำถามในมิติด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม โดยคะแนน

ความพึงพอใจต่อคำถามด้านบุคลากรได้คะแนนสูงสุด คือ 4.57 +/- 0.48 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน และคะแนนความพึงพอใจต่อคำถามด้านผลิตภัณฑ์ได้คะแนนต่ำสุด คือ 4.28 +/- 0.59 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ตารางที่ 4 ค่าคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์นในด้านต่าง ๆ แสดงเป็น Mean +/- SD

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ	Mean+/-SD
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	
1. ความหลากหลายของกลุ่มสินค้ายารักษาโรค	4.46+/-0.60
2. ความหลากหลายของสินค้าในด้านสุขภาพ เช่น วิตามิน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นต้น	4.38+/-0.65
3. ความหลากหลายของกลุ่มสินค้าอุปกรณ์การแพทย์	4.21+/-0.69
4. ความหลากหลายของกลุ่มสินค้าอุปกรณ์ดูแลผู้ป่วย / อุปกรณ์ปฐมพยาบาล	4.21+/-0.70
5. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์กลุ่มดูแลผิวและเครื่องใช้ส่วนบุคคล เช่น ครีมอาบน้ำ โลชั่นบำรุงผิว แชมพู ยาสีฟัน น้ำยาล้างตา เป็นต้น	4.15+/-0.76
คะแนนรวมด้านผลิตภัณฑ์	4.28+/-0.59
ด้านราคา (Price)	
1. ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพสินค้า	4.42+/-0.63
2. ความชัดเจนของป้ายราคา	4.49+/-0.62
3. ความถูกต้องของป้ายราคา	4.56+/-0.56
4. การชำระเงินที่สามารถชำระเป็นเงินสด หรือ บัตรเครดิต	4.57+/-0.56
คะแนนรวมด้านราคา	4.53+/-0.49

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ	Mean+/-SD
ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	
1. ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ	4.60+/-0.54
2. ความเหมาะสมในเวลาเปิด-ปิด ร้าน	4.47+/-0.63
3. ความเป็นระเบียบและความถูกต้องของการจัดหมวดหมู่สินค้า	4.56+/-0.58
คะแนนรวมด้านการจัดจำหน่าย	4.54+/-0.52
ด้านกระบวนการ (Process)	
1. ระยะเวลาในการรอรับบริการจากพนักงานหรือเภสัชกร	4.55+/-0.60
2. ระยะเวลาในการชำระเงิน	4.56+/-0.60
3. ขั้นตอนการรับบริการที่ต้องผ่านการซักประวัติและสอบถามข้อมูลจากเภสัชกรก่อน	4.53+/-0.62
คะแนนรวมด้านกระบวนการ	4.54+/-0.57
ด้านบุคลากร (Personal)	
1. การกล่าวทักทายของพนักงาน	4.55+/-0.57
2. มารยาทของพนักงาน	4.58+/-0.53
3. การแต่งกาย และบุคลิกภาพของเภสัชกร	4.60+/-0.52
4. การแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงาน	4.58+/-0.53
5. ความพร้อมของพนักงานในการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า	4.58+/-0.53
6. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	4.54+/-0.57
7. ความพร้อมของเภสัชกรในการให้คำแนะนำด้านสุขภาพและความงาม	4.56+/-0.57
คะแนนรวมด้านบุคลากร	4.57+/-0.48
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	
1. ความทันสมัยของการตกแต่งร้าน	4.32+/-0.71
2. ความเหมาะสมของสีที่ใช้ตกแต่งร้าน	4.39+/-0.69
3. ความสะอาดและแสงสว่างของร้าน	4.57+/-0.56
4. ลักษณะของอุปกรณ์พลาสติกที่ใช้สำหรับใส่สินค้า	4.44+/-0.60
5. ความสะดวกในการเดินชมสินค้า และหยิบสินค้าในส่วนของการบริการตนเอง	4.44+/-0.65
คะแนนรวมด้านกายภาพ	4.43+/-0.57
ด้านผลลัพธ์ภาพรวม (Productivity)	
1. ขั้นตอนการให้บริการที่มีความกระชับ รวดเร็ว	4.50+/-0.59
2. การบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบถ้วน	4.51+/-0.58
3. ความสม่ำเสมอของการบริการทุกครั้ง	4.56+/-0.54
คะแนนรวมด้านผลลัพธ์ภาพรวม	4.53+/-0.54

คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่เขียนเป็นข้อความแสดงความคิดเห็น ความคาดหวัง และข้อเสนอแนะ สรุปเป็นสาระสำคัญที่เป็นการแสดงถึง

ความพึงพอใจ ได้แก่ พึงพอใจที่เภสัชกรให้คำแนะนำดีมาก สินค้ามีคุณภาพ ให้การบริการแบบเป็นกันเอง ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ทั้งนี้ผู้ตอบบางรายก็

ตำหนิว่าราคาสินค้าบางรายการแพงกว่าร้านอื่น ส่วนการแสดงความเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะ สรุปเป็นสาระสำคัญได้ว่า ควรขยายเวลาการเปิดให้บริการ ควรเพิ่มสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น ควรเพิ่มสินค้าประเภทเวชสำอางและวิตามิน-ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ความมีการทำโปรโมชันให้ผู้คนรู้จักร้านมากขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษากับความพึงพอใจ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าร้านยา และการมาใช้บริการในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา กับสัดส่วนของการตอบความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ ด้วยสถิติ Chi square ผลปรากฏว่าตัวแปรต้นที่แตกต่างกันไม่ส่งผลให้สัดส่วนของความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม ($p > 0.05$)

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเรื่องสลับซับซ้อน และเป็นผลลัพธ์รวมจากปัจจัยต่าง ๆ หลายด้าน พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการในร้านยากี่เช่นเดียวกันที่เป็นผลลัพธ์รวมผสมผสานของปัจจัยด้านต่าง ๆ รจนา สันติภานุโสภณ และคณะ (2560) ศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านยาแล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านยา คือ กระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากคะแนนมากมายยังน้อยตามลำดับ การศึกษาที่คล้าย ๆ กันของ สุกัญญา ศรสงวนสกุล และ สมณา ลาภาโรจน์ กิจ (2559) พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านยา คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ การให้ความมั่นใจกับผู้ให้บริการ รูปแบบการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ความใส่ใจในผู้ให้บริการ และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้นในการจะดำเนินธุรกิจร้านยา ผู้ดำเนินการจำเป็นต้องเข้าใจในถึงปัจจัยเหล่านี้ และจัดบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งการจัดให้ปัจจัยต่าง ๆ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการวิธีหนึ่งก็คือการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยเหล่านี้ แล้ววิเคราะห์ดูว่ามีปัจจัยด้านใดที่ผู้บริการยังให้ความพึงพอใจน้อย แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไข ในการศึกษาชิ้นนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น โดยศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริการต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม ซึ่งผลลัพธ์จากการศึกษาแบ่งชี้ออกมาในทางพึงพอใจสูง กล่าวคือ พึงพอใจต่อตัวชี้วัดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดและมาก เกินร้อยละ 80 พึงพอใจต่อตัวชี้วัดด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ในระดับมากที่สุดและมาก เกินร้อยละ 90 และ พึงพอใจต่อตัวชี้วัดด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านผลผลิตภาพในระดับมากที่สุดและมาก เกินร้อยละ 95 และเมื่อใช้คำถามที่เป็นการตรวจสอบสรุปยืนยันที่ถามว่า “ท่านจะมาใช้บริการในคราวต่อไปหรือไม่” ก็ได้รับ

