

ISSN : 2821-9679 (Online)

ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน - ธันวาคม 2568



หฺุ้SO

03

JOURNAL OF
**HUMANITIES
AND SOCIAL
SCIENCES**

วารสารวิชาการ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

| คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์

Faculty of Humanities
and Social Sciences

| มหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครปฐม

Nakhon Pathom
Rajabhat University

บทบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ยังคงนโยบายในการเผยแพร่บทความวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ รวมถึงการศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ฯ ได้รับการประเมินเป็นวารสารกลุ่มที่ 2 จากการประเมินคุณภาพวารสารใหม่เข้าสู่ฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI 2) ประจำปี พ.ศ. 2568 – 2573 โดยจะมุ่งมั่นพัฒนาวารสารให้คงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

วารสารฉบับนี้ ได้รวบรวมบทความวิจัยและบทความวิชาการ จำนวนทั้งสิ้น 9 บทความ ดังนี้ ขวัญสุนัน สีเหลือง ศึกษาพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพการทำงานของฐานข้อมูลระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) ของบุคลากรของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อ้อมนภา จำปาอ่อน ศึกษาความพึงพอใจและวิเคราะห์แนวทางเพื่อผลิตคู่มือปฏิบัติการของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อธิศศักดิ์ สิละพัฒนา และคณะศึกษาแนวทางการ วิเคราะห์และสังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี นอกจากนี้ บทความของ นภภัตสร ทนทานและคณะ ศึกษาแรงจูงใจและการตัดสินใจในการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมบริการหลังสำเร็จการศึกษาสำหรับนิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต ชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว วิทยาลัย สมยาโรน และคณะ ศึกษาพฤติกรรมและความตระหนักรู้ในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ไฟโรจน์ แก้วเขียว และชุติมา ธงเพ็ง ศึกษาพฤติกรรมการอ่านของคนแต่ละช่วงวัยในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เพื่อนำเสนอพฤติกรรมกรรมการอ่านเพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนรักการอ่านเพิ่มมากขึ้น กรรภิรมย์ สกุลเลิศศิรินันต์ และคณะนำเสนอการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมเพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) กฤชพร ชัยวินิต ศึกษาการเปิดเผยตัวตนของกลุ่มชายรักชายของสังคมไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน บทความสุดท้ายปีที่ 15 ฉบับที่ 3 พรรณวษา แอตาลและดวงจิตร สุขภาพสุข ศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทย พร้อมนำเสนอความคิดเห็นและทัศนคติการส่งเสริมชาวไทยให้เป็นเครื่องดื่มประจำชาติ

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นอีกหนึ่งแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัย สำหรับอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และผู้สนใจในการต่อยอดความรู้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อวงการศึกษาศาสตร์และสังคมในวงกว้างต่อไป

ท้ายนี้กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณผู้แต่งทุกท่านในการพิจารณาส่งผลงานเพื่อเผยแพร่ในวารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านในความอนุเคราะห์ประเมินบทความและให้ข้อเสนอแนะมา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในโอกาสต่อไป ด้วยความขอบพระคุณยิ่ง

สารบัญ

	หน้า
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ขวัญสุมน สีเหลือง.....	1
การสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม อ้อมนภา จำปาอ่อน.....	13
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบล หนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี ธีรศักดิ์ ลีละพัฒนา, นเรศ ชูดวง, นาฎนภา ชูดวง, ฉลองบุรณ์ เฟื่องลำ และ ธัญญา ศรีวิทยาวราภรณ์	24
แรงจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับ นิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นภภัสสร ทนทาน, กานติมา จันทะสี, นิรมล พัวพันศรี, กิตติยศ สายสกล, และปริสุทธิ์ แสนคำ	40
การศึกษาพฤติกรรมและความตระหนักการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งาน แอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู วิลาวัลย์ สมยาโรน, เอกพล โพธิจันทร์ และสุรางคณา ดีบपालะ.....	56
พฤติกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ไพโรจน์ แก้วเขียว และชุตินา ธงเพ็ญ.....	68
การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสม เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจ ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ กรณีศึกษาบริษัท เอสบี กรรภิมย์ สกุลเลิศิรินทร์ , สุชานันท์ แสงเส้น และกุลบัณฑิต แสงดี.....	82
“เกย์” ว่าด้วยเรื่องการเปิดเผยตัวในหน้าประวัติศาสตร์ไทย กฤษฎร ชัยวินิต.....	97
การศึกษาชาวไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ พรรณนงษา แอดตาล และดวงจิตร์ สุขภาพสุข.....	109

การพัฒนาฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Development of Personnel Database System, Faculty of Science and
Technology, Nakhon Pathom Rajabhat University

ขวัญสมน สีเหลือง^{1*}
Khwansumon Seelueang^{1*}

^{1*}พนักงานมหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
^{1*}University Staff, Nakhon Pathom Rajabhat University

*Corresponding Author, Email: joomjungnaka@hotmail.com

Received: March 03, 2024

Revised: March 24, 2024

Accepted: April 11, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลบุคลากรของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) พัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากรคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2) ประเมินประสิทธิภาพการทำงานของระบบ โดยใช้หลักการของวงจรพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุนของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ได้แก่ ฐานข้อมูล MySQL, Bootstrap Framework, PHP และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ฐานข้อมูลบุคลากร พบว่า ด้านประสิทธิภาพการทำงานของระบบการทำงานส่วนแสดงผลของระบบที่ตรงตามความต้องการ อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.32, S.D. = 0.52) และด้านการประเมินด้านการใช้งานของระบบ อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.31, S.D. = 0.50)

คำสำคัญ: ฐานข้อมูล บุคลากร เชิงสัมพันธ์

Abstract

The objective of this research is to develop a personnel database system for the Faculty of Science and Technology, Nakhon Pathom Rajabhat University, divided into two parts: 1) Developing a personnel database system for the Faculty of Science and Technology, Nakhon Pathom Rajabhat University. 2) Evaluating the system's performance

using the System Development Life Cycle (SDLC) principles. The research population consists of 30 support staff members of the Faculty of Science and Technology. The tools used for system development include the MySQL database, Bootstrap Framework, PHP, and a satisfaction assessment questionnaire. Data analysis was conducted using statistical analysis, including mean percentage, standard deviation, and statistical inference.

The results of the satisfaction assessment of database users showed that the system's performance in terms of functionality met the requirements at a high level (\bar{x} = 4.32, S.D. = 0.52), and the system's usability was also rated highly (\bar{x} = 4.31, S.D. = 0.50).

Keywords: Database system, personnel, relational

บทนำ

งานด้านบุคคล ของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบด้วย การขอไปราชการ การตรวจสอบการลงนามการปฏิบัติราชการ การลาของอาจารย์ เจ้าหน้าที่และแม่บ้าน ทั้งการลาในประเทศ และไปต่างประเทศ งานดังกล่าวมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้มีระบบสารสนเทศในการจัดการข้อมูล เป็นระบบที่บุคลากรสามารถใช้งานได้ในแต่ละด้าน แต่นอกจากงานบุคคลที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ยังมีงานส่วนที่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยังต้องมีการจัดการ งานข้อมูลบุคคล การลาศึกษาต่อ การติดตามความก้าวหน้าของการลาศึกษาต่อ งานต่อสัญญาจ้างของพนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานราชการ แม่บ้าน งานด้านการขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการ งานประเมินทดลองงาน งานด้านนักเรียนทุนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ระบบสารสนเทศที่ใช้อยู่ในปัจจุบันของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ยังไม่รองรับการจัดการข้อมูลบุคคล การติดตามความก้าวหน้าของการลาศึกษาต่อ งานด้านการต่อสัญญาจ้าง งานด้านการขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการและงานด้านนักเรียนทุนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ทั้งนี้ จะเห็นว่าปัจจุบันการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและการจัดการข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างเป็นระบบ และง่ายต่อการจัดการข้อมูลการสรุปผลเพื่อนำข้อมูลที่เป็นเชิงสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากรจะสามารถช่วยในการจัดเก็บข้อมูลและสามารถจัดการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2551) ดังนี้ 1) ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลได้ 2) หลีกเลี่ยงความขัดแย้งของข้อมูล 3) สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้

4) สามารถรักษาความถูกต้องความน่าเชื่อถือของข้อมูล 5) กำหนดความเป็นมาตรฐานเดียวกันของข้อมูล 6) สามารถกำหนดระบบความปลอดภัยของข้อมูลและ 7) เกิดความเป็นอิสระของข้อมูล

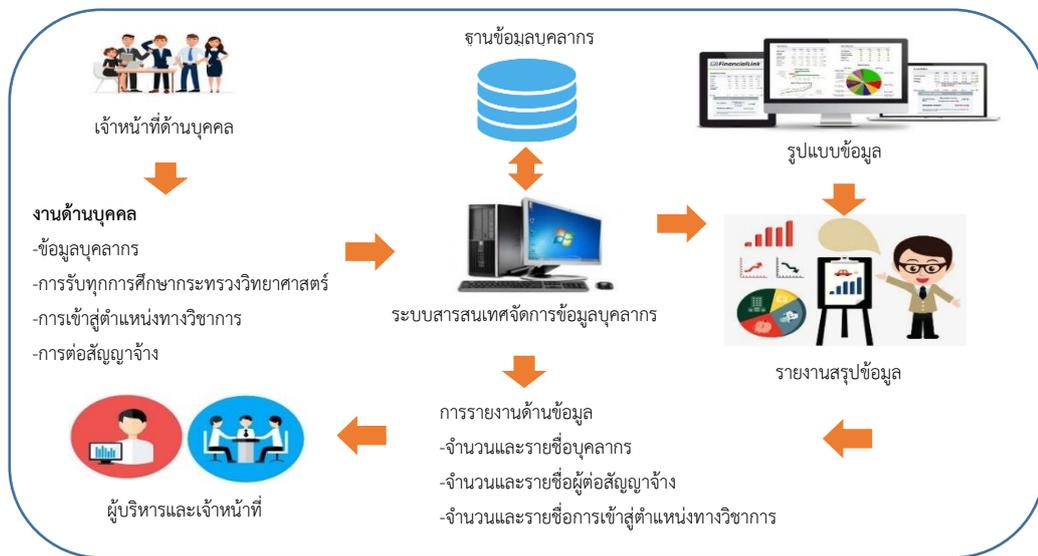
ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการงานด้านบุคคล เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รองรับการใช้เทคโนโลยีในการจัดการข้อมูล และจะสามารถสรุปรายงาน เจ้าหน้าที่ด้านต่าง ๆ นำข้อมูลไปใช้ในการทำงาน ได้อย่างรวดเร็วเป็นปัจจุบัน และการจัดการข้อมูลบุคลากรที่สังกัดคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้อย่างมีระบบและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากรของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการทำงานของระบบฐานข้อมูลบุคลากรของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และขั้นตอนการทำงานของเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาระบบฐานข้อมูล หมายถึง การพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูล สารสนเทศเพื่อการเก็บ และค้นหาข้อมูลฐานบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ระบบสารสนเทศ หมายถึง กระบวนการจัดการข้อมูลตั้งแต่การรวบรวม การจัดเก็บ นำมากระทำ ให้เป็นสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน สามารถเรียกใช้งานได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว

วงจรการพัฒนาระบบแบบ SDLC (System Development Life of Cycle) หมายถึง กระบวนการทางความคิด (logical Process) ในการพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อแก้ไข ปัญหา และตอบสนองให้ตรงต้องการของผู้ใช้งาน

คุณภาพของระบบฐานข้อมูล หมายถึง ระบบต้องมีความถูกต้องและแม่นยำ ของโครงสร้าง ของฐานข้อมูลความเร็วและเป็นปัจจุบัน โดยข้อมูลมีความสอดคล้องกับความต้องการของระบบ

ความพึงพอใจต่อระบบ หมายถึง การแสดงความรู้สึกของเฉพาะผู้ใช้งาน ตอบสนองต่อระบบว่า เป็นไปในทิศทางที่น่าพอใจหรือต้องแก้ไข

ซึ่งงานด้านบุคคล ของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่ต้องมีการจัดการข้อมูล เช่น ประวัติ ส่วนตัว งานของนักเรียนทุนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี งานสรุปผลข้อมูลของการขอตำแหน่ง ทางวิชาการ งานต่อสัญญาจ้าง ทั้งนี้จากภาระงานดังกล่าว ผู้วิจัยนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์การพัฒนา ระบบสารสนเทศ มาใช้ในการจัดการข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานศึกษางานด้านบุคคล โดยมีรายละเอียดของงานดังนี้

1. ประวัติส่วนตัว เป็นการจัดเก็บข้อมูลของบุคลากร ที่สังกัดคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยการจัดเก็บข้อมูลตามแบบบันทึกข้อมูลประวัติส่วนตัวของบุคลากร ให้มีความถูกต้องและสอดคล้องกัน

2. การต่อสัญญาจ้าง เป็นการจัดเก็บข้อมูลการต่อสัญญาจ้างในระยะต่าง ๆ เพื่อสอดคล้องกับ ประกาศของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ทั้งนี้เพื่อเก็บข้อมูลประวัติในการต่อสัญญา เพื่อรายงานให้กับ ผู้บริหารและบุคลากรทราบตามที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด

3. การลาศึกษาต่อ เป็นการเก็บข้อมูลและรายละเอียดการศึกษาต่อ การรับทุน ประเภททุน ที่บุคลากรได้รับ นอกจากนี้เพื่อเก็บข้อมูล หลักฐานในการศึกษาต่อ เพื่อติดตามและรายงานผลให้ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ทราบต่อไป

4. การเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการ เป็นการเก็บข้อมูล หลักฐานในการขอตำแหน่งทางวิชาการ เช่น กพอ.03 เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน ตำรา หรือผลงานวิจัย การตีพิมพ์

อาจารย์ นาโค, ศิเนตร กิมแสง, และอัจฉิมา หมีทอง (2555: 317-326) ได้วิจัยเพื่อพัฒนาระบบ ฐานข้อมูลการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ในการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยทักษิณ จะถูกกำหนดไว้ในคำสั่งแต่งตั้งของมหาวิทยาลัย คำสั่งเหล่านั้นจะใช้กำหนดหน้าที่และระบุช่วงเวลาของการปฏิบัติงาน และยังสามารถใช้เป็นหลักฐานยืนยันการปฏิบัติงานของการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรประจำปี มหาวิทยาลัยทักษิณมีการใช้เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ในการเผยแพร่คำสั่งเพื่อลดการใช้กระดาษ แต่มีข้อจำกัดเรื่องช่วงเวลาของการดูข้อมูล และมีเอกสารที่ไม่เกี่ยวข้องรวมอยู่ด้วย บุคลากรจึงเลือกจัดเก็บคำสั่งในรูปของกระดาษ ซึ่งอาจเกิดปัญหาเรื่องความซ้ำซ้อนของการเก็บหรือเอกสารสูญหาย ดังนั้นระบบฐานข้อมูลการปฏิบัติงานของบุคลากรพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในการ จัดเก็บข้อมูลคำสั่งการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิชาการของคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ ระบบจะมีการจัดกลุ่มประเภทของคำสั่ง กำหนดสิทธิ์ให้ผู้ใช้แต่ละคนสามารถสืบค้นข้อมูลการปฏิบัติงานของตนเอง และ กำหนดสิทธิ์ให้หัวหน้าส่วนงาน สามารถสืบค้นข้อมูลการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานของตนเอง

นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล (2558: 4-24) การพัฒนาฐานข้อมูลบุคลากรการท่องเที่ยวจากข้อมูลสถาบันอุดมศึกษา มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาหลักสูตรระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2) เตรียมชุดข้อมูลของบุคลากรทางการท่องเที่ยวจากตัวแทนสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสร้างแนวคำถามเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง (focus group discussion) และการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยนำเสนอเป็นคำบรรยาย ผลการวิจัย พบว่า 1) หลักสูตรระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมของสถาบัน อุดมศึกษาในประเทศไทย มีจำนวนทั้งหมด 228 หลักสูตร เป็นหลักสูตรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 144 หลักสูตร และสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน 84 หลักสูตร ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีการพัฒนา หลักสูตร ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (Thai Qualifications Framework for Higher Education, TQF: HEd) ที่มุ่งหมายยกระดับคุณภาพบัณฑิตและตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม พ.ศ. 2553 (มคอ.1) เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถและสมรรถนะตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของบุคลากร วิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน ในมาตรฐานสมรรถนะ ร่วมสำหรับวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals) มาพิจารณาในการพัฒนาหลักสูตรด้วย 2) ชุดข้อมูลของบุคลากรทางการท่องเที่ยว จากตัวแทนสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีจำนวนทั้งหมด 6 ชุด ได้แก่ ชุดข้อมูลนโยบาย/แผนงาน ชุดข้อมูลการจัดทำหลักสูตรทางการท่องเที่ยว ชุดข้อมูลผู้ประกอบการไทยและอาเซียน ชุดข้อมูลหลักสูตร

ทางด้านการท่องเที่ยวในสถาบันอุดมศึกษา ชุดข้อมูลบันทึกที่สำเร็จการศึกษา และชุดข้อมูลบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาด้านการท่องเที่ยว

จารุกิตต์ สายสิงห์ (2563: 59-71) ได้วิจัยเพื่อการพัฒนาระบบจัดเก็บฐานข้อมูลบุคลากรทางการศึกษาแบบ 360 องศา จากการศึกษาวิจัยได้พัฒนาระบบ ตามทฤษฎี SDLC กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพระบบ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบุคลากร โดยผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบจัดเก็บฐานข้อมูลบุคลากรทางการศึกษาแบบ 360 องศา สามารถใช้งานได้จริง บุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถเข้าถึงนำข้อมูลบุคลากรได้ตรงตามความต้องการของระบบดังกล่าวประกอบด้วย 16 ส่วน ได้แก่ 1.1) ระบบแสดงข้อมูลบุคลากรทั้งหมด 1.2) ระบบแสดงข้อมูลบุคลากรแบบแยกสังกัด 1.3) ระบบสมัครสมาชิก 1.4) ระบบล็อกอิน 1.5) ระบบเพิ่มข้อมูลความเชี่ยวชาญ 1.6) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านคุณวุฒิ 1.7) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านงานบริหาร 1.8) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านงานสอน 1.9) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านเอกสารหรือตำรา 1.10) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านงานวิจัย 1.11) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านการตีพิมพ์งานวิจัย 1.12) ระบบเพิ่มข้อมูล ด้านบริการวิชาการ 1.13) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านทำนุศิลปวัฒนธรรม 1.14) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านวิทยากรหรือถ่ายทอดความรู้ 1.15) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านผลงานหรือรางวัล และ 1.16) ระบบเพิ่มข้อมูลด้านเกียรติบัตรหรือประกาศนียบัตร 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพระบบจากผู้เชี่ยวชาญมีผลการประเมินโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.50) 3) ผลการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานระบบ จากกลุ่มเป้าหมาย มีผลการประเมินโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.18) และ 4) ผลการศึกษาการยอมรับของผู้ใช้งานระบบที่มีต่อระบบจัดเก็บฐานข้อมูลบุคลากรทางการศึกษาแบบ 360 องศา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.24)

กฤษณกุล กระบวนรัตน์ (2564: 74-88) กล่าวว่า การดำเนินงานทางด้านการบริหารงานบุคคลของสำนักคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยเฉพาะในส่วนของการมาปฏิบัติราชการว่าด้วยเรื่องของการลาของบุคลากรภายในสำนัก ในปัจจุบันการรวบรวมข้อมูล จัดทำสถิติยังไม่มี การเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และยังคงเป็นการดำเนินการทางกระดาษ ส่งผลให้การกรอกฟอร์มการลามีความล่าช้าและไม่สะดวก เนื่องจากบุคลากรไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลวันมาปฏิบัติราชการได้ด้วยตนเอง วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อศึกษากระบวนการทำงานของการลา พัฒนาระบบบริหารจัดการการปฏิบัติราชการของบุคลากรทดลองใช้งานระบบ และหาประสิทธิภาพของระบบที่พัฒนาขึ้น โดยระบบที่พัฒนาขึ้น สามารถอำนวยความสะดวกต่อบุคลากรของสำนัก ทำให้การลามีความรวดเร็ว และช่วยลดปริมาณการใช้กระดาษ ผลการวิจัยพบว่า ระบบบริหารจัดการการปฏิบัติราชการของบุคลากร สามารถช่วยอำนวยความสะดวก ในการตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติราชการ การลา ของบุคลากรภายในสำนักคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ และจากผลการประเมินประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์

จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการดำเนินการทางด้านการออกแบบระบบสารสนเทศ, การพัฒนาระบบสารสนเทศ และการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ พบว่า มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.35) 3 อันดับแรกคือ (1) ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นมีความสามารถในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.99) (2) ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.54) (3) ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นสามารถทำหน้าที่ตามที่ตั้งไว้ ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.30)

จากผลงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น จะเห็นว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้ในการด้านบุคคล จะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั้งเจ้าหน้าที่ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้านบุคคล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของการใช้งาน และเกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุนของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาระบบระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3. ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

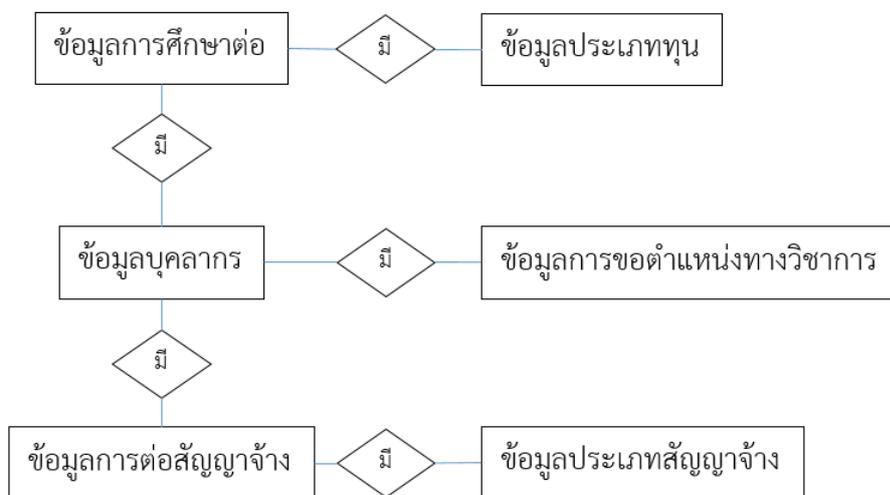
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา โดยประยุกต์ใช้แนวทางของวงจรการพัฒนา (System Development Life Cycle/SDLC) เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (กิตติ ภัคดีวัฒนกุล, และจำลอง ครูอุตสาหะ, 2542) คือ

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหา คือการศึกษาเพื่อค้นหาปัญหา ข้อเท็จจริงที่แท้จริง โดยมีขั้นตอน คือ รับรู้สภาพของปัญหาที่เกิดขึ้น ค้นหาต้นเหตุของปัญหา รวบรวมปัญหาของระบบ

งานเดิม ศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการพัฒนาระบบ จัดเตรียมทีมงานวิจัย และกำหนดเวลาในการทำโครงการ และลงมือดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ คือการรวบรวมข้อมูลความต้องการ (requirements) ต่าง ๆ ให้มากที่สุด ซึ่งการสืบค้นความต้องการของผู้ใช้ ดำเนินการได้จากการรวบรวมเอกสารการสัมภาษณ์ การออกแบบสอบถาม และการสังเกตการณ์บนสภาพแวดล้อมการทำงานจริง เมื่อได้นำความต้องการมาผ่านการวิเคราะห์เพื่อสรุปเป็นข้อกำหนดที่ชัดเจนแล้ว ซึ่งในขั้นตอนนี้ใช้กระบวนการมีส่วนร่วม คือ ระดมความคิด เก็บรายละเอียดความต้องการและเพิ่มความเข้าใจการทำงานร่วมกับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และนำข้อกำหนดไปพัฒนาเป็นความต้องการของระบบใหม่ด้วยการพัฒนาเป็นแบบจำลองขึ้นมา ซึ่งได้แก่ แบบจำลองกระบวนการ (data flow diagram) รวมถึงจากการศึกษาจากเอกสาร การจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสาร

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบ คือการนำผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์ มาออกแบบระบบ ประกอบด้วย การออกแบบรายงาน การออกแบบหน้าจออินพุตข้อมูล การออกแบบผังงานระบบ และการออกแบบโปรแกรม การออกแบบระบบฐานข้อมูล สำหรับเก็บข้อมูลที่นำมาใช้ในการคำนวณหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 2 ภาพแสดงความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล ในรูปแบบ ER Diagram

การออกแบบส่วนต่อประสาน ในการพัฒนาระบบสารสนเทศต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของเว็บไซต์ เช่น รูปแบบการนำเสนอที่เข้าใจง่าย สะดวกการใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ รวมถึงการออกแบบที่มีความเหมาะสมกับความสามารถในการเข้าใจ และแก้ปัญหาของผู้ใช้ เช่น เจ้าหน้าที่ ผู้บริหาร เป็นต้น โดยขั้นตอนการออกแบบเพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างส่วนติดต่อประสาน ได้กำหนดประเด็นในการสร้างดังนี้

1. การเข้าถึงข้อมูลในแต่ละหน้า เพื่อเข้าใช้งาน ได้แก่ การเลื่อนหน้าเพื่อดูข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลในหน้าเดียวกัน การกลับหน้าสารบัญ หรือหน้าหลัก

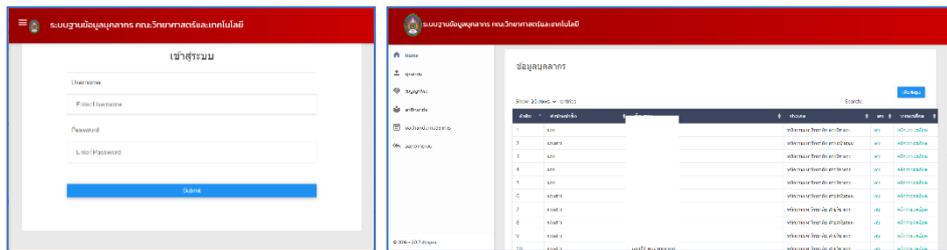
2. การออกแบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสื่อความหมาย ให้เข้าใจได้ง่าย ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งของรูปหรือข้อความ ขนาด สี รูปแบบของสัญลักษณ์ ในการสื่อความหมาย

3. การออกแบบปุ่มสั่งงาน ได้แก่ การจัดวางตำแหน่ง ขนาด สี รูปแบบของปุ่ม

4. การควบคุมสื่อต่าง ๆ ได้แก่ Slideshows, Hyperlinks, Scrollable Frames

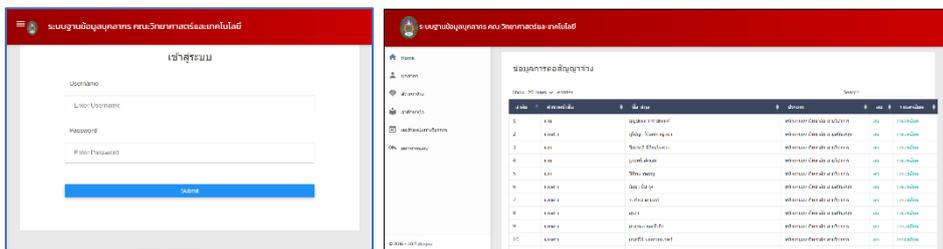
ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา เป็นระยะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากร ผู้วิจัย ออกแบบตัวต้นแบบ (prototype) ในส่วนแสดงข้อมูล และการออกรายงาน นำตัวต้นแบบที่สร้างขึ้น ไปทดลองให้กลุ่มประชากร ซึ่งในการกำหนดกลุ่มประชากร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) คือ พิจารณาจากเนื้อหาและภาระหน้าที่ในการทำงาน ทำการประเมินผล เพื่อมาปรับปรุงตัวแบบให้ตอบโจทย์ผู้ใช้ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน (โอกาส เอี่ยมสิริวงศ์: 2551) ดังนี้

ส่วนที่ 1 แอปพลิเคชันฝั่ง Front-End สำหรับผู้ใช้ทั่วไป ทั้งในส่วนของเว็บแอปพลิเคชัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 ภาพแสดงตัวอย่างหน้าจการทำงาน Front-End

ส่วนที่ 2 แอปพลิเคชันฝั่ง Back-End สำหรับผู้ดูแลระบบ เพื่อไปทำการเพิ่มข้อมูล ลบข้อมูล อัปเดตข้อมูล ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 ภาพแสดงตัวอย่างหน้าจการทำงาน Back-End

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบ เมื่อระบบได้พัฒนาขึ้นมาแล้ว ต้องดำเนินการทดสอบระบบก่อนที่จะนำไปใช้งานจริงเสมอ ควรมีการทดสอบข้อมูลเบื้องต้น ด้วยการสร้างข้อมูลจำลองขึ้นมาเพื่อใช้ตรวจสอบการทำงานของระบบ หากพบข้อผิดพลาดก็ปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

5.1 การทดสอบโดยผู้พัฒนาโปรแกรม โดยทดสอบการทำงานของระบบทั้งหมด หาข้อบกพร่องของโปรแกรม หลังจากนั้นแก้ไขปรับปรุงโปรแกรมให้ดีขึ้น เป็นการทดสอบการทำงานโดยรวมทั้งหมดของระบบว่ามีกระบวนการทำงานถูกต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่ โดยการทดสอบจะเป็นการกรอกข้อมูลที่ถูกต้อง คือ การกรอกข้อมูลตรงตามประเภทของข้อมูล กรอกข้อมูลครบถ้วนตามที่โปรแกรมกำหนดไว้ และการกรอกข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง คือ การกรอกข้อมูลที่ผิดประเภทข้อมูล กรอกข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือไม่ป้อนข้อมูลเข้าไปในระบบ เพื่อให้ระบบทำการประมวลผลข้อมูลทั้งแสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงาน หาข้อผิดพลาดที่อาจมีได้ ก่อนนำไปให้ผู้ใช้งานระบบ ทดสอบกับข้อมูลจริง ซึ่งถ้ามีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นจริงจะได้ทำการแก้ไขและทดสอบระบบใหม่อีกครั้ง เพื่อให้แน่ใจว่าระบบทำงานได้ตรงตามที่ต้องการของผู้ใช้

5.2 การทดสอบโดยผู้เชี่ยวชาญหรือประชากร มีการทดสอบออกเป็น 2 ขั้นตอน

5.2.1 การทดสอบช่วงแอลฟา (Alpha testing) นำระบบที่ผ่านการแก้ไข และปรับปรุงจากช่วงแรก ไปทดสอบหรือตรวจสอบระบบโดย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยวิธีดำเนินการทดสอบโปรแกรม ผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้ทดสอบการใช้งาน หากเกิดข้อผิดพลาดของโปรแกรม และมีข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในขั้นการทดสอบโปรแกรมของผู้เชี่ยวชาญจะนำมาแก้ไขปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.2 การทดสอบช่วงเบต้า (Beta testing) เพื่อประเมินหาประสิทธิภาพของโปรแกรม ในด้านการใช้งานของระบบ (Usability evaluation) โดยนำระบบที่ผ่านช่วงแอลฟา มาให้ประชากรทดสอบ จำนวน 30 คน มาทดลองใช้โปรแกรมและทำการประเมินโปรแกรม จากแบบประเมินประสิทธิภาพของโปรแกรมที่ได้ออกแบบไว้แล้ว

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.01 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ค่าที่ยอมรับได้ คือ 3.50 ขึ้นไป คือ มีความพึงพอใจในระดับมาก

ขั้นตอนที่ 6 การนำระบบไปใช้ เมื่อทดสอบระบบจนมั่นใจว่าระบบที่ได้รับการทดสอบนั้นพร้อมที่จะนำไปติดตั้งเพื่อใช้งานบนสถานการณ์จริง และจัดทำเอกสารคู่มือระบบสำหรับผู้ใช้งาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สรุปผลในการวิจัยได้ดังนี้

1. การจัดเตรียมโครงการวิจัย เพื่อดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยการศึกษาขั้นตอนการทำงานในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) การจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล 2) การจัดเก็บข้อมูลต่อสัญญาจ้าง 3) การลาศึกษาต่อ 4) การจัดเก็บข้อมูลการขอตำแหน่งทางวิชาการ เพื่อนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานด้านต่าง ๆ ที่กล่าวไปแล้วนั้น มาทำการออกแบบฐานข้อมูล เพื่อใช้สำหรับการจัดเก็บข้อมูลและพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากรของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่สามารถช่วยในการทำงานของเจ้าหน้าที่

2. การดำเนินการวิจัย การพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้ได้ระบบสารสนเทศที่สามารถจัดเก็บข้อมูลบุคลากร ตามแบบบันทึกประวัติบุคลากร โดยใช้ฐานข้อมูล MySQL สำหรับการสร้างฐานข้อมูล และพัฒนาระบบการทำงานร่วมกับ Bootstrap Framework และ PHP ในการพัฒนา และได้ทดลองใช้งานกับผู้ใช้จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นประชากรในการทดสอบระบบ ทั้งนี้โดยใช้วิธีการจำลองข้อมูลในการบันทึกเข้าระบบฐานข้อมูล เพื่อศึกษาและทดสอบระบบ รวมถึงประเมินผลการใช้งานในมิติต่าง ๆ

3. การจัดทำรายงานผลการวิจัย เพื่อสรุปผลการวิจัย

อภิปรายผล

การพัฒนาระบบฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผู้วิจัยได้ทำการประเมินระบบทั้งด้านประสิทธิภาพการทำงานของระบบ และด้านการใช้งาน โดยให้ผู้ใช้งานระบบจำนวน 30 คน ทำการประเมิน ซึ่งผลการประเมินเป็นดังนี้

1. ด้านประสิทธิภาพการทำงานของระบบ พบว่า ประชากรผู้ใช้งานระบบมีความคิดเห็นด้านทำงานตรงความต้องการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = 0.52) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความถูกต้องของการแสดงผลข้อมูลการต่อสัญญาจ้างมีผลประเมินมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.50) และข้อที่มีผลประเมินรองลงมา คือ ความถูกต้องของการแสดงผลข้อมูลการลาศึกษาต่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.67) และความถูกต้องของการแสดงผลข้อมูลที่ต้องการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.81)

2. ด้านการประเมินด้านการใช้งานของระบบ พบว่า ประชากรผู้ใช้งานระบบ มีผลความคิดเห็นด้านการใช้งานระบบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของปริมาณข้อมูลที่น่าเสนอในแต่ละจอภาพ มีผลประเมินมากที่สุด อยู่ในระดับมาก

($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.60) และข้อที่มีผลประเมินรองลงมา คือ ความง่ายต่อการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.68)

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนากระบวนฐานข้อมูลบุคลากร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นการพัฒนาระบบต้นแบบในการจัดเก็บข้อมูลบุคลากร และข้อมูลด้านอื่น ๆ ทั้งนี้ ควรมีการวิเคราะห์งานด้านอื่น ที่นอกเหนือจากที่ระบบสามารถจัดการได้ เพื่อให้ครอบคลุมงานด้านต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันทั้งระบบงานของบุคลากร เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และควรเพิ่มความสามารถของระบบที่สามารถให้บริการแก่บุคลากรภายในคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ ภัคดีวัฒนกุล, และจำลอง ครูอุตสาหะ. (2542). *คัมภีร์ระบบฐานข้อมูล*.
ไทยเจริญการพิมพ์.
- กฤษณทล กระบวนรัตน์. (2564). การพัฒนาระบบบริหารจัดการการปฏิบัติราชการของบุคลากร.
Mahidol R2R e-Journal, 8(1), 74-88.
- จารุกิตติ์ สายสิงห์. (2563). การพัฒนาระบบจัดเก็บฐานข้อมูลบุคลากรทางการศึกษาแบบ 360 องศา. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 7(2), 59-71.
- นภัสนันท์ วินิจวรกิจกุล. (2558). การพัฒนาฐานข้อมูลบุคลากรการท่องเที่ยวจากข้อมูลสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 11(2), 4-24.
- อาจารย์ นาโค, ศิเนตร กิมแสง, และอัจฉิมา หมือทอง. (2555). ระบบฐานข้อมูลการปฏิบัติงานของบุคลากรสายวิชาการ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
วารสารมหาวิทยาลัยทักษิณ, 15(3), 317-326.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2551). *ระบบฐานข้อมูล*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

การสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Establishing a Leave Manual of Staff, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Nakhon Pathom Rajabhat University

อ้อมนภา จำปาอ่อน^{1*}
Aomnapa Jumpaon^{1*}

^{1*}เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปชำนาญการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

^{1*}Expert general administrative officer of Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

*Corresponding Author, Email: aomnapa6800@gmail.com

Received: February 16, 2024

Revised: March 18, 2024

Accepted: April 09, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2) เพื่อสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรต่อคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ตัวอย่าง คือ บุคลากรคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบถามสอบแบบการสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร และแบบสอบถามความพึงพอใจ รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. การรับรู้แนวปฏิบัติการลาประเภทต่าง ๆ ของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้ ดังนี้ การลาพักผ่อนประจำปี ($\bar{x} = 4.92$) การลาศึกษา/ฝึกอบรม/ดูงาน/ปฏิบัติงานวิจัย ($\bar{x} = 4.77$) การลาป่วย ($\bar{x} = 4.76$) การลากิจส่วนตัว ($\bar{x} = 4.72$) การลาดูแลบุตรและภรรยาหลังคลอดบุตร ($\bar{x} = 4.70$) การลาเข้ารับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการเตรียมพล ($\bar{x} = 4.65$) การลาอุปสมบท ($\bar{x} = 4.61$) การลาคลอดบุตร ($\bar{x} = 4.57$) การลาไปถือศีลและปฏิบัติธรรม ($\bar{x} = 4.54$) การลาไปประกอบพิธีฮัจญ์ ($\bar{x} = 4.46$) และการลาติดตามคู่สมรส ($\bar{x} = 4.3$)

2. คุณภาพของคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า ด้านรูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรและส่วนประกอบของปกนอก คิดเป็นร้อยละ 100 ความสวยงามของปกหน้า คิดเป็นร้อยละ 100

ขนาดของคู่มือและความถูกต้องของการพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 60 ด้านเนื้อหา ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้ เนื้อหาครอบคลุม เหมาะสม เป็นปัจจุบัน กระชับ เข้าใจได้ง่าย ขั้นตอนชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 100 และเนื้อหานำไปใช้ปฏิบัติจริงได้ สำนวนภาษาอ่านเข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 60 และด้านการนำคู่มือไปใช้ประโยชน์ ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ดังนี้ สามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาได้ นำไปใช้ประโยชน์ด้านการลาได้ถูกต้อง ปฏิบัติตามขั้นตอนการลาได้จริง คิดเป็นร้อยละ 100 และสามารถนำคู่มือพกพาไปใช้ได้อย่างสะดวก คิดเป็นร้อยละ 80

3. ความพึงพอใจของบุคลากรที่ใช้คู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจคู่มือ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านรูปเล่มของคู่มือ ($\bar{x} = 4.66$) ด้านเนื้อหาของคู่มือ ($\bar{x} = 4.51$) และด้านการนำไปใช้ ($\bar{x} = 4.41$)

คำสำคัญ: บุคลากรคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ความพึงพอใจ คู่มือปฏิบัติการลา

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the perception of the leave practice guidelines of personnel, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University; 2) create a leave practice manual for personnel, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University and 3) study the personnel's satisfaction with the personnel's leave operation manual, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University. The participants were 100 of civil servants and employees of the Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University, using a purposive selection method. The tools used in this research consisted of a disengagement interview form. Questionnaire for creating a manual for personnel leave operations and satisfaction test Data were also analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations. The research findings showed that:

1. The personnel recognition of leave practice guidelines, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University were ranged from annual leave ($\bar{x} = 4.92$), studying, training, study visits, or fieldwork on the research ($\bar{x} = 4.77$), sick leave ($\bar{x} = 4.76$), personal leave ($\bar{x} = 4.72$), 5) accompanying the spouse's leave ($\bar{x} = 4.70$), the troop examination leave ($\bar{x} = 4.65$), ordination leave ($\bar{x} = 4.61$), maternity leave ($\bar{x} = 4.57$),

8) leaving for meditation practice ($\bar{x} = 4.54$), 9) leaving for Hajj ($\bar{x} = 4.46$) and accompanying the spouse's leave ($\bar{x} = 4.30$)

2. Findings from the experts on the quality of personnel leave operation manual, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University showed that they mostly agree that the format of the manual is appropriate (100%); the beauty aspect of the front cover (100%); the size of the manual and printing accuracy (60%). In terms of content, the experts agree that the content is covered, up-to-date, concise, easy to understand, and having clear process (100%); comprehensive expressions and easy to put it into practice (60%). Regarding the utilization of the manual, findings from the experts found that the manual provides knowledge in which individual users can solve problems on their own and taking leaves following the processing correctly (100%). The manual is easy to carry (80%)

3. Findings from the satisfaction of personnel using the personnel leave manual, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University showed that most of the respondents were satisfied. The findings were ranged from the format ($\bar{x} = 4.66$), the content ($\bar{x} = 4.51$), and the utilization ($\bar{x} = 4.41$).