คำตอบกลับมาร้อยละร้อยละร้อยว่าจะกลับมารับบริการอีก การได้รับผลลัพธ์การสำรวจความพึงพอใจในทางบวก เป็นสิ่งที่น่าชื่นชมยินดี แต่ผู้ดำเนินการและผู้บริหาร ร้านยาจะต้องมีหน้าที่ที่จะบริหารจัดการให้คง คุณภาพที่ดีต่อไป อีกทั้งยังต้องพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ เพื่อยกระดับของคุณภาพให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป ตามแนวคิดในเรื่องการจัดการคุณภาพแบบ องค์กรรวม (อภิษฐา วงศ์ประทีป และคณะ, 2559) หาก วิเคราะห์จากการสำรวจของการศึกษานี้จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ได้คะแนน ความพึงพอใจน้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ (เกินร้อยละ 80 เปรียบเทียบกับ เกินร้อยละ 90-95) เมื่อวิเคราะห์ ด้วยค่าคะแนนโดยคำนวณเป็นค่าเฉลี่ย และค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ก็ออกมา สอดคล้องกัน คือ ค่าคะแนนในด้านผลิตภัณฑ์จะ น้อยกว่าค่าคะแนนในด้านอื่น ๆ (4.28 ± 0.59) จาก คะแนนเต็ม 5 คะแนน ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่ไม่ต่ำ แต่ เป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดของมิติด้านต่าง ๆ ที่ศึกษา ผล การศึกษานี้บ่งชี้ว่าเป็นมิติด้านผลิตภัณฑ์เป็นมิติที่ ต้องการการพัฒนามากที่สุด ซึ่งโอกาสในการพัฒนา มิติด้านผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นได้แก่ พัฒนาปรับปรุง ความหลากหลายของกลุ่มสินค้ายารักษาโรคให้มาก ยิ่งขึ้น พัฒนาปรับปรุงความหลากหลายของสินค้า ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ อุปกรณ์ทำ แผล และอุปกรณ์ปฐมพยาบาล พัฒนาปรับปรุงความ หลากหลายของสินค้าประเภทเสริมสุขภาพ (เช่น วิตามิน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร) สินค้าอุปโภค-บริโภค เพื่อสุขอนามัย (เช่น สบู่ ยาสีฟัน ครีม โลชั่น แชมพู) อย่างไรก็ตาม การจะจัดหาสินค้ามาไว้ให้บริการ นอกจากการคำนึงถึงการสร้างความพึงพอใจให้ ผู้ใช้บริการ ยังจะต้องคำนึงถึงเรื่องต้นทุนสินค้าและ ความเร็วในการหมุนเวียนของสินค้าอีกด้วย เนื่องจาก

สินค้าหลายประเภทจะมีอายุของสินค้าซึ่งหาก จำหน่ายไม่ทัน ก็เป็นต้นทุนที่ไม่สร้างรายได้ไป

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์หา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะต่าง ๆ ของผู้ตอบ แบบสอบถามว่ามีความสัมพันธ์กับค่าคะแนนความ พึงพอใจในด้านต่าง ๆ หรือไม่ ผลปรากฏว่าไม่พบ ความสัมพันธ์กันเลย ซึ่งน่าจะเกิดเนื่องจากกลุ่ม ตัวอย่างที่ศึกษามีความเป็นเนื้อเดียวกันของ คุณลักษณะประชากรที่สูง ประชากรไม่ได้มี คุณลักษณะที่แตกต่างกันแบบสุดขั้วมาก ทั้งนี้ผล การศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุสร ธานี และ นกตล รณโพธิ์ (2558) ที่พบว่าตัวแปรของ ลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และช่วงของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านยาเอสเอ็มอี ใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งหมายความว่า ในเรื่องความพึงพอใจต่อบริการของร้านยานั้น ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน แม้จะมี เพศ มีอายุ มีระดับการศึกษา มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่าง กัน อันเป็นข้อดี-ข้อปฏิบัติที่สะดวกสำหรับผู้ ให้บริการร้านยาที่ไม่ต้องพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ที่จะ สร้างความพึงพอใจแยกสำหรับผู้ใช้บริการที่มีความ แตกต่างกันของคุณลักษณะประชากร อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ อิศรา ศิริมณรัตน์และคณะ (2560) ซึ่ง ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาของ ประชาชนในเขตบางกอกน้อย พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อความพึงพอใจใน การใช้บริการร้านยา ปิยภัทร ธาระวานิช และ ฝิน ปานขวัญ พชรอภิธัญญ์ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผล ต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้าน ยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการ ให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ มีอิทธิพลต่อความพึง

พอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความภักดีของลูกค้าที่ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด การให้ความมั่นใจแก่ผู้มารับบริการ และความเห็นอกเห็นใจของผู้ให้บริการ ชานนท์ เรืองรัตนวณิชยา (2559) รายงานว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การประสานงานภายในองค์กร ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า และ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้ายยา ส่วนปัจจัยด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ และ ความเป็นรูปธรรมของบริการไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ร้ายยา ทั้งนี้ ความแตกต่างของผลการศึกษาในกลุ่มนักวิจัยต่างกลุ่มนั้น อาจจะเกิดเนื่องจาก ความแตกต่างของคำถามที่ใช้สำรวจความพึงพอใจ หรือ อาจจะเกิดจากลักษณะการให้บริการที่ต่างกันของแต่ละร้านก็เป็นไปได้

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีข้อดีที่เป็นผลลัพธ์เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่จำเพาะเจาะจงต่อหนึ่งร้านยาที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาโดยตรงและมีผู้ร่วมมีตอบแบบสอบถามสูงถึง 300 ราย โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายที่จะเป็นตัวแทนของ

ประชากรผู้ให้บริการทั่วไปได้เป็นอย่างดี แต่การศึกษาชิ้นนี้ก็อาจมีข้อจำกัดในเรื่องการนำไปขยายใช้โดยทั่วไป ข้อจำกัดอีกประการคือ เป็นการศึกษาความพึงพอใจเพียงในประเด็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพของร้าน ด้านกระบวนการในการให้บริการ และด้านผลลัพธ์ภาพรวม แต่ยังไม่ได้อธิบายความเห็น ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อบทบาทขยายของเภสัชกรชุมชน ซึ่งในปัจจุบันเภสัชกรชุมชนมีบทบาทขยายออกมาจากการให้บริการเภสัชภัณฑ์มากมาย เช่น มีบทบาทในด้าน ส่งเสริมการใช้ยาอย่างสมเหตุสมผล (promotion of rational drug therapy) การมีบทบาทให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจากการใช้ยา (optimal patient outcome from medication use) การให้ความมั่นใจถึงความปลอดภัยจากการใช้ยา (ศรีธัญย์ กอสนาน, 2555; Eckel, 2515) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ร้านยามหาวิทยาลัยเวสเทิร์น เป็นร้านยาของสถาบันการศึกษา ยิ่งต้องเป็นตัวอย่างของการบริการในบทบาทขยายให้แก่ร้านยาทั่ว ๆ ไป ดังนั้นในการศึกษาต่อไปในอนาคต ควรจะได้มีการถึงความพึงพอใจ ความคาดหวังต่อบริการในบทบาทขยายของเภสัชกรชุมชนด้วย

เอกสารอ้างอิง

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

ชานนท์ เรืองรัตนวณิชยา. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านขายยาที่ส่งผลต่อการซื้อยาและ
เวชภัณฑ์จากร้านขายยา: กรณีศึกษา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ปริญญานิพนธ์ สาขาวิชา
บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัทยบูรพา

ปิยภัสร ธาระวานิช และ ฝนปานขวัญ พัชรอภิธัญญ์. (2562) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดี
ของลูกค้าที่มีต่อร้านยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเปรียบเทียบร้านยาที่มี
หลายสาขากับร้านยาทั่วไป ปริญญานิพนธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