Keywords: *Faculty of Humanities and Social Sciences, personnel, manual operation leave, satisfaction*

บทนำ

ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการลาของข้าราชการ พ.ศ. 2555 การลาราชการ ถือเป็นสิทธิของบุคลากรที่มีความสำคัญและเป็นสวัสดิการอย่างหนึ่งที่ได้รับนอกเหนือจากเงินเดือนที่ต้องถือปฏิบัติเป็นบรรทัดฐานเดียวกัน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการลามากขึ้น โดยให้ทุกหน่วยงานนำระบบการลาอิเล็กทรอนิกส์ระบบใหม่ (INF) มาใช้ในหน่วยงานเพื่อพัฒนาการลามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อสอดคล้องตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งมหาวิทยาลัยได้ซื้อระบบการลาอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่เพื่อให้ระบบการลาดีขึ้น พร้อมทั้งมหาวิทยาลัยมอบอำนาจในการพิจารณาอนุญาตการลาของบุคลากรในสังกัดแต่ละหน่วยงานได้เอง

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จึงได้นำระบบการลาอิเล็กทรอนิกส์ระบบใหม่ (INF) มาใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองนโยบายของมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นลดปริมาณการใช้กระดาษทำให้เกิดความรวดเร็วและประหยัดเวลา แต่ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการดำเนินงาน

ตามสภาพความเป็นจริงเกี่ยวกับการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พบว่าระบบการลาแบบอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยที่ใช้งานปัจจุบัน พบว่า บุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจ ในกระบวนการแนวปฏิบัติการลาที่ถูกต้อง จึงทำให้พบปัญหาการลาเกิดความล่าช้า ทั้งนี้ มหาวิทยาลัย จะมอบอำนาจให้คณะต้นสังกัดของบุคลากรเป็นผู้อนุญาตการลาได้เอง เพื่อความคล่องตัวและรวดเร็วผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ แต่ยังคงพบปัญหาที่เกิดขึ้น ๆ มากขึ้น เช่น สิทธิการลา การบันทึกใบลา การเปลี่ยนแปลงวันลา การส่งใบลาช้า เป็นต้น จนส่งผลกระทบต่อการทำงานที่ไม่เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด ดังนั้น การพัฒนาคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากรเพื่อช่วยในการแก้ปัญหาและลดข้อผิดพลาดเกี่ยวกับการลาทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงได้สร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่ออธิบายรายละเอียดการลาที่ถูกต้องชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนการลาประเภทต่าง ๆ ให้มีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับระบบการลาอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัย รวมทั้งรวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับการลาตามระเบียบของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมและสำนักนายกรัฐมนตรี

ในการนี้ การพัฒนาคู่มือการลา ยังส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้เกี่ยวข้องและผู้ปฏิบัติงานแทนผู้ลาได้ เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลาของคณะและมหาวิทยาลัยมากขึ้น คู่มือการลาจึงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและประสานงานดำเนินการลาประเภทต่าง ๆ ภายในองค์กรให้รวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น เกิดการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการลาที่หน่วยงานกำหนดไว้ นอกจากนี้ยังได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาใช้ในการพัฒนาระบบการลาของงานบริหารทรัพยากรบุคคลของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
2. เพื่อสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรต่อคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กระบวนการพัฒนาตามวงจรคุณภาพเดมิ่ง (PDCA)

การวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ใช้กระบวนการขั้นตอนการพัฒนาตามวงจรคุณภาพเดมิ่ง (PDCA) ดังนี้

1.1 ขั้นวางแผน

1.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1.2 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการลาประเภทต่าง ๆ

1.1.3 นำผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและปัญหา มาหาแนวทางในการสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

1.2 ขั้นการปฏิบัติตามแผน

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย หลังจากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 5 คน โดยพิจารณาตามความเหมาะสมของหัวข้อดีหรือควรแก้ไข ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

1.3 ขั้นการติดตามประเมินผล

ผู้วิจัยนำคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ไปให้กลุ่มตัวอย่างประเมิน ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ และพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน จำนวน 100 คน หลังจากนั้นตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะ

1.4 ขั้นการปรับปรุงแก้ไข

ผู้วิจัยปรับปรุงคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมให้สมบูรณ์

2. กลุ่มตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จำนวน 100 คน โดยใช้ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัย ซึ่งลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และคัดเลือกจากบุคลากรที่มีสถิติการลาบ่อยครั้ง

3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

3.1 แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

3.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 กำหนดประเด็นการสัมภาษณ์ จำนวน 3 ข้อ เกี่ยวกับการรับรู้แนวปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ในประเด็นที่ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์

3.1.3 จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบฉบับร่างแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของข้อคำถาม โดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา การพิจารณาคุณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะและจัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์

3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

3.2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 กำหนดประเด็นการการสร้งคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 3 ประเด็น คือ ด้านรูปเล่มของคู่มือ ด้านเนื้อหาของคู่มือ และด้านการนำไปใช้

3.2.3 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับร่าง แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจประเมิน จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม โดยกำหนดคะแนนที่ใช้ในการคำนวณดัชนีความสอดคล้องและนำคะแนนที่ได้ในแต่ละข้อมาแทนค่าในสูตร IOC เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงเชิงเนื้อหา ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 (นพพร จันทรนำชู, 2563: 65)

3.2.4 นำแบบสอบถามไป Try out จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3.2.5 แก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของบุคลากรต่อคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากรคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 กำหนดประเด็นความพึงพอใจของบุคลากรต่อการใช้คู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

3.3.3 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับร่าง แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจประเมิน จำนวน 5 คน เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม โดยกำหนดคะแนนที่ใช้ในการคำนวณดัชนีความสอดคล้องและนำคะแนนที่ได้ในแต่ละข้อมาแทนค่าในสูตร IOC เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงเชิงเนื้อหา ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 (นพพร จันทรนำชู, 2563: 65)

3.3.4 นำแบบสอบถามไป Try out จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

3.3.5 แก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการถอดเสียงจากบันทึกคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา โดยการจัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกัน และตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออก เพื่อนำมาเรียบเรียงตอบคำถามตามประเด็นปัญหาวิจัยโดยจัดทำตารางรายละเอียดการสัมภาษณ์

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โดยใช้สถิติแสดงผลเป็นความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์การแบ่งคะแนนเพื่อแปลความหมายตามค่าเฉลี่ยตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. การรับรู้แนวปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สรุปประเด็นได้ดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาป่วย พบว่า การรับรู้ของข้าราชการ/ลูกจ้างประจำ ลาป่วย 30 วันขึ้นไป ต้องมีใบรับรองแพทย์แนบพร้อมใบลามากที่สุด รองลงมาคือ ข้าราชการส่งใบลาต่อผู้บังคับบัญชาหรือในวันที่ลา และพนักงานมหาวิทยาลัยลาป่วยเกิน 3 วันทำการ ติดต่อกันต้องมีใบรับรองแพทย์ตามลำดับ

1.2 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาคลอดบุตร พบว่า การรับรู้การลาครั้งละไม่เกิน 90 วัน ไม่ต้องมีใบรับรองแพทย์มากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมหาวิทยาลัยเป็นผู้ประกันตนและมีสิทธิได้รับเงินสงเคราะห์การหยุดเพื่อการคลอดบุตร ให้ขอรับเงินสงเคราะห์จากทุนประกันสังคมก่อน สำหรับส่วนที่ยังไม่ครบสิทธิมหาวิทยาลัยจะจ่ายเงินเดือนในส่วนที่ขาดนั้นให้กับพนักงานมหาวิทยาลัย ให้ครบถ้วนตามสิทธิและให้ผู้อื่นลาแทนได้แต่เมื่อสามารถลงชื่อได้ให้ส่งใบลาโดยเร็ว ตามลำดับ

1.3 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาดูแลบุตรและภรรยาหลังคลอดบุตร พบว่า การรับรู้ในระหว่างลาหากมีงานจำเป็น ผู้บังคับบัญชาสามารถเรียกตัวกลับมาปฏิบัติงานได้มากที่สุด รองลงมา คือ ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัยต้องลาภายใน 90 วัน นับแต่วันที่ภรรยาคลอดบุตรแนบเอกสารสำเนาทะเบียนสมรส และใบเกิดของบุตรเพื่อประกอบพิจารณาด้วย และลาได้ไม่เกิน 15 วันทำการ ตามลำดับ

1.4 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลากิจส่วนตัว พบว่า การรับรู้การลาได้ไม่เกินปีละ 45 วัน ทำการมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัยกรณีลากิจเพื่อเลี้ยงดูบุตรต่อเนื่องจากการลาคลอดบุตรสามารถลาได้ไม่เกิน 150 วันทำการ แต่ไม่มีสิทธิได้รับเงินเดือนระหว่างลาต่อเนื่องดังกล่าว

และลูกจ้างประจำมีสิทธิลากิจส่วนตัวเพื่อเลี้ยงดูบุตรต่อเนื่องจากการลาคลอดบุตร โดยได้รับค่าจ้างระหว่างลาได้ไม่เกิน 30 วันทำการ ให้นำรวมอยู่ในวันลากิจส่วนตัว 45 วันทำการ ตามลำดับ

1.5 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาพักผ่อนประจำปี พบว่า การรับรู้ผู้ที่ปฏิบัติงานติดต่อกันตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีสิทธิสะสมวันลาพักผ่อนได้ไม่เกิน 30 วัน มากที่สุด รองลงมาคือ ลาได้ไม่เกิน 10 วันทำการ ต่อปี และการสะสมวันลาได้ไม่เกิน 20 วันทำการ ตามลำดับ

1.6 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาอุปสมบท พบว่า การรับรู้การปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี ลาได้ไม่เกิน 120 วัน มากที่สุด รองลงมาคือ การส่งใบลาต่อบังคับบัญชาไม่น้อยกว่า 60 วัน และต้องกลับมารายงานตัวเข้าปฏิบัติราชการภายใน 5 วัน และถ้ามีปัญหาทำให้ไม่สามารถอุปสมบทได้ให้ถอนใบลา ตามลำดับ

1.7 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาไปประกอบพิธีฮัจญ์ พบว่า การรับรู้การลาประเภทนี้ต้องปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 12 เดือน ลาได้ไม่เกิน 120 วัน มากที่สุด รองลงมาคือ เมื่อได้รับอนุญาตการลา และการอุปสมบทหรือออกเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ภายใน 10 วัน ตามลำดับ

1.8 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาเข้ารับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการเตรียมพล พบว่า การรับรู้เมื่อพ้นจากการรับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการตรวจเตรียมพลแล้วให้รายงานกลับภายใน 7 วัน มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่ได้รับการตรวจเลือกให้รายงานต่อผู้บังคับบัญชาก่อนวันเข้ารับการตรวจเลือก ไม่น้อยกว่า 48 ชั่วโมง และรายงานต่อผู้บังคับบัญชาภายใน 48 ชั่วโมง และการเข้ารับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการเตรียมพลตามวันเวลาในหมายเรียกนั้นโดยไม่ต้องรอรับคำสั่งอนุญาต ตามลำดับ

1.9 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับลาติดตามคู่สมรส พบว่า การรับรู้ผู้มีอำนาจอนุญาต จะอนุญาตให้ลาครั้งเดียวหรือหลายครั้งก็ได้ โดยมีให้เสียหายแก่ทางราชการและไม่เกินระยะเวลาที่กำหนดมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานมหาวิทยาลัยลาได้ไม่เกิน 2 ปี และไม่ได้รับเงินเดือนระหว่างลาตามลำดับ

1.10 ด้านการรับรู้ไปถือศีลและปฏิบัติธรรมโดยไม่ถือเป็นวันลา พบว่า การรับรู้สตรีไปถือศีลปฏิบัติธรรมระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน ไม่เกิน 3 เดือน ต้องปฏิบัติธรรมในสถานปฏิบัติธรรมที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติเท่านั้น รองลงมาคือ นำหนังสือรับรองจากสถานปฏิบัติธรรมเสนอต่ออธิการบดีเพื่อขออนุญาต และเมื่อปฏิบัติธรรมเสร็จสิ้นให้รายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติหน้าที่พร้อมมุขนิบาตรที่สถานปฏิบัติธรรมออกให้มากที่สุด ตามลำดับ

1.11 ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการลาศึกษา/ฝึกอบรม/ดูงาน/ปฏิบัติงานวิจัยของพนักงานมหาวิทยาลัย พบว่า การรับรู้พนักงานมหาวิทยาลัยผู้ใดจะลาจะต้องได้รับการพิจารณาก่อนจากผู้บังคับบัญชาขั้นต้นก่อนมากที่สุด รองลงมาคือ รายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติงานภายในกรณีภายในประเทศ ให้รีบรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติงานทันทีเมื่อครบกำหนดเวลาที่ได้รับอนุมัติ และผู้ลาไปศึกษาด้วยทุนที่ต้องชดเชยคืนให้ชดใช้ทุนเงินเดือน และเงินอื่นใดที่ได้รับให้เป็นเบี้ยปรับแก่มหาวิทยาลัย ตามลำดับ

2. การสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สรุปประเด็นได้ดังนี้

2.1 ด้านรูปเล่ม พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคู่มือด้านรูปเล่มในด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรปกหน้า และส่วนประกอบของปกนอก มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสวยงามของปกหน้า ขนาดของคู่มือ และความถูกต้องของการพิมพ์

2.2 ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคู่มือด้านเนื้อหา ในหัวข้อมีเนื้อหาครอบคลุม เนื้อหาที่มีความเหมาะสมและเป็นปัจจุบัน เนื้อหาที่มีความกระชับ ทำความเข้าใจ ได้ง่าย และเนื้อหาที่มีขั้นตอนชัดเจน มากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อเนื้อหาสามารถนำไปใช้ปฏิบัติจริงได้ สำนวนภาษาที่ใช้อ่านเข้าใจง่าย

2.3 ด้านการนำคู่มือไปใช้ประโยชน์ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคู่มือด้านการนำคู่มือไปใช้ประโยชน์ ความรู้จากคู่มือสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองและแนะนำ ผู้อื่นได้ ความรู้ที่ได้จากคู่มือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการลาประเภทต่าง ๆ ได้ถูกต้องและขั้นตอนการลาสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถนำคู่มือพกพาไปใช้ได้อย่างสะดวก

3. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม สรุปประเด็นได้ดังนี้

3.1 ความพึงพอใจด้านรูปเล่มของคู่มือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจขนาดของคู่มือ มากที่สุด รองลงมาคือ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรปกหน้าและส่วนประกอบของปกนอก

3.2 ด้านเนื้อหาของคู่มือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจเนื้อหาครอบคลุมมากที่สุด รองลงมาคือ มีการลำดับขั้นตอนก่อนหลังของเนื้อหา และสำนวนภาษาที่ใช้ อ่านเข้าใจง่าย

3.3 ด้านการนำไปใช้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในหัวข้อการลาต่าง ๆ มีความเข้าใจที่ละเอียดอย่างเป็นระบบและนำไปปฏิบัติได้ถูกต้องแม่นยำลดข้อผิดพลาดได้ รองลงมา คือ ความรู้ที่ได้จากคู่มือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการลาได้ และความรู้จากคู่มือสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองและแนะนำผู้อื่นได้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการรับรู้แนวปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จากผลการประเมินการรับรู้พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการลาป่วย 30 วันขึ้นไป ต้องมีใบรับรองแพทย์แนบพร้อมใบลา การรับรู้เกี่ยวกับการลาดูแลบุตรและภรรยาหลังคลอดบุตรในระหว่างลาหากมีงานจำเป็น และเรียกตัวกลับมาปฏิบัติงานต้องลา ภายใน 90 วัน การรับรู้

เกี่ยวกับการลาพักผ่อนประจำปี ผู้ที่ลาติดต่อกันตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีสิทธิสะสมวันลาพักผ่อนได้ไม่เกิน 30 วัน ลาได้ไม่เกิน 10 วันทำการต่อปี และสะสมวันลาได้ไม่เกิน 20 วัน การรับรู้เกี่ยวกับการลาอุปสมบทต้องปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี ลาได้ไม่เกิน 120 วัน และต้องกลับมารายงานตัวเข้าปฏิบัติราชการภายใน 5 วัน การรับรู้เกี่ยวกับการลาไปประกอบพิธีฮัจญ์ ผู้ลาต้องปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 12 เดือน และลาได้ไม่เกิน 120 วัน การรับรู้เกี่ยวกับการลาเข้ารับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการเตรียมพลเมื่อพ้นจากการรับการตรวจเลือกหรือเข้ารับการตรวจเตรียมพลแล้ว ให้รายงานกลับภายใน 7 วัน การรับรู้เกี่ยวกับลาติดตามคู่สมรส การลาครั้งเดียวหรือหลายครั้งก็ได้ โดยมีให้เสียหายแก่ทางราชการและไม่เกินระยะเวลาที่กำหนดการลาได้ไม่เกิน 2 ปี และไม่ได้รับเงินเดือนระหว่างลา การรับรู้เกี่ยวกับการไปถือศีลและปฏิบัติธรรมโดยไม่ถือเป็นวันลา สตรีไปถือศีลปฏิบัติธรรมระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 เดือน ไม่เกิน 3 เดือน ต้องปฏิบัติธรรมในสถานปฏิบัติธรรมที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติเท่านั้น การรับรู้เกี่ยวกับการลาศึกษา/ฝึกอบรม/ดูงาน/ปฏิบัติงานวิจัยของพนักงานมหาวิทยาลัยจะต้องได้รับการพิจารณาก่อนการออกจากผู้บังคับบัญชาขั้นต้นก่อนว่าเป็นกรณีที่มีความจำเป็น และรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติงานภายในประเทศให้รับรายงานตัวกลับเข้าปฏิบัติงานทันทีเมื่อครบกำหนดเวลาที่ได้รับอนุมัติซึ่งสอดคล้องกับภารดิ เทพคายน (2564) ได้ศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจการลาของบุคลากรสายสนับสนุน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้และความเข้าใจนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงานในระดับมาก มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงานในระดับมากกลุ่มตัวอย่างรับรู้นโยบายสถาบันผ่านช่องทางสื่อออนไลน์มากที่สุด โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและด้านหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกันมีระดับการรับรู้นโยบายสถาบันเรื่องความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงาน

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จากการสร้างคู่มือพบว่า การใช้คู่มือที่มีรูปเล่มความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรปกหน้า และส่วนประกอบของปกนอก ความสวยงามของปกหน้า ขนาดของคู่มือและความถูกต้องของการพิมพ์ เนื้อหาครอบคลุม เนื้อหาที่มีความเหมาะสม และเป็นปัจจุบัน เนื้อหาที่มีความกระชับ ทำความเข้าใจได้ง่าย มีขั้นตอนชัดเจน นำไปใช้ปฏิบัติจริงได้ สำนวนภาษาที่ใช้ อ่านเข้าใจง่ายสามารถนำไปใช้ประโยชน์แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง นำไปใช้ประโยชน์ด้านการลาในประเภทต่าง ๆ ได้ถูกต้อง และนำไปปฏิบัติการณ์ขั้นตอนการลาที่ถูกต้องและใช้ได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับสุเทพ ไชยวุฒิ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาคู่มือการบริหารจัดการ งานบริหารบุคคลของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า คู่มือการบริหารจัดการงานวิชาการของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มีคุณภาพอยู่ในระดับดีทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปเล่มของคู่มือ ด้านเนื้อหาของคู่มือ และด้านการนำไปใช้

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรต่อคู่มือปฏิบัติการลาของบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จากผลการประเมินพบว่า

ความพึงพอใจด้านรูปเล่มของคู่มือ ขนาดของคู่มือ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรปกหน้า และ ส่วนประกอบของปกนอก ความพึงพอใจเนื้อหาของคู่มือครอบคลุม มีการลำดับขั้นตอนก่อนหลังของเนื้อหา และสำนวนภาษาที่เข้าใจ อ่านเข้าใจง่าย ความพึงพอใจการนำไปใช้ นำไปปฏิบัติได้ถูกต้องแม่นยำลดข้อผิดพลาดได้ ความรู้ที่ได้จากคู่มือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการลาได้อยู่ในระดับมาก และความรู้จากคู่มือ สามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองและแนะนำผู้อื่นได้ สอดคล้องกับ ภูมิรินทร์ มานโสม (2559) ซึ่งศึกษาเรื่อง การพัฒนาคู่มือการลาผ่านระบบประเมินการปฏิบัติงาน สายวิชาการ พบว่าการทดลองหาความพึงพอใจของบุคลากรสายวิชาการความรู้ความเข้าใจวิธีการกรอกแบบประเมินผลการปฏิบัติงานเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจ ด้านเนื้อหาเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและความพึงพอใจด้านสื่อตัวการ์ตูนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ควรมีการจัดอบรม สัมมนา หรือการประชุมเพื่อรับการแนะนำการใช้คู่มืออย่างถูกต้องให้กับบุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุน

1.2 ควรมีการพัฒนาต่อยอดคู่มือ โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ตลอดจนการปรับปรุงข้อมูลคู่มือให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยในการพัฒนาระบบการลาให้ทันสมัย เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกบนทุกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

2.2 ควรมีการวิจัยการพัฒนาคู่มือในรูปแบบอีบุ๊ก (e-book) หรือแบบออนไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

นพพร จันทร์นำชู. (2563). *วิธีเชิงปริมาณสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ภารดี เทพคายน. (2564). *การศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจได้ศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจการลาของบุคลากรสายสนับสนุน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. สำนักงานอธิการบดี สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภูมิรินทร์ มานโสม. (2559). *การพัฒนาคู่มือการพัฒนาคู่มือการลาผ่านระบบประเมินการปฏิบัติงานสายวิชาการ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

สุเทพ ไชยวุฒิ. (2560). *การพัฒนาคู่มือการบริหารจัดการงานบริหารบุคคลของคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง
พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี

Guidelines for Increasing the Effectiveness of Land and Building Tax Collection in
Nong Phai Sub-District Administration Organization,
Dan Makham Tia District, Kanchanaburi Province

ธีรศักดิ์ ลีละพัฒนา^{1*}, นเรศ ชูดวง², นาฎนภา ชูดวง³, ฉลองบูรณ์ เฟื่องลำ⁴, และ ธัญญา ศรีวิฑูรย์⁵
Theerasak Lelapattana^{1*}, Naret Chooduang², Nadhapa Chooduang³, Chalongboon Panglum⁴, and Tananya Siwithayawaraporn⁵

^{1*,2,3}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

⁴อาจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

⁵หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและจัดเก็บรายได้ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี

^{1*,2,3}Assistant Professor, Law Education Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

⁴Lecturer, Law Education Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

⁵Head of Development and Revenue Collection Department, Nong Phai Subdistrict Administrative Organization, Dan Makham Tia District, Kanchanaburi Province

*Corresponding Author, Email: note_161@windowslive.com

Received: March 15, 2024

Revised: April 11, 2024

Accepted: May 09, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะการบริหารจัดการ เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ตั้งแต่การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ตลอดจนวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยการวิจัยพบว่า มีปัญหาและอุปสรรคในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ดังนี้ คือ ประชาชนไม่ได้รับหนังสือแจ้งชำระภาษีระบบฐานข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน บุคลากรและงบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอ และประชาชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้โดยตรง จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้พบว่าการจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นมีแนวทางการแก้ไข ได้แก่ การสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงหน้าที่ของผู้เสียภาษี ปรับปรุงฐานข้อมูลให้ตรงกับข้อมูลผู้ถือครองทรัพย์สินจริง จัดสรรทรัพยากรบุคลากรและงบประมาณให้เพียงพอ และประชาสัมพันธ์ข้อมูลความรู้ด้านภาษีโดยคำนึงถึงสภาพการณ์และความเหมาะสมของชุมชน ในการนี้ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี ควรเร่งเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้ข้อมูลถูกต้องและเป็นปัจจุบัน จัดจ้างบุคลากรให้เพียงพอต่อภาระงาน และดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับภาษีในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การจัดเก็บภาษี ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

The purposes of this research, namely “the strengthening of efficiency of land and building taxation of Sub-district Administration Organizations in Nong Phai Sub-district, Dan Makham Tia District, Kanchanaburi”, were 1) to study the problems, obstacles and comments for administration. 2) to analyze and synthesize the factors which effect the efficiency of Land and Building Taxation. The research was qualitative research, from data collection, interviews, focus groups, as well as analysing data and analysing and synthesizing data. The study revealed that there were problems and obstacles in Land and Building tax collection as follows: People did not receive the tax payment notice, the database system was not updated, there were insufficient personnel and support budget, and the public could not directly access taxation information and knowledge. According to the analysis and synthesis of the collected information, the solutions might conclude as follows: Raising the awareness of taxpayers’ duty among citizens, updating the database to match the actual property owners’ information, allocating adequate personnel and budget resources and publicizing tax information and knowledge, considering the circumstances and suitability of the community. In this regard, the Sub-district Administration Organizations in Nong Phai Sub-district, Dan Makham Tia District, Kanchanaburi should connect the database between organization without delay, resulting in the precise and updated information, employ enough personnel for the obligations and implement even more proactive public relation of tax Information.

Keywords: *Tax collection, land and building taxes, local government organization*

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ซึ่งประกาศใช้เมื่อวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2560 ได้บัญญัติไว้ในหมวดที่ 14 เรื่องการปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดให้รัฐต้องดำเนินการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีรายได้เป็นของตนเอง เพื่อส่งเสริมให้หน่วยงานสามารถพึ่งพาตนเองสอดคล้องกับนโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ดังนั้น การจัดเก็บภาษีจึงเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากเป็นรายได้ที่นำมาใช้ในการพัฒนาภายในเขตพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ และเนื่องจากภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างนั้น มีความซับซ้อนในการคำนวณซึ่งมีการแยกรายละเอียดปลีกย่อยมากมาย ประชาชนขาดความรู้และความเข้าใจ ฉะนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการส่งเสริม สนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้

เพื่อให้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน หากมีการคลาดเคลื่อน อาจเกิดปัญหาตามมา ส่งผลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถจัดเก็บภาษีได้ตามเป้าหมาย

จากการศึกษาข้อมูลการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ.2563 – 2566 พบว่า มีจำนวนแปลงที่ดินในเขตตำบลหนองไผ่ จำนวน 2,628 แปลง แม้ว่ารายได้จากยอดชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเพิ่มขึ้นทุกปี แต่การจัดเก็บภาษีตามฐานข้อมูลแปลงที่ดินในเขตตำบลหนองไผ่ คิดเป็นร้อยละ 14.69 ร้อยละ 15.64 ร้อยละ 15.83 และร้อยละ 19.75 ตามลำดับ ซึ่งยังเพิ่มขึ้นไม่ถึง ร้อยละ 50 ของแปลงที่ดินทั้งหมดที่มีอยู่

ดังนั้น ในการบริหารการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เพื่อเป็นการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงาน คณะผู้ทำการวิจัย จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ โดยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารการจัดเก็บภาษี ให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและใช้สื่อประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี

แนวคิดทฤษฎีและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่

ข้อมูลการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ในปี 2563 -2566 องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ จัดเก็บรายได้จากภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง จากฐานข้อมูลของกรมที่ดินและข้อมูลที่มีอยู่ในฐานข้อมูลขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ มีที่ดินในเขตตำบลหนองไผ่จำนวน 2,628 แปลง โดยได้จัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างได้ดังนี้ ในปี 2563 จัดเก็บภาษีได้ 386 แปลง ในปี 2564 จัดเก็บภาษีได้ 411 แปลง ในปี 2565 จัดเก็บภาษีได้ 416 แปลง และในปี 2566 จัดเก็บภาษีได้ 519 แปลง เป็นร้อยละ 14.69 ร้อยละ 15.64 ร้อยละ 15.83 และร้อยละ 19.75 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ ยังไม่สามารถจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างได้ครบตามฐานข้อมูลที่ดินของตำบลหนองไผ่ ซึ่งเพิ่มขึ้นไม่ถึงร้อยละ 50 ของแปลงที่ดินทั้งหมดที่มีอยู่

2. แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม คือ การกระทำที่มีความเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน แสดงออกความคิดเห็นร่วมกันตัดสินใจ เพื่อที่จะให้งานสำเร็จไปถึงเป้าหมาย ก่อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูล ซึ่งกันและกัน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิด พิจารณาและตัดสินใจร่วมกันปฏิบัติและรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวมในการบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของสังคม

ความหมายของการมีส่วนร่วมได้สรุปจากทรงวุฒิ เรื่องวาทศิลป์ (2550: 62-70) ซึ่งได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การได้เปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้มีบทบาทหน้าที่ในการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งตามความเหมาะสม เพื่อนำปัญหามาแก้ไขปรับปรุง ในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด

พงศ์พันธ์ แก้วหาวงษ์ (2550: 40) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง วิธีการที่ตัดสินใจ การดำเนินการ ร่วมคิดร่วมกระทำต่าง ๆ อีกทั้งร่วมช่วยเหลือป้องกัน แก้ไขปัญหา และ ประเมินผลในกิจการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองและประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตตามวัตถุประสงค์ที่ได้ร่วมกันกำหนดไว้

3. ทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ แบ่งออกได้เป็นมี 3 ทฤษฎีตามแนวคิดของนักจิตวิทยาท่านต่าง ๆ ได้แก่ ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม ทฤษฎีมนุษยนิยม และทฤษฎีพุทธิปัญญานิยม

ซูทิตย์ ปานปรีชา (2551: 45-46) ได้ศึกษาทฤษฎีมนุษยนิยม โดยมีทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs) คือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ได้ตั้งสมมติฐานของสิ่งจูงใจว่าเกิดจากความต้องการของมนุษย์ และเชื่อว่าส่วนใหญ่มีความต้องการอยู่เสมอ เมื่อได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจในสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ถือเป็นลักษณะธรรมชาติ

ผู้เขียนได้สรุปสาระสำคัญของสูรางค์ ไคว์ตระกูล (2565: 154-164) ที่ได้ศึกษาทฤษฎีพุทธิปัญญานิยม ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เน้นกระบวนการรับรู้และการคิด มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและความรู้ความเข้าใจ พบว่า แนวคิดของปัญญานิยมที่นิยมใช้กันแพร่หลาย ได้แก่ ทฤษฎีการอ้างสาเหตุของวายเนอร์ (Weiner's Attribution Theory) เชื่อว่ามนุษย์มีความอยากรู้และความอยากเข้าใจ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ขึ้น พฤติกรรมหนึ่งของแต่ละบุคคลจากสาเหตุที่ไม่เหมือนกันเนื่องจากมีความรู้และความเข้าใจที่แตกต่างกันได้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิยะดา ตีสง่า (2554: 40-45) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของเทศบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ต้นทุนในการจัดเก็บภาษีต้องน้อยกว่าต้นทุนที่ใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ และรายได้ที่จัดเก็บภาษีต้องมากกว่าต้นทุนในการจัดเก็บภาษี จึงถือเป็นการจัดเก็บภาษีที่มีประสิทธิภาพ

รุ่งไพลิน บุญหล้า (2563: 12-17) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี พบว่า การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างมีประสิทธิภาพ ต้องมีความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างได้ครบถ้วนตามหนังสือแจ้งประเมินภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง การปรับปรุงข้อมูลผู้เสียภาษีให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน การตรวจสอบติดตามเร่งรัดภาษีที่ค้างชำระสม่ำเสมอ

วราภรณ์ ธรรมาภิสมัย, และศิริศักดิ์ เหล่าจันทาม (2563: 246-260) ได้ศึกษาเรื่อง ความพร้อมในการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า การประชาสัมพันธ์ยังคงใช้รูปแบบเดิม เช่น การติดต่อกับการพูดคุยทั้งในและนอกสถานที่ การส่งไปรษณีย์ ทำให้ประชาชนทราบ ไม่ทั่วถึง และเห็นได้ว่าไม่มีเทศบาลแห่งใดนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เช่น การสร้างกลุ่มไลน์ (line) หรือ บัญชีทางการไลน์ (Line Official Account) และการส่งข้อความทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เพื่อเป็นการเข้าถึงบริการและการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย

5. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 มาตรา 7, 35, 37, 68 และมาตรา 88 กำหนดรายละเอียดในการจัดเก็บภาษี โดยกำหนดให้ผู้มีหน้าที่จัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ซึ่งมีอำนาจจัดเก็บภาษีจากที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น และให้ภาษีที่เก็บได้ดังกล่าวเป็นรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ โดยการคำนวณมูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง จะคำนวณฐานภาษีจากมูลค่าทั้งหมดของที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้าง ตามหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้ 1) ที่ดิน ใช้ราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดินเป็นเกณฑ์ 2) สิ่งปลูกสร้าง ใช้ราคาประเมินทุนทรัพย์สิ่งปลูกสร้างเป็นเกณฑ์ 3) สิ่งปลูกสร้างที่เป็นห้องชุดใช้ราคาประเมินทุนทรัพย์ห้องชุดเป็นเกณฑ์ ในส่วนของอัตราภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เก็บตามการใช้ประโยชน์ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ได้แก่ 1) ประกอบเกษตรกรรมให้มีอัตราภาษีไม่เกิน ร้อยละ 0.15 ของฐานภาษี 2) ที่ใช้ประโยชน์เป็นที่อยู่อาศัยให้มีอัตราภาษีไม่เกิน ร้อยละ 0.3 ของฐานภาษี 3) ที่ใช้ประโยชน์อื่นให้มีอัตราภาษีไม่เกิน ร้อยละ 1.2 ของฐานภาษี และ 4) ที่ทิ้งไว้ว่างเปล่าหรือไม่ได้ทำประโยชน์ตามควรแก่สภาพให้มีอัตราภาษีไม่เกิน ร้อยละ 1.2 ของฐานภาษี

6. อำนาจหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ขั้นตอนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ก่อนเริ่มการจัดเก็บให้ผู้บริหารท้องถิ่นแต่งตั้งปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นพนักงานประเมิน แต่งตั้งผู้อำนวยการกองคลังหรือหัวหน้าส่วนการคลังเป็นพนักงานเก็บภาษี และแต่งตั้งเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีเป็นพนักงานสำรวจ

ภายหลังการแต่งตั้งพนักงาน ให้เริ่มทำการสำรวจที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ในการสำรวจที่ดินทั้งมีสิ่งปลูกสร้างและที่ไม่มีสิ่งปลูกสร้าง ให้สำรวจข้อมูลเอกสารสิทธิต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ครอบครองและที่ดิน หากมีการใช้ประโยชน์ที่ดินหลายประเภทให้วัดขนาดของที่ดินตามการใช้ประโยชน์ เมื่อสำรวจ

ข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ให้นำข้อมูลกรอกลงในแบบบัญชีรายการที่ดินและสิ่งปลูกสร้างปิดประกาศบัญชีรายการที่ดินและสิ่งปลูกสร้างไว้ที่ทำการขององค์กรปกครองท้องถิ่นเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 30 วัน และส่งข้อมูลตามบัญชีรายการที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยส่งทางไปรษณีย์ตอบรับหรือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ประชาชนมาชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในระยะเวลาที่กำหนด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบกับการจัดประชุมสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษารูปแบบการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างพื้นที่ของตำบล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยการศึกษาจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาจากภาคสนาม ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) และการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (focus group)

2. ประชากรกลุ่มเป้าหมายและการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย

2.1 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้หน่วยในการวิเคราะห์ในระดับจุลภาค (micro level) คือระดับบุคคล แบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มเป้าหมายหลักที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) ได้แก่ นายกองจัดการบริหารส่วนตำบล ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้อำนวยการกองคลัง หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและจัดเก็บรายได้ เจ้าหน้าที่งานจัดเก็บรายได้ กำนัน และผู้ใหญ่บ้าน โดยการอภิปรายผลจะไม่มีเปิดเผยข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเป็นการปกป้องสิทธิของข้อมูลผู้ให้คำสัมภาษณ์ 2) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้สำหรับการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (focus group) เป็นกลุ่มเดียวกันกับการสัมภาษณ์ โดยเป็นการสนทนากลุ่มเพื่อสังเคราะห์ความคิดเห็นร่วมกัน

2.2 การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ถูกเลือกแบบเจาะจงซึ่งเป็นผู้นำชุมชนหรือมีประสบการณ์ ที่สามารถให้ความรู้ ความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดเก็บภาษี และยินดีถ่ายทอดข้อมูล โดยกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 7 คน ซึ่งผู้วิจัยจะเน้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อำนวยการกองคลัง หัวหน้าฝ่ายพัฒนาและจัดเก็บรายได้ และผู้ใหญ่บ้าน เนื่องจากเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาโดยตรง ส่วนในกลุ่มอื่นนั้นเป็นการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้แนวคิดที่เกี่ยวกับปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาในมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ และกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สำหรับการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) จำนวน 30 คน ด้วยการจัดสนทนากลุ่ม จำนวน 2 ครั้ง แบ่งออกเป็น ครั้งที่ 1 เพื่อเป็นการศึกษาถึงวิธีการจัดเก็บภาษี ปัญหาและอุปสรรค และครั้งที่ 2 เป็นการสนทนากลุ่ม เพื่อเป็นการสรุปข้อมูลและหาแนวทางการแก้ไขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมก่อนเขียนร่างโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

3. พื้นที่การศึกษาวิจัย ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ชุมชนเข้มแข็ง และความร่วมมือกับภาครัฐเป็นอย่างดี และพบปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในเขตพื้นที่ จึงมีความน่าสนใจ

ในการทำการศึกษาเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่ของตำบลดังกล่าว

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (สัมภาษณ์แบบ face to face) ซึ่งคำถามที่สัมภาษณ์จะเป็นประเด็นที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการของการวิจัย โดยเกิดจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการการถอดถ้อยคำจากการให้สัมภาษณ์แบบคำต่อคำ จดบันทึกการสังเกตการณ์ และคัดลอกข้อความสำคัญจากเอกสารและบันทึกอย่างละเอียด เพื่อให้การตีความและการกำหนดประเด็นที่สำคัญได้อย่างถูกต้องเชื่อถือได้ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปรายงานการดำเนินการ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี

1. ปัญหาด้านการปฏิบัติงาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องแบ่งได้ 2 กรณี ดังนี้

1.1 กรณีปัญหาซึ่งเกิดจากการไม่สามารถส่งหนังสือแจ้งประเมินภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างไปถึงผู้เสียภาษีได้ อาจเกิดจากการที่ไปรษณีย์ติดขัดในการนำส่ง หรือเจ้าของที่ดินเปลี่ยนที่อยู่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ที่ดิน หรือย้ายไปอยู่ที่อื่น ทำให้ติดต่อเจ้าของที่ไม่ได้ และเจ้าของที่ดินไม่ได้มาแจ้งกับทางหน่วยงาน ทำให้ไม่ได้รับหนังสือแจ้งชำระภาษี และไม่ได้มาชำระภาษีจนเกินกำหนด เป็นเหตุให้มีหนี้ค้างชำระ

1.2 ปัญหาการเชื่อมโยงข้อมูลผู้ถือครองที่ดินระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) กรมที่ดิน และสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) ให้เป็นปัจจุบัน ในการรับข้อมูลที่ปรับปรุงทุก 4 ปี ซึ่งไม่เพียงพอสำหรับการนำมาอ้างอิงในการจัดเก็บภาษีซึ่งจะต้องมีการจัดเก็บเป็นรายปี รวมถึงปัญหาข้อจำกัดจำนวนผู้ที่สามารถชำระระบบได้

2. ปัญหาด้านบุคลากร

การขาดแคลนบุคลากรผู้เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี ซึ่งปัจจุบันมีเพียง 2 คน ซึ่งอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ และไม่สอดคล้องกับภาระงานในหน้าที่เพื่อการจัดเก็บภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง และสภาพการณ์ของชุมชนที่มีชั้นตอนลงพื้นที่การสำรวจและประเมินที่ดินแบบเชิงรุก ทำให้การสำรวจที่ดินทั้งหมดในตำบลหนองไผ่เป็นไปได้ยาก

3. ปัญหาด้านงบประมาณ

งบประมาณสำหรับการจัดจ้างยังมีไม่เพียงพอที่จะจัดจ้างเจ้าหน้าที่หรือเอกชนเข้ามาช่วยในงานเฉพาะด้าน อาทิ กระบวนการสำรวจและประเมินพื้นที่ จึงส่งผลให้ทราบจำนวนพื้นที่เดิมไม่เต็มประสิทธิภาพของการจัดเก็บภาษี

4. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์

4.1 การใช้ภาษาที่เป็นทางการจนเกินไป ในการแจ้งชำระภาษีผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ไม่เข้าใจว่าชื่อเรียกหน่วยในการจัดเก็บภาษี ตรงกับการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินมีหรือไม่ จึงไม่ได้ชำระภาษี

4.2 การเลือกใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ค่อนข้างครอบคลุม แต่ชุมชนดังกล่าวส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรม และผู้ถือครองที่ดินส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งมีปัญหาทางด้านสายตาและเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงไม่สามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงปัจจุบันเสียงตามสายของหมู่บ้านไม่สามารถใช้งานได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอตาดำนครชัย จังหวัดกาญจนบุรี
คณะผู้วิจัยสรุปปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผู้เสียภาษี

การสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงหน้าที่และความสำคัญของการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอย่างยั่งยืน และเกิดจากความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย หากประชาชนไม่ให้ความร่วมมือเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษี รัฐย่อมไม่อาจจัดเก็บภาษีให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ได้

2. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี

เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บรายได้ หน่วยงานควรมีเจ้าหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีที่ปฏิบัติหน้าที่ในอัตราที่เพียงพอต่อปริมาณและลักษณะของงานซึ่งต้องลงพื้นที่ในเชิงรุก การมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่โดยเฉพาะในแต่ละด้านซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานเฉพาะทาง ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการบริหารการจัดเก็บภาษีมากขึ้น

3. ด้านมาตรการและการดำเนินการจัดเก็บภาษี

3.1 การประชาสัมพันธ์ความรู้ทางด้านกฎหมายและการดำเนินการใช้มาตรการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างแท้จริง ซึ่งประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการชำระภาษี หน่วยงานรัฐควรเร่งดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านเข้าใจภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และเข้าถึงขั้นตอนการชำระภาษี โดยสะดวก และใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่เป็นการทางการจนเกินไป รวมถึงเสริมสร้างความรู้กฎหมายเกี่ยวกับภาษี

3.2 การจัดสรรงบประมาณเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง ในการจัดทำแผนรายจ่ายด้านงบประมาณของหน่วยงานวางจุดมุ่งหมาย แผนการปฏิบัติงาน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และความคุ้มค่าในระยะยาวเมื่อเทียบผลลัพธ์รายได้ที่จัดเก็บกับต้นทุนค่าใช้จ่ายงบประมาณที่เพิ่มขึ้น ส่วนการจัดสรรด้านงบประมาณสำหรับบุคลากร หน่วยงานควรจัดแบ่งให้มีงบประมาณสำหรับจ้างเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีให้เพียงพอเหมาะสมต่อภาระงาน และพิจารณาจัดจ้างหน่วยงานเอกชนซึ่งมีความสามารถและเครื่องมือเฉพาะทางมาช่วยในกระบวนการสำรวจและประเมินพื้นที่ จะสามารถเป็นการแบ่งเบาภาระของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานและส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของเจ้าหน้าที่ให้เพิ่มขึ้นได้

3.3 ความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลที่มีกับผู้ถือครองทรัพย์สินจริง ซึ่งการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ มีปัญหาข้อมูลของผู้ชำระภาษีที่มีในระบบไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง และไม่เป็นปัจจุบัน ในการนี้ คณะผู้วิจัยเห็นว่า การปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้อง และเป็นปัจจุบันเกิดได้จากการบูรณาการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานจัดเก็บภาษี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างกรมที่ดินและสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อ การเกษตรกรรม รวมทั้งผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานจัดเก็บภาษีจะต้องมีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1

1. ปัญหาด้านการปฏิบัติงาน

ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เห็นไปในทางเดียวกันว่า ปัญหาข้อมูลของผู้ชำระภาษีที่มีในระบบไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง และไม่มีความเป็นปัจจุบัน เป็นหนึ่งในปัญหาหลักซึ่งเป็นเหตุอันนำไปสู่การมีหนี้ภาษีค้างชำระ ไม่ว่าจะด้วยเหตุที่ไม่สามารถแจ้งประเมินภาษีกับประชาชนผู้เสียภาษีได้เพราะขนส่งไปรษณีย์ติดขัดในการนำส่ง หรือผู้ถือครองที่ดินมีการเปลี่ยนแปลง มีการโอน-ขายที่ดินให้กับบุคคลอื่น โดยที่ผู้ถือครองไม่ได้แจ้งกับหน่วยงาน รวมถึงการที่ผู้ถือครองที่ดินย้ายถิ่นฐานไปอยู่จังหวัดอื่นหรือประเทศอื่น อันเนื่องมาจากการทำงาน หรือการดำรงชีพ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญท่านหนึ่ง กล่าวว่

“ปัญหาที่พบ คือบางคนที่เราส่งหนังสือไปแต่ไม่ได้รับหนังสือเพราะว่า เนื่องจากไปรษณีย์ติดขัดในการนำส่ง หรือบางที่เจ้าของที่ดินเปลี่ยนที่อยู่ใหม่ ก็จะมีการตีหนังสือแจ้งกลับ ทำให้ประชาชนไม่ได้มาชำระภาษี และเป็นเหตุของการมีหนี้ค้างชำระ บางที่เป็นคนที่ไม่อยู่ในพื้นที่แล้วก็ไม่ได้รับหนังสืออีก”

กรณีปัญหาดังกล่าว พนักงานผู้จัดเก็บภาษีได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นโดยให้พนักงานติดต่อกับผู้ชำระภาษีโดยตรง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถขอกับตัวผู้ชำระภาษีได้ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องมีการดำเนินการลงพื้นที่แบบเชิงรุก ในขณะที่เดียวกันควรมีการปลูกฝังประชาชนให้มีความร่วมมือในการแจ้งข้อมูลแก่หน่วยงานเมื่อข้อมูลผู้ถือครองมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อแก้ปัญหาได้อย่างตรงประเด็นและครอบคลุมรอบด้าน

ในส่วนของระบบฐานข้อมูลผู้เสียภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลไฟในปัจจุบันที่ยังไม่สมบูรณ์ อันเนื่องมาจากการเชื่อมโยงข้อมูลผู้ถือครองที่ดินระหว่างหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อ.ป.ท.) กรมที่ดิน และสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม (ส.ป.ก.) เพื่อส่งข้อมูลให้ทางท้องถิ่นนำไปเป็นข้อมูลจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญเห็นว่าข้อมูลที่ส่งให้ทางหน่วยงานทุก 4 ปี ไม่เพียงพอ หรือไม่เพียงพอสำหรับการนำมาอ้างอิง ในการจัดเก็บภาษี ซึ่งจะต้องมีการจัดเก็บเป็นรายปี รวมถึงปัญหาข้อจำกัดจำนวนผู้ที่สามารถเข้าระบบได้ ฉะนั้น เห็นควรให้มีการส่งข้อมูลปีต่อปีแก่ทางหน่วยงานผู้จัดเก็บภาษี และแก้ไขระบบการเข้าถึงข้อมูลให้เข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น

2. ปัญหาด้านบุคลากร

การเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี ยังคงมีปัญหาด้านบุคลากรซึ่งไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ ในขณะที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่มีบุคลากรผู้เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีเพียง 2 คน ซึ่งอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ และไม่สอดคล้องกับปริมาณงานในหน้าที่จัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ส่งผลให้การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ปัจจุบันมีขั้นตอนลงพื้นที่การสำรวจและประเมินที่ดิน และมีลักษณะการทำงานแบบเชิงรุก ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญท่านหนึ่ง กล่าวว่า

“บุคลากรที่ทำหน้าที่จัดเก็บภาษีมีแค่ 2 คน และเป็นผู้หญิงทั้งคู่ ซึ่งทำให้การออกสำรวจพื้นที่ทั้งหมดทั้งตำบลเป็นไปได้ยาก เพราะมีที่ดิน 2,000 กว่าแปลง แม้ว่าจะลงพื้นที่เชิงรุกไปหาชาวบ้านได้มากขึ้น แต่การที่จะไปวัดที่ดิน สำรวจที่ดินตามขั้นตอนการจัดเก็บภาษีมันทำยาก เจ้าหน้าที่ทั้ง 2 คนก็มีงานอื่น ๆ ในหน้าตักของตัวเอง จะไปทุกวันเลยมันก็ยาก”

ดังนั้นแล้ว หากสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่อนุมัติให้เพิ่มอัตราจ้างพนักงานจัดเก็บภาษีหรือจ้างเอกชนดำเนินการสำรวจและจัดทำแผนที่ภาษี หรือเข้ามาช่วยในการปฏิบัติอาจส่งผลดีในระยะยาวให้กับหน่วยงาน ซึ่งจะทำให้หน่วยงานได้รับข้อมูลครบถ้วนมากขึ้น ลดภาระงานของเจ้าหน้าที่ และดำเนินการจัดเก็บภาษีได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าปัจจุบัน

3. ปัญหาด้านงบประมาณ

การปรับปรุงนโยบายเพิ่มงบประมาณจัดจ้างข้าราชการหรือเอกชนมาดำเนินการสำรวจและจัดทำแผนที่ภาษีที่ดินของชาวบ้านที่ถือครองที่ดิน หรือปฏิบัติหน้าที่อื่นใดเพื่อการจัดเก็บภาษีนั้น

แม้จะมีประสิทธิภาพมากกว่า แต่รายได้ของการจัดเก็บภาษีก็อาจไม่เพียงพอต่อการจ้าง ทำให้ไม่ผ่านการอนุมัติจากสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ โดยผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญท่านหนึ่ง กล่าวว่า

“การจัดเก็บภาษีในแต่ละปีได้น้อย ไม่คุ้มกับการจ้างเอกชนมาวัดแปลงที่ดิน เขาคิดแปลงละ 250 บาทต่อแปลง ทั้งตำบลมี 2,000 กว่าแปลง แต่ที่ผ่าน มา เก็บได้แค่ไม่กี่หมื่นเอง หรือแสนต้น ๆ ทางสภาเขาถึงไม่เห็นด้วยกับการ ตั้งงบประมาณตรงนั้นให้เรา พอไม่ได้วัดแปลงทั้งหมด ไม่สามารถอัปเดตแปลงที่ดิน ทำให้มันเป็นปัจจุบันไม่ได้ รวมกับเจ้าหน้าที่เราลงพื้นที่เองได้ไม่ทั่วถึง ข้อมูลจากกรมที่ดินหรือ ส.ป.ก. อัปเดต 4 ปีครั้ง และมีการ เปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับที่ดินอะไรก็ตามซึ่งชาวบ้านเขาไม่ได้มาแจ้งมันก็เป็น ปัญหาต่อเนื่องกันไปหมด”

ทั้งนี้ การเพิ่มอัตราจ้างเจ้าพนักงานจัดเก็บภาษีอาจมีผลต่อการจัดสรรงบประมาณในระยะยาว ในกรณีข้างต้นเสนอให้มีการจ้างเอกชนเข้ามาช่วยในกระบวนการสำรวจและประเมินพื้นที่ ซึ่งเป็นการแบ่งเบาภาระของเจ้าหน้าที่ให้มีจำนวนเพียงพอต่อการปฏิบัติงานในแต่ละด้านและส่งผล ให้เกิดประสิทธิภาพ ในการจัดเก็บภาษีของเจ้าหน้าที่เพิ่มขึ้นได้

ในขณะเดียวกัน การวางแผนปฏิบัติงานด้านงบประมาณจะต้องคำนึงถึงการบริหารจัดการ ด้านการใช้จ่ายงบประมาณที่ดีและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ สอดคล้องกับแนวคิดของวิยะดา ดีสง่า (2554: 40-45) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของเทศบาลในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสรุปแนวคิดว่าการจัดเก็บภาษีที่มีประสิทธิภาพ จะต้องมียุทธศาสตร์ในการ จัดเก็บภาษีน้อยกว่าต้นทุนที่ใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ และรายได้ที่จัดเก็บภาษีต้องมากกว่าต้นทุนในการ จัดเก็บภาษี โดยอาจมีการกำหนดกฎเกณฑ์เรื่องค่าใช้จ่ายและกำหนดเป้าหมายของรายได้ เมื่อเทียบ ผลลัพธ์รายได้ที่จัดเก็บกับต้นทุนค่าใช้จ่ายงบประมาณที่เพิ่มขึ้น ก่อนเริ่มการดำเนินการปฏิบัติให้เป็น ผลสัมฤทธิ์

4. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์

สำหรับปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของชุมชน ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประชาสัมพันธ์ อย่างมากและเป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขได้นั้น ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญมีความเห็นว่า ปัญหาข้อมูลการแจ้ง ชำระภาษีผ่านทางป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ทางต่าง ๆ นั้น ใช้ภาษาที่เป็นทางการ จนเกินไป ทำให้ประชาชนบางส่วนไม่เข้าใจว่าในปีนั้น ๆ ตนจะต้องเสียภาษีอะไรบ้าง โดยผู้ให้ข้อมูลคน สำคัญท่านหนึ่ง กล่าวว่า

“การติดป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ในตำบลให้ชาวบ้านได้เห็นได้ อ่าน เพื่อให้เขาไปชำระภาษี อันนี้เป็นเรื่องที่ดี แต่ชาวบ้านบางคนก็ไม่ เข้าใจภาษาราชการ เช่น หนังสือ น.ส.4 จ. หนังสือรับรองการทำประโยชน์

หนังสือแสดงสิทธิในที่ดิน ข้อความพวกนี้ที่เห็นในป้ายประชาสัมพันธุ์ มัน
ทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจจริง ๆ ว่ามันคืออะไร และฉันต้องเสียภาษีอะไรบ้าง”

ดังนั้น การประชาสัมพันธุ์การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง สามารถสื่อสารให้เข้าใจได้โดยง่าย โดยอาศัยช่องทางที่ใกล้ชิดกับประชาชนยิ่งขึ้น อาจแจ้งผ่านผู้นำชุมชน หรือเจ้าหน้าที่ดำเนินการลงพื้นที่ พูดคุยแจ้งข้อมูลให้แก่ประชาชนโดยตรง ตามวาระการประชุมแต่ละเดือนของแต่ละหมู่บ้านในตำบล หนองไผ่ได้ เพื่ออำนวยความสะดวกไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมากเกินไปในทางปฏิบัติ ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความร่วมมือกันของคนในชุมชน และทักษะของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างเพื่อให้การจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ดังกล่าว สอดคล้องกับหลักการที่นักวิชาการหลายท่านได้เสนอไว้ คือ ทรงวุฒิ เรื่องวาทศิลป์ (2550: 2-70) ให้ความเห็นว่า การเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทร่วมในกิจกรรม ทุกประการตามกำลังความสามารถของสมาชิกไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตาม ตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกันนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข เป็นส่วนช่วยพัฒนางานในกลุ่มให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของพงศ์พันธ์ แก้วหาวงษ์ (2550: 40) ได้ให้ความหมาย ไว้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง วิธีการที่ตัดสินใจ การดำเนินการ ร่วมคิด ร่วมฟัง ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมสำรวจปัญหา ร่วมลงทุน ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือป้องกันและแก้ไข ปัญหา และร่วมประเมินผลในกิจการ ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคล ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อพัฒนา ความสามารถของตนเอง และเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตตามวัตถุประสงค์ที่กลุ่มบุคคลได้ร่วมกัน กำหนดไว้

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญทุกท่านเห็นไปในทางเดียวกันว่า ความรู้ด้านกฎหมาย ของผู้จัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่ทำการจัดเก็บภาษีนั้นมีความสำคัญมากและต้องมีความเชี่ยวชาญ ทางด้านกฎหมาย ซึ่งรวมไปถึงการเสริมสร้างความรู้เหล่านั้นไปสู่ชุมชนที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เมื่อมีนโยบายทางภาษีออกมาประจำปีงบประมาณ โดยกระจายความรู้ผ่านผู้นำ ชุมชนซึ่งมีความใกล้ชิด เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจชาวบ้านในพื้นที่ ก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด โดยผู้ให้ ข้อมูลคนสำคัญท่านหนึ่ง กล่าวว่า

“หากทางเจ้าหน้าที่บอกวิธีการเก็บภาษี การคิดคำนวณยอดคร่าว ๆ หรือ บอกประโยชน์ บอกโทษ หรือบอกข้อมูลด้านกฎหมายของภาษีที่ดินและสิ่ง ปลูกสร้าง ให้ชาวบ้านหรือผู้นำชุมชนได้ จะส่งผลดี ประชาชนจะอยากไป เสียภาษีมากขึ้น”

ฉะนั้น การประชาสัมพันธุ์และเสริมสร้างให้ความรู้เรื่องกฎ ระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แก่บุคลากรในชุมชน โดยผ่านผู้นำชุมชนซึ่งมีความใกล้ชิดกับชาวบ้านนำส่งต่อความรู้ให้ชาวบ้านเข้าใจ และสามารถเข้าถึงขั้นตอนการชำระภาษีได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เช่น การชำระผ่านคิวอาร์โค้ด การโอนเข้า

บัญชี องค์การบริการส่วนตำบลโดยตรง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 2

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอด่านมะขามเตี้ย จังหวัดกาญจนบุรี สามารถวิเคราะห์และสังเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้าน การคลังและภาษี และบุคคลในชุมชนที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งพิจารณากฎหมายเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยสรุปปัจจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผู้เสียภาษี

ปัจจัยประการแรกที่ส่งผลให้การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นั่น คือ การสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงหน้าที่และความสำคัญของการเสียภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีอย่างยั่งยืน และเกิดจาก ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย หากประชาชนไม่ให้ความร่วมมือเพื่อประโยชน์ในการจัดเก็บภาษี รัฐย่อมไม่อาจจัดเก็บภาษีได้ตามเป้าประสงค์

2. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี

ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีซึ่งปฏิบัติงานด้านการจัดเก็บภาษีขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ได้จากการสัมภาษณ์รวบรวมข้อมูล จำนวนเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีประจำองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ มีเพียง 2 ราย เมื่อเทียบกับปริมาณพื้นที่ในเขตที่รับผิดชอบแล้วนับว่ามีปริมาณเจ้าหน้าที่น้อยและไม่สอดคล้องเพียงพอสำหรับการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งเป็นการเพิ่มภาระแก่เจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีทำให้รับผิดชอบงานหลายด้านมากเกินไป ก่อให้เกิดการซ้อนทับงานหลายงานในเจ้าหน้าที่รายเดียว

เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี หน่วยงานควรมีเจ้าหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีที่ปฏิบัติหน้าที่ในอัตราที่เพียงพอต่อปริมาณและลักษณะของงาน การมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่โดยเฉพาะในแต่ละด้านซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานเฉพาะทาง ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการบริหารการจัดเก็บภาษีมากขึ้น อาทิ การจ้างเอกชนเข้ามาช่วยในกระบวนการสำรวจและจัดทำแผนที่ภาษี เนื่องด้วยการปฏิบัติงานในด้านดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะทางการจ้างหน่วยงานเอกชนซึ่งมีความรู้ความสามารถและเครื่องมือเฉพาะทางที่เหมาะสมจะส่งผลดีต่อการจัดเก็บในระยะยาว ทำให้ได้ข้อมูลที่ดินครบถ้วน สะดวก รวดเร็วและคุ้มค่า สอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญท่านหนึ่ง กล่าวว่

“ในความคิดเห็น ถ้าทางสภาเขาเห็นด้วยว่าการจ้างเอกชนมาทำแผนที่ภาษีถึงแม้มันจะใช้งบมากหน่อย แต่ใช้ครั้งเดียวจบ มันจะดีต่อเราหลายๆ เพราะเราจะไม่ต้องลงสำรวจเองทุกแปลง มีทั้งภาพถ่ายสิ่งปลูกสร้างและ

ข้อมูลแปลงที่ดิน ครอบถ้วนด้วย เพราะเอกชนเขาจะยิงดาวเทียมเก็บข้อมูล
ให้ เรามองว่ามันคุ้มค่านะ”

3. ด้านมาตรการและการดำเนินการจัดเก็บภาษี

3.1 การประชาสัมพันธ์ความรู้ทางด้านกฎหมายและการดำเนินการใช้มาตรการจัดเก็บภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างแท้จริง แนวทางการประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับข้อเท็จจริงและสภาพการณ์ของแต่ละชุมชน ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้และความเข้าใจ รวมทั้งการเข้าถึงการชำระภาษีของประชาชนเป็นอย่างมาก

จากข้อเท็จจริงของลักษณะพื้นที่ตำบลหนองไผ่นั้นเป็นพื้นที่ป่าจำนวนมาก ทำให้ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม อีกทั้งผู้ถือครองที่ดินและสิ่งปลูกสร้างมีแนวโน้มเป็นวัยกลางคนไปจนถึงผู้สูงอายุ ซึ่งมีความขัดข้องในการใช้เทคโนโลยีรวมถึงมีปัญหาด้านสายตา การทำงานของเจ้าหน้าที่ที่เหมาะสมจึงมีลักษณะการทำงานแบบเชิงรุก มีการลงพื้นที่จริง และในขณะเดียวกันตำบลหนองไผ่สามารถใช้ประโยชน์ของการเป็นชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งมีผู้นำที่มีความใกล้ชิดกับผู้คนในชุมชน มีความสามารถในการกระจายข่าวสาร รวมไปถึงรวบรวมข้อมูลของประชาชนในท้องที่

3.2 การจัดสรรงบประมาณเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างการจัดทำแผนรายจ่ายด้านงบประมาณของหน่วยงานรัฐต้องคำนึงถึงหลักการบริหารราชการอย่างมีประสิทธิภาพและหลักความคุ้มค่าในเชิงภารกิจรัฐ โดยวางจุดมุ่งหมาย แผนการปฏิบัติงาน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และความคุ้มค่าในระยะยาวเมื่อเทียบผลลัพธ์รายได้ที่จัดเก็บกับต้นทุนค่าใช้จ่ายงบประมาณที่เพิ่มขึ้น ก่อนเริ่มการดำเนินการปฏิบัติให้เป็นสัมฤทธิ์ผลตามแผนต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิยะดา ดีสง่า ผู้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของเทศบาล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การจัดสรรด้านงบประมาณสำหรับบุคลากร หน่วยงานควรจัดแบ่งให้มีงบประมาณสำหรับจ้างเจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีให้เพียงพอต่อภาระงาน และพิจารณาจัดจ้างหน่วยงานเอกชน ซึ่งมีความสามารถและเครื่องมือเฉพาะทางมาช่วยในกระบวนการสำรวจและประเมินพื้นที่ จะสามารถเป็นการแบ่งเบาภาระของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานและส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีของเจ้าหน้าที่ให้เพิ่มขึ้นได้

3.3 ความถูกต้องและเป็นปัจจุบันของข้อมูลที่มีกับผู้ถือครองทรัพย์สินจริง โดยผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ มีปัญหาข้อมูลของผู้ชำระภาษีที่มีในระบบไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง และไม่เป็นปัจจุบัน ในการนี้ คณะผู้วิจัยเห็นว่า การปรับปรุงข้อมูลให้ถูกต้องและเป็นปัจจุบันเกิดได้จากการบูรณาการความร่วมมือของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานจัดเก็บภาษี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างกรมที่ดิน และสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม รวมทั้งผู้นำชุมชน และประชาชน ในพื้นที่ด้วย หน่วยงานจัดเก็บภาษีจะต้องมีการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ในขณะเดียวกันประชาชนจะต้องมาแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ผู้จัดเก็บภาษี เพื่อปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและส่งผลให้มีประสิทธิภาพ

ในการจัดเก็บภาษีได้ถูกต้องและครบถ้วนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับความเห็นของรุ่งไพลิน บุญหล้า (2563: 12-17) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการจัดเก็บภาษีของเทศบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างต้องมีความเหมาะสมถูกต้องและเป็นปัจจุบัน จึงจะเกิดประสิทธิภาพในการจัดเก็บอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ในการจัดสรรบุคลากรในการปฏิบัติงานให้เพียงพอต่อภาระงานที่เกิดขึ้นซึ่งต้องคำนึงถึง ปัจจัยเรื่องงบประมาณที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้หน่วยงานรัฐไม่จำเป็นต้องผูกพันในระยะยาว หน่วยงานรัฐอาจพิจารณาจัดทำเป็นโครงการนำร่อง หรือจัดทำสัญญาระยะสั้น เพื่อคำนวณความคุ้มค่าเมื่อเทียบผลลัพธ์ การจัดเก็บที่ได้กับงบประมาณที่เสียไปในการจัดจ้างบุคลากร และสามารถยุติโครงการได้ในเวลาอันสั้น หากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์

1.2 ควรเร่งเสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล ให้ถูกต้อง และเป็นปัจจุบันโดยเร็ว เนื่องจากฐานข้อมูลผู้ถือกรรมสิทธิ์นับเป็นหัวใจหลัก ในการดำเนินการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้มีการปรับปรุงข้อมูล ในระบบเป็นรายปี

2. ข้อเสนอแนะเชิงสังคม

ในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ที่ควรทราบเกี่ยวกับภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างและวิธีการ คำนวณภาษีเบื้องต้น หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้กับประชาชนในท้องที่ โดยอาจดำเนินการผ่านการ ประชุมหมู่บ้านแต่ละเดือนในตำบล เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงและมีส่วนร่วมได้สะดวกยิ่งขึ้น หรือจัดทำ โครงการสัญจรลงพื้นที่ให้ความรู้เชิงรุกแก่ประชาชน โดยวางแผนให้ช่วงเวลาในการจัดโครงการจัดขึ้นก่อน ครบกำหนดรอบชำระภาษี เพื่อให้ประชาชนมีเวลาในการชำระภาษีหลังจากทราบว่าตนมีหน้าที่ชำระภาษี โดยในการออกสัญจรควมรู้ อาจให้บริการรับชำระภาษีไปพร้อมกันด้วยได้

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง สำหรับเอกสารที่รับรอง การเสียภาษีของผู้ที่ครอบครองที่ดิน หรือ ภ.บ.ท.5 ย่อมาจากชื่อเต็มคือ ภาษีบำรุงท้องที่ ในที่นี้องค์การบริหารส่วนตำบล มีหน้าที่รับจ่ายเงินภาษีและลงบันทึกไว้ และออกเอกสารเรียกว่า ภ.บ.ท. 5 ให้ผู้ชำระ ภาษีไว้เป็นหลักฐาน

เอกสารอ้างอิง

- ชูทิพย์ ปานปรีชา. (2551). *จิตวิทยาทั่วไป หน่วยที่ 9. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.*
- ทรงวุฒิ เรื่องวาทศิลป์. (2550). *รายงานการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษา ในพื้นที่บริการของโรงเรียนล้อมแรดวิทยา อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- พงศ์พันธ์ แก้วหาวงษ์. (2550). *รายงานการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการดูแล ช่วยเหลือนักเรียนในสถานศึกษา อำเภอหนองสองห้องสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ขอนแก่น เขต 3. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.*
- รุ่งไพลิน บุญหล้า (2563). *รายงานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.*
- วารภรณ์ ธรรมมาภิสมัย, และศิริศักดิ์ เหล่าจันทาม. (2563). *ความพร้อมในการจัดเก็บภาษีตาม พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน เขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสาร Journal of Modern Learning Development, 5 (6), 246-260.*
- วิยะดา ดีสง่า. (2554). *รายงานการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี ของเทศบาลในเขตอำเภอ เมืองจังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.*
- สำนักงาน ก.ค.. (2562). *มาตรฐานกำหนดตำแหน่ง. https://www.thakhampattani.go.th/news/doc_download/a_191119130359.pdf*
- สุรางค์ ไคว้ตระกูล. (2565). *จิตวิทยาการศึกษา. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*

แรงจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

Motivation Influencing to Career Decision for Hospitality Industry after Graduation of
Senior Bachelor of Business Administration Program in Hotel and Tourism Management,
Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus

นภัสสร ทนทาน^{1*}, กานติมา จันทะสี², นีรมล พัวพันศรี³, กิตติยศ สายสกล⁴, และบริสุทธิ์ แสนคำ⁵
Naphapussom Thonthan^{1*}, Kanthima Chantasee², Niramini Phuapansri³, Kittiyote Saisakol⁴, and Borisuth Saenkam⁵

^{1,2,3,4}นิสิตปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

⁵อาจารย์ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

^{1*,2,3,4}Bachelor's degree students, Bachelor of Business Administration, Major of Hotel and Tourism Management,
Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus

⁵Lecturer, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus

*Corresponding Author, Email: naphapussom.t@ku.th

Received: March 08, 2024

Revised: March 29, 2024

Accepted: April 09, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจในการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน 2) ศึกษาการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ปีการศึกษา 2566 จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมของแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลักษณะของงาน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.70) รองลงมา ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ($\bar{X} = 4.32$,

S.D. = 0.74) ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน (\bar{X} = 4.36, S.D. = 0.71) ด้านการเจริญก้าวหน้าของงาน (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.71) ด้านความมั่นคงในตำแหน่งงาน (\bar{X} = 4.34, S.D. = 0.70) และสังคมเพื่อนร่วมงาน (\bar{X} = 4.32, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

นิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เลือกประกอบอาชีพธุรกิจโรงแรมมากที่สุด รองลงมา คือ ธุรกิจการบิน และธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากผลตอบแทนและสวัสดิการเหมาะสมกับงานที่ได้รับและเพียงพอต่อการดำรงชีวิต โดยมีค่าร้อยละ 28.42

คำสำคัญ: การเลือกประกอบอาชีพ อุตสาหกรรมบริการ นิสิตชั้นปีที่ 4

Abstract

This research aims: 1) explore the motivation factors affecting career decision-making of in the hospitality industry post-graduation of senior students enrolled in the Bachelor degree of Business Administration program, majoring Hotel and Tourism Management, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, and 2) investigate the decision-making process regarding hospitality industry career among their industry post-graduation. Data were gathered through a questionnaire distributed to a sample of 200 senior students enrolled in majoring Hotel and Tourism Management major, Business Administration Program, Faculty of Hospitality industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, during the academic year 2023, and the statistics were analysed by using frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The research findings revealed that overall motivation factors of senior students of 200 were predominantly at the highest average level, ranking from domains: job characteristics (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.70), followed by remuneration and benefits (\bar{X} = 4.32, S.D. = 0.74), working environment (\bar{X} = 4.36, S.D. = 0.71), career advancement opportunities (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.71), job security (\bar{X} = 4.34, S.D. = 0.70), and social aspects (\bar{X} = 4.32, S.D. = 0.77)

Furthermore, senior students enrolling in the Bachelor degree of Business Administration program, majoring Hotel and Tourism Management, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, would tend to choose towards in

the hotel industry careers, followed by aviation and tourism industries. This preference stemmed from would result in the received appropriate remuneration and welfare which would be sufficient for their livings with 28.42% of respondents' preferences.

Keywords: *Career decision-making, hospitality industry, senior students*

บทนำ

ประเทศไทยมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอุตสาหกรรมบริการและที่สำคัญอุตสาหกรรมบริการในขณะนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก จากรายงาน MICE MOVES ดิจิทัลแม็กกาซีนสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่าผลตัวเลขตลาดไมซ์ต่างประเทศในไตรมาสที่ 1 ของปีงบประมาณ 2562 ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ซึ่งเดินทางมาในประเทศไทย 241,407 ราย สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทยรวม 18,031 ล้านบาท โดยค่าใช้จ่ายสูงสุด 3 อันดับแรกมาจาก ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจขายของที่ระลึก การให้บริการลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดี และเนื่องด้วยมีการยกเว้นค่าธรรมเนียม Visa on Arrival ทำให้เอื้อต่อการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่ม เป้าหมายที่สำคัญ อาทิ จีน อินเดีย มาเลเซีย อีกทั้งบรรยากาศภายในประเทศที่เอื้อต่อการเปิดเส้นทางการบิน และความสามารถบริหารจัดการของสายการบินและสนามบินที่ส่งผลให้ท่าอากาศยานหลักสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2562: ออนไลน์)

จากความสำคัญของอุตสาหกรรมบริการ ที่กล่าวมาข้างต้นทำให้สถานศึกษาหลายแห่งในประเทศไทยมีการเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้รับความนิยมนสูงสุดเป็นอันดับสาม (แอดมิชชันพรีเมียม, 2565) และวิทยาเขตที่มีการเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ ได้แก่ วิทยาเขตกำแพงแสน วิทยาเขตศรีราชา โครงการจัดตั้งวิทยาเขตสุพรรณบุรี และวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร จากจำนวนหลักสูตรที่กล่าวมานี้ มีผู้สมัครเรียนที่วิทยาเขตกำแพงแสนมากที่สุดถึง 892 คน คิดเป็นร้อยละ 49.34 (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สำนักบริหารการศึกษาศาสตร์, 2565, ออนไลน์) โดยเปิดสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว โดยเน้นให้เกิดการเรียนรู้เพื่อสามารถนำไปปฏิบัติงานได้จริง สร้างทัศนคติเชิงบวก สร้างปัจจัยด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจกับอาชีพในสายงานธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจบริการ เพราะถ้าสร้างทัศนคติที่ดีต่ออาชีพด้านการบริการ และความหลากหลาย

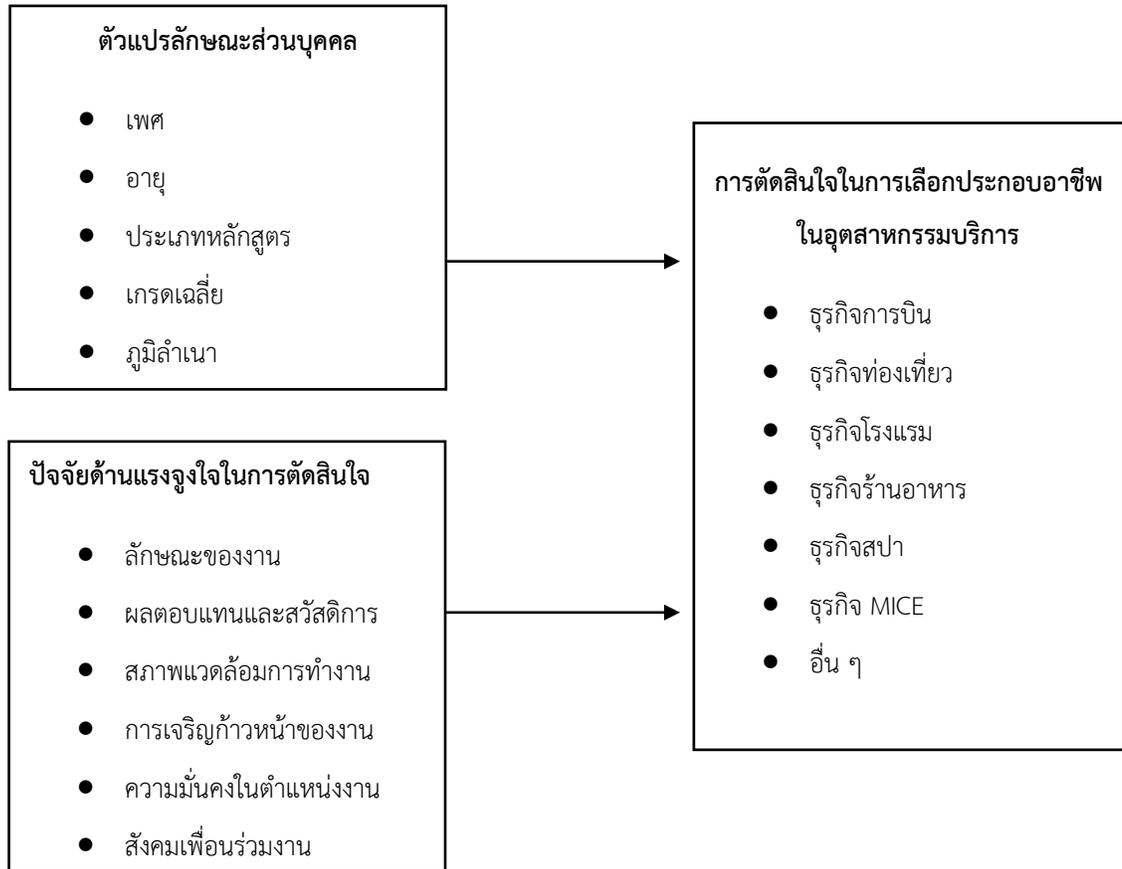
ของทักษะต่าง ๆ ได้ ส่งผลต่อผลของการปฏิบัติงานด้านการบริการของพนักงานในเชิงบวกได้เป็นอย่างดี (ไพลิน บรรพโต: 2562)

จากความสำคัญดังกล่าว การเลือกประกอบอาชีพจึงมีความสำคัญต่อบุคคลหนึ่งเป็นอย่างมาก หากบุคคลนั้น ๆ เลือกประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับตนเองแล้ว ย่อมก่อให้เกิดความสุข และมีโอกาสประสบความสำเร็จในอาชีพสูง (พินโย พรหมเมือง, ม.ป.ป.) คณะผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจและการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่สามารถแสดงถึงความต้องการของนักศึกษา และการมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพในภาคของอุตสาหกรรมบริการเพื่อที่จะสามารถเพิ่มบัณฑิตเข้าสู่ตลาดอุตสาหกรรมบริการ และสถานประกอบการรวมทั้งสถาบันการศึกษา สามารถนำมาใช้สร้างทัศนคติในเชิงบวก และโน้มน้าวให้บัณฑิตอยากทำงานในสายงานที่ได้ศึกษามาโดยตรง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษาสำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

นภัสสร ท้าวประยูร, พรพรหม ชมงาม, และเด็ยว วรตั้งตระกูล (2565) กล่าวว่าแรงจูงใจ หมายถึงพลังหรือแรงผลักดันทั้งภายนอกและภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่กระตือรือร้น รวมทั้งเป็นบุคคลรักษาพฤติกรรมนั้นไว้ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในแนวทางที่ สสนองต่อความต้องการของตน

Aziz et al. (2024) กล่าวว่า ทฤษฎี 2 ปัจจัย (2 -Factor Theory) เป็นทฤษฎีที่ถูกคิดค้นโดยเฟรเดริก เฮอร์ชเบิร์ก (Frederick Herzberg) และเผยแพร่ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1959 โดยเฮอร์ชเบิร์กได้ทำการศึกษาในเรื่องของแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานของมนุษย์ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้คือ ปัจจัยที่กระตุ้นในการทำงานและปัจจัยที่สร้างความรู้สึกไม่พึงพอใจดังนี้ ปัจจัยกระตุ้นในการทำงาน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือจากบุคลากรหรือได้รับการชมเชย ความก้าวหน้า

ในหน้าที่การงาน ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ ปัจจัยที่ไม่ช่วยลดในความไม่พึงพอใจในงาน ได้แก่ นโยบายและการบริการขององค์กร การบังคับบัญชาและการควบคุมดูแล ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา ตำแหน่งงาน ความมั่นคงในการทำงาน ชีวิตส่วนตัว สภาพการทำงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ

จึงสรุปความสำคัญของการเลือกอาชีพและทฤษฎี เกี่ยวกับการแรงจูงใจในเลือกประกอบอาชีพ ได้ว่า แรงจูงใจมีปัจจัยที่กระตุ้นในการทำงานและปัจจัยที่สร้างความรู้สึกล้มเหลวไม่พึงพอใจ ดังนั้นควรเลือกประกอบอาชีพ จากความรู้ ความสามารถ ความถนัด ความสนใจ ความก้าวหน้า ลักษณะของงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ค่าตอบแทนและสวัสดิการ อีกทั้งควรเลือกประกอบอาชีพที่จะเหมาะสมกับตัวเอง และครอบครัว

ธนาภรณ์ ตรีชู, และฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2564) กล่าวว่า ธุรกิจนำเที่ยวเป็นหนึ่งในฟันเฟืองสำคัญ ของระบบการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่นำนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ต่าง ๆ ด้วยการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายผนวกกับการให้บริการ และอำนวยความสะดวกหลายอย่าง อาทิ ที่พักแรม อาหาร สปา ของที่ระลึก มัคคุเทศก์ นำเที่ยว และนำเสนอ ขยายให้กับนักท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์เหมาจ่าย แบบเข้าไปเย็นกลับ และแบบนำเที่ยวเสริมที่ให้เลือกแยก จากรายการนำเที่ยวหลัก

ในปี พ.ศ. 2565 ธุรกิจการบินของประเทศไทย มีการฟื้นฟูตัวอย่างช้า ๆ ปัจจัยหนุนจากภาวะเศรษฐกิจ และการค้าโลกที่ทยอยฟื้นตัว การพัฒนาวัคซีนเพื่อป้องกันโควิด-19 มีความคืบหน้า และประชาชนได้รับวัคซีน กันมากขึ้นส่งผลให้มีการเปิดพรมแดนระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไปหนุนความต้องการเดินทาง โดยสายการบินทั้งเส้นทางในประเทศและระหว่างประเทศ ธุรกิจขนส่งทางอากาศอาจมีการลงทุน ที่เพิ่มขึ้นจากการปรับเกณฑ์ความปลอดภัยให้สอดคล้องกับมาตรฐานธุรกิจการบินของโลก และการลงทุน เพื่อยกระดับความปลอดภัยทางการบินช่วงหลังวิกฤต (กนกกร วงศ์บุญมี: 2565)

การแข่งขันธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่สุดคือเรื่องของคุณภาพการให้บริการ จึงทำให้แต่ละ โรงแรมต้องเร่งพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่ง เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านการให้บริการที่พักได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์และให้ความสำคัญ ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกและรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการ ที่จะส่งผล ต่อความพึงพอใจ การรับรู้คุณค่าและเจตนาพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ลูกค้ามีให้กับโรงแรม การพัฒนาคุณภาพ การบริการจึงเป็นหัวใจหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะเรื่องของคุณภาพการบริการใหม่ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในช่วงการระบาดใหญ่ของ COVID-19 (ณัฐพร วงศ์ประทีป, และวรวรรณ บัญญาณเมธาพร: 2566)

กฤษฎวัฒน์ จิตวโรภาสกุล และคณะ (2566, ออนไลน์) กล่าวว่า การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้กระทบต่อธุรกิจร้านอาหารอย่างมาก โดยธุรกิจในเขตธนบุรีของกรุงเทพมหานครต้องปรับตัวด้วยการให้บริการสั่งซื้อกลับบ้านและบริการส่งอาหารเพื่อรอดต่อสถานการณ์ โรบินฮู้ดรายงานว่ามีร้านอาหารกว่า 5,500 ร้านในเขตธนบุรีที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน และยังมีการเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องในระหว่างช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งยังเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรีในการรอดและดำเนินกิจการต่อไปด้วยการปรับตัวและใช้เทคโนโลยีเพิ่มเติม เช่น การให้บริการส่งอาหารถึงบ้านลูกค้าในพื้นที่นั้น ๆ

ภัครภัสสร ลีประนะ, นันทพร ชเลจร, และเบญจวรรณ ลีเจริญ (2566, ออนไลน์) กล่าวว่า ธุรกิจสปาเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสุขภาพระดับโลก มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วมีผู้บริโภคจำนวนมากทั่วโลกที่สนใจใช้บริการสปา จากการประเมินของ Global Wellness Institute: GWI หลังวิกฤติ โควิด-19 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะกลับมาเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยเติบโตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 20.9 ต่อปีและมูลค่าสาขานี้จะทะลุ 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2567 และในปี พ.ศ. 2568 มีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจเพื่อสุขภาพของทั้งโลกจะมีมูลค่าประมาณ 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 230 ล้านล้านบาท นอกจากนี้ GWI ยังคาดการณ์ตั้งแต่ปี พ.ศ.2563 - 2568 ธุรกิจสปาจะมีการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่อัตราร้อยละ 17.2 ส่วนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะเติบโตเฉลี่ยที่อัตราร้อยละ 20.9

จิรภา สุขชนวนิช (2567, ออนไลน์) ชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันธุรกิจไมซ์เป็นแนวโน้มที่ได้รับความสนใจจากหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น ประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ อีกทั้งยังมีเสน่ห์จากการต้อนรับและสามารถช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย สร้างการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี โดยช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับบุคลากรภายในประเทศด้วยกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น คณะวิจัยสามารถสรุปความได้ว่า อาชีพในอุตสาหกรรมเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศ เนื่องจากสร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมบริการได้มหาศาล มีภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวยิ่งมากขึ้น ทำให้เกิดผู้ประกอบการใหม่เพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ต้องใช้บุคลากรในการประกอบอาชีพอุตสาหกรรมบริการเป็นจำนวนมาก

ณัฐนิชา ใจเที่ยง, ธัญญรัตน์ คำเพระ, และอภिरดา นามแสง (2565: ออนไลน์) ได้ศึกษาเรื่องการเลือกอาชีพด้านการบินของนักศึกษาสถาบันการบินพลเรือนชั้นปีสุดท้าย ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน นักศึกษารุ่นพี่ศูนย์ฝึกอบรมการบินพลเรือนมีความคิดเห็นในการเลือกอาชีพการบินด้านองค์กรในระดับสูงสุด และมีความคิดเห็นด้านความต้องการงานในระดับสูง ตลอดจนความต้องการส่วนตัวตามลำดับ ตัวแปรที่มีความคิดเห็นของนักศึกษาสูงสุด 5 อันดับแรกที่ส่งผลต่อการเลือกอาชีพการบิน ได้แก่

เงินเดือนและค่าตอบแทน นโยบายและการบริหารงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และความมั่นคง ตามลำดับ

โสภิตา ขาวหนูนา, สิริภพ คงกระโทก, และมนัสนันท์ อินทรายุทธ (2566) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานต้อนรับในโรงแรมในเมืองสงขลา ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานต้อนรับในโรงแรมในสงขลามีสองประเภท คือ ปัจจัยจูงใจในการทำงานและปัจจัยที่เกี่ยวกับการบำรุงรักษาจิตใจ สำหรับปัจจัยจูงใจ ความรับผิดชอบในงาน สถานที่ทำงานและการจัดการ และความสำเร็จในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ส่วนสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานในโรงแรมมีผลต่อความสุขภาพจิตของพนักงานและส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพวกเขาด้วย โดยทั้งสองปัจจัยนี้มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานในระดับมาก

Tella, & Ibinaiye (2020) ได้ศึกษาแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และประสิทธิภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ห้องสมุดในห้องสมุดมหาวิทยาลัยในจอร์เจีย ผลการวิจัยพบว่า บรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดมีแรงจูงใจสูง โดยได้รับค่าจ้างสม่ำเสมอ ในขณะที่ปัจจัยที่จูงใจน้อยที่สุดคือ การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน เจ้าหน้าที่ห้องสมุดพอใจกับงาน รวมถึงเจ้าหน้าที่ห้องสมุดมีความเป็นมืออาชีพในการทำงานที่ดีกว่าพนักงานที่ไม่เป็นมืออาชีพ โดยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างแรงจูงใจของพนักงานกับผลการปฏิบัติงาน จากผลการศึกษามีส่วนสำคัญในการกำหนดประสิทธิภาพของบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุดต่อไปในอนาคต

การสังเคราะห์ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะผู้วิจัยพบว่าปัจจัยหลายด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ ได้แก่ เพศ สถาบัน คณะ เกรดเฉลี่ย ภูมิลำเนา อาชีพบิดา อาชีพมารดา รายได้ของครอบครัว บิดามารดา ที่มีความคาดหวังต่อการประกอบอาชีพของนักศึกษา ปัจจัยด้านชื่อเสียง เกียรติยศ ตำแหน่ง ความมั่นคงและความปลอดภัย ความถนัด ความสนใจส่วนตัว จึงนำมาซึ่งแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นิสิตชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 399 คน แบ่งเป็นภาคปกติจำนวน 102 คน และภาคพิเศษจำนวน 297 คน ดังนั้นคณะวิจัยจึงเลือกขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของยามาเน่ (Yamane) (จินตนา จันเรือน, สุวิทย์ นามบุญเรือง, และรุ่งทรัพย์ ราชภูร์นิยม, 2566, ออนไลน์) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 คน และหาสัดส่วนขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยเกณฑ์การกำหนดสัดส่วนเทียบบัญญัติไตรยางศ์ กับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คน ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างนิสิตชั้นปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยวคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ปีการศึกษา 2566

ประเภทหลักสูตร	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ภาคปกติ	102	51
ภาคพิเศษ	297	149
รวม	399	200

ที่มา: อ้างอิงจากเกณฑ์ตาราง สำเร็จรูปของยามาเน่ (Yamane) (จินตนา จันเรือน, สุวิทย์ นามบุญเรือง, และรุ่งทรัพย์ ราชภูร์นิยม, 2566, ออนไลน์)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิด ใช้กับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทหลักสูตร และเกรดเฉลี่ย ส่วนแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิด ใช้กับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) จากนั้นจึงทำการรวบรวมข้อมูล แผลผลโดยนำคะแนนที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมารวมกันแล้วคิดค่าคะแนนเฉลี่ยให้คะแนนอยู่ในช่วง 1-5 คะแนน ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) ใช้กับปัจจัยด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจ ได้แก่ ลักษณะของงาน ผลตอบแทนและสวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การเจริญก้าวหน้าของงาน ความมั่นคงในตำแหน่งงาน และสังคมเพื่อนร่วมงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิด ได้แก่ การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ ในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษาปีที่ 4 เหตุผลที่เลือกประกอบอาชีพในด้านนั้น สถานที่ทำงาน สายงานที่เลือกคาดว่าจะทำงานกี่ปี และตำแหน่งงานที่คาดหวังในอนาคต ส่วนแบบสอบถามลักษณะ ปลายเปิด ได้แก่ อื่น ๆ ที่แตกต่างจากที่ระบุไว้ข้างต้น

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 การหาความเที่ยงตรงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Objective Congruency: IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องโดยเฉลี่ย เท่ากับ 1

3.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ทำการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคซึ่งจะต้องได้ค่า Cronbach's Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามชุดนี้ยอมรับได้และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ ผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.88

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ด้านเนื้อหา แรงจูงใจและการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ ของนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมบริการ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

4.2 ด้านระยะเวลา ในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม กำหนดเก็บรวบรวม ข้อมูล ในระยะเวลาตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2566 - กุมภาพันธ์ 2567

4.3 ด้านพื้นที่ คือ คณะอุตสาหกรรมบริการ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 200 คน เป็นเพศชาย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 เพศหญิง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50