- มูจจรินทร์ หาญทรงกนิษฐ์ และ ชวนชม ธนานิธิศักดิ์ (2564) การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของงานบริการจากร้านยาคุณภาพประเภทร้านยาเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประยุกต์ใช้ SERVQUAL MODEL วารสารเภสัชกรรมไทย 13(2): 413-420.
- รจนา สันติภานุโสภณ วณิชยา เทพสวัสดิ์ ศักดิ์ระวีร์ วรวัฒน์ประิณญา (2560) การศึกษาพฤติกรรมการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต. 12(1): 1-13.
- วิวรรณ อัครวิเชียร (2557) ร้านยาและการบริการผู้ป่วยที่มาใช้บริการในร้านยา ใน การบริการผู้ป่วยเจ็บป่วยเล็กน้อยที่พบป่วยในร้านยาและหลักฐานเชิงประจักษ์.ขอนแก่น ขอนแก่นพิมพ์พัฒนา.
- ศรัณย์ กอสนาน (2555) บทบาท ลักษณะ และความสามารถของเภสัชกร สำหรับการเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานในร้านยา ที่ได้รับการรับรองเป็นร้านยาคุณภาพ. วารสารสถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 7(2):47 - 52.
- ศุภชัยวิชัยกรไทย. (2558). ธุรกิจร้านขายยา 16 กันยายน 2558 สืบค้นเมื่อ มกราคม 2565 จาก <https://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/06/>
- สุกัญญา ศรสงวนสกุล และ สมณา ลาภาโรจน์กิจ. (2559). ปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ปริญญานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- แสงสุข พิตยานุกุล และ ศิริ ชะระอำ (2560) การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย. 6(2): 135-145.
- อนุศรา ธนามี และ นกตล รณมโพธิ์. (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาเอสเอ็มอี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิขญา วงศ์ประทัต สุณี เลิศสินอุดม วิวรรณ อัครวิเชียร. (2559). ดัชนีชี้วัดคุณภาพสำหรับร้านยา ศรีนครินทร์เวชสาร. 31(1): 125 – 138.
- อิสรา ศิริมณีรัตน์ ญัฐสุภา อาจองค์ ขนวิรุ สุรชาติร์ วันนิศา รักษามาตย์. (2560). ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาของประชาชนในเขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา. 11(3):63-70.
- Farris P.W., Bendle N., Pfeifer P.E., & Reibstein D. (2010) **Marketing Metrics: The definitive guide to measuring marketing performance** 2nd Ed, New Jersey: Pearson Education, Inc. Upper Saddle River.
- Daniel W.W., & Cross C.L. (2010). **Biostatistics: a foundation for analysis in the health sciences** 1th Ed. Wiley.
- Eckel FM. (2015) **The Pharmacist's Expanded Role**. *Pharmacy Times* 81 (10) available at <https://www.pharmacytimes.com/view/the-pharmacists-expanded-role:> search date: 10 Jan 2022.

Kotler, P. (2003). **Marketing management**. Millennium Ed. Prentice Hall Inc. New Jersey.

Kotler, P. & Keller, K. (2006). **Marketing Management**. 12th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์

Work Motivation of Personnel at Attawit School

เปรมปภัสร เพชรจรัสศรี¹, ภูษิตย์ วงษ์เล็ก²,

ปัทมา รุ่งเรือง³, ตริวิทย์ อัสวาสศิริศิลป์⁴, จตุพร สังขวรรณ⁵

คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก^{1,2,3,4,5}

Prempaphas Petchjarrussri¹, Pusit Wonglek²,

Patima Rungruang³, Dhriwit Assawasirisilp⁴, Jatuporn Sungkhawan⁵

Faculty of Accounting and Management Science, Southeast Bangkok College^{1,2,3,4,5}

E-mail: prempaphas.chompoo@gmail.com¹ E-mail: wonglek.p2000@gmail.com²

E-mail: Patima.pla2020@email.com³ E-mail: dhriwit@yahoo.com⁴

Received: April 10, 2022; Revised: May 11, 2022; Accepted: May 31, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ บุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทย์ ที่ปฏิบัติงานในปีการศึกษา 2564 จำนวน 43 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูงสุด คือ ด้านความต้องการสัมพันธ์ รองลงมาคือ ด้านความต้องการดำรงชีวิต และด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า ตามลำดับ 2) บุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทย์ที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมไม่ต่างกัน ส่วนบุคลากรของที่มีเพศต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมเท่ากัน ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยนี้ สามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างและพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์เพื่อความสำเร็จขององค์กรอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของบุคลากร

คำสำคัญ: แรงจูงใจ บุคลากร โรงเรียนอรรณพวิทย์

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the level of work motivation of personnel at Attawit School. And 2) to compare the level of work motivation of personnel at Attawit School by personal factors. The population was 43 personnel of Attawit School in academic year 2021. The instrument used for data collection were a questionnaire. The statistics used in data analysis were percentage, mean (μ), standard deviation(σ), and compare the level of work motivation by compare mean. The research results were as follows: 1) The level of work motivation of personnel at Attawit School, overall, it was at a moderate level. When considering by each aspect found that the highest level of work motivation was the Relatedness Needs, followed by the Existence Needs, and the Growth Needs and 2) The personnel of Attawit School who were different age, the educational level, marriage status, working experiences, and income, overall, they had not equal work motivation. But the personnel of Attawit School who were different gender, overall, had equal work motivation. The benefits of this research, the research results can be used as a guideline for enhancing and developing work motivation of personnel at Attawit School for sustainable organizational success, including having a good quality of life for personnel.

KEYWORDS: Motivation, Personnel, Attawit School

บทนำ

การบริหารจัดการองค์การให้ประสบความสำเร็จนั้นนอกจากผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความสามารถ และทักษะในการบริหารจัดการทรัพยากรต่างๆในองค์การแล้วยังจะต้องมีทักษะในการจูงใจบุคลากรโดยต้องหาสิ่งเร้าต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้โดยเฉพาะสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกรวมถึงความต้องการด้านร่างกายของบุคลากรการที่ผู้บริหารจะจูงใจและกระตุ้นให้บุคลากรเกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องรู้จักบุคลากรในองค์การด้วยเพื่อจะได้กำหนดนโยบาย สิ่งจูงใจ หรือ เป้าหมายสำหรับการจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานได้

ตามความต้องการขององค์การ ประกอบกับปัจจุบันบุคลากรมีความรู้ ความสามารถเพิ่มมากขึ้นและมีทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่แตกต่างจากอดีต เพราะสังคมปัจจุบันมีความซับซ้อนเกี่ยวข้องกันมากขึ้นทำให้การบริหารงานแบบเผด็จการไม่เพียงพอที่จะทำให้บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและทุ่มเทให้กับองค์การอย่างเต็มที่นอกจากนี้บุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะใหม่ ๆ ก็พร้อมที่จะรับผิดชอบมากขึ้นและคงไม่พอใจในการปฏิบัติงานตามคำสั่งเพียงอย่างเดียวแต่บุคลากรจะต้องการอำนาจในการตัดสินใจความพอใจและความภาคภูมิใจในงานเพื่อที่จะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความรู้ความสามารถการจูงใจจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหารควรต้องเรียนรู้ทั้งหลักการและเทคนิคต่าง ๆ ตลอดจน

การสั่งสมประสบการณ์จากชีวิตจริงเพื่อนำมาใช้ กระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรแสดงพฤติกรรมตามที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ (ณัฐพัชร์ ลาภบำรุง วงศ์, 2562)

โรงเรียนเอกชนก็เปรียบเสมือนกับองค์กรธุรกิจทั่วไป มีลักษณะเป็นองค์กรธุรกิจทางการศึกษามีจุดมุ่งเน้นด้านการบริหารวิชาการให้เป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ และยังต้องมุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการโรงเรียนให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ภายใต้สภาวะการณ์ที่มีการแข่งขันกันสูงมากระหว่างโรงเรียนเอกชนด้วยกัน รวมถึงสภาวะการณ์ที่ประเทศไทยมีอัตราการเกิดของประชากรที่ลดน้อยลง ดังนั้นหากโรงเรียนเอกชนใดสามารถบริหารจัดการโรงเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็ย่อมจะสร้างความศรัทธาให้เกิดกับผู้ปกครอง ทำให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้ามาเรียนที่โรงเรียนเอกชนแห่งนั้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบุคลากรของโรงเรียนเอกชนก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้การบริหารจัดการของโรงเรียนเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของโรงเรียน เพื่อให้เกิดความมั่นคงในการปฏิบัติงาน และเกิดความ

ภาคภูมิใจในอาชีพ ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรของโรงเรียนปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงเรียนก็เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างให้บุคลากรของโรงเรียนปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ

โรงเรียนอรรณพวิทย เป็นโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่เขตบางนา กรุงเทพมหานคร เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2516 โดยจัดการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ปัจจุบันมีบุคลากรที่ปฏิบัติงาน จำนวน 43 คน และจากการสัมภาษณ์คุณวิชชุดา ศิวยไพราห์ หัวหน้างานบุคคลและสวัสดิการครูของโรงเรียนอรรณพวิทย โดยคุณวิชชุดา ศิวยไพราห์ กล่าวว่า ตั้งแต่ปีการศึกษา 2561- 2563 มีสถิติการมาปฏิบัติงานสาย การขาดงาน การลา และการขอลาออกของบุคลากรเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนขาดความต่อเนื่อง เกิดปัญหากับนักเรียนในการปรับตัวทำให้การเรียนการสอนไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสถิติที่เกี่ยวกับการมาปฏิบัติงานสาย การขาดงาน การลา และการขอลาออก ของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย ตั้งแต่ ปีการศึกษา 2561- 2563 ดังแสดงตามตารางที่ 1 (วิชชุดา ศิวยไพราห์, 2564)

ตารางที่ 1 ตารางแสดงสถิติที่เกี่ยวกับการมาปฏิบัติงานสาย การขาดงาน การลา และการขอลาออกของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทยตั้งแต่ปีการศึกษา 2561- 2563

ประเภทปัญหา	ปีการศึกษา		
	2561	2562	2563
การมาสาย	427 ครั้ง	489 ครั้ง	495 ครั้ง
การขาดงาน	8 ครั้ง	9 ครั้ง	11 ครั้ง
การลากิจ	158 ครั้ง	167 ครั้ง	177 ครั้ง
การลาป่วย	106 ครั้ง	142 ครั้ง	163 ครั้ง
การลาออก	3 คน	4 คน	6 คน

จากตารางที่ 1 พบว่าในรอบ 3 ปีการศึกษาที่ผ่านมา อัตราการมาปฏิบัติงานสาย การขาดงาน การลา และการขอลาออก ของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทยามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีการศึกษา แสดงให้เห็นว่าบุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทยาชดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานส่งผลให้นักเรียนประสบปัญหาในการเรียนรู้ไม่ต่อเนื่อง เพราะโรงเรียนต้องเสียเวลาในการจัดครูขึ้นสอนแทนครูที่มาปฏิบัติงานสายหรือขาดงาน จัดหาครูมาทดแทนครูที่ขอลาออก

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาซึ่งเป็นบุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทยามีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเสนอต่อผู้บริหารโรงเรียนนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและทำให้ให้การปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรม

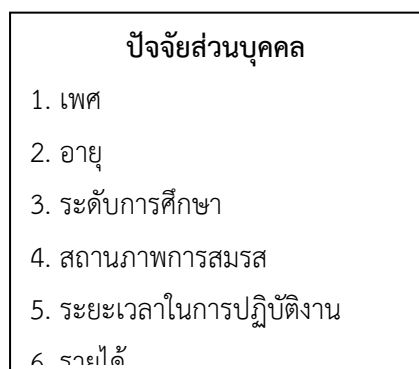
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

Gibson, Iranewich and Donnelly (อ้างใน พัทธินทร กลายสุวรรณ, 2560) ได้แบ่งทฤษฎีแรงจูงใจออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ 1) กลุ่มทฤษฎีเนื้อหา และ 2) กลุ่มทฤษฎีกระบวนการ ซึ่งใน

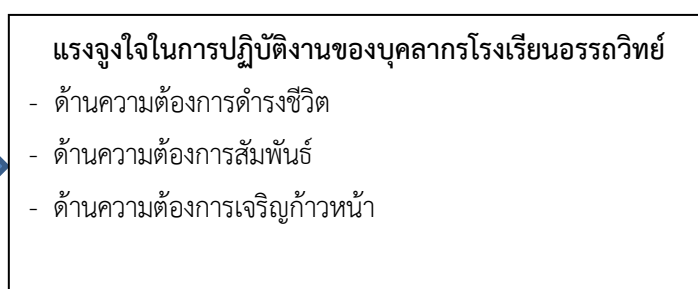
การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะกล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจกลุ่มทฤษฎีเนื้อหาเพียงอย่างเดียว

กลุ่มทฤษฎีเนื้อหา (Content Motivation Theory) เป็นกลุ่มทฤษฎีที่อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ว่ามนุษย์จะถูกจูงใจโดยความต้องการตนเองให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในแนวทางที่แน่นอน และความต้องการดังกล่าวเป็นพื้นฐานของพฤติกรรม คือ แรงจูงใจของมนุษย์เริ่มจากการมีความต้องการ (Needs) และทัศนคติจะแปลความหมายจากความต้องการของมนุษย์ให้กลายเป็นพฤติกรรม เมื่อพฤติกรรมสามารถสนองตอบต่อความต้องการได้ก็จะเป็นการเสริมให้ทัศนคตินั้นแข็งแกร่งขึ้น แต่ถ้าพฤติกรรมไม่อาจสนองตอบต่อความต้องการได้ก็จะทำให้ทัศนคตินั้นเปลี่ยนแปลงไป โดยกลุ่มทฤษฎีแรงจูงใจตามเนื้อหา มีหลายทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow 2) ทฤษฎีแรงจูงใจ ERG ของ Clayton P. Alderfer 3) ทฤษฎี X ทฤษฎี Y ของ McGregor 4) ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg และ 5) ทฤษฎีแรงจูงใจไฟล์สัมฤทธิ์หรือทฤษฎีความต้องการสามประการของ McClelland (วรรณ อารณ. 2556 : 8) โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีแรงจูงใจของ Alderfer (อ้างใน ฐานะรัตน์ จินรัตน์. 2561 : 41 – 42) โดย Alderfer ได้ เสน อ ท ฤษ ฐ ี ERG (Alderfer's existence relatedness growth theory) ซึ่งได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประการ ประกอบด้วย 1) ความต้องการดำรงชีวิต (Existence needs : E) 2) ความต้องการสัมพันธ์ (Relatedness needs : R) และ 3) ความต้องการเจริญก้าวหน้า (Growth needs : G) มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังแสดงตามภาพที่ 1

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

คำนิยามศัพท์

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งต่างๆ ที่เป็นแรงผลักดัน กระตุ้น พฤติกรรมของบุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์ เพื่อให้บุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์แสดงพฤติกรรมในการให้ความร่วมมือและความเต็มใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานของโรงเรียนอรรณวิทย์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจนประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

ด้านความต้องการดำรงชีวิต หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์ ซึ่งเกิดจากการได้รับการตอบสนอง สิ่งจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและการปฏิบัติงาน ได้แก่ ค่าตอบแทนการทำงานของบุคลากรที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ อายุ การทำงาน และผลงานที่ทำให้สามารถดำรงชีพได้อย่างเหมาะสมต่อการดำรงชีวิตเป็นรายเดือน ตลอดจนสวัสดิการต่างๆ คือในส่วนของสวัสดิการภายในโรงเรียนอรรณวิทย์ มีประกันอุบัติเหตุกลุ่มเป็นรายปี กองทุนกู้ยืม ม่วง-ขาว ,ค่าเล่าเรียนบุตรลด 50 % ตลอดจนหลักสูตร ตั้งแต่อนุบาล 1 จนถึง

มัธยมศึกษาปีที่ 3 ส่วนสวัสดิการของสำนักงานด้านการศึกษาเอกชน (สช.) ด้านค่ารักษาพยาบาลปีละ 150,000 บาท ค่าการศึกษาบุตรค่าช่วยเหลือบุตร/เบิกจ่ายได้ในส่วนค่าธรรมเนียมการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล จนถึง ระดับปริญญาตรี เงินทดแทนและเงินทุนเลี้ยงชีพและเงินรางวัลค่าตอบแทนพิเศษต่างๆสภาพแวดล้อมที่ปฏิบัติงานที่มีแสงสว่างเพียงพอ ไม่มีเสียงรบกวนอากาศถ่ายเทได้ดีมีอุปกรณ์เครื่องมือในการปฏิบัติงานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างเพียงพอ ผู้บังคับบัญชามีทักษะความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับตำแหน่ง มีการติดตามการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม ปกครองด้วยความยุติธรรมมีความเมตตาให้และความคุ้มครอง และรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้บุคคลโรงเรียนอรรณวิทย์ที่มีความรู้สึกมั่นคงในการทำงานความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงของโรงเรียนอรรณวิทย์

ด้านความต้องการสัมพันธ์ หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์ ซึ่งเกิดจากสัมพันธ์ภาพระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน

การใช้ชีวิตร่วมกันในโรงเรียนอย่างราบรื่น หรือ ปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุข และบุคลากรทุกคน มีความเป็นมิตร มีความรักความเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน สามารถเป็นที่พึ่งพาอาศัยให้แก่กันและกันได้ รวมถึงการที่บุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทย์ ได้รับการยอมรับ เชื่อถือและความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน นักเรียน ผู้ปกครอง และคณะกรรมการบริหารสถานศึกษา เกี่ยวกับการให้ความรู้ การเสนอความคิดเห็น และดูแลนักเรียน และการได้รับการยกย่องชมเชย การแสดงความยินดีจากโรงเรียนผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานเมื่อปฏิบัติงานได้ดี และสร้างชื่อเสียงให้แก่โรงเรียน

ด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ ซึ่งเกิดจากการได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานตรงกับสาขาวิชา ตรงกับความรู้ความสามารถที่ได้ศึกษาเล่าเรียนมาได้อย่างสำเร็จตามกำหนด สามารถมีอิสระในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาของงานที่ปฏิบัติ และสร้างความภูมิใจแก่ตนเอง ซึ่งเป็นงานที่ได้รับมอบหมายเป็นงานที่น่าสนใจมีความท้าทายมีความสำคัญต่อโรงเรียน ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเหมาะสมตามตำแหน่ง รวมถึงบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ ได้รับการสนับสนุนให้ศึกษาต่อเพื่อหาความรู้เพิ่ม สนับสนุนในด้านการฝึกอบรมสัมมนา ศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้อง และได้รับโอกาสการเลื่อนตำแหน่งงาน การเลื่อนขึ้นเงินเดือนที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่บุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ ที่ปฏิบัติหน้าที่ในปีการศึกษา 2564 จำนวน 43 คน (วิชชุดา ศิวยาพรหม, 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการดำรงชีวิต 2) ด้านความต้องการสัมพันธ์ และ 3) ด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหากับข้อคำถาม ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2558, 194 - 196) และนำไปทดลองใช้กับบุคลากรของโรงเรียนตรุณรัตน์ ที่มีลักษณะทางกายภาพและลักษณะการดำเนินงานเหมือนกับโรงเรียนอรรณพวิทย์ จำนวน 30 คนแล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach โดยมีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 (พรณี ลีกิจวัฒน์, 2558)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาความถี่ ค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบสอบถามตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (μ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) โดยมีเกณฑ์การแปลปีที่ 28 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565 หน้า 119

ความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึงแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึงแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึงแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึงแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึงแรงจูงใจในการทำงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด (พรรณี ลีกิจวัฒน์, 2558, 358) และเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์โดยใช้ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (Compare Mean)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทย์มากกว่าร้อยละ 50 เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6 ปีขึ้นไป และมีรายได้ 15,000 – 20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์

ผลการวิจัยพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานสูงสุด คือ ด้านความต้องการสัมพันธ์ รองลงมาคือ ด้านความต้องการดำรงชีวิต และด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า ตามลำดับดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์ในภาพรวมและรายด้าน

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์	N = 43		ระดับแรงจูงใจ
	μ	σ	
1. ด้านความต้องการดำรงชีวิต	3.48	0.37	ปานกลาง
2. ด้านความต้องการสัมพันธ์	3.75	0.38	มาก
3. ด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า	3.19	0.22	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	0.32	ปานกลาง

3. ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์

ผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณพวิทย์พบว่า บุคลากรของโรงเรียนอรรณพวิทย์ที่มีอายุ ระดับ

การศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมไม่เท่ากัน ส่วนบุคลากรของที่มีเพศต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมเท่ากัน ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรโรงเรียนนอร์ธวิทในภาพรวม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	ปัจจัยส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ระดับแรงจูงใจ
เพศ	ชาย	3.43	ปานกลาง
	หญิง	3.46	ปานกลาง
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	3.12	ปานกลาง
	25 - 35 ปี	2.95	ปานกลาง
	26 - 45 ปี	3.50	มาก
	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	3.53	มาก
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.61	มาก
	ปริญญาตรี	3.45	ปานกลาง
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.43	ปานกลาง
สถานภาพการสมรส	โสด	3.39	ปานกลาง
	สมรส	3.52	มาก
	หย่าร้าง	3.68	มาก
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	น้อยกว่า 1 ปี	3.12	ปานกลาง
	1 - 5 ปี	3.42	ปานกลาง
	6 - 10 ปี	3.52	มาก
	มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	3.49	ปานกลาง
รายได้	ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.22	ปานกลาง
	15,000 - 25,000 บาท	3.45	ปานกลาง
	25,001 - 35,000 บาท	3.60	มาก
	มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป	3.47	ปานกลาง

อภิปรายผล

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนนอร์ธวิท

จากผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนนอร์ธวิท ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะบุคลากรโรงเรียนนอร์ธวิทส่วนมากมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป จึงมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันสามารถเป็นที่พึ่งพาอาศัยให้แก่กันและกันได้ และได้การยอมรับความเชื่อกลือความไว้วางใจจาก

เพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจERG ของ Clayton P. Alderfer (อ้างในฐานะรัตน์ จินรัตน์, 2561) ด้านความต้องการสัมพันธ (Relatedness needs : R) ซึ่งจะประกอบด้วยเรื่องราวที่มีส่วนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีต่อกันระหว่างบุคคลในองค์กร ทั้งนี้ความสัมพันธ์เหล่านี้จะหมายถึง ความต้องการอยากมีสายสัมพันธ์ทางมิตรภาพกับใครๆ เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนร่วมงาน ความต้องการสัมพันธนี้ถ้าเปรียบเทียบกับความต้องการที่ Maslow

กำหนดไว้ ก็เท่ากับความต้องการทางด้านความมั่นคงทางใจ การไม่ถูกทอดทิ้ง ความต้องการทางสังคม และความต้องการที่จะได้รับการยกย่อง ยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้าตามทฤษฎีของ Maslow และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อริญญา สุกาย (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานของของบุคลากรวิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ(MBAC) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรวิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ (MBAC) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์

จากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรของโรงเรียนอรรณวิทย์ ที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวมเท่ากัน ทั้งนี้เป็นเพราะ บุคลากรของโรงเรียนอรรณวิทย์ มากกว่าร้อยละ 50 มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6 ปีขึ้นไป และมีรายได้ 15,000 – 20,000 บาท จึงมี ความคิดคำนึงทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกับบุคลากรที่มีอายุน้อยกว่า 36 ปี และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่า 6 ปี สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ โดย สุนทรพัชรพันธ์ (2551, 13) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ว่า บุคคลแต่ละคนนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งลักษณะที่มองเห็นได้จากภายนอกที่บุคคลคนอื่นสามารถมองเห็นได้ ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุการศึกษารายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคลแต่ละบุคคล ซึ่งความแตกต่างระหว่างบุคคลทำให้บุคคลแต่ละคนมี

ความคิด ค่านิยมทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พัทธรินทร์ กลายสุวรรณ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไฮเวย์ จำกัด ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ไฮเวย์ จำกัด จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า โดยภาพรวมมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านความต้องการดำรงชีวิต

1.1 โรงเรียนอรรณวิทย์ควรกำหนดแผนการติดตามการปฏิบัติงานประจำภาคการศึกษา ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับปฏิทินการปฏิบัติงานประจำปีการศึกษา

1.2. โรงเรียนอรรณวิทย์ควรเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรให้มีมากยิ่งขึ้น ให้บุคลากรของโรงเรียนเกิดความรู้สึกมั่นคงในการปฏิบัติงาน

2. ด้านความต้องการสัมพันธ์

2.1 โรงเรียนอรรณวิทย์ควรเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างบุคลากร ผู้บังคับบัญชางาน เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีความสุข

2.2 โรงเรียนอรรณวิทย์ควรส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานดีได้รับการยกย่องชมเชยและการแสดงความยินดีจากผู้บังคับบัญชา

3. ด้านความต้องการเจริญก้าวหน้า

3.1 โรงเรียนอรรณวิทย์ ควรมอบหมายงานให้ตรงกับความรู้ความสามารถที่ได้ศึกษามาของบุคลากร

3.2 โรงเรียนอรรณวิทย์ ควรส่งเสริมสนับสนุน และผลักดันให้บุคลากรศึกษาต่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงเรียนอรรณวิทย์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรทำให้บุคลากรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- ฐานะรัตน์ จินรัตน์. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา ในสถานศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบูรณ์เขต 3. [วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต], มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐพัชร์ ลาภบำรุงวงศ์. (2562). การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน. วารสารวไลยลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 9(2) : 161 - 171.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2558). วิธีการวิจัยทางการศึกษา(พิมพ์ครั้งที่10). มิน เซอร์วิส ซัพพลาย.
- พัชรินทร์ กลายสุวรรณ. (2560).แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ไฮเวย์ จำกัด.[งานนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต] วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณ อารณ. (2556). แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการรัฐสภาระดับปฏิบัติงานสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. [สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยเกริก.
- วิชชุดา ศิวยพรหมณ์. (2564). (หัวข้องานบุคคล และสวัสดิการครู บุคลากร โรงเรียนอรรณวิทย์).สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2564.
- สุนทรี พชรพันธ์. (2551). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพมหานคร.[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต], จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรณญา สุกาย. (2564). แรงจูงใจในการทำงานของของบุคลากรวิทยาลัยเทคโนโลยีเมืองชลบริหารธุรกิจ (MBAC). [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต], วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

ขอเชิญส่งบทความ (Call for Paper)

คณะกรรมการจัดทำวารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีความยินดีที่จะรับผลงานทางวิชาการเพื่อนำเสนอและเผยแพร่ในวารสารวิชาการ โดยเปิดรับบทความสาขามนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์ ในสาขาต่อไปนี้

1. สาขานิเทศศาสตร์
2. สาขาวิชาการโรงแรมและท่องเที่ยว
3. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
4. สาขาวิชาบัญชี
5. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
6. สาขาวิชาศึกษาศาสตร์
7. สาขาวิชานิติศาสตร์
8. สาขาวิชารัฐประศาสตร์/สังคมศาสตร์
9. สาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประเภทของผลงานทางวิชาการ

1. บทความวิจัย หมายถึง เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) เอกสารอ้างอิง
2. บทความวิชาการ หมายถึง งานเขียนซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เป็นความรู้ใหม่ กล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยจากแหล่งข้อมูล สรุป เช่น หนังสือวารสารวิชาการ ฐานข้อมูล Online ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

องค์ประกอบบทความ

บทความวิจัย (Research Article)

1. ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้พิมพ์ พร้อมทั้งตำแหน่งทางวิชาการและสังกัด
3. บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษไม่เกิน 15 บรรทัด หรือ 200 คำ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ รูปแบบการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ช่วงเวลาทำวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัยและสรุปผลการวิจัย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ
4. เนื้อหาของบทความประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้
 - 4.1 ความสำคัญของปัญหาการวิจัย
 - 4.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
 - 4.3 ขอบเขตการวิจัย
 - 4.4 สมมติฐานการวิจัย

4.5 การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

4.6 วิธีดำเนินการวิจัย (ระบุวิธีการเก็บข้อมูล ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ปี พ.ศ. ที่ทำการวิจัย วิธีวิเคราะห์ข้อมูล)

4.7 ผลการวิจัยโดยอาจมีรูปภาพ ตารางและแผนภูมิประกอบเท่าที่จำเป็น

4.8 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

(ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะสำหรับปฏิบัติ และข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป)

4.9 เอกสารอ้างอิง ต้องอ้างอิงในระบบ APA ตลอดเรื่อง

4.10 บทความที่สรุปมาจาก วิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ ให้ใส่ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมตำแหน่งวิชาการ และสังกัด หลังชื่อผู้นิพนธ์ รายงานการวิจัย หรือบทความวิชาการที่ปฏิบัติตามคำแนะนำ จะได้รับพิจารณาดำเนินการโดยทันที

บทความวิชาการ (Academic Article)

บทความวิชาการเป็นการนำเสนอเรื่องทางวิชาการที่อยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไปในปัจจุบัน ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ ที่อยู่ผู้นิพนธ์ ผู้นิพนธ์สำหรับติดต่อ (Corresponding author) และบทสรุป (Conclusion) เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อ พร้อมระบุความสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

2. เนื้อหาของบทความ ประกอบด้วย

2.1 บทนำ (Introduction) เพื่อกล่าวถึงความน่าสนใจของเรื่องที่น่าสนใจ

2.2 เนื้อหาเป็นการแสดงรายละเอียดของเรื่องที่เขียนในแต่ละประเด็น

2.3 บทสรุป (Conclusion) ของเรื่องที่เขียนเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ

2.4 ข้อเสนอแนะจากผู้นิพนธ์เกี่ยวกับเรื่องที่เขียนในประเด็นที่น่าสนใจ

ทั้งนี้ ผู้นิพนธ์ควรตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทความที่น่าสนใจอย่างละเอียด บทความวิชาการต้องนำเสนอพัฒนาการของเรื่องที่น่าสนใจ ข้อมูลที่น่าสนใจจะต้องนำเสนอในวงกว้าง โดยให้ผู้อ่านในต่างสาขาทั้งอาจารย์และนักศึกษา สามารถเข้าใจได้

กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความที่จะได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน โดยบทความจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของวารสาร และผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (double-blind peer review)

รายละเอียดวิธีการเขียนบทความ

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า กระดาษ A4 (รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษและเอกสารอ้างอิง)
2. การตั้งค่าน้ำกระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. ตัวอักษรให้ใช้ TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้

- 3.1 ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย
- 3.2 ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 16 point ตัวหนา
- 3.3 สถานที่ทำงาน และ E-mail address ของผู้เขียน ขนาด 15 point ตัวธรรมดา
- 3.4 หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย
- 3.5 รายละเอียด/เนื้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย
4. ตาราง ให้วางตารางใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา พิมพ์ลำดับของตารางและชื่อตารางเหนือตาราง และพิมพ์ที่มาของตารางใต้ตาราง
5. ภาพประกอบ ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา พิมพ์ลำดับของภาพและชื่อภาพ และพิมพ์ที่มาของภาพไว้ใต้ภาพ
6. เนื้อเรื่องแบ่งออกเป็น 2 คอลัมน์/ ตาราง และภาพประกอบให้แทรกในเนื้อเรื่อง โดยจัดเป็น 1 คอลัมน์
7. ส่วนประกอบหลักในหัวข้อประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย

บทความวิจัย	บทความวิชาการ
- ชื่อเรื่องภาษาไทย และภาษาอังกฤษ - ข้อมูลผู้เขียน (ชื่อ-นามสกุล/สังกัด/E-mail) - บทคัดย่อ/ABSTRACT - คำสำคัญ/KEYWORDS - บทนำ - วัตถุประสงค์ - สมมติฐาน (ถ้ามี) - ประโยชน์ที่ได้รับ - วิธีดำเนินการวิจัย (ประชากรตัวอย่าง/เครื่องมือ/การวิเคราะห์ข้อมูล) - สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล - ข้อเสนอแนะ - กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) - เอกสารอ้างอิง	- ชื่อเรื่องภาษาไทย และภาษาอังกฤษ - ข้อมูลผู้เขียน (ชื่อ-นามสกุล/สังกัด/E-mail) - บทคัดย่อ/ABSTRACT - คำสำคัญ/KEYWORDS - บทนำ - บทสรุป - ข้อเสนอแนะ - เอกสารอ้างอิง

8. การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนามปี (author-date in-text citation) โดยจะจัดวางไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น
9. ให้รวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนได้ใช้อ้างอิงในเนื้อหา รวมถึงข้อมูลในตาราง และภาพประกอบ จัดเรียงรายการตามลำดับอักษร กรณีภาษาไทย เรียงตามอักษรชื่อผู้แต่ง กรณีภาษาอังกฤษ เรียงตามอักษรนามสกุลผู้แต่ง โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association)