อายุ ส่วนใหญ่อายุ 22 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมา คือ อายุ 21 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 อายุ 23 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 อายุ 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 อายุ 19 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 อายุ 25 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ประเภทหลักสูตร ภาคปกติ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ภาคพิเศษ จำนวน 149 คิดเป็นร้อยละ 74.50

เกรดเฉลี่ย ส่วนใหญ่เกรดเฉลี่ย 2.51 – 3.00 จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา คือ เกรดเฉลี่ย 3.01 – 3.50 จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 เกรดเฉลี่ย 2.01 – 2.50 จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 เกรดเฉลี่ย 3.51 – 4.00 จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 เกรดเฉลี่ย 2.00 หรือต่ำกว่า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่ภูมิลำเนา กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา คือ ภาคกลาง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ภาคใต้ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ภาคเหนือ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ภาคตะวันตก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ภูมิลำเนา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพ ในอุตสาหกรรมบริการ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามระดับแรงจูงใจในการตัดสินใจ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ

(n = 200)

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพ ในอุตสาหกรรมบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ลักษณะของงาน	4.33	0.70	มากที่สุด
ผลตอบแทนและสวัสดิการ	4.32	0.74	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมการทำงาน	4.36	0.71	มากที่สุด
การเจริญก้าวหน้าของงาน	4.33	0.71	มากที่สุด
ความมั่นคงในตำแหน่งงาน	4.34	0.70	มากที่สุด
สังคมเพื่อนร่วมงาน	4.32	0.77	มากที่สุด
รวม	4.33	0.72	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการตัดสินใจ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพ ในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษาของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.72)

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษาชั้นปีที่ 4

ผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษาชั้นปีที่ 4 พบว่า การตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษาชั้นปีที่ 4 ส่วนใหญ่เลือกประกอบอาชีพในธุรกิจโรงแรม จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.04 รองลงมา คือ ธุรกิจการบิน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.85 ธุรกิจท่องเที่ยว จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 ธุรกิจร้านอาหาร จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 ธุรกิจ MICE จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 ธุรกิจสปา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.74 รับราชการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 พนักงานออฟฟิศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ครู จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

เหตุผลส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษาชั้นปีที่ 4 เนื่องจากผลตอบแทนและสวัสดิการ เหมาะสมกับงานที่ได้รับและเพียงพอต่อการดำรงชีวิต จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 28.48 รองลงมา คือ มีความรู้ ความสามารถและทักษะเกี่ยวกับงานในอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 23.04 ภาพลักษณ์ขององค์กรที่มั่นคงและน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 องค์กรมีเครื่องมือในการทำงานที่ทันสมัย มีมาตรการรักษาความปลอดภัยและความปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงาน ส่งผลทำให้สภาพแวดล้อมเหมาะสมกับการทำงาน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 16.09 องค์กรมีนโยบายเลื่อนตำแหน่งงานตามความสามารถและความเหมาะสมของผู้ปฏิบัติงานอย่างยุติธรรม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือ รับฟังความคิดเห็นอย่างเท่าเทียม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.09 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกสถานที่ทำงาน ส่วนใหญ่เลือกกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมา คือ ภาคกลาง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.35 ภาคใต้ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 ภาคเหนือ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.86 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 ต่างประเทศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกว่าจะทำงานในระยะเวลาเท่าไร ส่วนใหญ่เลือกทำงาน 3 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 27.19 รองลงมา คือ 2 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 22.81 5 ปีขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็น

ร้อยละ 21.49 1 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.91 4 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 ตามลำดับ

การตัดสินใจเลือกตำแหน่งงานที่คาดหวังในอนาคต ส่วนใหญ่เลือกตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.52 รองลงมา คือ พนักงานทั่วไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 26.46 หัวหน้าแผนก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 20.27 ผู้บริหารระดับหัวหน้าแต่ละฝ่าย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.06 ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.68 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ หลังจบการศึกษา สำหรับนิสิตชั้นปีที่ 4 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน คณะผู้วิจัยได้นำประเด็นข้อค้นพบ มาอภิปราย ดังนี้

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทหลักสูตร เกรดเฉลี่ย และภูมิลำเนา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการ และปัจจัยด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการหลังจบการศึกษามีดังนี้ ลักษณะของงาน ผลตอบแทนและสวัสดิการ สภาพแวดล้อมการทำงาน การเจริญก้าวหน้าของงาน ความมั่นคงในตำแหน่งงาน และสังคมเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี 2 ปัจจัยของเฮอร์ซเบิร์ก Aziz et al. (2024) ที่กล่าวไว้ว่ามีปัจจัยสองประเภท คือ ปัจจัยกระตุ้นในการทำงาน เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้บุคคลใช้ความพยายามและความทุ่มเทในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่สร้างความรู้สึกรู้สึกไม่พึงพอใจ เป็นปัจจัยที่จะป้องกันและลดความไม่พึงพอใจที่จะเกิดขึ้นในการทำงานนั้น ๆ ไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจโดยตรง

ด้านการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพหลังจบการศึกษา กลุ่มตัวอย่างได้เลือกประกอบอาชีพ ธุรกิจโรงแรมมากที่สุด รองลงมาเป็น ธุรกิจการบิน ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจ MICE ธุรกิจสปา ธุรกิจส่วนตัว รับราชการ พนักงานออฟฟิศ และครูตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนาภรณ์ ทรายู และฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2564, ออนไลน์) พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายผนวกกับการให้บริการและอำนวยความสะดวก อาทิ ที่พักแรม อาหาร สปา ของที่ระลึก มัคคุเทศก์ นำเที่ยว เป็นต้น

ด้านเหตุผลที่เลือกประกอบอาชีพ จากการสำรวจเหตุผลการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ จากกลุ่มตัวอย่าง เหตุผลที่ถูกเลือกมากที่สุดคือ ผลตอบแทนและสวัสดิการเหมาะสมกับงานและเพียงพอ

ต่อการดำรงชีวิต สอดคล้องกับนภัสสร ท้าวประยูร, พรพรม ชมงาม, และเดี่ยว วรตั้งตระกูล (2565) ที่วิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับกระบวนการตัดสินใจในการคงอยู่ของพนักงานเจนเนอเรชันวาย ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่สรุปได้ว่า ผลตอบแทนและสวัสดิการเหมาะสมกับงานและเพียงพอต่อการดำรงชีวิต เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพ เนื่องจาก เป็นกระบวนการต่าง ๆ ทางร่างกายและจิตใจที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่กระตือรือร้นทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมตามเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

1. สถานประกอบการในด้านอุตสาหกรรมบริการควรมีการให้ความรู้ในลักษณะที่มีความเฉพาะ เช่น แผนกอาหารและเครื่องดื่ม มีการอบรมความรู้และขั้นตอนการปฏิบัติงานในห้องอาหาร แผนกต้อนรับส่วนหน้า มีการอบรมเรื่องบุคลิกภาพ ภาษาและการสนทนา
2. สถานประกอบการในด้านอุตสาหกรรมบริการควรมีการปรับเปลี่ยนการใช้อุปกรณ์และเครื่องมือให้ทันสมัยมากขึ้น เช่น ระบบปฏิบัติการโรงแรมที่เชื่อมต่อทั้งอินเทอร์เน็ต และเชื่อมต่อกับระบบปฏิบัติงานโรงแรมในทุกด้าน เพื่อช่วยในการจัดการด้านจองห้องพัก จัดเก็บข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า จัดการอัตราราคาของโรงแรม ให้เกิดความรวดเร็ว ลดข้อผิดพลาดในการทำงาน
3. ฝ่าย Human resource management ควรมีการประชุมร่วมกันระหว่างองค์กรเพื่อจัดกิจกรรม Team Building ที่ผสมผสานความสุข สนุกสนานและประสิทธิผลเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดความสามัคคีซึ่งจะส่งผลให้การทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นจะช่วยดึงดูดให้คนสนใจเข้ามาทำงาน

เอกสารอ้างอิง

- กนกกร วงศ์บุญมี. (2565). การศึกษาปัจจัยการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน ภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด19ในประเทศไทย ตามแนวคิด Sustainable Leadership กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการบินประเทศไทย [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กฤษวัฒน์ จิตวิโรภาสกุล, เอี่ยมพร ศิริรัตน์, ชาญเดช เจริญวิริยะกุล, และสโรชนี ศิริวัฒนา (2566). กลยุทธ์การปรับตัว ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหารในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *Journal of MCU Social Development*, 8(1), 86-98.

<https://so06.tcithaijo.org/index.php/JMSD/article/view/256312>

- จินตนา จันเรือน, สุวิทย์ นามบุญเรือง, และรุ่งทรัพย์ ราชภูร์นิยม. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารสถาบันวิจัยพินลธรรม*, 10(1), 15-25. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/prij/article/view/256309>
- จิราภา สุขนวนิช. (2024). แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จากชุมชนสู่สากล. *วารสารพุทธนวัตกรรมและการจัดการ*, 7(1), 139-154. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/256312>
- ณัฐราพร วงศ์ประทีป, และวรวรรชิตา บุญญาณเมธาพร (2566). กลยุทธ์การปรับตัวด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดเล็ก บูทีก ล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในช่วงการระบาดใหญ่ของ COVID-19. *Rajapark Journal*, 17(51), 48-65. <https://so05.tcithaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/259526>
- ณัฐนิชา ใจเที่ยง, ธัญญรัตน์ คำเพราะ, และอภิรดา นามแสง. (2565). การเลือกอาชีพด้านการบินของนักศึกษาสถาบันการบินพลเรือนชั้นปีสุดท้าย. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 17(2), 102-121. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/article/view/258217
- ธนาภรณ์ ตราชู, และฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2564). การพัฒนาความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวไทยเพื่อตอบสนองอุปสงค์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 14(1), 14-23. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/242435
- นภัสสร ท้าวประยูร, พรพรหม ชมงาม, และเด็ญ วรตั้งตระกูล (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงานกับกระบวนการตัดสินใจในการคงอยู่ของพนักงานเจนเอเรชั่นวาย ของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พินโย พรหมเมือง. (ม.ป.ป.). *แนวทางการตัดสินใจเลือกอาชีพ*. <https://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=1095>
- ไพลิน บรรพโต. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษา สาขาการจัดการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัครภัสสร ลิมประนะ, นันทพร ชเลจร, และเบ็ญจวรรณ ถีเจริญ, (2566). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสปาไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต*, 18(1), 70-88. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rbac/article/view/267051>

- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สำนักบริหารการศึกษาศึกษา. (2565). *ข้อมูลสถิติ*. [https://registrar.ku.ac.th/สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ \(องค์การมหาชน\). \(2562\). MICE MOVES ดิจิทัลแม็กกาซีนสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์. https://www.tceb.or.th/uploads/press_media/file/191031-file-5SjCgzbZE.pdf](https://registrar.ku.ac.th/สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562). MICE MOVES ดิจิทัลแม็กกาซีนสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์. https://www.tceb.or.th/uploads/press_media/file/191031-file-5SjCgzbZE.pdf)
- โสภิตา ขาวหนูนา, สิริภาพ คงกระโทก, และมนัสนันท์ อินทรายุทธ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานต้อนรับในโรงแรมในเมืองสงขลา. *รายงานการประชุม Graduate School Conference, 5(1)*, 683-690. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/4262>
- แอดมิชชันพรีเมียม. (2565). *ประกาศแล้ว! TOP 10 มหาวิทยาลัยรัฐยอดนิยม ที่นักเรียนอยากเรียนมากที่สุดปี 2022*. <https://www.admissionpremium.com/content/6947>
- Aziz, D. A., Mirza, D. M. H., Wajidi, F. A., Rehan, D. E. W., & Hussain, S. (2024). Impact of Herzberg's two factors theory on Faculty members of Pakistani Universities. *Migration Letters, 21(S6)*, 139-145. <https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/7886>
- Tella, A. & Ibinaiye, O. A. (2020). Correlates of staff motivation, satisfaction, and job performance of library staff in selected Nigerian University libraries. *The International Information & Library Review, 52(1)*, 32-49. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10572317.2019.1631691>

การศึกษาพฤติกรรมและความตระหนักรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งาน
แอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

A Study of User Behaviors and Data Security Awareness between Teacher
Education, University Students Using the TikTok Application

วิลาวัลย์ สมยาโรน^{1*}, เอกพล โฟธิจันทร์² และสุรางคณา ตี๋पालะ³
Wilawan Somyaron^{1*}, Eakaphon Phothichan² and Surangkha Tippala

^{1*}อาจารย์ สาขาวิชาการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา

^{2,3}นิสิตปริญญาโท สาขาวิชานวัตกรรมทางการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา

^{1*}Lecturer, Department of Education, School of Education, University of Phayao

^{2,3}Master's degree student, Master of Education Program in Education Innovators, School of Education, University of Phayao

*Corresponding Author, Email: Wilawan.so@up.ac.th

Received: March 12, 2024

Revised: March 29, 2024

Accepted: April 09, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู 2) ศึกษาความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นิสิตครู วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 2 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 214 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามพฤติกรรมและความตระหนักรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครูเป็นไปเพื่อความบันเทิงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 1.26) ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ในคำถามเชิงบวกซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับวิธีการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.07) ส่วนความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครูในคำถามเชิงลบ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้วิธีการใช้งานที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.51$, S.D. = 1.29)

คำสำคัญ: การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ ความตระหนัก นิสิตครู

แอปพลิเคชัน TikTok

Abstract

This study aimed to 1) investigate behavior the teacher education students' s using the TikTok application, and 2) study the cybersecurity awareness in the use of the TikTok application. The sample group for this study consisted of the second-year teacher education students studying at the College of Education, University of Phayao, during the first semester of the academic year 2023, totaling 214 respondents. This sample size was randomized by using Krejcie and Morgan's table for determining sample size. The tool used for data collection was a questionnaire investigating the teacher education students' s behavior and awareness of data security in using the TikTok application. Data was analyzed by using the descriptive statistics, including mean (\bar{X}) and standard deviation (S.D.). The research revealed that the overall the teacher education students' s behavior using the TikTok application was primarily for their entertainment purposes at the highest level ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 1.26). the teacher education students' s cybersecurity awareness using the TikTok application, in positive questions related to data security prevention methods on the cyber world overall was at a high level ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.07). Meanwhile, their awareness of data security in negative questions, regarding the knowledge of usage that could lead to security risks in the cyber world, was at a moderate level ($\bar{X} = 2.51$, S.D. = 1.29).

Keywords: *Cybersecurity, awareness, teacher education students, TikTok application*

บทนำ

ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศที่เรียกว่า World Information Technology Age การสื่อสารออนไลน์เป็นสิ่งจำเป็นและกลายเป็นมาตรฐานใหม่สำหรับประชากรทั่วโลกเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างรวดเร็วและถูกต้อง พัฒนาการของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลทำให้การสื่อสารเป็นไปได้ง่ายและเร็วขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นของสังคมที่มีความต้องการสื่อสารที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพสูง เทคโนโลยีสารสนเทศไม่เพียงแต่เสริมสร้างความเร็วและความแม่นยำในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความสุขในการดำรงชีวิตของผู้คน ทำให้การติดต่อสื่อสารและการทำกิจกรรมร่วมกันในสังคมเป็นไปอย่างง่ายดายและรวดเร็วยิ่งขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพชีวิต (แจ่มจันทร์ บุญโญปกรณ์: 2565) โซเชียลมีเดียกลายเป็นสื่อหลักในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ผู้คนนิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง ด้วยความสามารถ

ในการสร้างการตอบสนองและการมีปฏิสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดียได้เปิดโอกาสให้ผู้คนได้แสดงความเป็นตัวเอง สร้างการเชื่อมต่อ และแลกเปลี่ยนข้อมูลกันทั่วโลก ความนิยมในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่เติบโตอย่างต่อเนื่องนี้ได้ทำให้เกิดการพัฒนาแอปพลิเคชันและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อรองรับการใช้งานที่หลากหลายและเฉพาะเจาะจง ซึ่งสะท้อนถึงความก้าวหน้าและอิทธิพลของโซเชียลมีเดียในสังคมปัจจุบัน

TikTok เป็นแอปพลิเคชันที่มีต้นกำเนิดจากประเทศจีน มีคุณสมบัติเด่นในการสร้างคลิปวิดีโอสั้น ๆ ที่มีระยะเวลาสูงสุดไม่เกิน 60 วินาที โดยนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในวงการสื่อสารมวลชนในปัจจุบัน แอปพลิเคชันนี้เริ่มต้นในประเทศจีนในปี 2016 ภายใต้ชื่อ Douyin ซึ่งแปลว่า “เสียงสั้น” ต่อมาในปี 2018 ได้เปิดให้บริการแพร่หลายทั่วโลกภายใต้ชื่อ TikTok ซึ่งเป็นการเลียนแบบเสียงของนาฬิกาที่ทำเสียง “ตึกตอก” ในภาษาอังกฤษ ในตอนแรกแอปนี้อนุญาตให้ผู้ใช้สร้างวิดีโอได้ไม่เกิน 15 วินาที แต่ต่อมาได้ขยายเวลาไปจนถึง 60 วินาที ผู้ใช้สามารถผลิตเนื้อหาได้หลายประเภท ทั้งการเต้น ตลก หรือการแสดงตามด้วยริมฝีปาก แอปพลิเคชันนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่วัยรุ่นทั่วโลก โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาที่มีผู้ใช้งานกว่า 80 ล้านคน (อินดิจิทัล, 2563: ออนไลน์) ตามรายงานในปี 2020 แอปพลิเคชัน TikTok ได้รับการพัฒนาให้ใช้งานได้อย่างสะดวกสบายบนโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต เพื่อตอบสนองความต้องการในการเข้าถึงเนื้อหาที่ทันสมัยและสดใหม่อย่างรวดเร็ว การพัฒนาแอปพลิเคชันสะท้อนให้เห็นถึงยุคสมัยที่เนื้อหาดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและอิทธิพลที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงและการบริโภคเนื้อหาในยุคปัจจุบัน

เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในทุกด้านของชีวิต ทักษะการสื่อสารและความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นสิ่งจำเป็น ผู้คนมีความสามารถในการใช้เครื่องมือและสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ แต่การใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและเทคโนโลยีที่ไม่ระมัดระวังอาจนำไปสู่ปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งอาชญากรรมดิจิทัล ดังนั้น การมีสติและมีความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของการใช้งานอินเทอร์เน็ตจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อลดความเสี่ยงและสร้างสังคมดิจิทัลที่ปลอดภัย โดยสำหรับประเทศไทย เป็นลำดับต้น ๆ ของโลกที่พัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินอย่างก้าวกระโดด แม้ประชาชนจะได้รับความสะดวกสบายแต่มีฉ้อโกงที่หาวิธีมาหลอกล่อจนประเทศไทยเป็นประเทศที่เกิดภัยทางการเงินมากเป็นอันดับ 6 ของโลกรองจากอินเดีย ไนจีเรีย ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียที่เกิดปัญหา “ภัยทางการเงิน” มากที่สุดโดยการถูกหลอกให้ซื้อขายสินค้าหรือบริการมากที่สุด (สมาคมธนาคารไทย, 2566: ออนไลน์)

ด้วยเหตุนี้ จึงมีจากการกำหนดนโยบายเร่งด่วนในการเตรียมคนไทยสู่ศตวรรษที่ 21 ให้มีการสร้างความรู้ความเข้าใจการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อออนไลน์ และโครงข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อป้องกันและลดผลกระทบในเชิงสังคม ความปลอดภัย อาชญากรรมทางไซเบอร์ และสามารถใช้เทคโนโลยี

เป็นเครื่องมือในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และเป็นไปตามมาตรา 20 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เพื่อให้การแก้ไขปัญหาวาฬปลอมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลต่อการปฏิบัติงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2563: ออนไลน์)

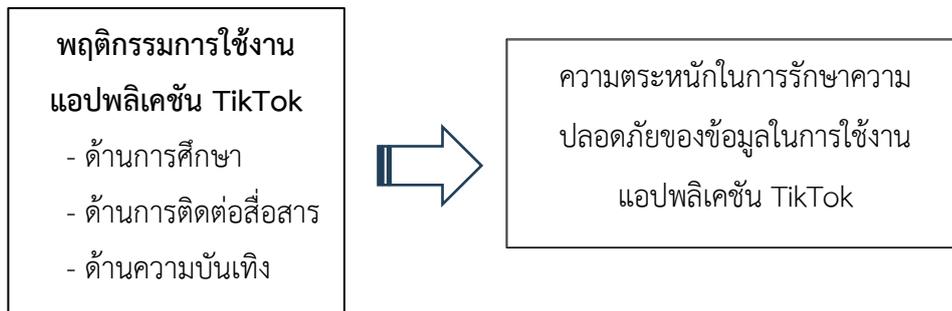
การศึกษาในศตวรรษที่ 21 ต้องปรับตัวเพื่อรองรับโลกที่เปลี่ยนแปลงด้วยการพัฒนาทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ความรู้ด้าน ICT และทักษะชีวิต ครูมีบทบาทสำคัญในการปฏิรูปการศึกษาเพื่อเตรียมคนรุ่นใหม่ให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ได้อย่างสร้างสรรค์ (Bellanca & Brandt, 2010 อ้างถึงใน ทิศนา ขัมมณี, 2555) กล่าวถึง ทักษะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม การสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (digital citizenship) เป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจ และทักษะในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบ การศึกษาและการเรียนรู้เกี่ยวกับสิทธิ์ ความรับผิดชอบ และผลกระทบทางสังคมจากการใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งจำเป็นในยุคดิจิทัล การเป็นพลเมืองดิจิทัลที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่ แต่ยังช่วยปกป้องตนเอง และผู้อื่นจากความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ (Ribble, 2015) ในทางปฏิบัติ ครูและบุคลากรทางการศึกษาจำนวนมากไม่น้อยยังขาดทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ และยังไม่เข้าใจวิธีการลดผลกระทบจากความเสียหายในโลกออนไลน์ การพัฒนาความเข้าใจและทักษะเหล่านี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องถูกนำมาใช้ในการศึกษาและการสอน เพื่อให้ทั้งครูและนักเรียนสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย และเพื่อสร้างสังคมที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีความรับผิดชอบ

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความตระหนักการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ว่ามีพฤติกรรมการใช้อย่างไร และมีความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok หรือไม่ เพื่อจะได้นำผลศึกษาไปใช้ในการหาแนวทางการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok และเผื่อหวังในการใช้สื่อโซเชียลของนิสิตครู วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู
2. เพื่อศึกษาความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจในการศึกษาพฤติกรรมและความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตครู หลักสูตรการศึกษาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 2 (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) 10 แขนงวิชา ได้แก่ แขนงวิชาคณิตศาสตร์ แขนงวิชาเคมี แขนงวิชาชีววิทยา แขนงวิชาพลศึกษา แขนงวิชาฟิสิกส์ แขนงวิชาภาษาไทย แขนงวิชาภาษาอังกฤษ แขนงวิชาภาษาจีน แขนงวิชาสังคมศึกษา และแขนงวิชาดนตรีและนาฏศิลป์ จำนวน 478 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตครู หลักสูตรการศึกษาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 2 (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) 10 แขนงวิชาที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 214 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า ประกอบด้วย

2.1 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

2.2 แบบสอบถามความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

3.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือสำหรับการศึกษาวิจัย

3.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของ Likert (1932)

3.3 นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 และ 2 มาสร้างเครื่องมือวิจัยทั้ง 2 ฉบับ ดังนี้

3.3.1 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีการของ Likert (1932) ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการศึกษา จำนวน 7 ข้อ ด้านการสื่อสาร จำนวน 7 ข้อ และด้านความบันเทิง จำนวน 10 ข้อ

3.3.2 แบบสอบถามความตระหนักการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีการของ Likert (1932) ประกอบด้วย ข้อคำถาม จำนวน 18 ข้อ

3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความตรง โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน แล้วคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามรายข้อกับวัตถุประสงค์ ซึ่งจากการวิเคราะห์ พบว่า แบบสอบถามมีค่า IOC รายข้อ 1.00 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพด้านความตรง

3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความเที่ยง นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนิสิตครูหลักสูตรการศึกษาบัณฑิต วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 2 (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2563) ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยง (reliability) โดยคำนวณหาค่าความเที่ยงแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่า มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .886 ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีคุณภาพด้านความเที่ยงในระดับสูง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาสร้างเป็นแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์โดยสร้างในกูเกิ้ลฟอร์ม จากนั้นดำเนินการขออนุญาตเก็บข้อมูลจากวิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ พฤติกรรมการใช้งาน และความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

พฤติกรรมและความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการทำงานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

ตารางที่ 1 แสดงภาพรวมพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

n = 214

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับพฤติกรรม	ลำดับ
ด้านการศึกษา	2.30	1.12	นาน ๆ ครั้ง	2
ด้านการติดต่อสื่อสาร	2.24	1.16	นาน ๆ ครั้ง	3
ด้านความบันเทิง	3.28	1.26	บางครั้ง	1

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู เป็นไปเพื่อความบันเทิงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 1.26) รองลงมาได้แก่ การศึกษา ($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 1.12) และการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 1.16) ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาศึกษาความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการทำงานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู

ตารางที่ 2 แสดงความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการทำงานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู (คำถามเชิงบวก)

n = 214

ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ในการทำงานแอปพลิเคชัน TikTok	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความ ตระหนัก	ลำดับ
1. นิสิตคิดว่าควรมีการอัปเดต (Update) ข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูล การติดต่อในการทำงานแอปพลิเคชัน TikTok ของตัวเองอยู่เสมอ (อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์เพื่อใช้ในการกู้คืนบัญชีผู้ใช้งาน)	3.50	1.02	มาก	8
2. นิสิตคิดว่าควรสร้างรหัสผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ที่คาดเดายากและไม่ควรใช้รหัสผ่านเดียวกันกับบัญชีผู้ใช้งานอื่น	4.00	1.05	มาก	3
3. นิสิตคิดว่าควรเปิดใช้งานการตรวจสอบยืนยัน 2 ระดับ ของแอปพลิเคชัน TikTok	3.66	1.17	มาก	6
4. นิสิตคิดว่าควรเปิดการแจ้งเตือนพวช (ความปลอดภัย) ของแอป พลิเคชัน TikTok	3.90	1.03	มาก	5
5. นิสิตคิดว่าควรทำการยืนยันอุปกรณ์ของตัวเองทุกครั้งในการใช้ งานแอปพลิเคชัน TikTok	3.39	1.24	ปานกลาง	9

ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความ ตระหนัก	ลำดับ
6. นิสิตคิดว่าควรหลีกเลี่ยงการโจมตีแบบฟิชซิง (การถูกหลอกหลวงให้บอกข้อมูลส่วนตัว เช่น รหัสผ่าน หมายเลขบัตรเครดิต หมายเลขประจำตัวประชาชน หรือข้อมูลที่ละเอียดอ่อนอื่น ๆ)	4.37	0.92	มาก	1
7. นิสิตคิดว่าควรหลีกเลี่ยงการเชื่อมต่อไวไฟ (WIFI) สาธารณะหรือไวไฟ (WIFI) จากแหล่งที่มาที่ไม่รู้จัก	3.60	1.18	มาก	7
8. นิสิตคิดว่าควรหมั่นอัปเดต (Update) ระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ	3.99	1.01	มาก	4
9. นิสิตคิดว่าการสำรองข้อมูลและตั้งรหัสการใช้งานทำให้อุปกรณ์ของนิสิตมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น	4.07	0.99	มาก	2
รวม	3.83	1.07	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ในคำถามเชิงบวกซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับวิธีการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรก พบว่า นิสิตคิดว่าควรหลีกเลี่ยงการโจมตีแบบฟิชซิง (การถูกหลอกหลวงให้บอกข้อมูลส่วนตัว เช่น รหัสผ่าน หมายเลขบัตรเครดิต หมายเลขประจำตัวประชาชน หรือข้อมูลที่ละเอียดอ่อนอื่น ๆ) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.92) รองลงมาได้แก่นิสิตคิดว่าการสำรองข้อมูลและตั้งรหัสการใช้งานทำให้อุปกรณ์ของนิสิตมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.99) และนิสิตคิดว่าควรสร้างรหัสผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ที่คาดเดายากและไม่ควรใช้รหัสผ่านเดียวกันกับบัญชีผู้ใช้งานอื่น ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 1.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู (คำถามเชิงลบ)

n = 214

ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้ งานแอปพลิเคชัน TikTok	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความ ตระหนัก	ลำดับ
1. นิสิตคิดว่าการเปลี่ยนรหัสผ่านบัญชีผู้ใช้งาน TikTok ทุก ๆ 1 ปีเป็นการรักษาความปลอดภัยของบัญชีผู้ใช้งานที่ดีที่สุด	3.49	1.16	น้อย	9

ตารางที่ 3 แสดงความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู (คำถามเชิงลบ) (ต่อ)

n = 214

ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok	(\bar{X})	(S.D.)	ระดับความตระหนัก	ลำดับ
2. นิสิตคิดว่าการเผยแพร่ประวัติการใช้งาน/ธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน TikTok เป็นการช่วยเตือนความจำ	2.42	1.35	มาก	5
3. นิสิตคิดว่าควรผูกบัญชีธนาคาร/หมายเลขบัตรเครดิต กับแอปพลิเคชัน TikTok เพื่อความสะดวกในการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์	2.49	1.29	มาก	7
4. นิสิตคิดว่าการเข้าถึงสิ่งที่สนใจโดยการคลิกลิงก์ โดยเฉพาะจากผู้ติดตามที่ไม่รู้จัก หรือจากข้อความที่มีการแสดงความคิดเห็นมีความปลอดภัยสูง เชื่อถือได้	2.38	1.35	มาก	4
5. นิสิตคิดว่าควรอนุญาตให้แอปพลิเคชันเข้าถึงข้อมูลทั้งหมดบนอุปกรณ์ของนิสิต เพื่อให้แอปพลิเคชันทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ	2.45	1.29	มาก	6
6. นิสิตคิดว่าการใช้อุปกรณ์ต่อพ่วงตามแหล่งให้บริการสาธารณชนกับอุปกรณ์ส่วนตัวของนิสิตเป็นสิ่งที่ไม่น่ากังวล	2.35	1.28	มาก	3
7. นิสิตคิดว่าการอนุญาตให้เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดเข้าถึงการใช้งานบัญชี TikTok ส่วนตัวของนิสิต เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้บัญชีของนิสิตมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ	2.19	1.25	มาก	2
8. นิสิตคิดว่าการแบ่งปันอุปกรณ์ส่วนตัวให้เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดใช้งานร่วมกับนิสิตเป็นการลดภาวะโลกร้อน	2.18	1.26	มาก	1
9. นิสิตคิดว่าการศึกษาขั้นตอน และวิธีการใช้งานที่ปลอดภัยของแอปพลิเคชัน TikTok ตามคำแนะนำ เป็นวิธีที่เสียเวลาและไม่สามารถช่วยให้นิสิตใช้งานได้อย่างปลอดภัยได้จริง	2.62	1.35	ปานกลาง	8
รวม	2.51	1.29	ปานกลาง	

จากตารางที่ 3 พบว่า ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ในคำถามเชิงลบ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้วิธีการใช้งานที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.51$, S.D. = 1.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรก พบว่า นิสิตคิดว่าการแบ่งปันอุปกรณ์ส่วนตัวให้เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดใช้งานร่วมกับนิสิตเป็นการลดภาวะโลกร้อน ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 1.26) รองลงมา ได้แก่ นิสิตคิดว่าการอนุญาตให้เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดเข้าถึงการใช้งานบัญชี TikTok ส่วนตัวของนิสิต เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้บัญชีของนิสิตมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ

($\bar{X} = 2.19$, S.D. = 1.25) และนิสิตคิดว่าการใช้อุปกรณ์ต่อพ่วงตามแหล่งให้บริการสาธารณะ กับอุปกรณ์ส่วนตัวของนิสิตเป็นสิ่งที่ไม่น่ากังวล ($\bar{X} = 2.35$, S.D. = 1.28) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครู ภาพรวมเป็นไปเพื่อความบันเทิงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 1.26) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก TikTok เป็นแอปแสดงวิดีโอขนาดสั้นสำหรับนำเสนอเนื้อหาที่สร้างสรรค์และสนุกสนานที่ใครก็เป็นผู้สร้างเนื้อหาได้โดยสามารถแบ่งปันกับเพื่อนบนโลกออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นพื้นที่ในการโฆษณาและขายสินค้าหลากหลายประเภทอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภรภัทร ธัญญเจริญ (2563) ที่พบว่า แอปพลิเคชัน TikTok สามารถเปิดพื้นที่ให้โอกาสในการสร้างวิดีโอคอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ตามความชอบของผู้ใช้งาน ส่งผลให้เกิดความสุขเพลิดเพลิน บันเทิงใจกับการได้เข้าไปใช้งาน นอกจากนี้ ยังเป็นพื้นที่ที่สามารถติดตามข่าวสาร องค์กรความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์สำหรับตัวผู้ใช้งาน ทั้งยังช่วยลดความเครียดได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกสรร สายสีสด (2564) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของนักเรียน นักศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียน นักศึกษาเลือกชมแอปพลิเคชัน TikTok ส่วนใหญ่คือ ความสนุก เพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 89.5

2. ความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครูในคำถามเชิงบวก ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับวิธีการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 1.07) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนิสิตครูทราบวิธีการสร้างความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ (cyber security) อันเป็นความฉลาดทางดิจิทัล (มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน, 2563: ออนไลน์) ซึ่งจะเห็นได้ว่าความปลอดภัยที่นิสิตตระหนักมากที่สุดคือ การจัดการความเป็นส่วนตัว (privacy management) หลีกเลี่ยงการโจมตีแบบฟิชซิง ระวังระวังในการเปิดเผยชื่อและที่ตั้ง พร้อมทั้งปฏิเสธแอปที่พยายามจะเข้าถึงข้อมูลส่วนตัว รองลงมาคือ การรักษาความปลอดภัยของตนเองในโลกไซเบอร์ (cybersecurity management) โดยการปกป้องอุปกรณ์ดิจิทัลข้อมูลที่จัดเก็บและข้อมูลส่วนตัว ไม่ให้เสียหาย สูญหาย หรือถูกโจรกรรมจากผู้ไม่หวังดีในโลกไซเบอร์ และตระหนักว่าควรมีการสร้างรหัสผ่านที่คาดเดาได้ยากและไม่ควรใช้รหัสผ่านเดียวกันกับบัญชีผู้ใช้งานอื่นจะทำให้ข้อมูลหรืออุปกรณ์มีความปลอดภัย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา วิสิฐพงศ์พันธ์ และคณะ (2565) ที่พบว่า มี 3 จาก 5 ปัจจัยหลักที่ส่งต่อการตระหนักรู้ถึงภัยคุกคามทางด้านไซเบอร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องภัยคุกคามทางไซเบอร์ ความปลอดภัยของอุปกรณ์และการเชื่อมต่อ และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ของนิสิตครูในคำถามเชิงลบ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้วิธีการใช้งานที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูลบนโลกไซเบอร์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.51$, S.D. = 1.29) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความเคยชินและการปฏิบัติเป็นประจำที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี เช่น นิสิตคิดว่าการศึกษาชั้นตอน และวิธีการใช้งานที่ปลอดภัยของแอปพลิเคชัน TikTok ตามคำแนะนำเป็นวิธีที่เสียเวลาและไม่สามารถช่วยให้นิสิตใช้งานได้อย่างปลอดภัยได้จริง และคิดว่าการผูกบัญชีธนาคาร/หมายเลขบัตรเครดิตกับแอปพลิเคชัน TikTok เป็นวิธีที่สะดวกในการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ อีกทั้งยังเห็นว่าควรอนุญาตให้แอปพลิเคชันเข้าถึงข้อมูลทั้งหมดบนอุปกรณ์ของตนเองเพื่อให้แอปพลิเคชันทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวสืบเนื่องมาจากการยอมรับเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น โดยรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วย ปัจจัยด้านการยอมรับความง่ายต่อการใช้งาน และปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเทคโนโลยี (สุทิพย์ ประทุม, และสรุณี อุเสินยาง, 2565) เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้เกิดความเสี่ยงหรือขาดความตระหนักในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลตามมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Katherine, & Lipford (2008) ที่กล่าวเพิ่มเติมถึงการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวว่า ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์จะใช้ประสบการณ์ตรงและบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) มาเป็นตัวชี้วัดว่าข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่ควรเปิดเผยหรือไม่ควรเปิดเผย หากผู้ใช้งานรู้สึกได้ถึงการรุกรานหรือก้าวล่วงความเป็นส่วนตัวอย่างไม่เหมาะสม ซึ่งเกิดจากการเปิดเผยข้อมูล เรื่องราวต่าง ๆ ก็จะทำให้เกิดความตระหนักในการควบคุมการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวและจัดการกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา วิสิษฐพงศ์พันธ์ และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งต่อการตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยทางไซเบอร์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัย. *วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 32(1), 33-38.
- แจ่มจันทร์ บุญโญปกรณ์. (2565). การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการให้บริการการท่องเที่ยวบนชีวิตวิถีใหม่ด้วยแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือ. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(2), 402-412.
- ทศนา แชมมณี. (2555). บัณฑิตศึกษาในศตวรรษที่ 21: การปรับหลักสูตรการสอน. ใน *เอกสารประกอบการสัมมนาการสอน วิจัยและผลิตผลงานวิชาการในสาขาวิชาหลักสูตร และการสอน: ประสบการณ์จากอดีตสู่อนาคตที่ยั่งยืน*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภรภัทร ธัญญเจริญ. (2563). *พฤติกรรม การเปิดรับ ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

- มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน. (2563). *ความฉลาดทางดิจิทัล*. http://cclickthailand.com/wp-content/uploads/2020/04/dq_FINAL.pdf
- สมาคมธนาคารไทย. (2566). *ไทยติดอันดับ 6 ของโลก เกิด “ภัยทางการเงิน” มากที่สุด*. <https://www.tba.or.th/ไทยติดอันดับ-6-ของโลก-เกิ/>.
- สุทิพย์ ประทุม และสร้อยณี อุเสินยาง. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในยุควิถีชีวิตใหม่. *วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 6(1), 1-18.
- เสกสรร สายสีสอด. (2564). การศึกษาพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ของนักเรียน นักศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(3), 402-412.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2563). *ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม (Anti-Fake News Center)*. <https://library.parliament.go.th/sites/default/files/assets/files/works/academic%20office/radio%20scripts/pdf/2563-04/NALT-radioscript-rr2563-apr2.pdf>
- อินดิจิทัล. (2563). *สถิติของ TikTok ที่นักการตลาดควรรู้*. <https://www.indigital.co.th/TikTok-stats/>
- Katherine, S., & Lipford, H. R. (2008). Strategies and struggles with privacy in an online social networking community. *Proceedings of the 22nd British HCI Group Annual Conference on HCI 2008: People and Computers XXII: Culture, Creativity*, 1, 111-119.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitude. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know* (3rd ed.). International Society for Technology in Education

พฤติกรรมกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
Reading Behavior of People in Moo 3 Community, Tha Pha Subdistrict,
Ban Pong District Ratchaburi

ไพโรจน์ แก้วเขียว^{1*} และชุตินา ธงเพ็ง²
Phairot Kaewkeaw^{1*} and Chutima Thongpeng²

¹อาจารย์สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
²บรรณารักษ์ห้องสมุดประชาชนอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

¹Instructor of library and information science, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat
University

²Librarian, Ban Pong District Public Library, Ratchaburi Province

*Corresponding Author, Email: Phairot@webmail.npru.ac.th

Received: March 25, 2024
24,2024

Revised: April 26,2024

Accepted: May

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอ บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 319 คน เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบสอบถามเป็นคำถามแบบ เลือกตอบ (check list) และเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scales) วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา มีเวลาที่ใช้ในการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านเดือนละครั้ง สำหรับเวลาที่ใช้ในการอ่านส่วนมากใช้เวลาอ่านประมาณ 15- 30 นาที และใช้ช่วงเวลาอ่านในตอนช่วงเวลาค่ำ เป็นส่วนใหญ่ โดยใช้เวลาไม่มากนักไม่เกิน 30 นาที และมักจะอ่านที่บ้านมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมที่ทำระหว่างการอ่าน คือดูโทรทัศน์ ดู ภาพยนตร์ซีรี่ย์ สำหรับการได้รับคำแนะนำในการอ่าน ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในชุมชนตำบลท่าผา ส่วนใหญ่อ่านด้วยตนเอง สำหรับวัตถุประสงค์ในการอ่านคือ พบว่า ส่วนใหญ่อ่านเพื่อรับรู้ข่าวสารหรือ ข้อมูลต่าง ๆ ส่วนสื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่ชอบอ่านระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ประชาชนชอบอ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับความสนใจการอ่านด้านประเภทและ เนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า มีความสนใจอ่านประเภทหนังสือเรียน ส่วนด้านเนื้อหาที่อ่านมาก คือ ด้าน วัฒนธรรม สำหรับการอ่านจากประเภทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า อ่านจากเฟซบุ๊กมากที่สุด สำหรับ ปัญหาในการอ่าน พบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่ไม่มีเวลาในการอ่าน

คำสำคัญ: การอ่าน พฤติกรรมการอ่าน ตำบลท่าผา

Abstract

Objective of this research was to study the reading behavior of people in the community, Village No. 3, Tha Pha Subdistrict, Ban Pong District. Ratchaburi Province The population used in this research is the people of Village No. 3, Tha Pha Subdistrict, Ban Pong District. Ratchaburi Province. The sample group consisted of 319 people. The research tools included: The questionnaire is a check list question and is a rating scale question. Data were analyzed using percentages and averages standard deviation. The findings revealed that residents primarily read once a month for short periods, typically 15 to 30 minutes, mainly during the evening. Reading most frequently occurred at home. While reading, a common behavior was watching television, movies, or series. The study also found that most residents read independently rather than from recommendations. The main purpose for reading was to gain news or general information. When choosing between media formats, participants showed a strong preference for print media over electronic media. Textbooks and cultural content were the most popular among print materials, while Facebook was the most frequently used electronic platform for reading. The main obstacle to reading identified by respondents was a lack of time.

Keywords: *Reading, reading behavior, Tha Pha Subdistrict*

บทนำ

การอ่านเป็นทักษะการรับข้อมูลข่าวสาร ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้ เพื่อเก็บมาเป็นประสบการณ์ในการดำรงชีวิต เป็นการพัฒนาสมองและสติปัญญา ไม่ว่าจะจะเป็นนักเรียน นักศึกษาหรือประชาชนทั่วไป และในทุกอาชีพต่างก็รับข้อมูลข่าวสารในเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อนำความรู้ ความคิด แนวทางปฏิบัติที่ได้รับจากการอ่านมาประกอบการตัดสินใจ หรือนำมาวางแผนในการดำรงชีวิตและปฏิบัติงาน โดยสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเองได้เป็นอย่างดี การอ่านเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับทุกคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ เพราะจะทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวาง โดยเฉพาะหากมีขั้นตอนการบ่มเพาะที่เหมาะสม น่าสนใจ ที่สามารถกระตุ้นความรู้สึกรักและการกระทำอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้บุคคลนั้นมีนิสัยรักการอ่าน นำไปสู่การพัฒนาความคิดได้อย่างกว้างไกลไม่สิ้นสุด และสร้างพฤติกรรมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต (กนิษฐา มหาวงศ์ทอง, 2553: 1) การอ่านมีความจำเป็นต่อการศึกษาเล่าเรียนทั้งในระบบและนอกระบบ เพราะจะให้ได้รับความรู้และความเข้าใจที่จะทำให้การเรียนประสบความสำเร็จได้ การอ่านมีคุณค่าต่อมนุษย์ทำให้มนุษย์เกิดความรู้ ยกระดับสติปัญญาให้สูงขึ้น ทำให้มนุษย์เกิดความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาความคิดให้ก้าวหน้า ส่งผลต่อการพัฒนาในอาชีพ ทำให้มนุษย์ทันต่อเหตุการณ์ ได้รับความรู้เพิ่ม

ช่วยให้มนุษย์สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างรู้เท่าทัน (พีบีค, 2558: ออนไลน์) การอ่านทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องราวของความเป็นไปในเรื่องราวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเป็นมาและเป็นไปของมนุษย์ สัตว์ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สภาพสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่มีความกระทบการต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในชุมชนหรือสังคมต่าง ๆ ทั้งในด้านบวกและลบ ซึ่งทำให้คนได้เข้าใจ รับรู้ สามารถนำมาประยุกต์หรือเป็นบทเรียนในการใช้ชีวิตได้อย่างถูกต้อง สมดุล และอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ตลอดจนการได้รับความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจจากการอ่านหนังสือ แต่เท่าที่ผ่านมาจากการสำรวจของหน่วยงานต่าง ๆ พบว่า คนไทยส่วนใหญ่ยังอ่านหนังสือต่อวันน้อยมาก และยังไม่มีการพัฒนาการอ่านหนังสือเหมือนประเทศอื่น ๆ ที่พัฒนาแล้ว ปัญหาดังกล่าวได้มีการหยิบยกขึ้นมากล่าวถึงโดยตลอด แต่ก็ไม่สามารถทำให้คนไทยส่วนใหญ่อ่านหนังสือมากขึ้นได้ ซึ่งเป็นปัญหาเรื้อรังมายาวนาน การไม่ชอบอ่านหนังสือทำให้ไม่มีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการด้านสิ่งใหม่ ๆ หรือไม่รู้เท่าทันกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทำให้กลายเป็นอุปสรรคสำหรับการพัฒนาประเทศให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้เนื่องจากทรัพยากรบุคคลของประเทศไม่มีความรู้เพียงพอต่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การอ่านมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการศึกษาและคุณภาพชีวิต การพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองนั้นจะต้องอาศัยประชาชนที่มีความรู้ ความรู้ที่เกิดขึ้นในตัวของผู้คนส่วนใหญ่ได้มาจากการอ่าน (พรพรรณ จันทรแดง, 2556: 3) สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีข่าวสารมากมาย ประกอบกับความเจริญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้การแพร่กระจายของข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว รวมทั้งความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการต่าง ๆ มีมากขึ้น คนในสังคมปัจจุบันจึงต้องปรับตัวให้มีวิถีชีวิตแห่งการเรียนรู้และมีพฤติกรรมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อจะได้ติดตามความเคลื่อนไหวให้ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การอ่านจึงมีความสำคัญอย่างมากในการเรียนรู้และเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์ตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยชรา ทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั่วโลก และเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างรู้เท่าทัน นอกจากนี้ การอ่านยังเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการในการใช้ภาษาของเด็กที่เชื่อมโยงกับการใช้ภาษาด้านอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูด การฟัง หรือการเขียน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

จากการสำรวจการอ่านหนังสือของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2561 พบว่า ประชากรอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปที่อ่านประมาณ 49.7 ล้านคน คิดเป็นอัตราการอ่านร้อยละ 78.8 ผู้ชายมีอัตราการอ่านสูงกว่าผู้หญิงเล็กน้อย (ร้อยละ 79.7 และ 77.9 ตามลำดับ) และเมื่อเปรียบเทียบกับการสำรวจที่ผ่านมา พบว่า อัตราการอ่านเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปี 2558 การอ่านของประชากรมีความแตกต่างกันตามวัย โดยวัยเยาวชนมีอัตราการอ่านสูงสุด (ร้อยละ 92.9) รองลงมาคือวัยเด็ก (ร้อยละ 89.7) วัยทำงาน (ร้อยละ 81.8) และต่ำสุดคือ วัยสูงอายุ (ร้อยละ 52.2) เมื่อเปรียบเทียบผลการสำรวจที่ผ่านมา พบว่า ปี 2561 วัยเด็กและวัยสูงอายุมีอัตราการอ่านลดลงเล็กน้อย ในขณะที่วัยเยาวชนและวัยทำงานมีอัตราการอ่านเพิ่มขึ้นจาก

ปี 2558 ผู้อ่านอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปอ่านทุกวันมากที่สุด (ร้อยละ 54.0) สำหรับผู้อ่านสัปดาห์ละ 4 – 6 วัน อ่านสัปดาห์ละ 2 - 3 วัน และอ่านนาน ๆ ครั้ง มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 12.2 – 15.6 เมื่อพิจารณาตามกลุ่มวัย พบว่า วัยเด็ก วัยเยาวชน วัยทำงาน และวัยสูงอายุ มีสัดส่วนผู้อ่านทุกวันมากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กองสถิติสังคม, 2563: ออนไลน์)

นอกจากนี้ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (TK park) ร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้สำรวจผลการอ่านของประชากร ประจำปี พ.ศ. 2561 พบว่าคนไทยใช้เวลาอ่านเพิ่มมากขึ้นเป็น 80 นาทีต่อวัน โดยอ่านหนังสือเล่มร้อยละ 88 และอ่านบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากถึงร้อยละ 75.4 ซึ่งอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันมากขึ้น สะท้อนว่าหนังสือเล่มยังคงอยู่เคียงคู่กับสื่อใหม่ ในภาพรวมมีคนไทยอ่านร้อยละ 78.8 ซึ่งหมายถึงยังมีคนไทยที่ไม่อ่านถึงร้อยละ 21.2 ในปี พ.ศ. 2561 พบว่าคนไทยอายุ 6 ปีขึ้นไป อ่านร้อยละ 78.8 หรือคิดเป็นจำนวนประชากร 49.7 ล้านคน โดยในกรุงเทพฯ มีคนอ่านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.9 ภาคกลางร้อยละ 80.4 ภาคเหนือและภาคอีสานร้อยละ 75 และ ภาคใต้ร้อยละ 74.3 ขณะที่เวลาในการอ่านสูงขึ้น พบว่าคนไทยอ่านหนังสือนานสุด 80 นาที/วัน เปรียบเทียบกับจากปี 2558 อ่าน 66 นาที และ 2556 อ่าน 37 นาที (วอยซ์ ออนไลน์, 2562: ออนไลน์) อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะคนไทยจะอ่านหนังสือเพิ่มขึ้นหรือลดลง แต่การอ่านก็ยังคงมีความจำเป็นสำหรับประชาชนทุกเพศทุกวัย เพราะจะช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาของเด็ก เยาวชนหรือนักศึกษา รวมทั้งเป็นข้อมูลในการทำงาน การประกอบอาชีพ ด้านต่าง ๆ ของบุคคลในวัยทำงานหรือบุคคลทั่วไป ตลอดจนเป็นการสร้างความซาบซึ้ง จรรโลงใจ ความบันเทิงให้แก่ผู้อ่านที่ได้อ่านเรื่องราวต่าง ๆ ตามที่ตนชอบหรือสนใจ สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างหรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ดียิ่งขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า “การอ่านทำให้เป็นคนโดยสมบูรณ์ นอกจากนี้ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการอ่าน มาหลายยุคหลายสมัย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมา มีนโยบายสร้างห้องสมุดประชาชนสร้างที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน โครงการห้องสมุดมีชีวิตหรือการสร้างอุทยานการเรียนรู้สำหรับชุมชนเพื่อส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนมีนิสัยรักการอ่าน และแสวงหาความรู้อย่างกว้างขวาง และรัฐบาลยังได้ประกาศให้การอ่านเป็นวาระแห่งชาติ ในปี 2552 กำหนดให้วันที่ 2 เมษายนของทุกปีเป็นวันรักการอ่านเพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนได้อ่าน เพราะนอกจากจะช่วยให้ได้รับข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังช่วยป้องกันการลืมนหนังสือหรือทักษะการอ่านของคนได้ โดยเฉพาะคนในวัยทำงานหรือผู้สูงวัยในชุมชนที่ยังไม่มีแหล่งสารสนเทศที่จะช่วยให้เข้าถึงการอ่านได้อย่างเพียงพอ ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีในปัจจุบันจะเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เช่น จากโทรทัศน์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต แต่การอ่านก็ยังคงมีความสำคัญและเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพราะสามารถรับหรือเข้าถึงเนื้อหาสาระได้ชัดเจน ละเอียดลึกซึ้ง และตัดสินใจที่เลือกรับหรือไม่รับ ตลอดจนสามารถแสวงหาความรู้โดยไม่มีข้อจำกัดหรือเงื่อนไขเรื่องเวลา สถานที่ หรือความเสถียรของการส่งสัญญาณของอุปกรณ์ต่าง ๆ จึงเห็นได้ว่า การอ่านจึงมีความสำคัญต่อกิจกรรมในชีวิตประจำวันของมนุษย์ หากรู้จักนำความรู้ที่ได้จากการอ่านไปพัฒนาตนเองและสังคม

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านของบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป มีการศึกษาและวิจัยกันอย่างกว้างขวาง แต่จะเน้นที่นักเรียน นักศึกษามากกว่าประชาชนทั่วไป เช่น งานวิจัยของโชติมา วัฒนะ เรื่อง พฤติกรรมการอ่านหนังสือของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่สนใจศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอ่านของนิสิตระดับปริญญาตรี งานวิจัยของรัชฎาพร อธิวารรณ ศึกษาพฤติกรรมการอ่าน วิธีการอ่านและปัญหาการอ่านของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต หรืองานวิจัยของเพลินพิศ เนติธรรมกุล ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการอ่านของนักศึกษาสถาบันราชภัฏสุราษฎร์ธานี เพื่อสำรวจพฤติกรรมการอ่าน ความสนใจในการอ่านของนักศึกษา และศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการอ่านของนักศึกษา รวมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา หรืองานวิจัยของสุชาติ ชุมดวง ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษา โรงเรียนดาราวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4- 6 และหาแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านและการใช้ห้องสมุด ซึ่งได้ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาว่าผู้บริหารควรสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อหนังสือให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน ให้ความสำคัญกับงานห้องสมุด ส่งเสริมให้ครูผู้สอน และครูบรรณารักษ์จัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านเพิ่มมากขึ้น แต่การศึกษาพฤติกรรมของประชาชนเกี่ยวกับการอ่านที่ผ่านมายังน้อยหากเทียบกับการศึกษาพฤติกรรมการอ่านของนักเรียน นิสิต นักศึกษา ทั้งที่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัยก็เป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่สามารถพัฒนาตนเองให้มีความรอบรู้ มีข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศที่รอบด้านทั้งการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจและการเมือง เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ในการทำงานหรือการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งมีส่วนช่วยให้ประเทศชาติเจริญรุ่งเรืองได้ เพราะประชาชนมีความรู้ และความรู้ที่ได้ในส่วนใหญ่นั้นได้มาจากการอ่านเป็นสิ่งสำคัญ (สมฤดี แยมขจร, 2553: 1)

จากที่มาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะบรรณารักษ์จึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี เพื่อทราบถึงพฤติกรรมและปัญหาในการอ่าน ซึ่งจะใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน จัดอาคารสถานที่ จัดหา สื่อสารสนเทศที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้อ่าน ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบลและจังหวัด ห้องสมุดชุมชน หรือห้องสมุดประชาชน เพื่อให้บริการและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี อันจะช่วยสร้างและส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนแห่งนี้มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีนิสัยรักการอ่านทั่วทุกคนเพื่อสร้างสรรค์สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัญหาในการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น		ตัวแปรตาม
เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ		พฤติกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนหมู่ที่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 1,560 คน (เทศบาลเมืองท่าผา, 2562: ออนไลน์) และอยู่ในวัยเด็กจนถึงวัยทำงานรวมถึงผู้สูงอายุที่สามารถอ่านออกและเขียนได้

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ประชาชนที่อยู่ในวัยเรียนตั้งแต่ชั้นประถมศึกษาจนถึงวัยทำงาน รวมถึงผู้สูงอายุที่สามารถอ่านออกและเขียนได้ ที่อาศัยอยู่ในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 319 คน กำหนดโดยใช้สูตรของ Yamane (1973, pp. 727-728) มีความคลาดเคลื่อนในระดับ $\pm 5\%$ ภายใต้ความเชื่อมั่น 95%

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 พฤติกรรมการอ่าน ได้แก่ ความถี่ที่ใช้ในการอ่าน ระยะเวลาเฉลี่ยในการอ่าน ช่วงเวลาที่ใช้ในการอ่าน สถานที่อ่านหนังสือ พฤติกรรมที่ทำระหว่างการอ่าน การได้รับคำแนะนำในการอ่าน วัตถุประสงค์ที่อ่านหนังสือ ประเภทสื่อที่ชอบอ่าน เนื้อหาสาระและปัญหาในการอ่าน ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะทั่วไปในการอ่าน

3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ศึกษาความรู้พื้นฐานทั่วไป หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือ นำมาสร้างแบบสอบถามพฤติกรรมการของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี นำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติมอีก แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่นโดยทดลองเก็บข้อมูลกับชุมชนหมู่อื่น จำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 ทำให้พบข้อบกพร่องของแบบสอบถามและได้นำมาปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 319 ฉบับ ไปขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากประชาชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม วิธีการเก็บข้อมูล และรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด 319 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 มาตรวจดูความสมบูรณ์ในแต่ละข้อ และนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ แล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลในแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา และอาชีพ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการอ่าน ได้แก่ ความถี่ที่ใช้ในการอ่าน ระยะเวลาเฉลี่ยในการอ่าน ช่วงเวลาที่ใช้ในการอ่าน สถานที่อ่านหนังสือ พฤติกรรมที่ทำระหว่างการอ่าน การได้รับคำแนะนำในการอ่าน วัตถุประสงค์ที่อ่านหนังสือ ประเภทสื่อที่ชอบอ่าน เนื้อหาสาระและปัญหาในการอ่าน วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน (ร้อยละ 68.34) เพศชาย 101 คน (ร้อยละ 31.66) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 60 ปี จำนวน 174 คน (ร้อยละ 54.55) รองลงมาคืออายุ 13-19 ปี จำนวน 96 คน (ร้อยละ 30.41) วุฒิการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น /ปวช. หรือเทียบเท่า จำนวน 88 คน (ร้อยละ 27.59) รองลงมาคือระดับประถมศึกษา จำนวน 84 คน (ร้อยละ 26.33) สำหรับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในอาชีพรับจ้าง จำนวน 90 คน (ร้อยละ 28.21) รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 86 คน (ร้อยละ 26.96)
2. พฤติกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี

2.1 จำแนกตามความถี่ที่ใช้ในการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านเดือนละครึ่ง จำนวน 91 คน (ร้อยละ 28.53) รองลงมาอ่านสัปดาห์ละ 1 – 2 วัน จำนวน 89 คน (ร้อยละ 27.90) และอ่านสัปดาห์ละ 3 – 4 วัน จำนวน 71 คน (ร้อยละ 22.26) ตามลำดับ

2.2 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการอ่านส่วนใหญ่คือ 15 -30 นาที จำนวน 159 คน (ร้อยละ 49.84) รองลงมาคือ ต่ำกว่า 15 นาที จำนวน 120 คน (ร้อยละ 37.53) และ 31-45 นาที จำนวน 32 คน (ร้อยละ 10.03) ตามลำดับ

2.3 ช่วงเวลาในการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านในช่วงค่ำ จำนวน 85 คน (ร้อยละ 26.55) รองลงมาคือ ช่วงเช้า จำนวน 69 คน (ร้อยละ 21.63) และอ่านช่วงระหว่างเรียนหรือทำงาน จำนวน 56 คน (ร้อยละ 17.55) ตามลำดับ

2.4 สถานที่ที่ชอบนั่งอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านที่บ้าน จำนวน 179 คน (ร้อยละ 55.59) รองลงมาคือ อ่านที่ร้านกาแฟหรือที่ร้านอาหาร จำนวน 55 คน (ร้อยละ 17.08) และอ่านที่ร้านหนังสือ จำนวน 42 คน (ร้อยละ 13.04) ส่วนการอ่านที่ห้องสมุด จำนวน 27 คน (ร้อยละ 8.39) และอ่านที่สวนสาธารณะน้อยที่สุด 19 คน (ร้อยละ 8.39) ตามลำดับ

2.5 พฤติกรรมที่ทำระหว่างการอ่านส่วนใหญ่คือ ดูโทรทัศน์ จำนวน 94 คน (ร้อยละ 29.4) รองลงมาคือ ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 91 คน (ร้อยละ 28.47) และฟังเพลง จำนวน 64 คน (ร้อยละ 20.06) ตามลำดับ

2.6 การได้รับคำแนะนำในการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านด้วยตนเอง จำนวน 283 คน (ร้อยละ 86.28) รองลงมาคือ อ่านตามคำแนะนำของครู อาจารย์ จำนวน 25 คน (ร้อยละ 7.26) และอ่านตามบทวิจารณ์หนังสือตามวารสาร/หนังสือพิมพ์ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 5.49) ตามลำดับ

2.7 วัตถุประสงค์ของการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านเพื่อรับรู้ข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ จำนวน 140 คน (ร้อยละ 33.33) รองลงมาคือ อ่านเพื่อความรู้และเพื่อการศึกษา จำนวน 84 คน (ร้อยละ 20.00) และอ่านเพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน จำนวน 80 คน (ร้อยละ 19.05)

2.8 สื่อที่ชอบอ่านส่วนใหญ่คือ สื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 215 คน (ร้อยละ 67.40) รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 104 คน (ร้อยละ 32.60)

2.9 ความสนใจในการอ่านด้านสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกตามประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความสนใจอ่านสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ หนังสือเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.14) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) และสนใจอ่านนิยาย เรื่องสั้น อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.09) และสนใจอ่านน้อยที่สุด อยู่ในระดับน้อย คือ วารสารและนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 2.14)

2.10 ความสนใจอ่านด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) เมื่อแยกตามประเภทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสนใจอ่านสูงสุด อยู่ในระดับ

มาก คือ เฟซบุ๊ก (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือ ไลน์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และอินสตาแกรม มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93)

2.11 ความสนใจอ่านด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกตามประเภทเนื้อหาแล้วพบว่า เนื้อหาที่สนใจอ่านสูงสุด มีความสนใจอยู่ในระดับมาก คือ ด้านวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.45) รองลงมาคือ เนื้อหาด้านคณิตศาสตร์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีความสนใจอ่านในระดับปานกลาง คือ เนื้อหาด้านการท่องเที่ยวและแผนที่ (ค่าเฉลี่ย 3.15)

2.12 ปัญหาของการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านช้า จำนวน 84 คน (ร้อยละ 26.33) รองลงมาคือ ไม่มีเวลาอ่าน จำนวน 57 คน (ร้อยละ 17.87) และอ่านแล้วไม่เข้าใจ จำนวน 55 คน (ร้อยละ 17.24)

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการอ่านของประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนประชาชนในชุมชนหมู่ 3 ตำบลท่าผา มีเวลาที่ใช้ในการอ่านส่วนใหญ่คือ อ่านเดือนละครั้ง ซึ่งนับว่าน้อยมาก อาจเป็นเพราะว่าประชาชนส่วนใหญ่ใช้เวลากับการทำงาน และสนใจรับรู้สื่อที่ใช้ทักษะการรับรู้ทางอื่นเช่น การดูทีวี การดูคลิปจากโทรศัพท์ การฟังรายการวิทยุ การพูดคุยแลกเปลี่ยน มากกว่าการอ่านจากหนังสือที่เป็นกิจจะลักษณะ หรืออาจไม่มีหนังสือให้อ่าน ประกอบกับสภาพสังคม และเศรษฐกิจที่ต้องทำงานเพื่อหารายได้มาจุนเจือครอบครัว และนิสัยของคนไทยยังไม่มีนิสัยรักการอ่าน หากมีเวลาว่างมักจะพักผ่อนด้วยการจับกลุ่มสนทนาเรื่องทั่วไปสัพเพเหระหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพมากกว่าอ่านหนังสือสำหรับเวลาที่ใช้ในการอ่านส่วนมากใช้เวลาอ่านประมาณ 15- 30 นาที และใช้ช่วงเวลาอ่านในตอนช่วงเวลาค่ำ เป็นส่วนใหญ่ แสดงให้เห็นว่า การอ่านของประชาชนในชุมชนนี้ ยังถือว่าไม่จริงจัง อ่านเป็นงานอดิเรกมากกว่าจะอ่านเอาความเป็นเรื่องราว เพราะนอกจากจะอ่านโดยใช้เวลาไม่มากนัก ไม่เกิน 30 นาที และเป็นการอ่านในช่วงเวลาก่อนนอนตอนหัวค่ำ และมักจะอ่านที่บ้านมากที่สุด ถึงร้อยละ 55.59 ส่วนพฤติกรรมที่ทำระหว่างการอ่าน คือดูโทรทัศน์ที่เป็นเช่นนี้ เพราะปัจจุบันแทบทุกบ้านต้องมีโทรทัศน์ประจำทุกบ้าน โทรทัศน์เป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัว สามารถให้ข่าวสาร สารระความรู้ ความบันเทิงได้ดีและสมบูรณ์มากกว่าสื่ออื่น ๆ ผู้ชมโทรทัศน์สามารถได้ยินเสียงเห็นภาพเคลื่อนไหว และอ่านตัวหนังสือได้เช่นเดียวกับการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การอ่านไปพร้อมกับดูโทรทัศน์ไปด้วยนั้น เพราะผู้อ่านอาจไม่เน้นเนื้อหาสาระ เป็นการอ่านเพื่อคั่นเวลาระหว่างโฆษณามากกว่า แต่การอ่านในลักษณะนี้ มิใช่ว่าจะไม่เกิดประโยชน์ อย่างน้อยสามารถสร้างความเพลิดเพลิน สร้างจรรโลงใจ หรือได้รับความรู้เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ หรือระดับความรู้ได้เช่นเดียวกัน หากเป็นวัยเรียนหรือวัยทำงาน อาจใช้ความรู้จากการอ่านในช่วงนี้ไปใช้ได้ในการเรียนได้ หรือการทำงานได้ หากเป็นวัยผู้สูงอายุ นอกจากได้รับความเพลิดเพลิน ยังช่วยในการป้องกันการลืมหนังสือ หรือพัฒนาสมองป้องกัน

การเป็นโรคหลงลืมหรือสมองเสื่อมในผู้สูงอายุได้ ทั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทยของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์ และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (2558, น. 8) ที่สำรวจพบว่า การอ่านหนังสือของคนไทยมีลักษณะเป็นงานอดิเรกประเภทหนึ่งเพื่อฆ่าเวลา เนื่องจากส่วนใหญ่จะใช้เวลาอ่านไม่ยาวนานนัก คือไม่เกิน 30 นาที ซึ่งไม่ใช่การอ่านแบบเอาจริงเอาจัง อีกทั้งเป็นการอ่านระหว่างวันหรือก่อนนอน และสถานที่อ่านหลัก คือที่บ้าน ซึ่งเป็นการอ่านเพื่อใช้เวลาว่างในช่วงสั้น ๆ เป็นหลัก เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการอ่านหนังสือของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ของโชติมา วัฒนะ (2561, น. 67) ที่พบว่า นิสิตส่วนใหญ่อ่านหนังสือในช่วงก่อนนอน และชอบอ่านหนังสือที่บ้านมากที่สุด เพราะเป็นช่วงเวลา ที่นิสิตส่วนใหญ่อยู่บ้าน ทำการบ้าน จึงเป็นเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการอ่านหนังสือ เช่นเดียวกับงานวิจัย ของชโรชนีชัย มินทร์ และคณะ (2564: 59) ที่พบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการอ่านต่อครั้ง คือ 15-30 นาที และอ่านเพื่อรับรู้ข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ และสนุกเพลิดเพลินในช่วงเวลาช่วงค่ำ

สำหรับการได้รับคำแนะนำในการอ่าน ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในชุมชนตำบลท่าผา ส่วนใหญ่อ่านด้วยตนเอง รองลงมาคือการอ่านจากคำแนะนำของครู อาจารย์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยส่วนใหญ่ที่มักได้รับคำแนะนำในการอ่านจากครอบครัว เช่น งานวิจัยของอภิชาติ สุขประเสริฐ (2555: 98) เรื่อง พฤติกรรมการอ่านของเยาวชนในชุมชนแออัดแขวงเมืองราย ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการส่งเสริมการอ่านของเด็ก คือครอบครัว เพราะครอบครัวหรือผู้ปกครองมักจะชื่นชมเมื่อลูกหลานในวัยเรียนอ่านหนังสือและผู้ปกครองส่วนมากมักแนะนำถึงประโยชน์ของการอ่านหนังสือ นั่นคือปัจจัยสำคัญที่ทำให้เยาวชนไทยชอบการอ่านหนังสือคือ การเริ่มต้นจากสังคมครอบครัว ได้แก่ การที่พ่อแม่อ่านหนังสือ หรือเล่านิทานให้ฟังตอนเด็ก ๆ พ่อแม่ร่วมทำกิจกรรมการอ่านหนังสือกับลูกตอนเด็ก ๆ และซื้อหนังสือที่มีรูปเล่ม และมีสีสันสวยงาม ให้นิเวศเด็กจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เด็กหรือเยาวชนมีนิสัยรักการอ่าน ซึ่งต่างจากผลการวิจัยในครั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ มีอายุระหว่าง 20 – 60 ปี จึงตัดสินใจเลือกอ่านเองจากความชอบเป็นการส่วนตัว หรือจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของตนเอง สามารถเลือกอ่านในเรื่องที่ตนเองถนัด หรือเรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของตนเอง สำหรับวัตถุประสงค์ในการอ่านคือ พบว่า ส่วนใหญ่อ่านเพื่อรับรู้ข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า การอ่านมีความสำคัญ ต่อชีวิตมนุษย์ทุกช่วงวัย เพราะทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสามารถติดตามคามก้าวหน้าทางวิทยาการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดีของคนในยุคดิจิทัล การอ่านเป็นวัฒนธรรมในการแสวงหาความรู้ของประชาชนทุกคน ช่วยให้ได้รับความรู้ และแนวคิดใหม่ ๆ อันจะเป็นการพัฒนาตนเองและรู้จักปรับตัวให้อยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

ส่วนสื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่ชอบอ่านระหว่างสื่อบริษัทกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ประชาชนชอบอ่านสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์ และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคม

และธุรกิจ (2558, p, iv) ที่วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย พบว่า คนไทยอ่านหนังสือที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือกระดาษร้อยละ 99.8 และอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หรืออีบุ๊ก ร้อยละ 24 แสดงว่าสื่อสิ่งพิมพ์หรือหนังสือที่เป็นกระดาษยังมีความสำคัญต่อการอ่านของคนไทย สามารถอ่านได้ง่าย สะดวก ไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เสริมเหมือนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ยุ่งยากในการอ่านและจดบันทึก เช่น การเปิดอ่านที่มีมุมมองกว้างกว่า การย้อนกลับไปอ่านบททวน หรือการจดบันทึกข้อความที่สำคัญ ซึ่งมีผลต่อความเข้าใจในเนื้อหาได้มากกว่า จากการศึกษาและวิจัยของ Mangen, Walgermo, & Brønning (2013, p, 56-58) เรื่อง การอ่านข้อความบนหนังสือกับหน้าจอคอมพิวเตอร์: ผลต่อความเข้าใจในการอ่าน เพื่อสำรวจผลกระทบของการอ่านผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ต่อความเข้าใจในการอ่านเนื้อหา ของโรงเรียนในประเทศนอร์เวย์ โดยแบ่งกลุ่มนักเรียนออกเป็นสองกลุ่ม โดยกลุ่มแรกอ่านข้อความสองฉบับ คำศัพท์ ประมาณ 1,400-2,000 คำ ในรูปแบบสิ่งพิมพ์ และอีกกลุ่มอ่านข้อความเดียวกันในรูปแบบพีดีเอฟไฟล์ บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ แล้วทดสอบความเข้าใจในการอ่าน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มที่อ่านข้อความในรูปแบบสิ่งพิมพ์มีคะแนนในการทดสอบความเข้าใจในการอ่านได้ดีกว่านักเรียนที่อ่านข้อความในรูปแบบดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าการอ่านหนังสือจากเล่มที่เป็นกระดาษ ทำให้สามารถจดจำและร้อยเรียงเรื่องราวที่อ่านได้ดีกว่าการอ่านจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับความสนใจการอ่านด้านประเภท และเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า มีความสนใจอ่านหนังสือเรียน ส่วนด้านเนื้อหาที่อ่านมาก คือ ด้านวัฒนธรรม ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นกลุ่มผู้ตอบที่ยังเป็นนักเรียน นักศึกษา เพราะต้องใช้หนังสือเรียนในการทำ การบ้านหรือทบทวนบทเรียนของตนเองเป็นหลัก และยังไม่ได้อ่านหรือได้รับการปลูกฝังให้อ่านหนังสือประเภทอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือนิตยสารทั่วไป ส่วนการอ่านเนื้อหาด้านวัฒนธรรม อาจเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว ข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวันของประชาชนในชุมชนได้ ทำให้สนใจอ่านเนื้อหาด้านนี้มากกว่าด้านอื่น ๆ สำหรับการอ่านจากประเภทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า อ่านจากเฟซบุ๊กมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวี จันท์แก้ว (2559: 145) ที่พบว่า ผู้อ่านมีพฤติกรรมสนใจอ่านจากเฟซบุ๊ก เหตุผลที่ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊ก เป็นเพราะว่า เฟซบุ๊กสามารถใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนได้ตลอดเวลา เพื่อนส่วนใหญ่ใช้ ใช้เพื่ออัปเดตข่าวสารและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน แชร์ภาพหรือความคิดเห็นของตัวเอง ดูคลิปวิดีโอ ทำความรู้จักกับคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ตลอดจนค้นหาข้อมูลสินค้าที่ต้องการซื้อ นอกจากนี้เฟซบุ๊ก ยังได้รับการจัดอันดับของ โซเชียลมีเดียที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในทุก ๆ ปีที่ผ่านมา โดยมีการใช้เฟซบุ๊กถึงร้อยละ 91.5% ของประชากรกลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 16 – 64 ปี รองลงมาคือ ไลน์ และต็อกตามลำดับ (เดอะดิจิทัลทีป, 2567)

สำหรับปัญหาในการอ่าน พบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่ไม่มีเวลาในการอ่าน คล้องคล้องกับงานวิจัยของธีรยุทธ รอดสูงเนิน, สุทธิเทพ ศิริพิพัฒน์กุล และจินตนา กาญจนวิสุทธิ์ (2559: 180) ที่พบว่า ปัญหาที่พบบากที่สุดในการอ่านคือ ขี้เกียจอ่านและไม่มีเวลาในการอ่าน อันเนื่องมาจากมีสิ่งรบกวนอื่น ๆ เข้ามาทำให้ไม่มีเวลา

ในการอ่าน ไม่ว่าจะเป็นการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ของกลุ่มเด็ก วัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน หรือการดูสื่อโซเชียล ในโทรศัพท์ การดูหนังแบบออนไลน์ที่มีแพลตฟอร์มหลายแพลตฟอร์ม จนทำให้ไม่อยากอ่านและมักอ้างว่า ไม่มีเวลาอ่าน จนกลายเป็นขี้เกียจอ่าน เพราะว่าทำกิจกรรมอื่นสนุก เพลิดเพลิน บันเทิงและผ่อนคลาย มากกว่า หรือไม่มีต้นแบบให้มินิสัยรักการอ่าน โดยเฉพาะคนในครอบครัว พ่อแม่ผู้ปกครอง สำหรับวัย ผู้ใหญ่ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ต้องทำมาหากิน และภาระหนี้สินต่าง ๆ ทั้งของตนเองและคนใน ครอบครัวอาจเป็นอุปสรรคที่ทำให้ไม่มีเวลาว่างมากพอมารออ่านหนังสือ จนกลายเป็นมองไม่เห็นความสำคัญ ไม่เห็นประโยชน์ของการอ่าน ประกอบกับการเข้าถึงแหล่งที่อ่าน ไม่ว่าจะป็นร้านค้าที่เคยมีหนังสือพิมพ์ ให้ลูกค้าอ่าน ปัจจุบันแทบจะไม่มีร้านค้าใดซื้อมาให้บริการลูกค้าได้อ่านที่ร้านอีกแล้ว เพราะลูกค้าไม่อ่าน และสำนักพิมพ์ปิดกิจการไปหลายราย อาจจะมีร้านกาแฟบางร้านที่ยังพอมีหนังสือให้บริการบ้าง แต่น้อย มากและประชาชนทั่วไปก็ไม่สะดวกไปใช้บริการ ส่วนห้องสมุดประชาชนต่างก็เปิดและปิดตรงกันกับเวลา ทำงานของประชาชน ทำให้ไม่สามารถเข้าใช้บริการได้อย่างสะดวก หากจะซื้ออ่านเองก็มีราคาแพง ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัญหาของการไม่มีเวลาอ่านของประชาชน จนกลายมาเป็นขี้เกียจอ่านไปในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ประชาชนในชุมชนสร้างแกนนำหรือจัดตั้งสมาคม ชมรม คนสูงอายุเพื่อให้มาพบปรึกษา แลกเปลี่ยนข่าวสาร เช่น ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมนักอ่าน

1.2 ควรจัดทำที่อ่านหนังสือภายในชุมชนหรือมุมหนังสือให้เยาวชน และประชาชนในชุมชนได้อ่าน

1.3 บรรณารักษ์ห้องสมุดประชาชนตำบลและอำเภอ ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการอ่านให้แก่คนในชุมชนแบบเชิงรับและเชิงรุก เช่น จัดห้องสมุดเคลื่อนที่ หมุนเวียนหนังสือให้บริการในชุมชน

1.4 ห้องสมุดประชาชนต้องปรับเปลี่ยนเวลาเปิด ปิด ให้เหมาะสมและสะดวกต่อการเข้าใช้บริการของประชาชนในชุมชน

1.5 หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นที่กำกับดูแลรับผิดชอบ ต้องให้การสนับสนุนงบประมาณเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการอ่าน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาพฤติกรรมการอ่านของชุมชนในหมู่อื่น ๆ เขตพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อนำมาเปรียบเทียบและเป็นแนวทางในการส่งเสริมการอ่านของประชาชนในชุมชนต่อไป

2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึก เช่น มีการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐา มหาวงค์ทอง. (2553). *พฤติกรรมการอ่านและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอ่านของพระนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์ และศูนย์วิจัยเพื่อการพัฒนาสังคมและธุรกิจ (SAB). (2558). *รายงานผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการอ่านและซื้อหนังสือของคนไทย*. สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (PUBAT).
- ชโรชนีชัย ชัยมินทร์, สุรชาติ พุทธิมา, ฐิตารีย์ ตาแก้ว และเสาวลักษณ์ สุรินทร์ตะ (2564). พฤติกรรมการอ่านและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการอ่านของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 3(2), 59-77.
- โชติมา วัฒนะ. (2561). พฤติกรรมการอ่านหนังสือของนิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. *วารสาร บรรณศาสตร์ มศว.*, 11(2), 185-195.
- เดอะดิจิทัลทิป. (2567). *10 สถิติ Facebook ในไทยที่นักการตลาดต้องรู้ ปี 2024*. The Digital Tips. <https://thedigitaltips.com/blog/facebook/facebook-statistics-in-thailand-update-2024/>
- เทศบาลเมืองท่าผา. (2562). *ข้อมูลประชากร*. <https://thapa.go.th/public/communityinfo/data/index/menu/177>
- ธีรยุทธ รอดสูงเนิน, สุตีเทพ ศิริพิพัฒนกุล, และจินนา กาญจนวิสุทธิ. (2557). พฤติกรรมการอ่านหนังสือและแนวทางส่งเสริมพฤติกรรมการอ่านหนังสือของผู้เรียนระดับ อาชีวศึกษาและเทคนิคศึกษา ประเภทวิชาพาณิชยกรรมในสถานศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 13(2), 176-182.
- พรพรรณ จันทร์แดง. (2556). พฤติกรรมการอ่านของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา*, 1(3), 1-11.
- พีบีค. (2558). *คุณค่าของการอ่าน รู้แบบนี้แล้วมาอ่านหนังสือกันเถอะ*. <https://www.wegointer.com/2015/06/the-importance-of-reading/>
- วอยซ์ ออนไลน์. (2562). *เผยผลสำรวจคนไทยอ่านหนังสือมากขึ้น นานสุด 80 นาทีต่อวัน*. Voice online. <https://voicetv.co.th/read/4acGsARLQ>
- วิภาวี จันทร์แก้ว. (2559). พฤติกรรมเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจดังตฤณคลับ. *วารสารสื่อสารและการจัดการ นิด้า*, 2(1), 134-152.
- วิไลพร อินทร์นอก. (2560). *การอ่านกับวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน*. ACN. <http://www.acn.ac.th/articles/mod/forum/discuss.php?d=297>

- สมฤดี แยมขจร. (2553). *การเปรียบเทียบเจตคติต่อการอ่านของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน จากการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการอ่าน 3 รูปแบบ* [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ, กองสถิติสังคม. (2563). *การสำรวจการอ่านของประชากร พ.ศ. 2561*.
http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/दानสังคม/สาขาหญิงและชาย/การอ่านหนังสือของประชากร/2561/full_report_61.pdf
- อภิชาติ สุขประเสริฐ. (2555). *พฤติกรรมการอ่านของเยาวชนในชุมชนแออัดแขวงเมืองราย จังหวัดเชียงใหม่* [การศึกษาอิสระปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychological testing* (3rd ed.). Harper and Row.
- Mangen, A., Walgermo, B. R., & Brønnevik, K. (2013). Reading linear texts on paper versus computer screen: Effects on reading comprehension. *International Journal of Educational Research*, 58, 61-68. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883035512001127>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.

การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสม เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจ
ของผู้ให้บริการโลจิสติกส์กลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซ กรณีศึกษาบริษัท เอสบี

Optimal Warehouse Locations Selection to Support Business Growth of
Logistics Provider for E-Commerce Customers: Case Study of SB Company

กรรภิรมย์ สกกุลเลิศศิรินันต์¹, สุชานันท์ แสงเส็น² และกุลบัณฑิต แสงดี^{3*}

Kunpirom Sakoonloedsiranant¹, Suchanun Sangsan² and Kulbandid Sangdee^{3*}

^{1,2}นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุวารณ

^{3*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีโลจิสติกส์และการจัดการระบบขนส่ง คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุวารณ

^{1,2}Student, Department of Logistics Technology and Transportation Management Faculty of Business Administration,
Rajamangala University of Technology East Chakrabongse Phuwanart Campus.

^{3*}Assistant Professor, Department of Logistics Technology and Transportation Management Faculty of
Business Administration, Rajamangala University of Technology East Chakrabongse Phuwanart Campus

Corresponding author email: Kulbandid@gmail.com

Received: April 25, 2024

Revised: May 26, 2024

Accepted: June 24, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสม และ 2) วิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ที่เหมาะสม โดยคณะผู้วิจัยศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้า โดยศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเก็บข้อมูลผู้บริหารของบริษัทที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจ จำนวน 3 คน จากนั้นใช้วิธีการประเมินระดับความสำคัญของปัจจัย (factor rating method) เพื่อวิเคราะห์ตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเพื่อเช่าใหม่ จำนวน 3 แห่งในกรุงเทพฯ ได้แก่ คลังสินค้าโชคชัย 4 คลังสินค้าห้วยขวาง และคลังสินค้าลาดพร้าว พบว่า 1) ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมมี 6 ปัจจัยเรียงตามความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะคลังสินค้าค่าน้ำหนักร้อยละ 35 ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่งค่าน้ำหนักร้อยละ 25 ปัจจัยด้านราคาค่าเช่าค่าน้ำหนักร้อยละ 15 ปัจจัยด้านการจราจรค่าน้ำหนักร้อยละ 15 ปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภคค่าน้ำหนักร้อยละ 5 และปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจค่าน้ำหนักร้อยละ 5 และ 2) จากการวิเคราะห์ ระดับความสำคัญของปัจจัย ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าโชคชัย 4 มีคะแนนน้ำหนักร้อยละมากที่สุด เท่ากับ 63.17 คะแนน ซึ่งควรตัดสินใจเลือกเป็นทำเลที่ตั้งในพื้นที่แห่งนี้เป็นที่ตั้งคลังสินค้าแห่งใหม่ รองลงมา คือ คลังสินค้าลาดพร้าว และคลังสินค้าห้วยขวาง เท่ากับ 60.48 และ 46.00 คะแนน ตามลำดับ ซึ่งทางบริษัทมีความคิดเห็นที่จะนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวไปใช้จริงในอนาคต

คำสำคัญ: คลังสินค้า ทำเลที่ตั้งคลังสินค้า การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัย

Abstract

The objectives of this research are to 1) study the factors in choosing an optimal warehouse location and 2) analyze the optimal location of a rental warehouse. The researchers studied the factors in selecting warehouse locations. By through studying factors from related research and structured interviews with three key company executives, then using the method to assess the importance of the factors (factor rating method) to analyze and decide on locations for warehouses for rent in 3 Bangkok areas are Chokchai 4, Huai Khwang and Lat Phrao. The study found that: 1) The six most suitable factors for selecting a warehouse location, ranked by importance, were: warehouse characteristics (35%), transportation convenience (25%), rental price (15%), traffic (15%), public utilities (5%), and economic growth potential (5%). 2) Based on the factor rating analysis, the Chokchai 4 warehouse location received the highest weighted score of 63.17 points, making it the most suitable choice for the new warehouse location. This was followed by the Lat Phrao and Huai Khwang warehouses, with scores of 60.48 and 46.00, respectively. The company intends to use these findings for future decision-making.