รูปแบบ (Template) การเขียนบทความ

ชื่อเรื่องภาษาไทย ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ธรรมดา ชิดซ้าย

ชื่อ-นามสกุล¹ , ชื่อ-นามสกุล² (ขนาด 16 point ตัวหนา)

สถานที่ทำงาน¹, สถานที่ทำงาน² (ของผู้เขียน ขนาด 15 point ธรรมดา)

Firstname Lastname¹, Firstname Lastname² (ขนาด 16 point ตัวหนา)

Affiliation¹, Affiliation² (ของผู้เขียน ขนาด 15 point ธรรมดา)

E-mail:¹ (ของผู้เขียนคนที่1 ขนาด 15 point ธรรมดา)

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100. 101. 102. 103. 104. 105. 106. 107. 108. 109. 110. 111. 112. 113. 114. 115. 116. 117. 118. 119. 120. 121. 122. 123. 124. 125. 126. 127. 128. 129. 130. 131. 132. 133. 134. 135. 136. 137. 138. 139. 140. 141. 142. 143. 144. 145. 146. 147. 148. 149. 150. 151. 152. 153. 154. 155. 156. 157. 158. 159. 160. 161. 162. 163. 164. 165. 166. 167. 168. 169. 170. 171. 172. 173. 174. 175. 176. 177. 178. 179. 180. 181. 182. 183. 184. 185. 186. 187. 188. 189. 190. 191. 192. 193. 194. 195. 196. 197. 198. 199. 200. 201. 202. 203. 204. 205. 206. 207. 208. 209. 210. 211. 212. 213. 214. 215. 216. 217. 218. 219. 220. 221. 222. 223. 224. 225. 226. 227. 228. 229. 230. 231. 232. 233. 234. 235. 236. 237. 238. 239. 240. 241. 242. 243. 244. 245. 246. 247. 248. 249. 250. 251. 252. 253. 254. 255. 256. 257. 258. 259. 260. 261. 262. 263. 264. 265. 266. 267. 268. 269. 270. 271. 272. 273. 274. 275. 276. 277. 278. 279. 280. 281. 282. 283. 284. 285. 286. 287. 288. 289. 290. 291. 292. 293. 294. 295. 296. 297. 298. 299. 300. 301. 302. 303. 304. 305. 306. 307. 308. 309. 310. 311. 312. 313. 314. 315. 316. 317. 318. 319. 320. 321. 322. 323. 324. 325. 326. 327. 328. 329. 330. 331. 332. 333. 334. 335. 336. 337. 338. 339. 340. 341. 342. 343. 344. 345. 346. 347. 348. 349. 350. 351. 352. 353. 354. 355. 356. 357. 358. 359. 360. 361. 362. 363. 364. 365. 366. 367. 368. 369. 370. 371. 372. 373. 374. 375. 376. 377. 378. 379. 380. 381. 382. 383. 384. 385. 386. 387. 388. 389. 390. 391. 392. 393. 394. 395. 396. 397. 398. 399. 400. 401. 402. 403. 404. 405. 406. 407. 408. 409. 410. 411. 412. 413. 414. 415. 416. 417. 418. 419. 420. 421. 422. 423. 424. 425. 426. 427. 428. 429. 430. 431. 432. 433. 434. 435. 436. 437. 438. 439. 440. 441. 442. 443. 444. 445. 446. 447. 448. 449. 450. 451. 452. 453. 454. 455. 456. 457. 458. 459. 460. 461. 462. 463. 464. 465. 466. 467. 468. 469. 470. 471. 472. 473. 474. 475. 476. 477. 478. 479. 480. 481. 482. 483. 484. 485. 486. 487. 488. 489. 490. 491. 492. 493. 494. 495. 496. 497. 498. 499. 500. 501. 502. 503. 504. 505. 506. 507. 508. 509. 510. 511. 512. 513. 514. 515. 516. 517. 518. 519. 520. 521. 522. 523. 524. 525. 526. 527. 528. 529. 530. 531. 532. 533. 534. 535. 536. 537. 538. 539. 540. 541. 542. 543. 544. 545. 546. 547. 548. 549. 550. 551. 552. 553. 554. 555. 556. 557. 558. 559. 560. 561. 562. 563. 564. 565. 566. 567. 568. 569. 570. 571. 572. 573. 574. 575. 576. 577. 578. 579. 580. 581. 582. 583. 584. 585. 586. 587. 588. 589. 590. 591. 592. 593. 594. 595. 596. 597. 598. 599. 600. 601. 602. 603. 604. 605. 606. 607. 608. 609. 610. 611. 612. 613. 614. 615. 616. 617. 618. 619. 620. 621. 622. 623. 624. 625. 626. 627. 628. 629. 630. 631. 632. 633. 634. 635. 636. 637. 638. 639. 640. 641. 642. 643. 644. 645. 646. 647. 648. 649. 650. 651. 652. 653. 654. 655. 656. 657. 658. 659. 660. 661. 662. 663. 664. 665. 666. 667. 668. 669. 670. 671. 672. 673. 674. 675. 676. 677. 678. 679. 680. 681. 682. 683. 684. 685. 686. 687. 688. 689. 690. 691. 692. 693. 694. 695. 696. 697. 698. 699. 700. 701. 702. 703. 704. 705. 706. 707. 708. 709. 710. 711. 712. 713. 714. 715. 716. 717. 718. 719. 720. 721. 722. 723. 724. 725. 726. 727. 728. 729. 730. 731. 732. 733. 734. 735. 736. 737. 738. 739. 740. 741. 742. 743. 744. 745. 746. 747. 748. 749. 750. 751. 752. 753. 754. 755. 756. 757. 758. 759. 760. 761. 762. 763. 764. 765. 766. 767. 768. 769. 770. 771. 772. 773. 774. 775. 776. 777. 778. 779. 780. 781. 782. 783. 784. 785. 786. 787. 788. 789. 790. 791. 792. 793. 794. 795. 796. 797. 798. 799. 800. 801. 802. 803. 804. 805. 806. 807. 808. 809. 810. 811. 812. 813. 814. 815. 816. 817. 818. 819. 820. 821. 822. 823. 824. 825. 826. 827. 828. 829. 830. 831. 832. 833. 834. 835. 836. 837. 838. 839. 840. 84

บทคัดย่อ ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย

บทความวิจัยและบทความวิชาการมีรูปแบบเดียวกัน และจะต้องเขียนตามข้อกำหนดการเตรียมบทความข้างล่างนี้ เพื่อความชัดเจนของบทความ ส่วนแรกของบทความคือบทคัดย่อ ความยาวหนึ่งย่อหน้า ความยาวของบทคัดย่อควรจะอยู่ระหว่าง 200 ถึง 300 คำ และไม่ควรมีการอ้างถึงเอกสารอ้างอิง **ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย**

คำสำคัญ: โปรดระบุคำสำคัญ ไม่เกิน 5 คำ ไม่ต้องมีเครื่องหมายคั่นระหว่างคำ **ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย**

ABSTRACT **ขนาด 16 ตัวหนา ชิดซ้าย**

The first section of the manuscript is to be a short single paragraph abstract outlining the aims, scope, methods, results and conclusion of the paper. Authors should aim for an abstract length of between 200 and 300 words. Abstract should not refer to the references.