Keywords: Warehouse, warehouse location, factor rating method

บทนำ

การทำธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์กลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซในปัจจุบันมีการให้ความสำคัญกับการบริหารต้นทุนในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นที่ความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น รวดเร็ว และทำกำไรได้อย่างสูงสุด การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้ามีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์การธุรกิจ กล่าวคือ การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเป็นเรื่องในระดับการวางแผนกลยุทธ์ที่เป็นเรื่องใหญ่ขององค์กร หากเลือกทำเลที่ตั้งที่ไม่เหมาะสมจะทำให้ธุรกิจประสบปัญหาอื่น ๆ ตามมา เช่น ค่าขนส่งสูง เนื่องจากคลังสินค้าอยู่ไกลจากแหล่งวัตถุดิบและตลาด อีกทั้งหากจะย้ายคลังสินค้าที่ได้เลือกสร้างขึ้นมานั้นไปทำเลที่ตั้งใหม่ ก็ไม่สามารถทำได้หรือต้องยอมเสียเงินไปเปล่าประโยชน์ นอกจากนี้ อาจขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพในการทำงาน ขาดแคลนวัตถุดิบ รวมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ แต่หากสามารถเลือกทำเลที่ตั้งที่สามารถส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินธุรกิจได้เหมาะสม ในทางกลับกันจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ลดต้นทุนในกิจกรรมหลาย ๆ ด้านได้เป็นอย่างดี เช่น ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุน การจัดเก็บ เป็นต้น ซึ่งก็จะทำให้ผลกำไรจากการประกอบธุรกิจเพิ่มมากขึ้น (กุลบัณชิต แสงดี, 2560)

บริษัทกรณีสึกษาเป็นบริษัทผู้ให้บริการรับส่งพัสดุรูปแบบใหม่ภายในสถานีรถไฟฟ้า โดยจัดส่งพัสดุทั้งในและต่างประเทศ โดยเปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2557 และในปี พ.ศ. 2560 บริษัทได้มุ่งเน้น

ลูกค้าในกลุ่มตลาดธุรกิจอีคอมเมิร์ซในทุกมิติ เพื่อสามารถตอบสนองลูกค้ารุ่นใหม่ยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยมีการสร้างแพลตฟอร์มการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่รวบรวมร้านค้าออนไลน์และออฟไลน์ในประเทศไทย อีกทั้ง เป็นพันธมิตรขยายธุรกิจไปยังร้านสะดวกซื้อกว่า 5,000 สาขาทั่วประเทศ ทำให้ในปัจจุบันบริษัท ทรูศึกษา มีการเติบโตทางธุรกิจเป็นอย่างมากและมีลูกค้าเข้าใช้บริการของบริษัทมากขึ้น ปัจจุบันมีลูกค้าใช้บริการรับส่งพัสดุกับทางบริษัท ทรูศึกษา จำนวน 9 บริษัท จากข้อมูลสถิติปี พ.ศ. 2564–2565 มีข้อมูลสินค้าที่จัดเก็บเพิ่มขึ้น 2,722 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 11.23 (ตารางที่ 1) ด้วยปริมาณของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัท ทรูศึกษา จึงประสบปัญหา พื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าของทางบริษัทที่ไม่เพียงพอต่อปริมาณสินค้าที่ต้องจัดเก็บมากขึ้น อีกทั้ง มีการดัดแปลงพื้นที่ในส่วนสำนักงานมาใช้ในการจัดเก็บสินค้า ซึ่งไม่เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน บริษัท ทรูศึกษา จึงมีแนวคิดที่จะขยายพื้นที่จัดเก็บสินค้ามากขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตทางธุรกิจและปรับตัวให้ทันตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งปัจจุบันมีลูกค้าใหม่ที่สนใจใช้บริการแต่ทางบริษัทต้องปฏิเสธเพราะไม่สามารถให้บริการในการจัดเก็บสินค้าได้ จึงทำให้เสียโอกาสที่จะเพิ่มกำไรเป็นอย่างมาก

ดังนั้น คณะผู้วิจัย จึงเล็งเห็นว่า การวิเคราะห์เพื่อหาทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแห่งใหม่ที่เหมาะสมจะสามารถเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมต่อธุรกิจของบริษัท ทรูศึกษาดังกล่าว โดยนำวิธีการประเมินระดับความสำคัญของปัจจัย (factor rating method) มาใช้ในการวิเคราะห์ในหลายมิติปัจจัย อีกทั้ง ยังสามารถนำปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าไปเป็นปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าในธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความประสงค์ที่จำเป็นจะต้องมีการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าให้เหมาะสม เพื่อรองรับธุรกิจที่เติบโตและส่งเสริมการดำเนินธุรกิจที่แข่งขันกับคู่แข่งได้

ตารางที่ 1 แนวโน้มสินค้าที่จัดเก็บจากลูกค้า 9 บริษัท ของบริษัท ทรูศึกษา ปี พ.ศ. 2564-2565

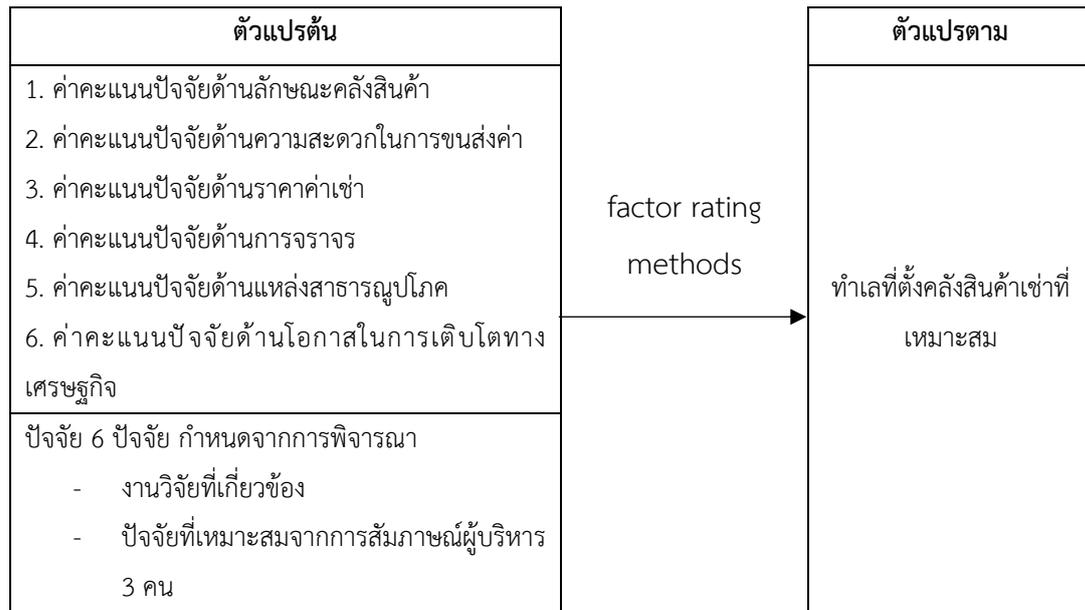
ลูกค้าบริษัทที่	ปริมาณสินค้าจัดเก็บ พ.ศ. 2564 (หน่วย)	ปริมาณสินค้าจัดเก็บ พ.ศ. 2565 (หน่วย)	ส่วนต่าง (หน่วย)	ส่วนต่าง (ร้อยละ)
1	1,786	1,859	73	3.93
2	782	936	154	16.45
3	8,725	9,278	553	5.96
4	2,124	2,826	702	24.84
5	1,980	2,256	276	12.23
6	2,087	2,562	475	18.54
7	1,086	1,100	14	1.27
8	1,523	1,765	242	13.71
ลูกค้าบริษัทที่	ปริมาณสินค้าจัดเก็บ พ.ศ. 2564 (หน่วย)	ปริมาณสินค้าจัดเก็บ พ.ศ. 2565 (หน่วย)	ส่วนต่าง (หน่วย)	ส่วนต่าง (ร้อยละ)
9	1,423	1,656	233	14.07
รวม	21,516	24,238	2,722	11.23

ที่มา: ข้อมูลสถิติของบริษัทกรณีศึกษา (2566)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา
2. เพื่อวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้า

คลังสินค้า (warehouse) หมายถึง พื้นที่ที่ได้วางแผนแล้วเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบ โดยคลังสินค้าทำหน้าที่ในการเก็บสินค้าระหว่างรอกระบวนการเคลื่อนย้าย เพื่อสนับสนุนการผลิตและการกระจายสินค้า ซึ่งสินค้าที่เก็บในคลังสินค้า สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) วัตถุดิบ (material) ซึ่งอยู่ในรูปทั้งวัตถุดิบ ส่วนประกอบและชิ้นส่วนต่าง ๆ ก็ได้ 2) สินค้าสำเร็จรูป ซึ่งอยู่ในรูปสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วและนับรวมไปถึงงานระหว่างการผลิต ตลอดจนสินค้าที่ต้องการทิ้งและวัสดุที่นำมาใช้ใหม่

โดยทั่วไปการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งจะเกิดขึ้นใน 3 กรณี ได้แก่ 1) เมื่อมีการก่อสร้างโรงงานใหม่ 2) เมื่อมีความต้องการที่จะขยายโรงงาน เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตหรือเพิ่มพื้นที่สำหรับการผลิต และ 3) เมื่อมีความจำเป็นต้องย้ายโรงงาน อันเนื่องมาจากสาเหตุต่าง ๆ เช่น ราคาที่ดินหรือค่าเช่าโรงงานเดิมสูงขึ้น ทำให้ต้องย้ายไปที่ที่มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่า การหมดสัญญาเช่าที่ดินหรือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม สังคมการเมือง และเศรษฐกิจ (Finch, 2008)

ค่านาย อภิปรัชญาสกุล (2556) ได้กล่าวว่า การเลือกทำเลที่ตั้งของคลังสินค้า สามารถใช้ได้ทั้งในแนวทางมหภาค (macro approaches) และแนวทางจุลภาค (micro approaches) ซึ่งแนวทางมหภาคเป็นการวิเคราะห์เพื่อเลือกทำเลที่ตั้งหรือพื้นที่ในรูปของประเทศหรือภูมิภาค ส่วนแนวทางจุลภาคเป็นการเลือกทำเลที่ตั้งแบบเจาะจงในแต่ละภูมิภาคของประเทศหรือจังหวัด

นอกจากนี้ ต้องมีการพิจารณาถึงปัจจัยในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งทั่วไป ซึ่งจะมีผลกระทบต่อ การดำเนินกิจการโรงงานหรือคลังสินค้า ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยปัจจัยต่าง ๆ ที่ต้องคำนึงถึงในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้านี้ มี 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ปัจจัยพิจารณาในเชิงคุณภาพ ในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้า หมายถึง ปัจจัยที่ไม่อาจวัดออกมาในรูปของประมาณเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจน เป็นปัจจัยที่ไม่มีตัวตน แต่ก็มีอิทธิพลอย่างมาก เช่น แหล่งสินค้า เส้นทางคมนาคม แหล่งแรงงาน บริการสาธารณะ สิ่งแวดล้อม

2. ปัจจัยพิจารณาในเชิงปริมาณ หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งที่สามารถวัดได้เป็นตัวเลข ซึ่งมักแสดงในรูปของตัวเงินที่เรียกว่า ต้นทุน ซึ่งเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจ นั้นหมายถึง ถึงการวิเคราะห์ต้นทุนเปรียบเทียบระหว่างทำเลที่ตั้งแต่ละแห่งเพื่อหาทำเลที่ตั้งซึ่งมีต้นทุนต่ำที่สุด และนำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงคุณภาพที่กล่าวมาเข้ามาเป็นส่วนประกอบเพื่อการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้า

2. เทคนิค factor rating method

Heizer & Render (2008) กล่าวว่า จากการที่อุตสาหกรรมในแต่ละประเภทหรือแม้กระทั่งอุตสาหกรรมในประเภทเดียวกันมีเทคนิคในกระบวนการผลิตหรือเงื่อนไขในการประกอบการที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดการนำวิธีการพิจารณาระดับความสำคัญหรือน้ำหนักของปัจจัยต่าง ๆ มาใช้ เพื่อตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานจากหลายแห่งที่มี วิธีการให้คะแนนปัจจัย (factor rating method) จึงเป็นเทคนิคหนึ่งที่สามารถช่วยในการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งได้อย่างเหมาะสม โดยวิธีการให้คะแนนปัจจัย (factor rating method) ประกอบด้วยหลายขั้นตอน ดังนี้

- 2.1 การกำหนดปัจจัยหลักที่สำคัญที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน

- 2.2 การให้ค่าน้ำหนักความสำคัญ (weights) กับแต่ละปัจจัย (คะแนนอาจอยู่ในช่วง 0 ถึง 1 หรือ 1 ถึง 10 หรือ 0 ถึง 100) เพื่อให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยว่ามีความสำคัญในระดับใด และเพื่อลดความลำเอียงของผู้ที่ให้คะแนนลงได้อีกทางหนึ่ง

- 2.3 การให้ค่าคะแนน (rating) กับแต่ละปัจจัยของทำเลที่ตั้ง (คะแนนอาจอยู่ในช่วง 1 ถึง 10 หรือ 0 ถึง 100)

- 2.4 การคำนวณหาคะแนนน้ำหนักรวม (weighted scores) โดยคำนวณจากผลรวมของผลคูณของค่าน้ำหนักความสำคัญ (ในข้อที่ 2.2) และค่าคะแนน (ในข้อที่ 2.3)

- 2.5 การตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานที่เหมาะสมที่สุด โดยเลือกทำเลที่ตั้งที่มีคะแนนน้ำหนักรวมมากที่สุด

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประจักษ์ พรหมงาม (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าสำหรับกระจายสินค้า: การทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผ่านฐานข้อมูลออนไลน์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อรวบรวมข้อมูล และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ผลการศึกษา กรอบแนวความคิดการศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งศูนย์กระจายสินค้า มีปัจจัยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ด้านการขนส่ง 2) ด้านนโยบายของรัฐและท้องถิ่น 3) ด้านต้นทุนการดำเนินงาน 4) ด้านแรงงาน 5) ด้านแหล่งตลาด /ลูกค้า และ 6) ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก

จักรพันธ์ ปลื้มภิมภิม, และวิษณุตร์ งามสะอาด (2563) ได้ศึกษาการคำนวณหาทำเลที่ตั้งด้วยวิธี center of gravity ผลลัพธ์ที่ได้มีค่าลองจิจูด เท่ากับ 100.6288545 ส่วนค่าละติจูดเท่ากับ 13.68813316 จากนั้นทำการเลือกทำเลที่ตั้งมา 6 จุดและใช้เทคนิค factor rating method ในการคัดเลือกทำเลที่ตั้ง 3 จุดผลลัพธ์ที่ได้ คือ ปากซอยวัดปลัดเปรียงอำเภอบางพลีเสียบถนนทางคู่ขนานบางนา-ตราด แขวงบางนาและเสียบถนนกรุงเทพ-ชลบุรีสายใหม่แขวงประเวศ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้มีการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่าที่สนใจศึกษาในเขตพื้นที่ กรุงเทพฯ โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามคุณสมบัติเบื้องต้น คือ 1) ระยะทางทำเลที่ตั้งกับบริษัทไม่เกิน 10 กิโลเมตร 2) เป็นทำเลที่มีคลังสินค้าสำหรับเช่าพร้อมพื้นที่ปฏิบัติงานเพียงพอ และ 3) มีค่าเช่าไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งพบจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1) คลังสินค้าโชคชัย 4 2) คลังสินค้าห้วยขวาง และ 3) คลังสินค้าลาดพร้าว ซึ่งเป็นพื้นที่ทำเลที่ตั้งที่บริษัทกรณีศึกษามีการสำรวจเบื้องต้นและสนใจในการเช่าคลังสินค้าแต่ยังไม่สามารถตัดสินใจได้

2. เครื่องมือวิจัย

2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องและเชี่ยวชาญของบริษัทในการศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่า

2.2 แบบสอบถามปลายปิด ประเมินคะแนนความสำคัญของปัจจัยและประเมินให้คะแนนแต่ละปัจจัยในแต่ละพื้นที่ ตามเทคนิค factor rating method โดยผู้ที่เกี่ยวข้องและเชี่ยวชาญของบริษัทในการศึกษาปัจจัยในการเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่า

2.3 เทคนิค factor rating method เพื่อใช้ในการวิเคราะห์การเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่าทั้ง 3 แห่ง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัย ดำเนินการการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและเก็บข้อมูลจากบริษัท วิทยาลัยศึกษาโดยแบ่งได้ ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลปัจจัยในการเลือกเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่า โดยทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้บริหารคนที่ 1 คือ Chief Information Officer (CIO) ผู้บริหารคนที่ 2 คือ Lead Marketing and Content และผู้บริหารคนที่ 3 คือ ผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้า โดยผู้บริหารทั้ง 3 คน เป็นผู้ที่ มีประสบการณ์ในการทำงานที่เกี่ยวข้องด้านนี้มากกว่า 20 ปี สามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกได้อย่างน่าเชื่อถือ อีกทั้ง เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ให้เหมาะสม จึงทำให้การกำหนดปัจจัย การประเมินคะแนนในการเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่ามีความละเอียดชัดเจนและน่าเชื่อถือสูง ยิ่งไปกว่านั้น การกำหนดผู้ให้คะแนนอย่างน้อย 3 คน สามารถลดความลำเอียงในการให้คะแนนประเมินได้

3.1.2 ข้อมูลค่าน้ำหนักปัจจัยและคะแนนการประเมินปัจจัยเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่า โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเพื่อให้ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ จำนวน 3 คน จากข้อ 3.1.1 ประเมินคะแนนค่าน้ำหนักปัจจัยและคะแนนการประเมินปัจจัยเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่าทั้ง 3 แห่ง ตามเทคนิค factor rating method

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งได้ ดังนี้

3.2.1 รวบรวมข้อมูลบทความวิชาการ งานวิจัยเกี่ยวกับการเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้า เพื่อรวบรวมปัจจัยการเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าในลักษณะที่ใกล้เคียงกับธุรกิจของบริษัท วิทยาลัยศึกษา และนำมากำหนดปัจจัยการเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้านี้ร่วมกับปัจจัยการเลือกพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่บริษัท วิทยาลัยศึกษาใช้ในปัจจุบันในข้อ 3.1.1

3.2.2 ข้อมูลรายละเอียดพื้นที่ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าแบบเช่าทั้ง 3 แห่ง โดยเก็บข้อมูลตามปัจจัยที่กำหนดจากบริษัท วิทยาลัยศึกษาในข้อ 3.1.1

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 การศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ สัมภาษณ์ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัท จำนวน 3 คน ตามข้อ 3.1.1 และนำมาเปรียบเทียบกับเอกสารและบทความวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อ 3.2.1 เพื่อนำมากำหนดปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ของบริษัท วิทยาลัยศึกษาให้มีความเหมาะสมต่อธุรกิจมากที่สุด

4.2 การวิเคราะห์ความสำคัญของเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ของบริษัท วิทยาลัยศึกษา

4.2.1 ศึกษาข้อมูลรายละเอียดทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ทั้ง 3 แห่ง ตามปัจจัยที่กำหนดในข้อ 4.1 และนำไปใช้สร้างแบบสอบถามปลายปิด เพื่อประเมินทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ทั้ง 3 แห่ง ตามเทคนิค factor rating method (Heizer & Render, 2008) ดังนี้

1) กำหนดปัจจัยหลักที่สำคัญที่ใช้ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งจากข้อ 4.1
 2) ให้ค่าน้ำหนักความสำคัญกับแต่ละปัจจัย โดยกำหนดคะแนนอยู่ในช่วง 0 ถึง 1 เพื่อให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัยว่ามีความสำคัญในระดับใด โดยผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัท จำนวน 3 คน

3) ให้ค่าคะแนนกับแต่ละปัจจัยของแต่ละทำเลที่ตั้งทั้ง 3 แห่ง โดยกำหนดคะแนนอาจอยู่ในช่วง 0 ถึง 100 คะแนน ดังนี้

มีความเหมาะสมน้อยที่สุด	คะแนน 0 ถึง 20 คะแนน
มีความเหมาะสมน้อย	คะแนน 21 ถึง 40 คะแนน
มีความเหมาะสมปานกลาง	คะแนน 41 ถึง 60 คะแนน
มีความเหมาะสมมาก	คะแนน 61 ถึง 80 คะแนน
มีความเหมาะสมมากที่สุด	คะแนน 81 ถึง 100 คะแนน

4) คำนวณหาคะแนนน้ำหนักรวม (weighted scores) โดยคำนวณจากผลรวมของผลคูณของค่าน้ำหนักความสำคัญ (ข้อที่ 2) และค่าคะแนน (ข้อที่ 3)

5) พิจารณาทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมที่สุด จากทำเลที่ตั้งที่มีคะแนนน้ำหนักรวมมากที่สุด

4.3 สรุปผลการวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบค่าน้ำหนักจากการประเมินและพิจารณาเสนอทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่

ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการนำปัจจัยที่รวบรวมพิจารณาร่วมกับผู้บริหารของบริษัทกรณีศึกษา จำนวน 3 คน ได้แก่ 1) Chief Information Officer (CIO) 2) Lead Marketing and Content และ 3) ผู้จัดการฝ่ายคลังสินค้า สามารถสรุปปัจจัยที่สำคัญเพื่อใช้พิจารณาในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมได้ 6 ปัจจัย และมีค่าน้ำหนัก หรือค่าความสำคัญของแต่ละปัจจัยตามลำดับเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะคลังสินค้า ค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.35 หรือ ร้อยละ 35 ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่งค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.25 หรือ ร้อยละ 25 ปัจจัยด้านราคาเช่าค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.15 หรือ ร้อยละ 15 ปัจจัยด้านการจราจร ค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.15 หรือ ร้อยละ 15 ปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภคค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.05 หรือ

ร้อยละ 5 และปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.05 หรือ ร้อยละ 5 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา

ปัจจัย	นิยาม	ค่าน้ำหนัก
1. ปัจจัยคุณลักษณะของคลังสินค้า	1.1 พื้นที่จัดเก็บสินค้าเพียงพอต่อลูกค้าปัจจุบันและอนาคต 1.2 มีสิ่งปลูกสร้างสำเร็จพร้อมปฏิบัติงานได้ 1.3 มีระบบสาธารณูปโภคพร้อมดำเนินธุรกิจ 1.4 ส่งเสริมในการกระจายสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว	0.35
2. ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่ง	2.1 ใกล้กับผู้ให้บริการขนส่ง (กรณีใช้บริการขนส่งภาคเอกชน) 2.2 ใกล้กับลูกค้า (กรณีขนส่งด้วยรถขนส่งของบริษัท)	0.25
3. ปัจจัยด้านราคาเช่า	3.1 ราคาเช่าคลังสินค้าต้องมีความเหมาะสม เป็นมาตรฐานตามราคาตลาด และคุ้มค่างกับคุณลักษณะของคลังสินค้า 3.2 ราคาเช่าคลังสินค้าต้องไม่เกินแผนการลงทุนของบริษัทที่กำหนดไว้	0.15
4. ปัจจัยด้านการจราจร	4.1 มีเส้นทางจราจรไม่แออัด 4.2 มีเส้นทางจราจรที่สามารถเข้าออกได้หลายทาง	0.15
5. ปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภค	5.1 ใกล้บริการสาธารณะต่างๆที่อำนวยความสะดวกต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟ เป็นต้น 5.2 ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตของพนักงาน เช่น สถานีดับเพลิง โรงพยาบาล เป็นต้น	0.05
6. ปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ	6.1 อยู่ในพื้นที่ที่เพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้นให้แก่บริษัทในอนาคต 6.2 อยู่ในพื้นที่ที่ขยายพื้นที่เช่าคลังสินค้าเพิ่มในแถบใกล้เคียง	0.05

2. การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา

จากการกำหนดทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ 1) คลังสินค้าโชคชัย 4 2) คลังสินค้าห้วยขวาง และ 3) คลังสินค้าลาดพร้าว สามารถแสดงข้อมูลรายละเอียดที่สอดคล้องกับปัจจัยที่กำหนดได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รายละเอียดทำเลที่ตั้งคลังสินค้าทั้ง 3 แห่งตามปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง

ปัจจัย	คลังสินค้าโชคชัย 4	คลังสินค้าห้วยขวาง	คลังสินค้าลาดพร้าว
1. ปัจจัยคุณลักษณะของคลังสินค้า	1. คลังสินค้าพร้อมสำนักงาน 2. พื้นคลังสินค้าที่ 380 ตารางเมตร 	1. คลังสินค้าพร้อมสำนักงาน 2. พื้นคลังสินค้าที่ 286 ตารางเมตร 	1. คลังสินค้าพร้อมสำนักงาน 2. พื้นคลังสินค้าที่ 420 ตารางเมตร 
2. ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่ง	มีผู้ให้บริการขนส่งในระยะรัศมี 1.7 กิโลเมตร	มีผู้ให้บริการขนส่งในระยะรัศมี 1.5 กิโลเมตร	มีผู้ให้บริการขนส่งในระยะรัศมี 2.3 กิโลเมตร
3. ปัจจัยด้านราคาเช่า	40,000 บาทต่อเดือน	45,000 บาทต่อเดือน	50,000 บาทต่อเดือน
4. ปัจจัยด้านการจราจร	1. การจราจรส่วนใหญ่แออัดบางช่วงเวลา 2. ที่ตั้งอยู่ในซอยเสนานิเวศน์ 120 เข้าออกได้หลายเส้นทาง และสามารถเชื่อมโยงไปยังถนนได้หลายเส้นทาง	1. การจราจรส่วนใหญ่แออัดบางช่วงเวลา 2. ที่ตั้งอยู่ในซอยประชาอุทิศ 50 เข้าออกได้หลายเส้นทางและสามารถเชื่อมโยงไปยังถนนได้หลายเส้นทาง	1. การจราจรส่วนใหญ่ค่อนข้างแออัดทุกช่วงเวลา 2. ที่ตั้งอยู่ในซอยลาดพร้าว 48 เข้าออกได้ค่อนข้างลำบาก
5. ปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภค	1. ค่อนข้างไกลบริการสาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฯ เป็นต้น 2. ค่อนข้างไกลแหล่งอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตของพนักงาน เช่น สถานีรถขนส่ง โรงพยาบาล เป็นต้น	1. ใกล้บริการสาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฯ เป็นต้น 2. ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตของพนักงาน เช่น สถานีรถขนส่ง โรงพยาบาล เป็นต้น	1. ใกล้บริการสาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟฯ เป็นต้น 2. ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตของพนักงาน เช่น สถานีรถขนส่ง โรงพยาบาล เป็นต้น

ตารางที่ 3 รายละเอียดทำเลที่ตั้งคลังสินค้าทั้ง 3 แห่งตามปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง (ต่อ)

ปัจจัย	คลังสินค้าโชคชัย 4	คลังสินค้าห้วยขวาง	คลังสินค้าลาดพร้าว
6. ปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ	1. ไม่อยู่ในพื้นที่ที่เพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้นให้แก่บริษัทในอนาคต 2. อยู่ในพื้นที่ที่ขยายพื้นที่เช่าคลังสินค้าเพิ่มในแถบใกล้เคียง	1. อยู่ในพื้นที่ที่เพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้นให้แก่บริษัทในอนาคต 2. อยู่ในพื้นที่ที่ขยายพื้นที่เช่าคลังสินค้าเพิ่มในแถบใกล้เคียง	1. อยู่ในพื้นที่ที่เพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้นให้แก่บริษัทในอนาคต 2. อยู่ในพื้นที่ที่ขยายพื้นที่เช่าคลังสินค้าเพิ่มในแถบใกล้เคียง

จากการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา โดยเทคนิค Factor Rating Method ผลปรากฏว่า คะแนนประเมินทำเลที่ 1 คือ คลังสินค้าโชคชัย 4 มีค่าคะแนน น้ำหนักมากที่สุด เท่ากับ 63.17 คะแนน รองลงมา คือ คะแนนประเมินทำเลที่ 3 คือ คลังสินค้าลาดพร้าว มีค่าคะแนนน้ำหนัก เท่ากับ 60.48 คะแนน และ คือ คะแนนประเมินทำเลที่ 2 คือ คลังสินค้าห้วยขวาง มีค่าคะแนนน้ำหนักน้อยที่สุด เท่ากับ 46.00 คะแนน ดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4 ตารางคะแนนประเมินทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าโชคชัย 4 จังหวัดกรุงเทพฯ

ปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง	ค่าน้ำหนัก	คะแนนประเมินทำเลที่ 1 : คลังสินค้าโชคชัย 4					คะแนน น้ำหนัก= คะแนนเฉลี่ยx ค่าน้ำหนัก
		ผู้บริหาร คนที่ 1	ผู้บริหาร คนที่ 2	ผู้บริหาร คนที่ 3	เฉลี่ย		
1. ปัจจัยคุณลักษณะของ คลังสินค้า	0.35	80	80	70	76.66	26.83	
2. ปัจจัยด้านความสะดวก ในการขนส่ง	0.25	60	50	70	60.00	15.00	
3. ปัจจัยด้านราคาเช่า	0.15	70	70	60	66.67	10.00	
4. ปัจจัยด้านการจราจร	0.15	40	40	60	46.66	7.00	
5. ปัจจัยด้านแหล่ง สาธารณูปโภค	0.05	40	50	40	43.33	2.17	
6. ปัจจัยด้านโอกาสในการ เติบโตทางเศรษฐกิจ	0.05	40	50	40	43.33	2.17	
รวม						63.17	

ตารางที่ 5 ตารางคะแนนประเมินทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าห้วยขวาง จังหวัดกรุงเทพฯ

ปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง	ค่าน้ำหนัก	คะแนนประเมินทำเลที่ 2 : คลังสินค้าห้วยขวาง					คะแนน น้ำหนัก= คะแนนเฉลี่ยx ค่าน้ำหนัก
		ผู้บริหาร คนที่ 1	ผู้บริหาร คนที่ 2	ผู้บริหารคน ที่ 3	เฉลี่ย		
1. ปัจจัยคุณลักษณะของ คลังสินค้า	0.35	40	20	30	30.00	10.50	
2. ปัจจัยด้านความสะดวก ในการขนส่ง	0.25	50	50	70	56.66	14.17	
3. ปัจจัยด้านราคาค่าเช่า	0.15	50	40	20	36.66	5.50	
4. ปัจจัยด้านการจราจร	0.15	60	60	70	63.33	9.50	
5. ปัจจัยด้านแหล่ง สาธารณูปโภค	0.05	70	80	80	76.66	3.83	
6. ปัจจัยด้านโอกาสในการ เติบโตทางเศรษฐกิจ	0.05	50	60	40	50.00	2.50	
รวม						46.00	

ตารางที่ 6 ตารางคะแนนประเมินทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพฯ

ปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง	ค่าน้ำหนัก	คะแนนประเมินทำเลที่ 3 : คลังสินค้าลาดพร้าว					คะแนน น้ำหนัก= คะแนนเฉลี่ยx ค่าน้ำหนัก
		ผู้บริหาร คนที่ 1	ผู้บริหาร คนที่ 2	ผู้บริหาร คนที่ 3	เฉลี่ย		
1. ปัจจัยคุณลักษณะของ คลังสินค้า	0.35	70	70	60	66.66	23.33	
2. ปัจจัยด้านความสะดวก ในการขนส่ง	0.25	40	40	60	46.66	11.66	
3. ปัจจัยด้านราคาค่าเช่า	0.15	60	60	60	60.00	9.00	
4. ปัจจัยด้านการจราจร	0.15	70	70	70	70.00	10.50	
5. ปัจจัยด้านแหล่ง สาธารณูปโภค	0.05	70	70	80	73.33	3.66	
6. ปัจจัยด้านโอกาสในการ เติบโตทางเศรษฐกิจ	0.05	50	50	40	46.66	2.33	
รวม						60.48	

เมื่อวิเคราะห์ในเชิงรายปัจจัยในแต่ละทำเลที่ตั้งคลังสินค้า พบว่า ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าโชคชัย 4 ที่มีคะแนนมากที่สุด จะมีจุดเด่นในปัจจัยด้านคุณลักษณะของคลังสินค้า ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่ง ปัจจัยราคาค่าเช่า มีคะแนนน้ำหนัก 26.88, 15.00 และ 10.00 คะแนน ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านการจราจรทำเลที่ตั้งคลังสินค้าลาดพร้าวจะมีคะแนนมากที่สุด มีคะแนนน้ำหนัก 10.50 คะแนน ส่วนปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภค และปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าห้วยขวางจะมีคะแนนมากที่สุด มีคะแนนน้ำหนัก 3.83 และ 2.50 คะแนน ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ตารางเปรียบเทียบคะแนนรวมของปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าทั้ง 3 แห่ง

ปัจจัยการเลือกทำเลที่ตั้ง	คลังสินค้าโชคชัย 4	คลังสินค้าห้วยขวาง	คลังสินค้าลาดพร้าว
	คะแนนน้ำหนัก	คะแนนน้ำหนัก	คะแนนน้ำหนัก
1. ปัจจัยคุณลักษณะของคลังสินค้า	<u>26.83</u>	10.50	23.33
2. ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่ง	<u>15.00</u>	14.17	11.66
3. ปัจจัยด้านราคาค่าเช่า	<u>10.00</u>	5.50	9.00
4. ปัจจัยด้านการจราจร	7.00	9.50	<u>10.50</u>
5. ปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภค	2.17	<u>3.83</u>	3.66
6. ปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ	2.17	<u>2.50</u>	2.33
รวม	<u>63.17</u>	<u>46.00</u>	<u>60.48</u>

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เหมาะสมในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา ทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะคลังสินค้า 2) ปัจจัยด้านความสะดวกในการขนส่ง 3) ปัจจัยด้านราคาค่าเช่า 4) ปัจจัยด้านการจราจร 5) ปัจจัยด้านแหล่งสาธารณูปโภค และ 6) ปัจจัยด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับประจักษ์ พรหมงาม (2563) ที่วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าสำหรับกระจายสินค้า: การทบทวนวรรณกรรม ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าสำหรับกระจายสินค้า ได้แก่ ปัจจัยการขนส่ง ปัจจัยต้นทุนการดำเนินงาน ปัจจัยแหล่งตลาด/ลูกค้า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก และสอดคล้องกับ Melike, & Ayyildiz (2022) ที่ได้วิจัยเรื่อง การพิจารณาที่ตั้งคลังสินค้ายาภายใต้สถานการณ์โควิด-19 กรณีศึกษาในเมือง Duzce ประเทศตุรกี ที่พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ปัจจัย

ด้านเศรษฐกิจ (การลงทุน การขนส่ง) ปัจจัยด้านการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น ปัจจัยด้านสังคม(สภาพแวดล้อม การจราจร) และปัจจัยด้านโอกาสการเติบโต

การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าแห่งใหม่ที่เหมาะสมของบริษัทกรณีศึกษา โดยเทคนิค factor rating method พบว่า คลังสินค้าโซคซัย 4 มีค่าคะแนนน้ำหนักมากที่สุด โดยมีจุดเด่นทางด้านคุณลักษณะของคลังสินค้า ด้านความสะดวกในการขนส่ง และด้านราคาเช่า รองลงมา คือ คลังสินค้าลาดพร้าว โดยมีจุดเด่นด้านการจราจร และคลังสินค้าห้วยขวาง โดยมีจุดเด่นด้านแหล่งสาธารณูปโภค และด้านโอกาสในการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งจากการพิจารณาข้อมูลจากการวิเคราะห์ของบริษัทกรณีศึกษา สามารถตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในการเช่าคลังสินค้าที่เหมาะสม คือ คลังสินค้าโซคซัย 4 ที่มีคะแนนน้ำหนักรวมที่มีค่าสูงที่สุดและมีจุดเด่นในปัจจัย 3 ด้านแรกที่มีค่าน้ำหนักสูงหรือมีความสำคัญตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรสอดคล้องกับจักรพันธ์ ปลื้มภิรมย์, และวิษณุตร์ งามสะอาด (2563) ที่วิจัยเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้และหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมโครงการลงทุนศูนย์กระจายสินค้าอาหารแช่แข็ง กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) มาประยุกต์ใช้กับปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกทำเลที่ตั้ง และตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการวิเคราะห์ทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ (ความสะดวกในการขนส่ง) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน (ราคาที่ดินและสาธารณูปโภค) ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัจจัยที่เป็นจุดเด่น 3 ลำดับแรกของคลังสินค้าโซคซัย 4 นอกจากนี้ Saha et al. (2023) ได้วิจัยเรื่อง การเลือกสถานที่ตั้งคลังสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์โดยใช้แนวทางการตัดสินใจแบบฟัชซี พบว่า สามารถวิเคราะห์ที่ตั้งคลังสินค้าจากปัจจัยความพร้อมด้านพลังงานและต้นทุนกับปัจจัยความใกล้ชิดกับท่าเรือและศุลกากรเพื่อความสะดวกในการขนส่งสินค้าไปสู่ลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับปัจจัยลำดับที่ 2 และ 3 ของคลังสินค้าโซคซัย 4 ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งได้อย่างเหมาะสมและตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการลงทุนได้อย่างเชื่อมั่น

จากผลการศึกษาปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าและผลวิเคราะห์การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าที่เหมาะสม นอกจากผลที่ได้เป็นประโยชน์ต่อบริษัทกรณีศึกษา บริษัทในกลุ่มธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ กลุ่มลูกค้าอีคอมเมิร์ซสามารถนำไปวิจัยและวิธีการในการวิเคราะห์ในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง เช่น การวิเคราะห์ทำเลที่ตั้งโรงงาน คลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า จุดพักสินค้า เป็นต้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสามารถเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่สุดกับธุรกิจขององค์กร ลดต้นทุนในการดำเนินการ และแข่งขันกับคู่แข่งได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิเคราะห์การเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าเช่าที่เหมาะสม บริษัทกรณีศึกษาสามารถนำไปเป็นข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจขององค์กรได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ปัจจัยในการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าของบริษัทกรณีศึกษา สามารถนำไปเป็นต้นแบบวิจัยที่ช่วยในการพิจารณาการเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าในธุรกิจที่มีความคล้ายคลึงกันได้

2.2 จากงานวิจัยนี้หากพิจารณาในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าที่เหมาะสมได้ ควรจะต้องมีการนำข้อมูลในด้านการเงินและความคุ้มค่าเพื่อประกอบการพิจารณาในการลงทุนเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- กุลบัณฑิต แสงดี. (2560). *การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนเบื้องต้น*. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก.
- จักรพันธ์ ปลื้มภิรมย์, และวิษณุตร์ งามสะอาด. (2563). การศึกษาความเป็นไปได้และหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมโครงการลงทุนศูนย์กระจายสินค้าอาหารแช่แข็ง กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต* (หน้า 1145-1156). มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ประจักษ์ พรหมงาม. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งคลังสินค้าสำหรับกระจายสินค้า: การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 9(2), 110-122.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). *การจัดการคลังสินค้า Warehouse management*. โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชซิง.
- Finch, B. J. (2008). *Operations now*. McGraw-Hill.
- Melike, E., & Ayyildiz, E. (2022). Investigation of the pharmaceutical warehouse locations under COVID-19-A case study for Duzce, Turkey. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 116, 105389.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S095219762200392X>.
- Heizer, J., & Render, B. (2008). *Operations management*. Prentice Hall.
- Saha, A., Pamucar, D., Gorcun, O. F., & Raj Mishra, A. (2023). Warehouse site selection for the automotive industry using a fermatean fuzzy-based decision-making approach. *Expert Systems with Applications*, 211.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417422015809>.

“เกย์” ว่าด้วยเรื่องการเปิดเผยตัวในหน้าประวัติศาสตร์ไทย

“Gay” Delves into the Exploration of Self-Revelation within the Pages of Thai History

กฤษกร ชัยวินิต^{1*}

Kritchatom Chaivinit^{1*}

^{1*}ครู โรงเรียนนวมินทราชินูทิศ สวนกุหลาบวิทยาลัย สมุทรปราการ*

^{1*}Teacher, Nawaminthrachinuthit Suankularb Wittayalai Samutprakarn School*

*Corresponding Author, Email: veerakitchaivinit50@gmail.com

Received: March 03, 2024

Revised: March 24, 2024

Accepted: April 11, 2024

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “เกย์” ว่าด้วยเรื่องการเปิดเผยตัวในหน้าประวัติศาสตร์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดเผยตัวตนของกลุ่มชายรักชาย หรือที่เรียกว่า เกย์ ของสังคมไทยตั้งแต่ในอดีต ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า ในยุคแรก เกย์มีความพยายามเปิดเผยตัวตนเพื่อให้สังคมยอมรับความเป็นเกย์ด้วยการร่วมกลุ่มทำกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคม จนกระทั่งการปรากฏตัวของเกย์ตามสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณาสินค้า ข่าวสารตามหน้าหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ หนังสือ วารสาร และสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ การเปิดเผยตัวตนของเกย์ยังออกมาในรูปแบบกิจกรรมทางเพศ จนทำให้เกิด “ธุรกิจบันเทิงของชาวเกย์” ในสังคมไทยปัจจุบัน

คำสำคัญ: เกย์ การเปิดเผยตัวตน

Abstract

The article "Gay" delves into the exploration of self-revelation within the pages of Thai history. Its objective is to examine the disclosure of identity among MSM, or what is known as gay in Thai society since antiquity. By collecting relevant information, the study's findings reveal that in earlier times, gay men endeavored to disclose their identities in order for society to accept their homosexuality, often by participating in various social activities and joining groups. This trend continued with the emergence of gay representation in various media outlets, including print media, product advertisements, news in newspapers, movies, books, journals, and social media platforms. Additionally, the identities of gay individuals are often disclosed through sexual activities, contributing to the emergence of the "gay entertainment business" in present-day of Thai society.

Keywords: Gay self-disclosure

ความน่า

เป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าในสังคมปัจจุบันกลุ่มชายรักชาย หรือที่รู้จักกันในชื่อ “เกย์” (Gay) กลายเป็นบุคคลที่พบเห็นได้มากขึ้นในสังคมซึ่งมากกว่าในอดีต และตัวตนของเกย์ที่พบเห็นก็เป็นในเชิงบวก จนกลายเป็นกลุ่มสังคมย่อยที่มีขนาดใหญ่ มีหลายคนในสังคมได้ตั้งคำถามขึ้นมาว่า “ทำไมในยุคปัจจุบันถึงมีการเปิดเผยตัวตนของเกย์” อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีคำถามที่เกี่ยวกับเกย์มากมาย เช่น เกย์คืออะไรกันแน่ มีวิถีชีวิตอย่างไร กิจกรรมต่าง ๆ และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นการนำแบบอย่างจากวัฒนธรรมตะวันตกหรือได้กำหนดโดยโครงสร้างทางวัฒนธรรมของสังคมไทยเอง มีประวัติศาสตร์อย่างไร เป็นต้น

ในขณะที่เดียวกันก็กล่าวว่า คนที่เป็นเกย์ในปัจจุบันนั้นเป็นเพียงแฟชั่นของวัยรุ่นในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น เมื่อหมดความสนใจในแฟชั่นนั้นแล้ว เกย์เองก็เริ่มที่จะลดลงไปเอง ความคิดเช่นนี้ถือว่าเป็นความคิดที่ผิดและไม่ได้เข้าใจในความเป็นเกย์ที่แท้จริง เพราะการที่บุคคลคนหนึ่งจะเป็นเกย์นั้นไม่ได้หมายความว่า จะเป็นก็เป็น จะไม่เป็นขึ้นมาก็ล้มเลิก เกย์ไม่ใช่แฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย หรือเครื่องสำอางใด ๆ ที่จะเปลี่ยนแปลงหรือถูกดัดแปลงไปตามความนิยมของสังคม แต่ความเป็นเกย์นั้นเกิดขึ้นในภายใต้อิทธิพลของตนเอง ไม่ได้เกิดขึ้นภายใต้อารมณ์ที่อยากมีอยากเป็น ที่กล่าวว่าสังคมไทยในปัจจุบันมีเกย์มากขึ้นนั้น อาจเป็นความเข้าใจผิดเมื่อมองว่าบุคคลที่เป็นกะเทย และสาวประเภทสอง (หรือที่ปัจจุบันเรียกว่าผู้หญิงข้ามเพศ) เป็นกลุ่มเดียวกันและเรียกรวมกันว่าเป็นเกย์ แต่ความเป็นจริงแล้วกลุ่มบุคคลดังกล่าวมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงในแง่ของความรู้สึก รสนิยม และตัวตน

เกย์ (Gay) คือ ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน แต่ยังคงพึงพอใจในเพศชายของตนเอง การแต่งตัวเป็นผู้ชาย บุคลิกภายนอกอาจบ่งชี้ผู้เป็นเกย์ได้ลำบาก เพราะมีทั้งสุภาพเรียบร้อย จนถึงเหมือนผู้ชายทั่ว ๆ ไป กลุ่มตัวอย่างนี้จึงไม่รวมถึงกลุ่มชายรักชายประเภทอื่น ๆ เช่น กลุ่มแปลงเพศ (Transsexual) และไม่รวมกลุ่มที่แต่งกายเลียนแบบเพศหญิง (Transvestitism)

ส่วน กะเทย (Hermaphrodite) หมายถึง บุคคลในเชิงกายภาพที่มีอวัยวะเพศทั้งชายและหญิงที่อยู่ในร่างกายเดียวกัน ต่อมากะเทยถูกใช้เพื่อเรียกบุคคลเพศชายที่มีลักษณะคล้าย ๆ กับเพศหญิง โดยเฉพาะคนที่ชอบแต่งตัวเป็นผู้หญิง

ในอดีตสังคมไทยไม่มีมีโนทัศน์เรื่องเกย์ ดังนั้น การที่กะเทยมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชาย หรือผู้ชายมีเพศสัมพันธ์กันเองก็ไม่ได้หมายความว่าเพศชายนั้นจะกลายเป็นสิ่งอื่นนอกจากเพศชายดั้งเดิม แต่มาในระยะหลังเริ่มเอาคำว่าเกย์เข้ามาใช้ กลุ่มชายรักชายถูกมองว่าเป็นกลุ่มเดียวกับกะเทย ในขณะที่เดียวกันกลุ่มเกย์เองก็พยายามปลีกตัวออกจากกลุ่มกะเทย และพยายามบอกแก่สังคมว่าตนเองก็คือ “ผู้ชายอีกแบบหนึ่ง” ที่มีรสนิยมทางเพศที่แตกต่าง และได้มีการแยกแยะระหว่างเกย์คิง เกย์ควีน (สมชัย เย็นสบาย, 2542: 304) ส่วนกลุ่มกะเทยเองนั้นก็มีการพยายามนำเสนอภาพพจน์ว่าตนเองเป็น “สาวประเภทสอง” ไม่ใช่ “เกย์”

เกย์ในหน้าประวัติศาสตร์

ความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชายนั้นมีมานานตั้งแต่อดีต ซึ่งดำรงอยู่คู่วัฒนธรรมของมนุษย์มาตั้งแต่ประวัติศาสตร์ยุคแรก แต่โดยทั่วไปแล้ว มันเริ่มปรากฏร่องรอยเด่นชัดในช่วงอารยธรรมกรีกโบราณ ความรักความผูกพันระหว่างชายสองคนถือเป็นเรื่องพบเห็นได้ทั่วไป และเป็นที่ยอมรับ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับศิษย์ ที่มีความเชื่อว่าครูจะส่งพลังความรู้ให้กับลูกศิษย์ เป็นต้น การกระทำดังกล่าวถ้าเรามองในเชิงศีลธรรมแล้ว ถือได้ว่าเป็นการผิดศีลธรรม จรรยาบรรณของผู้ที่เป็นครู แต่ในกรีกโบราณนั้น ถือว่าเป็นเรื่องปกติและไม่ได้ผิดศีลธรรมที่ครูจะมีเพศสัมพันธ์กับศิษย์

ผู้ที่มีรสนิยมชายรักชายนั้นได้มีเฉพาะกรีกโบราณเท่านั้น ยังมีดินแดนอื่น ๆ ทั้งในดินแดนอเมริกา เอเชีย และแอฟริกา โดยมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น ในประเทศอินเดียโบราณ มีนักเดินทางชื่อ ชาร์ค เดอ คอร์ต เคยเดินทางไปถึงราชสำนักอินเดียในสมัยกษัตริย์จาฮันเจอร์ (ค.ศ. 1604–1627) ในเมืองอัครา เขาได้พบเห็นบุคคลที่มีท่าทางเหมือนผู้หญิง ซึ่งชาวบ้านจะเรียกกันว่า “ยาซาราส” (ไปลีย์ส์, 2548)

ในทวีปอเมริกาก็มีกลุ่มเกย์เช่นเดียวกัน จากงานเขียนของโจเซฟ ฟรังซ์ ลาฟิตู ได้อธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชายในทวีปอเมริกานั้นเป็นความสัมพันธ์ในเชิง “มิตรภาพ” แบบพิเศษที่เกิดขึ้นระหว่างชายรักชาย โดยที่มิตรภาพที่เกิดขึ้นนั้นมาจากเรื่องศีลธรรม เพราะเป็นสิ่งที่ตกทอดมาสู่รุ่นต่อรุ่น

ความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชายในชนเผ่าอีโทโร เชื่อว่าเด็กผู้ชายยังไม่สามารถที่จะผลิตน้ำอสุจิได้เอง จะต้องดื่มกินน้ำอสุจิจากผู้ชายที่มีอายุแก่กว่าตน เพื่อที่จะทำให้เจริญเติบโตเป็นผู้ชายที่สมบูรณ์แบบและมีพลังในการสร้างทารก เด็กผู้ชายจะเริ่มดื่มกินน้ำอสุจิของผู้ชายคนอื่น (คอตแทก, 2548)

เรื่องราวของเกย์ในประเทศญี่ปุ่น พบว่าในสมัยโตกุกาวะ (ค.ศ. 1630–1868) ได้บันทึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชายรักชายว่า ในคริสตศวรรษที่ 17–18 มีกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมชายรักชายที่เรียกกันว่า “นันโซกุ” ปรากฏอยู่ในกลุ่มพระซามูไร และนักแสดงคาบูกิของญี่ปุ่น เนื่องจากขาดแคลนผู้หญิงในเขตวัดและกองทัพ ผู้ชายจึงมีความสัมพันธ์กันได้ ดังนั้นคำว่า “นันโซกุ” ในภาษาญี่ปุ่นหมายถึงความรักของผู้ชายกับผู้ชาย ซึ่งความสัมพันธ์นี้แรกพบในศาสนาที่ได้รับมาจากจีนสมัยราชวงศ์ถัง ดังนั้นในระยะแรก “นันโซกุ” จะใช้กับความสัมพันธ์ระหว่างพระด้วยกันเท่านั้น (สุธามน สืบเส็ง, 2562: 3)

แม้กระทั่งประเทศจีนที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ก็ยังมีเรื่องราวของเกย์ปรากฏเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ให้ได้ศึกษา เช่น “ตำนานรักกัตุลกท้อ” ความสัมพันธ์ที่เกิดระหว่าง เว่ยหลิงกง เจ้านครรัฐเว่ย กับขันทีที่มีชื่อว่า จื่อเสี่ยว หรือ “ตำนานรักกัตแดนเสือ” ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างจักรพรรดิฮั่นไต้กับตงเสียน หลักฐานจากภาพเขียนต่าง ๆ เช่น ภาพเขียนบนผ้าไหมสมัยราชวงศ์ซิง (ค.ศ. 1644-1911) เป็นภาพชายหนุ่มกำลังนั่งจิบน้ำชาและมีเพศสัมพันธ์กัน หลักฐานจากอุปรากรจีน ซึ่งในระยะแรกจะให้ผู้ชายแสดงเป็นผู้หญิง เพราะในสมัยชิงเกาจง (เฉียนหลงฮ่องเต้) กำหนดให้อุปรากรจีนเป็นศิลปะชั้นสูง

และระบบศักดินา นักแสดงทั้งหมดต้องเป็นผู้ชายเท่านั้นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เด็กหนุ่มบางคนมีความสับสนทางเพศของตัวเอง (จันทรี เชียงคิ้ว, 2561: 3-6)

ความสัมพันธ์ระหว่างเกย์ในอดีตนั้นจะออกมาในรูปแบบการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างชายผู้อาวุโสหรือผู้สูงศักดิ์กับเด็กหนุ่ม ซึ่งในแต่ละสังคมจะมีแนวความคิด มีพฤติกรรมหรือกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป แต่การกระทำเหล่านั้นจะมีนัยเดียวกันคือ เรื่องของความเชื่อพลังอำนาจที่ผู้ชายอาวุโสจะถ่ายทอดสู่เด็กหนุ่มและพฤติกรรมเหล่านั้นมีมาช้านานแล้ว เป็นที่ยอมรับทั่วไปในสังคม เพราะพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะเริ่มมาจากผู้นำ ไม่ว่าจะเป็นกษัตริย์ ผู้นำชนเผ่า พระ นักบวช ครูผู้ถ่ายทอดวิชา รวมไปถึงผู้นำกองทัพ เป็นต้น อาจตั้งคำถามได้ว่า แล้วสังคมไทยในอดีตมีเรื่องราวของเกย์เหล่านี้หรือไม่ เป็นเรื่องยากในการหาคำตอบเพราะไม่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์เด่นชัดที่บ่งบอกใด ๆ นอกจากเรื่องราวของพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าไกรสร กรมหลวงรักษ์รณเรศ ที่มีพฤติกรรมรักเพศเดียวกัน ดังที่พระองค์ถูกกล่าวฟุ้งเกี่ยวกับการชำระความอย่างไม่ยุติธรรม รับสินบน และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับพวกโจนละครผู้ชาย โดยที่พระองค์ไม่เคยบรรทมกับหม่อมห้ามเลย “...จึงรับสั่งให้เอาพวกละครมาแยกย้ายกันไถ่ถามได้ความสมกันว่าเป็นสาวที่ไม่ถึงชำเรา แต่เอามือเจ้าละครและมือท่านกำคุดฐานด้วยกันทั้ง 2 ฝ่าย ไว้ให้สัมผัสระชาตุเคลื่อนพร้อมกัน เป็นแต่เท่านั้น...” (ทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี, เจ้าพระยา, 2547: 131) แต่ก็ไม่มีหลักฐานอื่นใด บ่งบอกถึงกิจกรรมทางเพศของพระองค์กับเด็กหนุ่มในวงละคร แต่ก็ไม่ปฏิเสธว่าสังคมไทยโบราณจะไม่มีเรื่องราวของชายรักชาย

เกย์กับการเปิดเผยในประวัติศาสตร์ร่วมสมัยของไทย

เกย์ในสังคมไทย ช่วงทศวรรษที่ 90 มีการแสดงออกอย่างเปิดเผย เกิดสถานบันเทิงสำหรับเกย์มากมาย ในขณะที่เกย์เองก็มีบทบาทในอาชีพต่าง ๆ แต่ก็ไม่มีการเคลื่อนไหวหรือการเรียกร้องทางการเมืองเหมือนประเทศอื่น ๆ เพราะในช่วงเวลานั้นเกย์ยังมีแนวความคิดที่จะรักษาหน้าตาในสังคม การเปิดเผยตัวเองถือว่าเป็นเรื่องอันตราย หรือกลัวที่จะเสียภาพพจน์ ดังนั้นจึงแสดงออกเฉพาะในหมู่สังคมของตัวเองอย่างลับ ๆ ไม่กล้าเปิดเผยและยอมรับในตัวตนที่แท้จริง

นับตั้งแต่เริ่มมีข่าวการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ในประเทศสหรัฐอเมริกาใน พ.ศ. 2524 จนกระทั่งมีข่าวว่าคนไทยคนแรกๆ ที่ไปศึกษาอยู่ในสหรัฐอเมริกาเป็นโรคเอดส์เป็นเกย์ จึงทำให้สังคมไทยเข้าใจว่าเกย์นั้นเป็นกลุ่มที่เป็นพาหะโรคเอดส์ และคิดว่าเป็นกลุ่มเดียวที่เป็นโรคร้ายนี้

ในช่วงต้นทศวรรษ 2530 เป็นช่วงที่คนในสังคมเริ่มต้นตัวกับการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ โดยมีการเพ่งเล็งไปที่เกย์ว่าเป็นสาเหตุ เป็นกลุ่มเสี่ยง และเป็นพาหะของเชื้อโรคร้ายนี้ ชาวเกย์จึงได้รวมตัวกันตั้งกลุ่มเกย์กิจกรรมขึ้นมาเพื่อที่จะช่วยเหลือองค์กรทั่วไป เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ อันตรายของโรคเอดส์ และการป้องกันโรคเอดส์อย่างถูกต้องทั้งในหน่วยงานราชการ โรงเรียน และบาร์เกย์ต่าง ๆ กิจกรรมกลุ่มเกย์เริ่มก่อตั้งขึ้นมาเป็นกลุ่มแรกคือ “กลุ่มเส้นสีขาว” โดย นที ธีระโรจนพงษ์ หลังจากนั้น

ก็มีอีกสองกลุ่มที่มีบทบาทในปัจจุบันนี้ คือ สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย (Rainbow Sky Association of Thailand) และองค์กรบางกอกเรนโบว์ (Bangkok Rainbow Organization: BRO)

กิจกรรมของสมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย คือการรณรงค์ในด้านการป้องกันโรคเอดส์ โดยมีกิจกรรมหลักในด้านนี้ 2 อย่างด้วยกัน คือ ให้สมาชิกแจกถุงยางอนามัยในสวนสาธารณะในเขตกรุงเทพฯ นอกจากนี้ก็มีส่วนสาธารณะต่างจังหวัดด้วย อีกกิจกรรมหนึ่งคือการอบรมเรื่องทักษะชีวิตพิชิตเอดส์เป็นการจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกเรื่องโรคเอดส์ การป้องกัน การใช้ชีวิตอยู่ร่วมในสังคมเมื่อเป็นกลุ่มรักเพศเดียวกัน

กิจกรรมขององค์กรบางกอกเรนโบว์ ส่วนใหญ่พยายามที่จะเน้นในเรื่องการให้คำปรึกษา และให้ความช่วยเหลือกลุ่มคนรักเพศเดียวกันที่ประสบปัญหาหรือผลกระทบจากการเลือกปฏิบัติทางเพศและการถูกไล่ออกจากงานด้านสิทธิ รวมทั้งให้คำแนะนำปรึกษาสำหรับครอบครัว สถานศึกษา หรือบุคคลทั่วไปที่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับพฤติกรรมรักเพศเดียวกันของบุคคลในครอบครัว และงานด้านวิชาการ และข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน

1. การเปิดเผยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

การเปิดเผยตัวเอง คือการแสดงออกของเกย์ให้สังคมรับรู้ว่าเขาเป็นใคร กำลังคิดอะไร ต้องการอะไรในสังคม ซึ่งการเปิดเผยตัวตนของเกย์ในระยะแรกนั้นจะออกมาในรูปแบบกิจกรรมเพื่อเรียกร้องสิทธิเสรีภาพ การดำรงอยู่ซึ่งเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดข้อโต้แย้ง แต่การเปิดเผยตัวตนในปัจจุบันนั้นเราจะเห็นว่าไม่ได้มีอุดมการณ์ทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องอีกแล้ว เพราะสังคมในยุคปัจจุบันเริ่มที่จะยอมรับกลุ่มคนรักเพศเดียวกันมากขึ้น จะเห็นได้จากเกย์บางคนมีบทบาทในแต่ละสาขาอาชีพมากขึ้น ซึ่งไม่ได้กำหนดตายตัวว่าจะต้องประกอบอาชีพเฉพาะแต่อย่างไร

ในช่วงต้นคริสต์ทศวรรษที่ 21 สื่อเริ่มมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ของเกย์ขึ้นมา เมื่อเกย์ปรากฏอยู่ในสื่อ เช่น สื่อโฆษณาสินค้าต่าง ๆ การโฆษณาเริ่มมองกลุ่มเป้าหมายที่คนรักเพศเดียวกันมากขึ้น แต่เนื้อหาของโฆษณาก็ยังเหมือนกับที่ใช้ในท้องตลาดทั่วไป ดังนั้นมีการเปลี่ยนบทบาทของนักแสดงที่เป็นเรื่องของคนรักเพศเดียวกัน เช่น โฆษณาของบริษัทประกันชาเฟโก ที่เผยแพร่ใน ค.ศ. 2001 ในนิตยสารแอดไวแคต เป็นภาพของผู้ชายสองคนนั่งอยู่บนพื้น ซึ่งแวดล้อมด้วยกล่องหลายใบ และกาแฟหลายแก้ว ในโฆษณาอธิบายว่าชายทั้งสองคนเพิ่งจะซื้อบ้านใหม่ พวกเขาสามารถอยู่อาศัยในบ้านหลังนี้ได้ปลอดภัยเพราะได้ทำประกันกับบริษัทประกันชาเฟโกเรียบร้อยแล้ว (ฮิกส์, 2548) โฆษณาเบียร์เป็น โฆษณาแรก ๆ ที่พบเห็นได้ในท้องตลาดซึ่งมักจะใช้นายแบบผู้ชายที่กำลังสัมผัสร่างกายกัน เช่น โฆษณาที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารเกย์ชื่อ Instinct ที่เป็นโฆษณาของควอร์เบียร์ โดยเสนอภาพของนายแบบที่กำลังยืนอยู่ข้าง ๆ รถจักรยานที่มีอานนั่งสองคน ส่วนท้ายจักรยานจะเป็นตะกร้าใส่อาหารและเบียร์ 6 ขวด เป็นต้นงานโฆษณาที่เกี่ยวกับเกย์เกือบทั้งหมดจะมีภาพเกี่ยวกับขวดเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น ใน ค.ศ. 1995 โฆษณาของบัตโลต์ ใช้ภาพของขวดเบียร์ยื่นออกมา ซึ่งเปรียบเสมือนภาพขององคชาติที่กำลังหลั่งน้ำอสุจิ

(ฮิกส์, 2548) ในขณะที่โฆษณามีการใช้ภาพที่สื่อไปในเรื่องเพศเพื่อเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาย ซึ่งเป็นลูกค้าหลัก ในสังคมไทยก็เช่นเดียวกับโฆษณาของตะวันตกที่เน้นในตัวสินค้า และมุ่งไปที่เกย์ เพราะกลุ่มนายทุนมีความเชื่อว่า กลุ่มเกย์นั้นสามารถจะทุ่มเพื่อให้ตัวเองนั้นดูดีขึ้นมาได้

หนังสือพิมพ์ไทยเริ่มนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเกย์อย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2508 ตั้งแต่ นายดาเรล เบอริแกน (Darrell Berrigan) บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกเวิลด์ ชาวอเมริกันที่มีพฤติกรรมรักร่วมเพศถูกฆาตกรรมในประเทศ ในช่วง พ.ศ. 2508-2543 หนังสือพิมพ์รายวันไทยจะมีการนำเสนอภาพลักษณ์และพฤติกรรมของเกย์ที่ตอกย้ำทัศนคติด้านลบของคนในสังคม ภาพลักษณ์ด้านลบที่มีการนำเสนอมากที่สุด ได้แก่ สำส่อน วิตถาร เป็นพวกประกอบอาชีพที่ผิดกฎหมาย เช่น โสเภณี รูดทรัพย์ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ค้ายาเสพติด เอเยนต์จัดหาผู้หญิงบริการทางเพศ ตลอดจนชอบล่อลวงเด็กกามมีเพศสัมพันธ์ ถึงแม้ว่าการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์จะมีภาพลักษณ์ด้านบวกอยู่บ้าง เช่น กลุ่มเกย์เป็นพวกที่มีสติปัญญาเฉลียวฉลาด มีความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ ช่วยเหลือสังคม ทำประโยชน์ในสังคม ตระหนักถึงพิษภัยของโรคเอดส์ (ฐิติกร เตรยาภรณ์, 2543: 204) แต่ภาพลักษณ์ของกลุ่มเกย์ในหนังสือพิมพ์รายวันแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

หนังสือ วารสารโป๊ トラบใดภายในร่างกายมนุษย์ที่ถูกปกปิด ซ่อนเร้น นั่นคือสิ่งที่มนุษย์อยากจะหาคำตอบที่ภายในจิตใจกันทั้งสิ้น มนุษย์จึงแสวงหาคำตอบในคำถาม การดูภาพเปลือยและกิจกรรมทางเพศ อย่างน่าตื่นเต้นตามสื่อต่าง ๆ ก็เป็นสิ่งที่ปรารถนาของชาวเกย์เช่นกัน แต่การที่ภาพโป๊เปลือยเสรีระของมนุษย์ที่แสดงอวัยวะเพศอย่างเด่นชัดถือว่าเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับไม่ได้ เป็นเรื่องผิดกฎหมาย แต่ก็เป็นเรื่องที่ทุกคนอยากรู้อยากเห็นมากที่สุดในเวลาเดียวกัน

หนังสือ วารสาร และสิ่งพิมพ์ที่นำเรื่องราวและภาพเกี่ยวกับการสำเร็จความใคร่ด้วยตัวเอง การร่วมเพศ และภาพเปลือยอวัยวะเพศ ทำให้เกิดการมีภาพการมีเพศสัมพันธ์ขึ้นภายในจิตใจ การเปิดเผยสิ่งพิมพ์เหล่านี้กลายเป็นประเด็นร้อนที่เถียงกันในแวดวงสังคม และศีลธรรม โดยมองกันว่าหนังสือและสิ่งพิมพ์ดังกล่าวเป็นสิ่งสกปรกและมีความเป็นอันตรายต่อสังคม แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีนักวิชาการบางคนที่มีองความแตกต่างออกไป เช่น โจ โทมัส อธิบายว่า หนังสือโป๊และวิดีโอเอ็กซ์ของชาวเกย์นั้นเป็นทั้งกระจกสะท้อนภาพสังคมของเกย์ และวิถีคิดที่มีต่อเรือนร่าง และเสรีระ รวมทั้งอุดมการณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นชาย” (masculinity) การแสวงหาอัตลักษณ์และวิถีชีวิต (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2549 ข: 10)

สำหรับหนังสือโป๊ในสังคมเกย์ของไทย ในช่วงทศวรรษ พ.ศ. 2520 หนังสือโป๊ของชาวเกย์ไม่ได้มีภาพลักษณ์แบบลามกอนาจาร หรือนำเสนอภาพโป๊เปลือยของนายแบบ หนังสือสำหรับชาวเกย์รุ่นแรก ๆ เกิดขึ้นมาพร้อมกับการเปิดเผยความเป็นตัวตนของเกย์มากกว่า เช่นหนังสือที่ชื่อว่า “เชิงชาย” (ปี 2525) ได้นำภาพเสนอเรื่องราวของความเป็นชายเพื่อตอบสนองผู้ต้องการเสพความเป็นชายอย่างเปิดเผย ภายใต้แนวความคิดที่ปรากฏอยู่บนปกหนังสือที่ว่า “พลังแห่งความเป็นชาย เป็นได้ทั้งนามแหลม

และกลีบดอกที่อ่อนไหว? คุณเองก็อาจเป็นเช่นนี้!” คอลัมน์ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารเชิงชาย มีทั้งสารคดี เรื่องสั้น เรื่องแปล เรื่องน่ารู้ นัดพบ คลินิก ประสบการณ์ เครื่องเสียง กฎหมาย กีฬา แฟชั่น และที่สำคัญที่สุดคือภาพชุดพิเศษ ซึ่งมีภาพชายหนุ่มเปลือยกายในลักษณะปกปิดอวัยวะเพศ

นอกจากนี้ยังมีนิตยสารแนวเดียวกันกับเชิงชายออกเผยแพร่ ชื่อว่า “Boy” (ปี 2525) โดยมีโฆษณาบนปกว่า “เอกลักษณ์ใหม่ของบุรุษเพศ” และมีภาพเปลือยของผู้ชายปรากฏอยู่ในหนังสือด้วย นิตยสาร “มิถุนา จูเนียร์” (ปี 2526) ออกเผยแพร่ในแนวเดียวกับนิตยสารเชิงชาย เพราะนำเสนอภาพเปลือยของทั้งชายและหญิง พอมาใน พ.ศ. 2527 มิถุนา จูเนียร์ ก็ได้ำนิตยสารเกย์ขึ้นมาโดยเฉพาะ แต่ก็ยังคงเอาใจลูกค้าผู้หญิง โดยใช้แนวความคิดที่ว่า “เพื่อนที่ดีที่สุดสำหรับสุภาพสตรีผู้อ่อนไหว และสุภาพบุรุษชาวดอกไม้” จากนั้นก็มีนิตยสารเกย์ออกมาอีกมากมาย เช่น นิตยสารนีออน (ปี 2527) นิตยสารเพทาย (ปี 2528) นิตยสารเพทายมาเปลี่ยนชื่อเป็น นิตยสารมรกต ในฉบับที่ 2 เดือนธันวาคม 2528 นิตยสารเกสร ประสพการณ์ (ปี 2528) ซึ่งเป็นนิตยสารในเครือนิตยสารมิถุนา นิตยสารมิตเวย์ (ปี 2529) นิตยสาร Him (ปี 2530) นิตยสาร MY Way (ปี 2531) และ นิตยสาร The Guy (ปี 2532) เป็นต้น นิตยสารเกย์ในช่วงทศวรรษที่ 2540 เริ่มมีการพัฒนารูปแบบให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น มีการเปิดเผยสรีระของนายแบบทุกสัดส่วน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้นิยมนิตยสารต้องการเป็นอย่างมาก

ภาพยนตร์เกย์ ภาพยนตร์ไทยที่เป็นเรื่องราวของเกย์นั้นมีหลายต่อหลายเรื่อง เช่น เรื่องเพลงสุดท้าย (ปี 2528) เรื่องวัยเรียนเพี้ยนรัก (ปี 2528) เรื่องขบวนการคนใจ (ปี 2529) เรื่องผู้ชายป้ายเหลือง (ปี 2529) เรื่องรักทรมาณ (ปี 2530) ฉันทผู้ชายนะยะ (ปี 2530) เป็นต้น ในช่วง พ.ศ. 2533-2542 ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาของเกย์มีจำนวนลดน้อยลง ด้วยในยุคนี้มีการจัดตั้ง “กลุ่มภราดรภาพ” ขึ้น โดยมีหน้าที่หลักในการรณรงค์ต่อต้านโรคเอดส์ เพื่อให้สังคมลดความรังเกียจที่เคยมีต่อกลุ่มเกย์ลง และให้ การยอมรับมากขึ้น เพื่อต้องการให้สังคมมองความเป็นเกย์เป็นเรื่องปกติธรรมดา ดังนั้นในช่วงดังกล่าวมีภาพยนตร์ที่นำเสนอชายรักชายเพียง 2 เรื่องคือ เรื่องบันทึกรักจากลูก(ผู้)ชาย (ปี 2537) และเรื่องนางแบบ (ปี 2540) (รักใจ จินตวิโรจน์, 2541: 129–130) ภาพยนตร์ที่เกี่ยวกับเกย์ได้รับความสนใจในวงกว้างอีกครั้งหนึ่งในช่วง พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา เมื่อภาพยนตร์เรื่องสตรีเหล็ก (ปี 2543) ถูกสร้างและเผยแพร่ในระดับพาณิชย์ สตรีเหล็ก ถือว่าเป็นภาพยนตร์ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของวงการหนังเกย์ในสังคมไทยปัจจุบัน เนื่องจากเป็นภาพยนตร์ที่พยายามทำให้สังคมไทยยอมรับเพศที่สาม เป็นภาพยนตร์ที่ตัวละครเกย์มีมิติทางสังคม ตัวละครแต่ละตัวมีเบื้องหลังมีที่มาที่ไป ถึงแม้ว่าสตรีเหล็กจะนำเสนอเป็นภาพยนตร์ตลก แต่ก็แฝงด้วยข้อคิดทางสังคมที่ให้สังคมมองเห็นด้านที่เป็นมนุษย์ของกลุ่มรักเพศเดียวกันให้มากขึ้น หลังจากนั้นวงการภาพยนตร์ไทยก็มี ภาพยนตร์ในแนวเดียวกันออกมาอีกหลายเรื่อง เช่น เรื่องพรางชมพู กะเทยประจัญบาน (ปี 2545) เรื่อง ว้ายบ๊ม ! เซียร์กระหึ่มโลก (ปี 2546) เรื่องบิวต์ฟูล บ็อกเซอร์ (ปี 2546) เรื่องปล้นนะยะ (ปี 2547) เป็นต้น ภาพยนตร์เกย์ในแนวนี้อาจดำเนินเรื่องด้วยความสนุกสนานและอาจซ่อนแง่คิดบางอย่างไว้

แต่ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอ เช่น ตัวละครชายรักชายจะออกในแนวตลกมากเกินไป หรือทำให้ตัวละครหลักเป็นคนมีปมเหงา อ้างว้าง และถูกปฏิเสธจากสังคม

วงการภาพยนตร์ไทยได้เปิดออกให้ผู้กำกับหนังรุ่นใหม่แสดงฝีมือ เช่น ส่งเสริมให้มีการประกวดหนังสั้นสำหรับนักศึกษา ได้แก่ เรื่องตามสายน้ำ เรื่องปฏิกิริยา เรื่องส่วนตัว เรื่องมหัศจรรย์กรุงเทพ เรื่องสัตว์ประหลาด เรื่องหัวใจทรนง เป็นต้น ถือว่าเป็นความพยายามนำเสนอประเด็นของเกย์ในอีกรูปแบบหนึ่งในแง่มุมมองที่ซ่อนปมความคิดไว้หลายประการ อาจกล่าวได้ว่า สังคมไทยยังขาดแคลนหนังเกย์ที่มีมาในระยะหลังความพยายามที่จะสร้างหนังรุ่นใหม่ที่น่าเรื่องราวชีวิตของเกย์ ซึ่งมีได้มีเพียงด้านตลกเท่านั้น แต่ยังมีด้านที่เป็นปมความขัดแย้งในจิตใจ การแสดงหาตัวตนที่แท้จริง และความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง เรื่องราวในแนวนี้อย่างต้องการผู้ที่จะเข้ามาช่วยคิดและสนับสนุนให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้น

สังคมออนไลน์ ชุมชนเกย์ในหน้าอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของเกย์ส่วนมากจะมีเมนูต่าง ๆ เช่น การหาเพื่อน แลกประสบการณ์ การโพสต์รูป การโพสต์คลิปต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า เว็บบอร์ดเปรียบเสมือนประตูที่นำไปสู่การเปิดเผยตัวตนของชาวเกย์ จัดว่าเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงความคิด ความรู้สึก ประกาศหาเพื่อน คนรักและคนรู้จัก พื้นที่นี้จะนำไปสู่การพบปะของชาวเกย์ในจำนวนมาก มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ชีวิตซึ่งกันและกัน เกย์หลายคนมีเพื่อนมากขึ้นจากการประกาศในเว็บบอร์ด บางคนมีเช็กซ์กับคนในเว็บบอร์ด และในบางคนอาจผิดหวังกับการถูกคนในเว็บบอร์ด หลอกหลวง เกย์จะมียารมณ์ความรู้สึกต่อเว็บบอร์ดที่หลากหลาย บางคนใช้เพื่อหาเพื่อนพูดคุย และบางคนใช้เพื่อระบายความในใจ เมื่อเว็บบอร์ดเปรียบเสมือน “ประตู” นั้น ในขณะที่เดียวกันเว็บบอร์ดก็เปรียบเสมือน “หน้าต่าง” ที่กำลังปิดกั้นซ่อนเร้นความลับบางอย่างอยู่

ในยุคปัจจุบัน ได้มีการนำแอปพลิเคชัน (application) สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ มาใช้เป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์อย่างแบบใกล้ชิดของชาวเกย์ ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งเป็นพื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ส่วนตัว ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา เกย์ได้เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในพื้นที่ออนไลน์อย่างมากมาย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (LINE) แคมฟร็อก (Camfrog) ทวิตเตอร์ (Twitter) โอนลี่แฟนส์ (Only Fans) เป็นต้น ในช่วงแรก แคมฟร็อก จัดว่าเป็นพื้นที่สื่อออนไลน์ของเกย์ได้แสดงตัวตนทางเพศได้อย่างเสรี เกย์เริ่มใช้แอปพลิเคชันโดยเฉพาะกลุ่มในการแสวงหาความสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศตามรสนิยมของตนเอง เช่น Grindr, Jack'd, Hornet, GuySpy, Boyahoy, Growlr, Blued, Telegram, ROMEO, Surhe, DISCO, Shuggr, Grizzly, Geygar, u4Bear เป็นต้น ปัจจัยที่ทำให้เกย์ในยุคปัจจุบันให้แอปพลิเคชันหาคู่บนโลกออนไลน์มากขึ้นนั้น มีปัจจัยอยู่ 2 ประการ คือ ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคล เกิดจากอารมณ์ ความรู้สึก ความต้องการบางอย่างในการตอบสนองความต้องการนั้น เช่น ความเหงา ต้องการเพื่อนพูดคุย อยากมีตัวตนเป็นที่ยอมรับของสังคม อยากหาเพื่อนเที่ยว อยากมีคู่รัก รวมไปถึงอยากมีเพศสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ปัจจัยภายนอก เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ทราบระยะทางระหว่างคู่สนทนา

ทำให้มีโอกาสได้คัดเลือกคู่สนทนาตามรสนิยมได้อย่างเต็มที่ และมีคู่สนทนาออนไลน์ตลอด 24 ชั่วโมง (วรยุทธ พายพายุท์, 2561: 67)

2. การเปิดเผยตัวตนของเกย์ในรูปของกิจกรรมทางเพศ

การรวมกลุ่มของเกย์เพื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีใช้กิจกรรมทางการเมือง นั้นเริ่มปรากฏเห็นได้ชัดตามสถานบริการต่าง ๆ เช่น โรงอาบน้ำ ชาวน่า บาร์ สปา นวด สวนสาธารณะ หรือตามสื่อต่าง ๆ การรวมกลุ่มดังกล่าวเป็นสิ่งที่เกย์ปัจจุบันแสวงหาเพื่อกิจกรรมของตนเอง การรวมกลุ่มจึงทำให้เกิด “ธุรกิจบันเทิงของชาวเกย์” ขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการทางเพศ

สวนสาธารณะ หมายถึงที่ พักผ่อนหย่อนใจเต็มไปด้วยพันธุ์ไม้ต่าง ๆ โดยที่เราสามารถชื่นชมความงามของธรรมชาติด้วยการเดินเล่น หรือเข้าไปออกกำลังกายในสวนสาธารณะได้ แต่สำหรับบางกลุ่มสวนสาธารณะเป็นสถานที่พบปะเพื่อนฝูงและหาคนถูกใจไปในเวลาเดียวกัน สวนสาธารณะเกือบทุกแห่งจะถือว่าเป็นแหล่งหาความสุขของชาวเกย์ จุดมุ่งหมายของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนก็ต้องการมาหาเพื่อนกลุ่มเดียวกัน หาเพื่อนใหม่ เพื่อพูดคุยกัน หรือไม่บางคนก็มาหาเพื่อนนอนเกย์ที่เข้ามาหาเหยื่อแต่ละรายนั้น พวกเขาจะทราบกันดีว่าใครเป็นเกย์หรือไม่ ดังคำที่ว่า “มองตาก็รู้แล้วว่าใช่หรือไม่” หรือ “ผีเห็นผี” เมื่อเจอคนที่ถูกใจจะเริ่มเข้าไปพูดคุยเรื่องอื่น ๆ ก่อน เมื่อทำความรู้จักกันแล้ว ก็จะเริ่มจุดประสงค์ของตนเอง บางรายก็จะไปตามห้องน้ำของสวนสาธารณะแห่งนั้น หรือไม่ก็ไปตามโรงแรมใกล้เคียง บางรายอาจไปร่วมรักกันที่บ้านของแต่ละฝ่าย บริเวณที่จะหาเพื่อนจะอยู่เป็นแหล่ง ๆ เช่น ตามต้นไม้ ม้าหินอ่อน ศาลา เป็นต้น ช่วงเวลาที่กลุ่มนี้จะไปหาเหยื่อคือช่วงเวลาหลัง 6 โมงเย็นจนไปถึงค่ำ (นฤพนธ์ ต้วงวิเศษ, 2549: 10)

พฤติกรรมของชาวเกย์ตามสวนสาธารณะในปัจจุบันเริ่มที่จะลดลง เนื่องจากเจ้าหน้าที่ตำรวจไล่จับเพราะถือว่าเป็นกระทำผิดกฎหมาย และในสังคมปัจจุบัน การหาคนนอนไม่จำเป็นต้องเดินหาเหยื่อตามสวนสาธารณะอีกแล้ว แต่ก็ไม่ใช่ว่าหายไปหมด ก็ยังมีบางที่ที่ยังพบเห็นพฤติกรรมดังกล่าวของกลุ่มเกย์ที่ชอบความตื่นเต้นแบบ Outdoor ที่ใช้โซเชียลมีเดียนัดแนะกันไปตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สวนสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ขณะที่บางกลุ่มยังชอบความท้าทายได้นัดแนะกันไปมีเพศสัมพันธ์ตามช่อบันไดหินไฟของห้างสรรพสินค้า ห้องน้ำปัมน้ำมัน ห้องน้ำสนามกีฬา ดิกร้าง เป็นต้น ซึ่งพบเห็นได้ตามคลิปวิดีโอที่กลุ่มคนเหล่านี้นำมาลงในโซเชียล

สลิสมสถานบันเทิงของเกย์ ในช่วงทศวรรษที่ 50 เป็นช่วงเวลาที่เกย์ต้องการแสวงหาตัวตนของความเป็นเกย์ให้ปรากฏในพื้นที่สังคมไทยและการแสดงออกถึงรูปแบบของการใช้ชีวิตทางเพศอย่างเสรีภาพ เพื่อการตอบสนองความต้องการโดยตรง จึงทำให้เกิด “เกย์สถาน” (Gay Place) ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์ของชาวเกย์โดยเฉพาะ จึงทำให้เกิดธุรกิจการค้าและการบริการซึ่งเป็นพื้นที่ทางสังคมของชาวเกย์ที่ได้ออกมาสัมผัสกับประสบการณ์ชีวิตอย่างที่ตนต้องการ ช่วงทศวรรษที่ 60 ถือได้ว่าเป็นทศวรรษแรกของเกย์สถานในย่านสลิสม สถานที่จะเฉพาะเกย์ที่เป็นพื้นที่ในการใช้ชีวิตทาง

เพศผ่านระบบการแลกเปลี่ยนทางการค้าและบริการ พร้อมกันกับการพบปะกันของชาวเกย์ ในยุคแรก ภาพลักษณ์ทางเพศของเกย์ที่เกิดขึ้นในย่านสีลมจึงเป็นสถานบันเทิงที่มุ่งเน้นลูกค้าชาวตะวันตก โดยเฉพาะทหารชาวอเมริกันที่เดินทางเข้ามายังกรุงเทพฯ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจตามสถานเริงรมย์ต่าง ๆ ในปัจจุบันสีลมเป็นสถานที่ที่เกย์จะไปใช้บริการกันมาก เพราะเป็นสถานที่รวบรวมแหล่งบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นร้านประเภท คลับ บาร์ ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเครื่องดื่มทั่วไป ร้านคาราโอเกะ คาบาเรต์โชว์ สถานสุขภาพ ร้านนวด ฟิตเนส โรงแรมหรือห้องพัก เป็นต้น จากความหลากหลายการให้บริการจึงทำให้การเข้ามาใช้ชีวิตของชาวเกย์ในย่านสีลมจึงมีความแตกต่างกันออกไปตามความต้องการ และรสนิยมของแต่ละคน ลักษณะการใช้ชีวิตของเกย์จะเห็นได้ว่าจะค้นพบตัวเองและเรียนรู้สังคม โดยการเข้าไปใช้ประสบการณ์ชีวิตกับสถานที่ต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันนี้ เกย์สถาน ไม่ได้มีเฉพาะที่สีลมอย่างเดียว มีการขยายธุรกิจบันเทิงของชาวเกย์ออกไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในใจกลางเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ และตามจังหวัดต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ชานาเกย์ (Gay Sauna) เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่เกย์ให้ความสำคัญเพื่อหาความสุขให้กับตัวเอง เป็นพื้นที่ที่สะท้อนความเป็นส่วนตัว รูปแบบการใช้บริการของชานา มีทั้งการออกกำลังกาย ร้องเพลงคาราโอเกะ อบไอน้ำ อบชานา ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องชมภาพยนตร์ และนั่งพักผ่อนตามที่ตนต้องการ หรือบางที่อาจจะมินวดเพื่อสุขภาพด้วย การบริการของชานาจะมีพนักงานเด็กหนุ่มหน้าตาดีไว้บริการลูกค้า ชานาอาจเป็นแหล่งพักผ่อน มาหาคู่ หาเพื่อนใหม่ หาคนรัก มาออกกำลังกาย หรือเหตุผลอื่น ๆ ใด ชานาจึงเปรียบเสมือนสถานที่เปิดเผยตัวตนของชาวเกย์

ชานามีวิวัฒนาการมาจากห้องอาบน้ำ หรือที่เรียกว่า Bathhouses สถานที่ที่เปิดบริการให้แก่สาธารณชนทั่วไป แต่เกย์จะใช้บริการของชานาเพื่อหาคู่ซึ่งเกิดขึ้นมาช้านานแล้ว ในช่วงปลายทศวรรษที่ 70 ห้องอาบน้ำของกลุ่มเกย์รุ่งเรืองมากและแผ่ขยายไปทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับสังคมไทย ห้องอาบน้ำยังไม่เป็นที่รู้จักในชาวเกย์ แต่จะรู้จักชานาสถานที่ให้บริการเหมือนห้องอาบน้ำในสังคมนะวันตก ชานาแห่งแรกของประเทศไทยมีชื่อว่า บาบีลอน (อยู่ย่านสาทร) ปัจจุบันชานาแห่งนี้ยังให้บริการอยู่และมีการขยายกิจการใหญ่โตมากขึ้น โดยเปิดบริการเป็นที่พักผ่อนของเกย์ โดยที่บาบีลอนประกาศตนว่าเป็นชานาที่ดีที่สุดในประเทศไทยและในโลก เกย์ทั้งไทยและต่างชาติจะเข้าใช้บริการมากมาย เพราะที่บาบีลอน มีเครื่องอำนวยความสะดวกครบครัน ทันสมัย เหมาะแก่การพักผ่อน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางเพศ เนื่องจากมีกิจกรรมไว้บริการหลายอย่าง ได้แก่ ห้องอบไอน้ำ ห้องชานาแห่ง บ้านพักผ่อนส่วนตัว ห้องมีดและมีลักษณะเป็นเขาวงกต ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำขนาดใหญ่ พร้อมพื้นที่บริการเครื่องดื่ม บริการอินเทอร์เน็ต บาร์ครบเครื่อง บริการอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเสริมสวย ห้องฉายภาพยนตร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรมตามเทศกาลอีกด้วย ในช่วงทศวรรษที่ 90 ชานาได้รับความนิยมมากขึ้น จึงทำให้เกิดชานาตามมาอีกมากมาย เช่น โอบิลิสต์ (อยู่ย่านทองหล่อ) ปัจจุบันปิดบริการไปแล้วเป็นชานาที่สูงที่สุดในประเทศไทย เพราะมีถึง 11 ชั้น การตกแต่งสถานที่งดงาม

มีการบริการที่ดี ไม่แพ้บาบิลอน นอกจากนี้ยังมี ฟารอส (อยู่ย่านสะพานควาย) เป็นชาวนำที่มีราคาถูกลง มาอีกชาวนำที่ดังมาก มีคนเที่ยวจำนวนมากในยุคนั้น แต่คนที่มาเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย ชาวนำอีกแห่งหนึ่งที่เปิดบริการถึงเช้า คือ โคลินี่ (อยู่ย่านเอกมัย) เป็นชาวนำที่ใช้บ้าน 2 ชั้นมาปรับปรุงสถานที่ให้เหมาะสม ตกแต่งเหมือนบ้านไม้เก่า ๆ มีแสงไฟสลัว บรรยากาศ สำหรับชาวนำสไตล์โมเดิร์น คือ มัฟฟิล (อยู่ย่าน บางกะปิ) เป็นชาวนำขนาดกลาง แต่มีคนมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วง พ.ศ. 2545

ช่วงต้นศตวรรษที่ 21 ก็จะมีชาวนำน้องใหม่เกิดขึ้นมากมายเพื่อมารองรับชาวเกย์ที่มีมากขึ้น ในสังคม เช่น ฉกรรจ์ (อยู่ย่านอารีย์) สุโขทัย (อยู่ย่านสามเสน) จีจี (อยู่ย่านสามเสน) แองเจโล่ (อยู่ย่านเพลินจิต) เฮอร์คิวลิส (อยู่ย่านสวนสยาม) โอไรอัน (อยู่ย่านปิ่นเกล้า) เดอะบิช (อยู่ย่านอุดมสุข) ซิตีออฟเองเจิล (อยู่ย่านสีลม) บ้านไทย (อยู่ย่านดินแดง) เดอะดอร์ (อยู่ย่านลาดพร้าว) เดอะโซน (อยู่ย่านลาดพร้าว) ครุยซิ่ง (อยู่ย่านรัชโยธิน) เดอะกูดวิว (อยู่ย่านรังสิต) ชาวนำมานีเย (อยู่ย่านสีลม) เฮฟเว่น (อยู่ย่านมเหยงคณ์) และเกสร (อยู่ย่านลาดพร้าว) เป็นต้น อย่างไรก็ตามชาวนำหลายแห่งต้องปิดกิจการ และชาวนำใดที่ยังเปิดบริการอยู่ก็ต้องปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ สาเหตุหนึ่งที่ชาวนำต้องปิดกิจการก็เพราะการจัดระเบียบสังคม และการตรวจค้นของเจ้าหน้าที่ตำรวจ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของรัฐค้นพบว่าชาวนำบางแห่ง สกปรก คับแคบ ไม่ถูกสุขลักษณะและเป็นที่แพร่เชื้อโรค

บทสรุป

การเปิดเผยตัวตนของเกย์นั้นมีมานานแล้ว มีมาพร้อม ๆ การยอมรับในสังคมในยุคโบราณ ซึ่งถือว่าการจะมีเพศสัมพันธ์ด้วยกันนั้นไม่เป็นสิ่งผิดกฎหมาย หรือผิดศีลธรรมใด ๆ เป็นช่วงสมัยที่เกย์ใช้ชีวิตอย่างปลอดภัย ด้วยมีความเชื่อในเรื่องพลังอำนาจที่มีการถ่ายทอดจากชายที่อาวุโสสู่เด็กหนุ่ม แต่เมื่อมาในยุคที่ศาสนาเข้ามามีบทบาทในสังคม ก็มีการกำหนดกฎหมาย การไม่ยอมรับเกย์เหล่านี้ มีการสั่งห้าม และมีการลงโทษอย่างรุนแรงกับผู้ที่ผิดกฎเกณฑ์ หรือไม่ก็ถึงขั้นประหารชีวิต แต่เกย์ก็ออกมารวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสิทธิ เสรีภาพของตนเพื่อรักษาสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จึงทำให้เกย์รวมตัวกันอย่างเปิดเผย มีการต่อสู้เพื่อได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ สำหรับในสังคมไทยการเปิดเผยตัวตนของเกย์ในยุคแรก ๆ ไม่ได้ออกมาเรียกร้องสิทธิและเสรีภาพจากรัฐบาล แต่มีการรวมกลุ่มเพื่อกิจกรรมด้านอื่น คือ รวมตัวกันเพื่อต่อต้านโรคเอดส์อย่างกลุ่มเส้นสีขาว สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย องค์กรบางกอกเรนโบว์ เป็นต้น

การเปิดเผยตัวตนของเกย์ไทยนั้น นอกจากจะเปิดเผยในลักษณะกิจกรรมเพื่อเรียกร้องเสรีภาพแล้ว เกย์ก็ต้องการที่จะเปิดเผยชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองให้สังคมได้รับรู้ จึงพยายามหาช่องทางที่จะเปิดเผยตัวเองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การรวมตัวกันทำกิจกรรมที่ตนปรารถนา จนนำไปสู่การธุรกิจบันเทิงสำหรับให้บริการกลุ่มเกย์เป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะเปิดเผยตัวตนของเกย์ เช่น ชาวนำ

คลับ บาร์ ร้านนวด การเปิดเผยตัวตนของเกย์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันก็มีนัยทางการเมืองอยู่บ้าง แต่การเปิดเผยความต้องการอารมณ์และกิจกรรมทางเพศจะมีมากกว่าด้วยในยุคปัจจุบันมีช่องทางในการเปิดเผยตัวตนอยู่หลายรูปแบบที่เกย์จะสามารถเลือกใช้ในการเปิดเผยตัวตนทั้งที่เป็นพื้นที่ส่วนตัว หรือพื้นที่สาธารณะโดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

คอตแทก, คอนราด พิลิป. (2548). พฤติกรรมชายรักชายในชนเผ่าฮิโโทโร. (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, ผู้แปล).