KEYWORDS: โปรดระบุ KEYWORDS ไม่เกิน 5 คำ เป็นภาษาอังกฤษ ตัวธรรมดา อักษรแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค “,” **ขนาด 16 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย**

หมายเหตุ ดาวโหลดแบบฟอร์มที่หน้าเว็บไซต์

1. รายละเอียดทั่วไป

กำหนดให้บทความมีความยาวไม่เกิน 15 หน้า ของกระดาษ A4 (รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และเอกสารอ้างอิง) โดยให้ตั้งค่าน้ำกระดาษ ขอบบน 1 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว

2. การเขียนตาราง

ให้วางตารางใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของตาราง (ตัวหนา) และชื่อตาราง (ตัวธรรมดา) เหนือตารางและชิดซ้าย เช่น “**ตารางที่ 1 ...**” และระบุแหล่ง “**ที่มา: ...**” ไว้ใต้ตาราง พร้อมคำอธิบายเพิ่มเติมในเนื้อหาใต้ตาราง เช่น “ดังตารางที่ 1”

ตารางที่ 1 ขนาดและลักษณะของตัวอักษรที่ใช้ในการพิมพ์บทความ

| รายการ | ขนาดตัวอักษร (point) | ลักษณะตัวอักษร |
|------------|----------------------|----------------|
| ชื่อบทความ | 20 | ตัวหนา ชิดซ้าย |

| | | |
|-----------------------------|----|-------------------|
| ชื่อผู้เขียน | 16 | ตัวหนา ชิดซ้าย |
| สถานที่ติดต่อผู้เขียน/Email | 15 | ธรรมดา ชิดซ้าย |
| หัวข้อเรื่อง | 16 | ตัวหนา ชิดซ้าย |
| เนื้อเรื่อง/เนื้อความทั่วไป | 16 | ตัวธรรมดา ชิดซ้าย |

ที่มา: ...ระบุที่มาของตาราง....

3. ภาพประกอบ

ให้วางภาพประกอบใกล้ตำแหน่งที่อ้างถึงในเนื้อหา โดยลำดับเลขของภาพ (ตัวหนา) และพิมพ์ชื่อภาพ (ตัวธรรมดา) “ภาพที่ 1” และระบุแหล่ง “ที่มา: ...” ไว้ใต้ภาพ พร้อมคำอธิบายเพิ่มเติมในเนื้อหาได้ภาพ เช่น “ดังภาพที่ 1”



ภาพที่ 1 โลโก้สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (สสอท.)

ที่มา: สสอท. (2561)

4. การอ้างอิงในเนื้อหา

การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้วิธีการอ้างอิงในเนื้อหาแบบนามปี (author-date in-text citation) โดยจะจัดวางไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น

4.1 ผู้เขียนมีคนเดียวหรือ 2 คน

กรณีภาษาไทย ใช้ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น ฤทธิรงค์ จุฑาพฤฒิกร และ อันธิกา สวัสดิ์ศรี (2556) หรือ (ฤทธิรงค์ จุฑาพฤฒิกร และ อันธิกา สวัสดิ์ศรี, 2556)

กรณีภาษาอังกฤษ ใช้นามสกุลทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Holder and Matter (2008) หรือ (Holder & Matter, 2008)

4.2 ผู้เขียนมี 3 ถึง 5 คน

กรณีภาษาไทย - ครั้งแรก ใช้ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น ชินวัฒน์ ศาสนนันท์, สัญญา สัญญาวิวัฒน์, และ โกมล ไพศาล (2556) หรือ (ชินวัฒน์ ศาสนนันท์, สัญญา สัญญาวิวัฒน์, และ โกมล ไพศาล, 2556)

- ครั้งต่อไป ใช้ชื่อ-นามสกุลผู้แต่งคนแรกตามด้วย “และคณะ” ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และคณะ (2556) หรือ (ชินวัฒน์ ศาสนนันท์ และคณะ, 2556)

กรณีภาษาอังกฤษ - ครั้งแรก ใช้นามสกุลทุกคน ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Martin-Consuegra, Molina, and Esteban (2007) หรือ (Martin-Consuegra, Molina, & Esteban, 2007)

- ครั้งต่อไป ใช้นามสกุลคนแรกตามด้วย “et al.” ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Martin-Consuegra et al. (2007) หรือ (Martin-Consuegra et al., 2007)

4.3 ผู้เขียนมีตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป

กรณีภาษาไทย ใช้ชื่อ-นามสกุลคนแรก ตามด้วยปีที่พิมพ์ พ.ศ. เช่น มารยาท โยทองยศ และคณะ (2560)

กรณีภาษาอังกฤษ ใช้นามสกุลคนแรกตามด้วย “et al.” ตามด้วยปีที่พิมพ์ ค.ศ. เช่น Harris et al. (2001) หรือ (Harris et al., 2001)

4.4 การอ้างอิงจาก 2 แหล่ง

กรณีภาษาไทย เรียงรายการเอกสารตามตัวอักษรและค้นเอกสารออกด้วยเครื่องหมาย (;) เช่น (ชินวัฒน์ ศาสนนันท์, สัญญา สัญญาวิวัฒน์, และ โกมล ไพศาล, 2556; มารยาท โยทองยศ และคณะ 2560) หรือ (Harris et al., 2001; Martin-Consuegra, Molina, & Esteban, 2007)

5. เอกสารอ้างอิง

ให้รวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนได้ใช้อ้างอิงในเนื้อหา รวมถึงข้อมูลในตาราง และภาพประกอบ จัดเรียงรายการตามลำดับอักษร กรณีภาษาไทย เรียงตามอักษรชื่อผู้แต่ง กรณีภาษาอังกฤษ เรียงตามอักษรนามสกุลผู้แต่ง โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association) ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิงมีดังนี้

5.1 หนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อเรื่อง (ฉบับพิมพ์). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง: ประม ะสตะเวทิน. 2546. **หลักนิเทศศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

5.2 บทในหนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อเรื่อง (ฉบับพิมพ์, หน้าปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง: เสรี ลีลาภัย. 2542. เศรษฐกิจชาตินิยมในประเทศกำลังพัฒนาและสถานการณ์ในประเทศไทย. ใน ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (บรรณาธิการ), **1999 จุดเปลี่ยนแห่งยุคสมัย** (น. 90-141). กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

5.3 บทความในวารสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่): เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ตัวอย่าง: ฤทธิรงค์ จุฑาพฤตกร, และ อันธิกา สวัสดิ์ศรี. 2556. การจัดการน้ำท่วมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนรายได้น้อย. **วารสารนักบริหาร**, 33(4): 72-85.

5.4 วิทยานิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. **ชื่อวิทยานิพนธ์**. ระดับวิทยานิพนธ์หรือปริญญาโทหรือปริญญาตรีมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง: เบ็ญจรัช เวชวิรัช. 2541. การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก และนำเข้าของสถาบันการเงินไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

5.5 แหล่งสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. **ชื่อเรื่อง**. สืบค้นเมื่อวันที่ เดือน ปี, จากแหล่งที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต.

ตัวอย่าง: Holder, B. J., & Matter, G. 2008. **The innovative organization**. Retrieved December 11, 2016, from
<http://www.geocities.com/CollegePark/Library/1048/innova.html>

5.6 เอกสารการประชุมวิชาการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. ปีที่พิมพ์. **ชื่อบทความ**. ใน การประชุมวิชาการเรื่อง..... (หน้าที่ปรากฏ).
สถานที่พิมพ์: ผู้จัดพิมพ์.

ตัวอย่าง: จีระเดช มโนสร้อย, สุดา เสาวคนธ์, และ อภิญา มโนสร้อย. 2543. หน้าหวาน ใน การ
สัมมนาทางวิชาการ เรื่อง เทคโนโลยีชีวภาพเกษตรกรรมครั้งที่ 2 เรื่องการวิจัย
และพัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติเพื่อการแพทย์แผนไทย (น. 42-50). เชียงใหม่:
ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัตถุชีวเคมีเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ สถาบันวิจัย
และพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
(ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ข้อมูลผู้สมัคร

☐ ประเภทบุคคล

ชื่อ-สกุล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ ประเภทหน่วยงาน

หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ขอสมัครเป็นสมาชิก วารสารวิชาการ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
(ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

สมัครสมาชิกปี พ.ศ. 2562 ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 400 บาท (จำนวน 2 ฉบับ)

หมายเหตุ เริ่มเปิดรับสมัครสมาชิกปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นไป

สถานที่จัดส่ง

ชื่อ-สกุล.....
หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

อาจารย์เบญจมาศ อธิปัญญากุล สำนักสนับสนุนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

โทรศัพท์ 02-407-3888 ต่อ 2819, 2818, 2817 โทรสาร 02-407-3817

สำหรับเจ้าหน้าที่วารสาร

ใบเสร็จเล่มที่..... เลขที่..... วันที่รับค่าสมาชิก.....