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

จันทน์ เชียงคิ้ว. (2561). *ชายรักชายในสังคมจีน ตั้งแต่ ค.ศ. 1996-2018*. สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐิติกร เตรยาภรณ์. (2543). *ภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักร่วมเพศที่สะท้อนจากเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันไทยช่วงปี พ.ศ. 2508-2543* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พากรวงศมหาโกษาธิบติ, เจ้าพระยา. (2547). *พระราชพงศาวดารกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลที่ 3*. กรมศิลปากร.

นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ. (2549). *เกย์ลอกคราบ*. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ไบลีย์ส์, รูดี ซี. (2548). *ตามหาสวรรค์ของชายรักชาย* (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, ผู้แปล). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

รักใจ จินตวิโรจน์. (2541). *การนำเสนอภาพชายรักร่วมเพศในภาพยนตร์ไทยและอเมริกัน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรยุทธ พายพายุท์. (2561). *การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมชัย เย็นสบาย. (2542) การเมืองเรื่องร่างกาย: กรณีธรรมชาติของความรักในเพศเดียวกัน. *วารสารรัฐศาสตร์*, 21(3), 300-326.

สุธามน สืบเส็ง. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุรุษในสังคมญี่ปุ่น (คริสต์ศตวรรษที่ 12-19)*. สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฮิกส์, แกรี่ อาร์. (2548). *Media at the margining* เกย์ในสื่อโฆษณา (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, ผู้แปล). ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

การศึกษาชาไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ

A Study of Thai Tea as the National Beverage

พรรณวษา แอตา^{1*} และดวงจิตร์ สุขภาพสุข²
Panwasa Aetan and Duangjit Sukhapabsuk

^{1*} นักศึกษาชั้นปีที่ 4 หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
^{1*} 4th Year student in Bachelor of Arts in Business English, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

² อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
² Business English instructor, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

*Corresponding Author, Email: panwasaaetan144@gmail.com

Received: April 09, 2024

Revised: June 04, 2024

Accepted: June 06, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการบริโภคชาไทย พร้อมสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำให้ชาไทยเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ โดยใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจผ่านแบบสอบถาม 40 ชุด และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS รุ่นที่ 25 ในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยบริโภคชาไทย โดยมักเลือกดื่มชาไทยรสหวานน้อยช่วงกลางวัน (62.5%) และส่วนใหญ่นิยมดื่มชาไทยที่มีราคาต่ำกว่า 60 บาท (45%) โดยผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจเลือกซื้อเองถึง 57.5% สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรสชาติที่ดีและเป็นเอกลักษณ์ ด้านราคาเน้นว่าราคาต้องสอดคล้องกับปริมาณชาไทยที่ได้รับ ด้านช่องทางการจำหน่ายพบว่าผู้บริโภคสนใจการโปรโมทร้านชาไทยผ่านสื่อออนไลน์เพื่อดึงดูดลูกค้ามากขึ้น และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากชาไทย เช่น ไอศกรีม ขนมหวาน ซึ่งส่งผลให้ชาไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นจากข้อมูลสัมภาษณ์เพิ่มเติม ผู้บริโภคเห็นด้วยว่าชาไทยเป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในประเทศและต่างประเทศ และยินดีสนับสนุนชาไทยให้กลายเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ

คำสำคัญ: ชาไทย วัฒนธรรม เครื่องดื่มประจำชาติ เอกลักษณ์

Abstract

This research aims to study marketing factors and consumer behavior regarding Thai tea consumption and to survey opinions and attitudes toward establishing Thai tea as a national beverage. Data was collected through a survey research approach, with 40 sets of questionnaires. This data was analyzed by using SPSS software Version 25 to calculate percentages, means, and standard deviations. The findings indicated that most consumers have previously tried Thai tea, with less sweet Thai tea in the afternoon (62.5%) and typically choosing Thai tea with lower priced under 60 baht (45%). Consumers made their own purchasing decisions in 57.5%. Regarding the marketing mix factors, results revealed that consumers placed a high value on favorable taste and uniqueness. In terms of pricing, they prefer prices related to the quantity of tea received. For distribution channels, consumers interested in Thai tea shops promoted through online media in attracting more and more customers. Furthermore, in terms of promotional activities, consumers are drawn to Thai tea-based products, such as ice cream and desserts, which help increase the recognition of Thai tea. Additional interview data reported that consumers interested in Thai tea shops promoted through online media in attracting more and more customers.

Keywords: *Thai tea, culture, national drink, identity*

บทนำ

ชาไทยมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ สะท้อนถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ในอดีต วัฒนธรรมการดื่มชาของไทยได้รับอิทธิพลจากประเทศจีนและอินเดียโดยเฉพาะในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ซึ่งเป็นยุคแห่งการเปิดประเทศและติดต่อกับชาวยุโรปกับนานาชาติ ทำให้มีการนำเข้าไปชาและผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเข้ามาในไทย ความเป็นเอกลักษณ์ของชาไทยในปัจจุบันเกิดจากการผสมผสานใบชากับวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น น้ำตาล นมข้นหวาน และเครื่องเทศต่าง ๆ เพื่อปรับรสชาติให้สอดคล้องกับความชื่นชอบของผู้บริโภคชาวไทย จนกลายมาเป็นเครื่องดื่มที่รู้จักกันในชื่อ “ชาเย็น” หรือ “ชานมไทย” ซึ่งมีสีส้มสด รสชาติหวานมัน และกลิ่นหอมเฉพาะตัวที่โดดเด่น (สปริงนิวส์, 2564: ออนไลน์) ชาไทยเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นตั้งแต่ช่วงกลางศตวรรษที่ 20 และได้เผยแพร่ไปยังต่างประเทศผ่านร้านอาหารไทยในหลายเมืองทั่วโลก ต่อมามีการส่งออกชาไทยในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในบรรจุภัณฑ์พร้อมดื่มและแบบสำเร็จรูป ทำให้ชาไทยกลายเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงระดับโลก นอกเหนือจากความนิยมในฐานะเครื่องดื่มแล้ว

ชาวไทยยังมีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือ "ซอฟต์พาวเวอร์" (Soft Power) ซึ่งช่วยถ่ายทอดวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้และประทับใจ (ศรุดา นิติวรการ, 2557) ด้วยภาพลักษณ์ที่สวยงาม รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และการสื่อถึงความเป็นมิตรของคนไทย ชาวไทยจึงเป็นมากกว่าเครื่องตี๋มธรรมดา หากแต่เป็นสื่อกลางที่สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้คนจากหลากหลายวัฒนธรรม ชาวไทยได้รับอิทธิพลทั้งจากวัฒนธรรมการตี๋มชาวจีนและตะวันตก โดยมีการประยุกต์ใช้วัตถุดิบอย่างนมข้นและน้ำตาล ซึ่งไม่เพียงแต่เพิ่มรสชาติที่กลมกล่อม แต่ยังแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์และการประยุกต์ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นได้อย่างลงตัว (Thaiger, 2567: ออนไลน์) การตี๋มชาวไทยในระดับนานาชาติยังเป็นหนึ่งในรูปแบบของ "การทูตอาหาร" (Culinary Diplomacy) ที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลไทยร่วมกับภาคเอกชนจัดแคมเปญส่งเสริมอาหารไทยในเวทีนานาชาติ เช่น เทศกาลอาหาร งานประชุม หรือแม้แต่กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่มีชาวไทยเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอวัฒนธรรมไทย (Nye, 1993) นอกจากนี้ แบรินต์ชาวไทยหลายแห่งยังมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งเสริมให้ชาวไทยกลายเป็นผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ทันสมัยผ่านบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย และการออกแบบรสชาติที่หลากหลาย ซึ่งช่วยให้ชาวไทยเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ทั่วโลก (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2563: ออนไลน์) ความนิยมของชาวไทยในระดับโลกไม่เพียงแต่ช่วยขยายตลาดสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของประเทศเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของความอบอุ่น มีน้ำใจ และความเป็นมิตรของวัฒนธรรมไทย ชาวไทยจึงถือเป็นตัวอย่างสำคัญของซอฟต์พาวเวอร์ ที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในการใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสร้างอิทธิพลเชิงบวกในเวทีโลก (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2564: ออนไลน์)

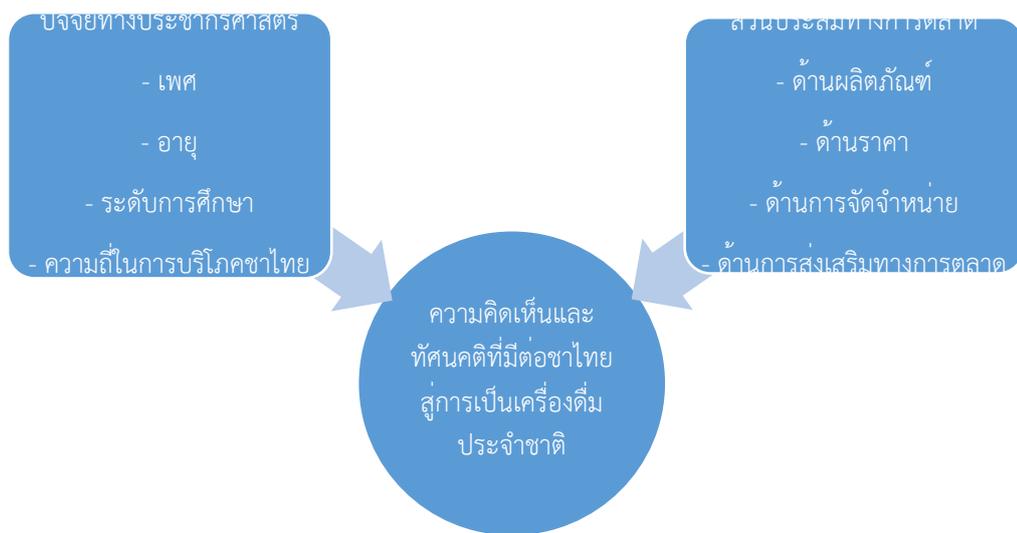
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการบริโภคชาวไทย
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับชาวไทยสู่การเป็นเครื่องตี๋มประจำชาติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจส่งผลต่อความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อชาวไทยในบริบทของการส่งเสริมให้ชาวไทยเป็นเครื่องตี๋มประจำชาติ และก้าวสู่การเป็นเครื่องมือซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศไทยในเวทีโลก โดย ตัวแปรต้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุระดับการศึกษา ความถี่ในการบริโภคชาวไทยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix - 4Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

(Promotion) ทั้งนี้ ตัวแปรตาม คือความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อชาไทยในฐานะเครื่องดื่มประจำชาติซึ่งจะช่วยชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของชาไทยให้เป็น ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรม สร้างรายได้ และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากนานาชาติได้ในอนาคต



ภาพที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อชาไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยชาไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติมีทั้งหมด 7 เรื่องดังนี้

เหมือนดาว วาสุเทพรังสรรค์ (2559: ออนไลน์) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชาเขียวยี่ห้อโออิชิ และอิชิตันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 402 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องดื่มชาเขียวยี่ห้อโออิชิ และรองลงมาคือยี่ห้ออิชิตัน โดยรสชาติที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ รสน้ำผึ้งผสมมะนาว รสชาวน้ำปู่น และรสต้นตำรับโดยให้เหตุผลในการเลือกซื้อว่าต้องการดื่มเพื่อดับกระหายและคำนึงถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

กัญญพิชา วรไพสิฐกุล (2560) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องดื่มพร้อมดื่มที่ช่วยควบคุมน้ำหนัก ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามี 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องดื่มเพื่อควบคุมน้ำหนักซึ่งได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเครื่องดื่มนั้นจะต้องมีคุณสมบัติ ราคาที่เหมาะสมและได้มาตรฐานรับรองจากทางอย.

นพรัตน์ อาตมะพันธ์ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลประเทศแหล่งกำเนิดชาติต่อการรับรู้ของผู้บริโภค โดยการสัมภาษณ์แบบกลุ่มจากจำนวนประชากรทั้งหมด 30 คน พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจของชาจากด้านสี กลิ่น รส ความรู้สึกหลังกลืนมากที่สุดและจะยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกกว่าชาสีเข้มมักจะมาจากประเทศจีนและชาสีอ่อนเป็นชาของประเทศไทย ทำให้สรุปได้ว่าอิทธิพลของประเทศแหล่งกำเนิดชาติส่งผลต่อการรับรู้ด้านสีของชา

ธิติมา เพ็ญสุข (2560) ศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าชาตราหมีของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสามารถสรุปพฤติกรรมการซื้อชาตราหมีจากกลุ่มตัวอย่างได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อชาตราหมีด้วยตนเองและรับรู้ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์มากที่สุด โดยชาที่ผู้บริโภคนิยมได้แก่ ชาไทย ชาเย็น และชามะนาว

ปวีณา พานิชชัยกุล, และธิดิฉันธุ์ ชาญโกศล (2562) ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มชานมไข่มุกกลุ่มเจนเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร พบว่าทุกประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับปฏิสัมพันธ์ของลูกค้าต่างมีผลต่อ “ภาพลักษณ์ของแบรนด์ “ (Brand Image) ซึ่งจะต้องมีความจริงจังและการบริการที่ดีตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามาในร้านจนกระทั่งลูกค้ากลับออกไป รวมถึงผู้บริหารและพนักงานก็จะต้องยิ้มแย้มแจ่มใส มีภาพลักษณ์ที่ดี

อาชิรญา บุญเพิ่ม (2564) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชาในประเทศไทย จำนวน 385 คน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมดื่มชาเขียวมากที่สุด ซึ่งเป็นรูปแบบชาแต่งกลิ่นและมักจะบริโภคในช่วงเวลากลางวัน โดยผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อชามากที่สุดคือตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง

ชัยวุฒิ เกตุอุดม (2565) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑลพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านบรรจุกัญหามีอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรมากที่สุด

โดยสรุป ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้ผลิตภัณฑ์ชาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ สรรพคุณต่อสุขภาพ ความสะดวกในการดื่ม สีของชาและรสชาติของชา ด้านราคา ประกอบด้วย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย มีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ประกอบด้วย การส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งคุณภาพการให้บริการที่ดีและการมีปฏิสัมพันธ์อย่างจริงจังของพนักงาน ซึ่งปัจจัยทางดังกล่าวข้างต้นส่งผลต่อความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อชาไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยชาวไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ ในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาวไทยและเพื่อสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับชาวไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research methodology) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีวิธีการดำเนินวิจัยตามลำดับต่อไปนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้เนื่องจากไม่มีการบันทึกข้อมูลจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดนครปฐม ในช่วงระหว่างเดือนกันยายน-เดือนตุลาคม 2567 ได้และเนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่ชัดจึงเลือกใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1971) อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะศึกษาศาสตร์, 2557: ออนไลน์) ดังนี้
$$n = \frac{P(1-P)z^2}{d^2}$$
 โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าระดับความสำคัญทางสถิติ = 1.96 ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสัดส่วนความคาดเคลื่อนจะอยู่ที่ 0.05 แทนค่าในสูตรจะได้จำนวนของประชากรทั้งหมด เท่ากับ 323 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เพราะการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้มีลักษณะเฉพาะเจาะจงตามหลักการของ จุดประสงค์การวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดนครปฐม ช่วงระหว่างเดือนกันยายน ถึง เดือนตุลาคม 2567 จังหวัดละ 20 คน รวมเป็นจำนวน 40 คนที่ได้ดื่มชาไทยในร้านขายชาไทย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวต่างชาติเพราะว่าต้องการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดของชาไทยด้านใดที่ส่งผลต่อชาวไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติรวมถึงความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับชาไทยโดยที่ไม่มีความรู้สึกเกี่ยวกับชาติดำเนินเข้ามาเกี่ยวข้อง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคชาวไทย ซึ่งเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ (checklist) จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาวไทย 4Ps ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 28 ข้อ โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ 5= มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1= น้อยที่สุด ตามวิธีของลิเคิร์ต (5 Likert's Scale)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อชาวไทย ซึ่งประกอบไปด้วยโมเดลองค์ประกอบของทัศนคติทั้งหมด 3 ส่วน ได้แก่

1. ส่วนของความเข้าใจ (cognitive) หรือความรู้ (knowledge) จำนวน 5 ข้อ
2. ส่วนของความรู้สึก (affective or feeling learning) จำนวน 5 ข้อ
3. ส่วนของพฤติกรรม (conative or doing or behavior) จำนวน 5 ข้อ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ทำหนังสือขออนุญาตลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลในจังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดนครปฐม โดยผ่านการลงนามจากอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยศึกษารายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูลการเก็บแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับนักศึกษาชาวต่างชาติในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 5 คน เพื่อทดสอบความเข้าใจในเรื่องการใช้ภาษาและขอข้อเสนอแนะในการปรับคำถามให้เข้าใจง่ายและมีความกระชับมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มจากผู้วิจัยจะทำการลงพื้นที่เพื่อสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 40 คน เริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2567 ถึง 2 ตุลาคม 2567 โดยเริ่มเก็บรวบรวมข้อมูลในจังหวัดนครปฐมให้ครบ 20 คนจากนั้นจึงเก็บข้อมูลที่จังหวัดกาญจนบุรีเพิ่มอีก 20 คน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถาม 4 ส่วน โดยใช้ในการปรับปรุงจากงานวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อสินค้าชาตรา่มือของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของธิดิมา เพ็ญสุข (2560) และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยมีความเชื่อมั่นได้พร้อมกับขอคำแนะนำว่า ควรปรับปรุงข้อคำถามบางอย่างให้สอดคล้องกับงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับใช้กับข้อคำถามเพื่อให้ข้อคำถามมีความสอดคล้องและมีความเข้าใจที่ตรงกัน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

เกณฑ์การให้คะแนนในการประเมินผลในการอภิปรายในส่วนของกรวิจัยเชิงพรรณนา ผู้วิจัยใช้ลักษณะการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และนำค่าที่ได้จาก Likert Scale มาหาค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง (\bar{X}) ซึ่งสามารถแปลผลความพึงพอใจหรือความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถามตามแนวคิด Likert Rating Scales

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด ซึ่งมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาเป็นเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยมีอายุ 20-30 ปี มากที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ต่อมาคือ อายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ อายุ 31-40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ จบการศึกษาจากระดับปริญญาตรี มากที่สุด มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาจบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ในส่วนของอาชีพ เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาเป็นพนักงาน ข้าราชการ/พนักงานบริษัท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะโสดจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือแต่งงานแล้ว/อยู่ด้วยกัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการบริโภคชาวไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดล้วนมีประสบการณ์ในการบริโภคชาวไทยมาแล้วทั้งสิ้น จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 100 ซึ่งส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคชาวไทย 1-2 ครั้งต่ออาทิตย์มากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ บริโภค 3-4 ครั้งต่ออาทิตย์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ต่อมา คือน้อยกว่า 1 ครั้ง ต่ออาทิตย์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 บริโภคทุกวันจำนวน 4 คน คิดเป็น ร้อยละ 10 และ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อชาวไทยของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ต่อมาคือ อินฟลูเอนเซอร์จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.5 และครอบครัวกับคนรักอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ด้านการรับรู้ข่าวสารจากชาวไทย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากรับข่าวสารจากพนักงานขายมากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ต่อมาคือ การแนะนำจากผู้อื่น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และโทรทัศน์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 โดยจะเลือกซื้อชาวไทย จากร้านขายชาวไทยโดยเฉพาะมากที่สุดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ต่อมาคือ ตลาด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และร้านค้า ออนไลน์กับห้างสรรพสินค้าอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 รสชาติชาวไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ บริโภคมากที่สุดคือ รสชาติหวานน้อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ รสชาติหวานมาก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ต่อมาคือ รสชาติที่ผสมผสานเครื่องเทศและรสชาติที่มีความอมเปรี้ยว (ผสมพุดดิ้ง) อย่างละ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมักจะเลือกบริโภคชาวไทย ในช่วงราคา 40-60 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ 20-40 บาท

จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และราคา 60 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักจะเลือกดื่มมากที่สุดคือช่วงบ่าย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือช่วงเช้า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ต่อมาคือไม่มีช่วงเวลาที่ชอบดื่มเป็นพิเศษ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และช่วงกลางคืนจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5 บรรรจุภัณฑ์ของชาไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุดคือ ชาไทยชงสำเร็จ (ใส่แก้ว) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือชาไทยชงสำเร็จ (ใส่ถุง) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และชาไทยพร้อมดื่ม (ขวด/กระป๋อง) กับ ชาไทยแบบชงเอง (แบบซอง) อย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ซึ่งเหตุผลที่ทำให้ชาไทยแตกต่างจากเครื่องดื่มชนิดอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามตอบ รสชาติที่เข้มข้นมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ต่อมาคือ ไม่ได้คิดว่าแตกต่างจากเครื่องดื่มอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และประเพณีและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาไทย

การเก็บข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาไทยในด้านผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อผลิตภัณฑ์ชาไทยในด้านรสชาติที่มีเอกลักษณ์ (\bar{X} = 4.85) และความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ในการพกพา (\bar{X} = 4.65) อยู่ในระดับมากที่สุด

ในขณะเดียวกัน การออกแบบของบรรจุภัณฑ์และความน่าเชื่อถือของประวัติความเป็นมาของชาไทยก็ได้รับคะแนนประเมินที่สูงเช่นกัน (\bar{X} = 4.47 และ 4.40 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเห็นว่าบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและชาไทยมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและมีความเป็นมาที่น่าสนใจ ด้านความปลอดภัยของส่วนผสมในชาไทยนั้นเป็นอีกปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนถึง 4.55 ซึ่งเป็นการยืนยันถึงความไว้วางใจของผู้บริโภคต่อคุณภาพของชาไทย นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ชาไทยยังได้รับการประเมินในแง่ของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยบรรจุภัณฑ์ของชาไทยในปัจจุบันมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (\bar{X} = 4.15) ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นี้ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยรวม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของชาไทยนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและมีคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก (\bar{X} = 4.47) ขึ้นไปในทุกมิติของผลิตภัณฑ์ชาไทย ทั้งนี้การคงความโดดเด่นและพัฒนาคุณสมบัติเหล่านี้ต่อไปจะช่วยให้ชาไทยยังคงได้รับการยอมรับและมีส่วนแบ่งในตลาดที่ดีขึ้นในอนาคต

การเก็บข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาไทยในด้านราคา โดยพิจารณาถึงความเหมาะสม คุ่มค่า และผลกระทบต่อราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพและการเข้าถึงของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมองว่าราคาของชาไทยในปัจจุบันมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับปริมาณและคุณภาพที่ได้รับเป็นอย่างมาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่สูงถึง 4.72 และ 4.67 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ความคุ้มค่าของราคาชาไทยเมื่อเปรียบเทียบกับ

เครื่องตีประเภทยื่นก็ได้รับการประเมินในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$) แสดงว่าผู้บริโภครู้สึกว่ารากาชาไทยสามารถแข่งขันกับเครื่องตีชนิดอื่นในตลาดได้อย่างดี และยังสามารถเข้าถึงได้สำหรับผู้บริโภคทุกกลุ่ม ($\bar{X} = 4.50$) ซึ่งสะท้อนถึงความยืดหยุ่นและการปรับตัวของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งยังพบว่ารากาของชาไทยถูกมองว่าเป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพและสะท้อนถึงวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.50$ และ 4.57) ซึ่งเป็นสัญญาณว่าผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าที่แฝงอยู่ในรากาของผลิตภัณฑ์ อีกทั้ง รากาของชาไทยยังมีอิทธิพลต่อความนิยมของผู้บริโภคในระยะยาว โดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ซึ่งบ่งบอกว่าการตั้งราคาที่เหมาะสมสามารถสร้างความภักดีและความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ได้ โดยรวมแล้ว ผู้บริโภคมองว่าชาไทยมีราคาที่เหมาะสมและคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) ซึ่งข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่ารากาของชาไทยเป็นจุดแข็งที่สำคัญต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยการรักษารากาที่เหมาะสมจะช่วยเสริมสร้างความนิยมในผลิตภัณฑ์และความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว

การเก็บข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาไทยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงต่อการเข้าถึงร้านชาไทย โดยทำเลที่ตั้งของสาขาร้านชาไทยได้รับการประเมินว่ามีความสะดวกต่อการใช้บริการอย่างมาก ($\bar{X} = 4.60$) และจำนวนสาขาก็มีความเพียงพอสำหรับการรองรับผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.50$) ซึ่งช่วยเสริมความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าได้ดี ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าออนไลน์ ก็เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเช่นกัน ($\bar{X} = 4.50$) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและส่งเสริมความนิยมของชาไทยมากขึ้น ($\bar{X} = 4.70$) การกระจายช่องทางการจำหน่ายไปสู่ตลาดนานาชาติยังเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ได้รับการตอบรับในเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.62$) แสดงถึงความสำเร็จในการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ การโปรโมทร้านชาไทยผ่านสื่อออนไลน์ยังได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้บริโภค โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อออนไลน์ในการสร้างการรับรู้และเข้าถึงผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับแบรนด์และกระตุ้นความต้องการซื้อได้ดี ด้านการออกแบบและตกแต่งร้านยังมีผลต่อการดึงดูดลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) ซึ่งถึงแม้จะไม่สูงเท่ากับปัจจัยอื่น ๆ แต่ก็สะท้อนว่ารูปลักษณ์และบรรยากาศของร้านมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภค โดยสรุป ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อช่องทางการจัดจำหน่ายของชาไทย ด้วยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องและความเชื่อมั่นในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่หลากหลายของชาไทยในปัจจุบัน การวิจัยนี้ยืนยันว่าความหลากหลายและความสะดวกในการเข้าถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความนิยมและการขยายตลาดของชาไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การเก็บข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการบริโภคชาวไทยในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นถึงประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ ความน่าสนใจของกิจกรรมทางการตลาด และบทบาทของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความนิยมของชาวไทยในกลุ่มผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้การตอบรับที่ดีต่อกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่มีความสม่ำเสมอ เช่น การจัดโปรโมชั่น การลด แลก แจก แถม ($\bar{X} = 4.25$) ซึ่งเป็นวิธีที่ช่วยกระตุ้นการซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์ของร้านขายชาวไทยยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยให้ชาวไทยเป็นที่รู้จัก โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ทำอย่างต่อเนื่องได้รับคะแนนประเมินสูงถึง 4.65 ซึ่งแสดงถึงความสำเร็จในการสร้างการรับรู้ในกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้ง ช่องทางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่มีความหลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.57$) ก็ช่วยเพิ่มโอกาสในการสื่อสารข้อมูลสู่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผลลัพธ์ที่ต่อ ยอดมาจากชาวไทย เช่น ไอศกรีม น้ำแข็งไส และขนมหวานต่าง ๆ ก็ได้รับความนิยมและมีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้ถึงชาวไทยในวงกว้าง ($\bar{X} = 4.70$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสามารถช่วยเสริมสร้างความน่าสนใจและความนิยมให้กับแบรนด์ได้มากขึ้น อีกทั้งการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ยังช่วยทำให้ชาวไทยเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวาง ($\bar{X} = 4.70$) ในแง่มุมมองของการนำเสนอคุณค่าทางวัฒนธรรมและประเพณีไทยในการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้การตอบรับในระดับสูง ($\bar{X} = 4.52$) โดยเห็นว่าการนำเสนอเอกลักษณ์ไทยเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกประเทศ โดยรวม การส่งเสริมการตลาดของร้านขายชาวไทยได้รับคะแนนประเมินโดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) ซึ่งแสดงถึงการยอมรับในระดับ "มากที่สุด" จากผู้บริโภค การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายและการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และความนิยมในชาวไทย ซึ่งการพัฒนา กิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องจะช่วยเสริมสร้างการยอมรับและความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์นี้ต่อไป

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อชาวไทย

ด้านทัศนคติที่มีต่อชาวไทยด้านความรู้และความเข้าใจ ชาวไทยเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการยอมรับในวงกว้างของผลิตภัณฑ์นี้ ด้านเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของชาวไทย ผู้บริโภคมองว่าชาวไทยสะท้อนความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.57$) และการดื่มชาไทยยังถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทย ($\bar{X} = 4.52$) ซึ่งบ่งบอกถึงความผูกพันที่ผู้บริโภคมีต่อชาวไทยในแง่ของวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม ในแง่ของคุณค่าทางโภชนาการ ชาไทยได้รับการประเมินว่ามีคุณค่าทางอาหารในระดับที่พอเหมาะ ($\bar{X} = 3.52$) ซึ่งถึงแม้ว่าคะแนนจะต่ำกว่าปัจจัยอื่น ๆ แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่ดี ผู้บริโภคมองว่าชาไทยเป็นเครื่องดื่มที่ดื่มได้ทุกเพศทุกวัย ($\bar{X} = 4.40$) ซึ่งเป็นการตอกย้ำถึงความหลากหลายในการเข้าถึงและการยอมรับของผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวาง โดยรวม การรับรู้ของผู้บริโภคต่อชาวไทยได้รับการประเมินในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) สะท้อนถึงการยอมรับและความเข้าใจของผู้บริโภคต่อบทบาท

ของชาวไทยในชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมไทย การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าชาวไทยไม่เพียงแต่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและสังคมที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในหลายมิติ ทั้งในด้านวัฒนธรรมและความสะดวกในการเข้าถึง

ด้านทัศนคติที่มีต่อชาวไทยด้านความรู้สึก ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากการดื่มชาอื่น ๆ เมื่อได้ดื่มชาไทย ($\bar{X} = 4.42$) ซึ่งสะท้อนถึงความโดดเด่นของรสชาติและประสบการณ์การดื่มที่ชาไทยมอบให้ ชาไทยยังเป็นเครื่องดื่มที่มีความสำคัญในใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะเมื่อพูดถึงเครื่องดื่ม ผู้บริโภคจำนวนมากจะนึกถึงชาไทยเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.47$) แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างชาไทยและความคุ้นเคยของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นี้ นอกจากนี้ การดื่มชาไทยยังช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกผ่อนคลายและมีพลังงานเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.52$) ซึ่งบ่งบอกถึงคุณค่าทางอารมณ์และความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการดื่มชาไทย ผู้บริโภคยังมีความเปิดกว้างในการลองชาไทยในรูปแบบของเมนูใหม่ ๆ เช่น ชาไทยแบบเย็น ชาไทยในรูปแบบของขนมหวาน หรือผลิตภัณฑ์ที่ดัดแปลงจากชาไทย ($\bar{X} = 4.67$) การตอบรับที่ดีนี้สะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น อีกทั้ง ความภาคภูมิใจของผู้บริโภคที่ได้แนะนำชาไทยให้กับผู้อื่นก็เป็นปัจจัยที่โดดเด่น ($\bar{X} = 4.62$) แสดงถึงความรู้สึกเชื่อมโยงและความชื่นชมในชาไทย ซึ่งทำให้ผู้บริโภคยินดีที่จะเป็นตัวแทนในการเผยแพร่ความนิยมนี้ไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ โดยรวมแล้ว ผู้บริโภคมีความรู้สึกเชิงบวกต่อชาไทยในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) แสดงถึงความรู้สึกที่ลึกซึ้งและความผูกพันที่ผู้บริโภคมีต่อชาไทย การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าชาไทยไม่เพียงแต่เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยม แต่ยังมีคุณค่าทางอารมณ์ที่สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคในทุกมิติของการดื่มและการแนะนำให้กับผู้อื่น

ด้านทัศนคติที่มีต่อชาไทยด้านพฤติกรรม การรีวิวจากบุคคลที่มีชื่อเสียงมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ($\bar{X} = 4.42$) ซึ่งสะท้อนถึงอิทธิพลของความคิดเห็นในสื่อออนไลน์ที่สามารถส่งผลต่อความสนใจในชาไทยได้อย่างชัดเจน ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของชาไทย โดยมักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี แม้ราคาจะสูงกว่า ($\bar{X} = 4.35$) ซึ่งแสดงถึงความใส่ใจในรายละเอียดของแหล่งผลิตและมาตรฐานคุณภาพของสินค้า นอกจากนี้ ผู้บริโภคบางกลุ่มยังคาดหวังถึงประโยชน์ทางสุขภาพที่ได้จากการบริโภคชาไทย ($\bar{X} = 3.90$) ซึ่งบ่งบอกถึงแนวโน้มที่ผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยในการดูแลสุขภาพควบคู่ไปกับการบริโภคเพื่อความอร่อย ในแง่ของการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น ผู้บริโภคเห็นว่าการเลือกบริโภคชาไทยเป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยสนับสนุนผู้ผลิตในท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.60$) สะท้อนให้เห็นถึงความภาคภูมิใจและความตั้งใจที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ไทย อีกทั้งยังมีความต้องการที่จะสนับสนุนให้ชาไทยเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ ($\bar{X} = 4.65$) ซึ่งแสดงถึงความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่ผู้บริโภคมีต่อชาไทยและความมุ่งมั่นที่จะรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาไทยไว้

โดยสรุป ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการสนับสนุนชาไทยในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) แสดงถึงการยอมรับและความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชาไทยในหลายมิติ การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของความคิดเห็น

จากบุคคลที่มีชื่อเสียงในการกระตุ้นการซื้อและการสนับสนุนที่ผู้บริโภคมีต่อชาไทย ทั้งในแง่ของการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นและการส่งเสริมชาไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล

อภิปรายผล

จากคำถามวิจัยข้อที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคชาไทยของผู้บริโภคหลัก ๆ คือ การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการโปรโมทและโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และสื่อต่าง ๆ ที่ช่วยเพิ่มการเข้าถึงและสร้างการรับรู้ ทำให้ชาไทยเป็นที่นิยมและแพร่หลายมากขึ้นในตลาดผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) นั้นพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายและการโปรโมทผ่านสื่อออนไลน์ มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการบริโภคชาไทยและผลักดันให้ชาไทยกลายเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการดึงดูดผู้บริโภคให้เข้าถึงชาไทยได้มากขึ้น โดยเฉพาะการรับรู้ข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณากลยุทธ์การขายและพัฒนาประสิทธิภาพของช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าเดิม โดยผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของธิตติมา เพ็ญสุข (2560) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตและมีแนวโน้มตัดสินใจซื้อจากการรับรู้ทางออนไลน์ ซึ่งตอกย้ำถึงความสำคัญของการตลาดดิจิทัลในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

จากคำถามวิจัยข้อที่ 2 ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวกต่อชาไทย โดยเฉพาะในแง่ของความรู้สึกและความเปิดกว้างในการบริโภคชาไทยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น น้ำแข็งใส ไอศกรีม และขนมหวาน นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังต้องการสนับสนุนให้ชาไทยเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ แสดงถึงความภาคภูมิใจและความต้องการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมชาไทยให้มีสถานะสำคัญในระดับประเทศงานวิจัยของ อาชิรญา บุญเพิ่ม (2564) สนับสนุนผลการวิจัย พบว่าผู้บริโภคมักเลือกดื่มชาในช่วงเวลากลางวันและชาที่มีกลิ่นหอม น่าดึงดูดซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ต้องการความสดชื่นและพลังงาน ผู้บริโภคส่วนมากไม่ได้คาดหวังผลประโยชน์ทางสุขภาพจากการบริโภคชาไทยแต่ให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติ กลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และเปิดรับรูปแบบการบริโภคชาไทยใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง [P1] และ [P3] ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการเปิดทางเลือกใหม่ๆให้กับผู้บริโภค เช่น ชาไทยเพื่อสุขภาพ อาจใช้สารให้ความหวานแทนการใช้ส่วนผสมอย่างนมข้น หรือน้ำตาล ก็จะเป็นการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ให้กับคนรักสุขภาพหรือผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัวสามารถบริโภคได้เช่นเดียวกันทั้งนี้ การวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทและเข้าถึงผู้บริโภค จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความนิยมของชาไทยในวงกว้างและส่งเสริมความสำเร็จในตลาดชาไทยยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยชาวไทยสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาค้นคว้าสามารถนำไปต่อยอดและขยายผลในมิติที่หลากหลายได้ จึงขอเสนอแนะแนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของชาไทยเพื่อให้เข้าใจแนวโน้มและความต้องการของตลาดในวงกว้างโดยเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างหรือขยายพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

2. ควรศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างชาไทยกับเครื่องดื่มประจำชาติของประเทศอื่นหรืออาหารประจำชาติอื่น เช่น เปรียบเทียบกับกรณีศึกษา ซูชิของญี่ปุ่น หรือ กิมจิของเกาหลีใต้ เพื่อให้เห็นว่าชาไทยสามารถเดินตามรอยความสำเร็จของวัฒนธรรมอาหารเหล่านั้นได้

3. ควรมีการวิเคราะห์บทบาทของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนชาไทย ทั้งด้านการผลิต การตลาด และการสร้างแบรนด์ เพื่อผลักดันให้ชาไทยกลายเป็นเครื่องดื่มประจำชาติ

ข้อเสนอแนะเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในอนาคต ตลอดจนช่วยส่งเสริมส่งเสริมเทรนด์ด้านเครื่องดื่มซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาประเทศซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) ในหลาย ๆ มิติ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การผลิตชาไทยที่ยั่งยืนช่วยสร้างรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนในพื้นที่ชนบท โดยสร้างโอกาสการจ้างงานและยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและประเทศได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง นอกจากนี้การผลิตชาไทยยังสามารถสอดคล้องกับการพัฒนาในด้านการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและลดการใช้สารเคมี เช่น การทำเกษตรอินทรีย์หรือออร์แกนิก ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง แต่ยังเป็นการปกป้องผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันในมุมของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมชาไทยในแนวทางที่ใส่ใจธรรมชาติ เช่น การผลิตที่ไม่ทำลายป่าไม้และการรักษาพื้นที่เพาะปลูกให้มีความหลากหลายทางชีวภาพ ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ชาไทยจึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องดื่มยอดนิยม แต่ยังมีส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหลากหลายด้าน พร้อมกับพัฒนาศักยภาพของชาไทยในการก้าวสู่การเป็นเครื่องดื่มประจำชาติอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2567). *สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนเมษายน 2567*.
<https://www.moc.go.th>
- กัญญาพิชา วรโพลีธกุล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องดื่มพร้อมดื่มที่ช่วยควบคุมน้ำหนักในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยวุฒิ เกตุอุดม. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีต่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรในหมู่ 'ผู้บริโภค' ในกรุงเทพฯ และพื้นที่ใกล้เคียง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2565, กุมภาพันธ์ 21). *พาณิชย์” ผลักดันชาไทยสู่ตลาดโลกผ่าน FTA*. ฐานเศรษฐกิจ.
<https://www.thansettakij.com>
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานการค้าชาไทยในตลาดต่างประเทศ*. <https://www.exim.go.th>
- จิตติมา เพ็ญสุข. (2560). *การตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อชาตรามือในกรุงเทพฯ และพื้นที่ใกล้เคียง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรพงษ์ เทพภรณ์. (2555). *ชา: กระบวนการผลิตและส่วนประกอบทางเคมีจากการหมัก*. *วารสารวิทยาศาสตร์บูรพา*, 17(2), 189-196. <https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/science/article/view/2673>
- นพรัตน์ อาคมะพันธ์. (2560). *อิทธิพลของแหล่งที่มาของชาในการรับรู้ของผู้บริโภค* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปวีณา พานิชชัยกุล, และจิตินันท์ ชาญโกศล. (2562). *รูปแบบคุณภาพการให้บริการของธุรกิจเครื่องดื่มชาสมุนไพรกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะศึกษาศาสตร์. (2557). *สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร*. http://www.edu.ru.ac.th/images/edu_files/formulation_example.pdf
- ศรุดา นิตวีรการ. (2557). *อาหารไทย: มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ*. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 5(1), 171-179.
- สปริงนิวส์. (2566, ธันวาคม 7). *ชาไทย: Soft Power ของประเทศไทยที่สามารถแข่งขันกับชาติใดในโลก—แบรนด์ที่เติบโตในช่วงปลายปี*. Nation Group.
<https://www.springnews.co.th/news/hot-issue/845869>

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2564). *บทบาทของ Soft Power และการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ*.

<https://www.nrct.go.th>

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2561). *การศึกษาและส่งเสริมวัฒนธรรมการดื่มชาใน*

ประเทศไทย. <https://www.m-culture.go.th>

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. (2565). *อาหารไทย*. <https://library.stou.ac.th/>

2022/05/thaifood

เหมือนดาว วาสุเทพรังสรรค์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาเขียวโออิชิและอิชิตัน*

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาชิรญา บุญเพิ่ม. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ชาในประเทศไทย*

[วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยมหิดล.

Nye, J. (1993). *Soft power: The means to success in world politics*. Harvard University

Press.

Thaiger. (2567). *Thai tea tales: The history of Thai iced tea* <https://thethaiger.com/>

[guides/best-of/food/thai-tea-ales-the-history-of-thai-iced-tea](https://thethaiger.com/guides/best-of/food/thai-tea-ales-the-history-of-thai-iced-tea)



HMISO

วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 ถนนมาลัยแมน อำเภอเมืองนครปฐม
จังหวัดนครปฐม 73000
โทรศัพท์ 034-261-066
<http://dept.npru.ac.th/hm1/>